



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Comunicación organizacional y desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C,
San Miguel 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Guerrero Barreto Mereyda (ORCID: 0000-0001-6745-7329)

ASESOR:

Dr. Carranza Estela Teodoro (ORCID: 0000-0002-4752-6072)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA- PERÚ

2019

Dedicatoria

A mis padres Ofelia y Gerardo en recompensa a todos sus esfuerzos para formarme profesionalmente.

Agradecimiento

A Dios, por las bendiciones a mi persona.

A mi familia, amigos, Carlos y su familia por su valioso apoyo.

A mi asesor el Dr. Teodoro Carranza Estela, por su contribución al desarrollo de esta investigación.

A mi casa de estudios y sus docentes por los conocimientos impartidos.

Página del Jurado

Declaratoria de autenticidad

Declaratoria De Autenticidad

Yo, Mereyda Guerrero Barreto con DNI N° 72389216, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en el presente trabajo de investigación son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 29 de noviembre del 2019



Mereyda Guerrero Barreto
DNI N° 72389216

Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	10
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	10
2.2. Operacionalización de variables	11
2.3. Población y muestra	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	15
2.5. Procedimiento.....	18
2.6. Métodos de análisis de datos	18
2.7. Aspectos Éticos.....	18
III. RESULTADOS	19
3.1. Análisis descriptivo.....	19
3.2. Análisis inferencial	22
IV. DISCUSIÓN.....	28
V. CONCLUSIONES	32
VI. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS.....	34
ANEXOS	38

Índice de Tablas

Tabla N° 1: Validación de expertos	16
Tabla N° 2: Confiabilidad	17
Tabla N° 3: Resumen de procesamiento de casos	17
Tabla N° 4: Estadística de fiabilidad	17
Tabla N° 5: Pruebas de normalidad de Shapiro-Wilk	22
Tabla N° 6: Parámetro de correlación	23
Tabla N° 7: Prueba de hipótesis general.....	24
Tabla N° 8: Prueba de hipótesis específica 1	25
Tabla N° 9: Prueba de hipótesis específica 2	26
Tabla N° 10: Prueba de hipótesis específica 3.....	27

RESUMEN

El objetivo de esta tesis ha sido determinar la relación entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial, para dicho propósito se ha tomado en cuenta la teoría humanística de la administración planteado por Elton Mayo, en la que se enfoca primordialmente en los colaboradores, y su estabilidad dentro del ambiente laboral, donde la comunicación, la cultura y clima organizacional, juegan un gran papel para poseerla. Es una investigación de tipo aplicada, con nivel descriptivo – correlacional, de diseño, no experimental de corte transversal y de enfoque, cuantitativo; la población estuvo conformada por los 50 colaboradores de la empresa prestadora de servicios Leading Group S.A.C, ubicada en San Miguel, donde el instrumento utilizado fue un cuestionario de elaboración propia con escala de respuestas de tipo Likert (5 niveles de respuesta), conformado por 18 ítems. Luego de analizar los resultados se concluye que existe una relación positiva considerable ($Rho=0,604$) entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial, identificando también que predomina en esta empresa una comunicación horizontal, tras lo manifestado en las encuestas por los colaboradores.

Palabras clave: Comunicación organizacional, desarrollo empresarial, cultura organizacional.

ABSTRACT

The objective of this thesis has been to determine the relationship between organizational communication and business development, for this purpose it has taken into account the humanistic theory of the administration posed by Elton Mayo, in which it focuses primarily on collaborators, and its stability within the work environment, where communication, culture and organizational climate, play a great role in owning it. It is an applied type research, with descriptive – correlational level, design, non-experimental cross-section and focus, quantitative; the population was made up of the 50 employees of the service provider Leading Group S.A.C, located in San Miguel, where the instrument used was a self-crafted questionnaire with scale of responses of type Likert (5 levels of 18 items. After analyzing the results it is concluded that there is a considerable positive relationship ($Rho=0,604$) between organizational communication and business development, also identifying that a horizontal communication predominates in this company, after which stated in the surveys by the collaborators.

Keywords: Organizational communication, business development, organizational culture.

I. INTRODUCCIÓN

En el mundo global de las organizaciones, el estar comunicados se ha convertido en una necesidad más que básica. La comunicación organizacional hoy en día, en una de las principales herramientas a emplear por las empresas que buscan constantemente el posicionarse y el ser altamente competitivas con respecto a las demás empresas de su industria.

Según estudios realizados en los últimos años, una de las principales carencias que tienen las empresas de Latinoamérica es un deficiente nivel de interacción comunicativa entre las áreas que participan de un proceso en conjunto, donde los países más preocupantes que presentan esta problemática son Panamá, El Salvador y Perú. La falta de reconocimientos y motivación en general es otro de los factores que contribuyeron en los resultados para esta problemática. México es uno de los países latinoamericanos en el que el problema de comunicación organizacional es de los menos frecuentes.

A nivel nacional, las empresas peruanas empiezan a darle la importancia debida a este tema, pues cada vez son más las empresas que priorizan la comunicación como factor de seguimiento de las metas propuestas. Sin embargo, aún existen empresas con un nivel de comunicación poco desarrollado, falto de involucramiento entre los integrantes de la empresa y poco accesible a ser escuchados por las altas gerencias. La responsabilidad, el cumplimiento de las asignaciones encomendadas, la eficiencia y el trabajo en equipo reflejan el desenvolvimiento de los trabajadores, de cierto modo, estas acciones contribuyen al desarrollo de la organización.

Leading Group S.A.C. es una empresa creada en el 2012, orientada a desarrollar un sistema eficiente de gestión en los recursos de los inmuebles, conservando el valor de su inversión y perfeccionando la calidad de vida de los residentes, ofreciendo los servicios de: limpieza, jardinería y ornato, mantenimiento preventivo/correctivo de equipos y sistemas, conserjería y servicios generales a condominios. A su vez brinda servicios de asesoría a empresas, tales como: administración y gestión integral, asesoría legal y gestión del talento humano.

Una empresa en crecimiento aun, la cual su desarrollo en los últimos dos años se ha visto ligeramente estancado, debido a problemas de comunicación interna, donde el nivel de comunicación previamente identificado, demuestra cierta deficiencia que se puede mejorar, por lo que motivó a realizar la siguiente investigación, la cual busca determinar si existe relación entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C.

Según Seitan (2017), artículo científico que siguió por objetivo identificar el nivel de comunicación y su influencia en el desarrollo de la organización en estudio, aterrizó a la conclusión de que la comunicación es un proceso importante dentro de la organización y que esta es uno de los principales desafíos que enfrentan actualmente las organizaciones por lo que se ven en la necesidad de plantearse enfoques y estrategias para lograr una mayor eficiencia.

Así mismo, Bouzon y De Oliveira (2015), artículo que tuvo por objetivo estudiar producciones académicas acerca de la comunicación organizacional en Francia y Brasil y con ello realizar un comparativo acerca de este tema en estos países. Arribaron a la conclusión, es que en estos países la comunicación organizacional tiene un buen nivel a diferencia de las conclusiones de otros estudios en diferentes países.

Smaliukine, R. y Survilas, A. (2018), artículo en el que buscaron relacionar la comunicación organizacional con el impacto que esta tiene en la creatividad a través del análisis de los niveles de comunicación corporativa, equipo y liderazgo. Concluyen que los tres niveles de comunicación son importantes para desarrollar y/o potenciar el nivel de creatividad, pero en grados diferentes de importancia.

Seguidamente, Sadia, MohdSalleh, Abdul y Sanif (2016). Tuvieron por propósito estudiar el nivel de comunicación en la organización y como es que esta es percibida por los empleados en relación a la influencia en su trabajo. Finalmente, han concluido que es importante comprender las diferentes características de la comunicación organizacional y el impacto que genera en la productividad de los empleados y la comunicación interna efectiva de la organización.

A su vez, Gómez y Benito (2014). Un artículo que ha tenido por objetivo analizar el nivel de comunicación existente en las pymes españolas. Concluyen que actualmente la comunicación puede ser una de las principales herramientas para diferenciarse en el ámbito empresarial, en donde todos los niveles de comunicación son importantes y no solo se debería enfocar en la comunicación externa sino también en la interna ya que es muy importante, en la búsqueda del desarrollo empresarial deseado.

Ramos (2017), buscó identificar la conexión entre la comunicación organizacional y la gestión administrativa. Investigación de nivel básico y correlacional y muestra de 90 sujetos. Los resultados mostraron que el 10.3 % de los colaboradores expresaron que el nivel de comunicación era inadecuado, el 56.1% manifestó que era aceptable, y el 40.32% que era bueno. Finalmente, concluyo que los trabajadores percibieron que las variables que estaban siendo estudiadas se relacionan de manera directa

Por otro lado, Fontalvo, Quejada y Puello (2017). Su objetivo fue analizar la importancia de la gestión y determinar su relación con la comunicación organizacional. Llegaron a la conclusión que la gestión y los procesos comunicacionales hoy en día son el centro de las actividades innovadoras, ya que con estas herramientas se generan procesos los cuales se comunican a los empleados y estos los materializan en productos o servicios.

Franco (2014), por objetivo general persiguió diseñar un plan estratégico que le permita generar el desarrollo en el restaurante Término medio. Tuvo un enfoque de investigación mixta, cualitativa porque se analiza la información que va siendo obtenida y cuantitativa, puesto que, se emplean procesos matemáticos y estadísticos y es de alcance descriptiva, como muestra de estudio tuvo a 111 participantes, entre directivos, empleados y clientes del restaurante. Como resultados obtuvo que el 30% de los empleados consideran que no existe una adecuada planeación estratégica, lo que de cierto modo limita el desarrollo del restaurante. Concluye, que el desarrollo empresarial en el restaurante Término Medio, no presenta una adecuada estructura, lo que impide el crecimiento y funcionalidad del mismo.

Mientras tanto, Delfin y Acosta (2016). Artículo en el que se propuso analizar los conceptos de desarrollo empresarial, con el fin de incentivar a los empresarios a capacitarse en este tema. Estos investigadores arribaron a la siguiente conclusión, el

crecimiento empresarial uno de los objetivos de la empresa y se requiere que este sea sostenible, lo cual se logra con sinergia y cultura empresarial.

Así mismo, Santos (2013), tuvo como propósito determinar en qué medida las normas o metodologías de administración son aplicadas en las actividades de gestión de la empresa Andec. La investigación fue aplicada y conto con una muestra de 65 trabajadores. La investigadora, como resultados obtuvo que el 95 % de los encuestados tiene conocimiento de normas o metodologías, siendo las más utilizadas ISO 14000 e ISO 18000. Concluyó, que las empresas obtienen mayor prestigio y fortalecen su marca en el mercado, a través de, la aplicación de ciertos modelos y estándares sobre mejores prácticas.

Gonzales (2014). A través de esta investigación, busco definir conceptualmente al desarrollo empresarial dentro del desarrollo económico, buscando indagaciones bibliográficas que brinden un mayor entendimiento acerca de este tema, puesto que existen pocas y confusas descripciones acerca del desarrollo empresarial. Llego a la conclusión, de que son un conjunto de acciones para lograr el crecimiento de la organización, por otro lado, es el proceso en el que los colaboradores fortalecen habilidades y manejan eficientemente los recursos de la empresa.

Así mismo, Quindemil y Rumbaut (2014). Se propuso analizar la información y comunicación en la gestión organizacional, particularmente en el ambiente universitario. Aterrizo, que utilizan los flujogramas para la representación de la información y de los canales de transmisión a utilizar, arribándose a conclusiones, teniendo una adecuada gestión de la información y su comunicación a través de los diferentes canales desde un flujo de información vertical primando el respeto mutuo.

Núñez (2017) se planteó estudiar los factores del micro y macro entorno que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes, descubrió que las empresas se proyectan crecer al iniciar sus actividades, pero siempre van a existir ciertas circunstancias y/o eventos que de cierto modo limitaran este objetivo, como son los impuestos, la competencia, el estado, el clima organizacional, entre otros factores, los cuales se deben direccionar todos los esfuerzos para superarlos.

Charry (2018), en su artículo que tuvo por objetivo identificar la correlación existente entre la comunicación interna y el clima organizacional. Concluyo, que existe

una relación positiva muy fuerte entre estas dos variables en donde la comunicación influye en el nivel de clima organizacional existente en esta empresa.

A la vez Montoya (2014), artículo científico que siguió por objetivo identificar en qué medida la clusterización podría impulsar el desarrollo regional de México. Aterrizo a la conclusión que en los últimos años han sido muchas las empresas e instituciones que se han asociado entre ellas, para obtener mayores beneficios y generar mayor ventaja competitiva.

Por otro lado, López y Saboya (2017), tuvieron por propósito establecer en qué modo es que influye la comunicación organizacional en la cultura organizacional de dicha Municipalidad. Como resultados: en un 63.7% la comunicación interna influye directamente en el clima organizacional, lo que demuestra que las variables en estudio influyen significativamente en la investigación, Concluyen que en la Municipalidad el nivel de comunicación que predomina es la comunicación ascendente (en un 41,7%),

Barbaran, Arteaga, Caballero, Rodriguez y Neciosup (2018), tuvo por objetivo fundamental el identificar limitaciones que obstruyen el desarrollo empresarial de las Mypes. Esta investigación tuvo un nivel descriptivo, donde la población de estudio fueron las Mypes de 4 de los distritos de Chimbote. Los resultados permitieron concluir, que el sistema tributario es el principal factor obstruyente del desarrollo de las Mypes en esta región.

A la vez, Mercado (2016) manifiesta que, en los últimos periodos, el crecimiento económico general del país se ha manifestado de manera acelerada, el crecimiento manifiesta un gran porcentaje del sector comercial, que resalte un conjunto con el desarrollo económico a nivel nacional.

Bermúdez (2016), busco determinar el nivel de comunicación interna y a la vez brindar ideas de mejora a la empresa ISDIN. Realizo una investigación de tipo aplicada, teniendo como muestra de estudio a los trabajadores de ISDIN. Obtuvo como resultado que, en la empresa estudiada antes mencionada, la comunicación puede ser mejor empleada para mejorar el clima laboral, motivar e incitar el sentido de pertenencia a la organización e involucrarse en temas en los que falta incidir a la organización. Finalmente, concluye, que si se quiere mejorar la comunicación juegan un gran papel los

líderes que no precisamente son jefes, los cuales deben involucrar a sus colaboradores en la toma de ciertas decisiones, y crear momentos en que se pueda compartir ideas y opiniones.

Por otro lado, Vásquez y Guerra (2015), se planteó determinar la situación de la comunicación en Red Financiera Rural. Se llegó a la conclusión, de que a lo largo de la investigación se pudo determinar que afortunadamente, la comunicación a nivel interno y externo goza de una muy buena gestión. Por otro lado, los canales de comunicación tienden a ser el factor que frecuentemente busca innovar la institución.

Flores (2016) tuvo por objetivo describir la relación entre la comunicación y la adaptación de representaciones sociales. Concluye que la comunicación es una de las formas más viables para fomentar y/o lograr cierto cambio para mejora en la actitud de las personas. Las personas se comunican con mucha gente al tiempo por lo que lo recomendable es tener claridad con los receptores y analizar desde dónde está llegando la información.

Finalmente, Acevedo (2016), se planteó como objetivo identificar instrumentos de política pública cuyo aporte haya sido con el emprendimiento y el desarrollo empresarial en Colombia. Como conclusión llego a estimar que el crecimiento en el sector económico y desarrollo de una Nación dependerá primeramente del Estado en la calidad de políticas que este gestione, las cuales deben permitir trascender en aspectos sociales, empresariales y culturales, con la convicción de alcanzar la sostenibilidad de la economía de las empresas y del país.

Al respecto, se cita las siguientes teorías:

Teoría humanística de la Administración: En la década de 1920 a partir de un experimento realizado en trabajadores por Elton Mayo, surge la escuela humanística de la administración, con esta teoría demostró que los empleados en la medida que se sientan integrados en la empresa aumentaran su productividad. Se basó, en los principios que determinan la conducta del trabajador, siendo estos: la comunicación, la motivación, el liderazgo, las recompensas, la supervisión y las emociones. Para Mayo, los trabajadores son esenciales en la empresa y el que estos estén motivados y en un ambiente laboral optimo conllevaran a que tengan un buen desempeño, el que contribuirá al desarrollo de la organización. (Luna, 2014, p. 147).

Teoría de los estados de desarrollo en la empresa: Planteada por el empresario Alan Gibbs, quien fue un economista neozelandés, la cual consiste en la creación en un modelo de actores que se complementan entre si con el fin de obtener como resultado el proceso empresarial para la constitución y desarrollo de una empresa. (Delfin, 2016, p.81).

Gómez y Benito (2014) expresan que Redding & Sanborn fueron los que por primera vez definen a la comunicación organizacional en 1964, manifestando que la comunicación organizacional se da mediante intercambio de información dentro de la organización, donde la información que se remite es desde comunicados hasta la motivación y retroalimentación que se dé entre los miembros. Como todo proceso, que tiene diversos enfoques y elementos, la comunicación organizacional no es la excepción. Teniendo como elementos principales: un emisor, un receptor y un mensaje (idea que se quiere compartir), hablándose de comunicación organizacional desde tres enfoques, sustentándolos así: como proceso social: hace referencia al total de mensajes que sus integrantes comparten al público externo. Como una disciplina: estudia el proceso comunicativo en la organización. Por último, como un conjunto de técnicas y actividades: La información obtenida mediante el proceso comunicativo sirve para crear e implantar una estrategia de comunicación efectiva. (Balerazo, 2014).

La comunicación organizacional es una tendencia que se ha ido implementando y mejorando en las entidades con el pasar de los años, al respecto Andrade (2010) expresa que durante los 30 últimos años, la comunicación organizacional se ha consolidado como un área funcional de la empresa convirtiendo así en un tema de estudio, confirmando así, la importancia de esta herramienta para las organizaciones. Romero y Mancinas (2016), refiere la comunicación organizacional es clave para crear una cultura organizacional, siendo un instrumento que busca comunicar los valores y características de una organización tanto a los individuos parte de ella como al público exterior y/o instituciones.

Campos (2018), refiere acerca del desarrollo empresarial, progreso como una consecuencia de su evolución a lo largo del tiempo lo cual experimenta la empresa. Para obtener ello, las empresas buscan fortalecer ciertos indicadores que denotan desarrollo empresarial, tales como obtener una imagen corporativa o imagen de marca, alcanzar un

buen ambiente de trabajo, consolidar una posición competitiva y convertirse en una empresa socialmente responsable. Por otro lado, Royo (2014), expresa que el desarrollo de una empresa va mucho más allá de plantear ciertas modificaciones, que incluye variaciones cuantitativas como cualitativas y que es más amplio que el crecimiento empresarial, donde las estrategias de desarrollo empresarial deber ser orientadas a la creación de valor, y se puede hacer con crecimiento y también sin el mediante una reestructuración.

Problema general: ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019? Específicos: 1. ¿Cuál es la relación entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019? 2. ¿Cuál es la relación entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019? 3. ¿Cuál es la relación entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019?.

Justificación practica: La información recaudada servirá para analizar el nivel de comunicación organizacional existente en Leading Group S.A.C. y como es que esta se relaciona con el desarrollo que está teniendo la empresa o tendrá en un futuro. La comunicación organizacional es una tendencia mundial, a la cual empresas peruanas no están siendo ajenas y la están adaptando poco a poco, cada vez son más las empresas que la adoptan como herramienta principal para la realización de las metas establecidas. En la empresa de estudio, se percibió que existe cierta carencia de una adecuada comunicación lo que de cierto modo ha impedido que la empresa se desarrolle de la mejor manera. Con esta investigación se busca conocer a fondo las causas que dieron origen a esta problemática y a su vez, plantear una propuesta de mejora. Se espera que esta investigación sirva como base a futuras investigaciones.

Objetivo general: Determinar la relación entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C., San Miguel 2019. Específicos: 1. Determinar la relación entre la comunicación organizacional descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C., San Miguel 2019. 2. Determinar la relación entre la comunicación organizacional ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group

S.A.C, San Miguel 2019. 3. Determinar la relación entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C., San Miguel 2019.

Hipótesis general: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019. Específicas: 1. Existe relación significativa entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019. 2. Existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019. 3. Existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Enfoque: Cuantitativo

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), es aquella en la que se recoge datos para comprobar hipótesis, con las que posteriormente se busca demostrar teorías.

2.1.2. Nivel: Descriptivo correlacional

Es de nivel descriptivo correlacional ya que describe una problemática teniendo como propósito determinar la relación existente entre las variables o los resultados de las variables. Para Bernal (2006) una investigación con este nivel busca evaluar relaciones entre variables o sus resultados.

2.1.3. Diseño Metodológico: No experimental de corte transversal o transaccional

La investigación es no experimental debido a que es empírica y sistemática en donde no se puede influir ni manipular ninguna variable independiente, se estudia hechos ocurridos sin presencia del investigador, sino que se observan situaciones ya existentes. (Díaz, 2006). Según Toro y Parra (2006) la investigación es transversal, cuando tiene por propósito el describir variables y así como, analizar su incidencia e interrelación en un determinado momento.

2.1.4. Tipo de Investigación: Aplicada

El tipo de investigación es aplicada pues se toman como base investigaciones ya realizadas para las variables de estudio, identificando estrategias que nos ayuden a concentrar los conocimientos obtenidos en una dirección precisa. Cegarra (2012) manifiesta que: “la investigación aplicada por lo general tiende a enfocarse a la resolución de problemas y/o al desarrollo de ideas, a corto o medio plazo, las cuales son dirigidas a mejorar procesos o productos, incrementando la productividad y la calidad”.

2.1.5. Método de Investigación: Hipotético deductivo

Según Bernal (2010), el método hipotético-deductivo es un procedimiento en el que se plantean afirmaciones conocidas como hipótesis las cuales a través del estudio de datos se afirman o niegan, con conclusiones de hechos probados (p. 60).

2.2. Operacionalización de variables

2.2.1. Variables

Variable 1: Comunicación organizacional. De Castro (2014), refiere que la comunicación organizacional es una herramienta establecida por las organizaciones, la cual sirve como canal para comunicar las normas y cultura de esta entre los diferentes puestos de la empresa. Por lo general, se requiere que sea fluida y asertiva de modo que se puedan comunicar claramente los objetivos a perseguir como empresa y esta se da en tres niveles: descendente, ascendente y horizontal o cruzada.

Dimensión 1: Comunicación descendente: De Castro (2014) refiere: comunicación que sigue una estructura jerárquica, donde la información fluye hacia abajo, con cierto nivel de autonomía y en el cual el contenido de esta ayuda a las personas a entender mejor sus funciones, pero no necesariamente a sentirse a gusto con este nivel. En este tipo de comunicación la jerarquía es el factor o característica más predominante, donde los jefes tienden a imponer su autoridad.

Indicador 1: Jerarquía. Es una organización de personas o cosas ordenadas en una escala subordinante siguiendo un criterio, de mayor o menor relevancia e importancia en la misma escala. Se establece mediante criterios como: clase, poder, categoría, oficio, autoridad o cualquier otro asunto que requiera una clasificación. (Luna, 2014).

Indicador 2: Autonomía. Es definida por Barrio (2016), como el poder que se auto otorga una persona para determinarse a sí misma a realizar y/o decidir sobre algo, muchas veces tiende a ser considerada por estos como tomar iniciativa, sin embargo, está lejos de ser eso. Una persona autónoma, tiende a ser caso omiso a lo que pueda opinar el resto y cree en su propio juicio acerca de algo.

Indicador 3: Dirección. Para Luna (2015) la dirección es la capacidad de ejercer el liderazgo a través de la motivación, una adecuada comunicación, supervisando y tomando decisiones con el objetivo de alcanzar de manera efectiva lo planeado y organizado.

Dimensión 2: Comunicación ascendente. El intercambio de información que fluye hacia arriba en la formación jerárquica de la organización, convirtiéndose en una importante fuente de retroalimentación entre áreas, permitiendo a los trabajadores plantear

sugerencias a diversas problemáticas que se puedan presentar. Es uno de los niveles de comunicación más efectivos y satisfactorios. (De Castro, 2014).

Indicador 1: Participación. Musitu, Herrero, Cantera y Montenegro (2004), manifiesta que es la acción de influir y/ o involucrarse en algo colectivo e implica la creación de una relación social con otras personas en determinado asunto. Así mismo, implica un proceso, donde las personas influyen y son influidas en las decisiones que se toman en un asunto de su interés.

Indicador 2: Motivación. Proceso en él se estimula a los empleados a realizar su trabajo de modo que logren los objetivos. Consiste en impulsarlos a la acción, ofreciéndoles facilidades, recursos, agradable clima laboral, incentivos y todas las herramientas necesarias para que laboren con la mejor predisposición y productividad posible. (Luna, 2015).

Indicador 3: Orientación a resultados. Alles (2011), indica es la capacidad para dirigir y orientar los comportamientos propios y los de otros hacia la meta propuesta, planteándose metas desafiantes y estableciendo indicadores de logro con su respectivo seguimiento.

Dimensión 3: Comunicación horizontal. Según De Castro (2016), es el cruce de información entre personas que están a un mismo nivel jerárquico, es decir entre miembros de iguales niveles directivos. Su importancia radica en que permite conseguir una coordinación entre los miembros, trabajando en equipo y perseguir los mismos ideales.

Indicador 1: Trabajo en equipo. Actividades realizadas por un grupo de personas, donde cada miembro se enfoca en una tarea específica, pero comparten un objetivo en común. Los miembros poseen habilidades que se complementan haciendo un trabajo superior en cantidad y calidad a un trabajo individual. (Durán, 2018).

Indicador 2: Retroalimentación. Cualquier información que nos den acerca de nosotros mismos, o la información que damos a alguien es lo más acertado para definir lo que es la retroalimentación. Es un factor utilizado para corregir una conducta y para reforzar la manera de hacer las cosas en otras personas. (Rodríguez, Rodríguez y García, 2018).

Indicador 3: Resolución de problemas. Barrientos (2014) expresa que es una capacidad que poseen los individuos para encontrar solución a problemas que se puedan presentar, donde un manejo eficiente de estos los desvanece ante sus ojos haciendo parecer que no existió ningún problema.

Variable 2: Desarrollo empresarial: Delfín (2016), manifiesta que engloba elementos con los que los empresarios puede lograr que una organización alcance sus objetivos, siendo estos: cultura empresarial, crecimiento económico, innovación y el liderazgo. A su vez, considera que mediante el reconocimiento de las habilidades y capacidades del capital humano se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones.

Dimensión 1: Gestión empresarial. Es el trabajo en equipo de todos los colaboradores de una empresa desde los gerentes hasta los subordinados de la parte inferior del organigrama, los cuales persiguen un objetivo en común y se establecen las metas, actividades y estrategias a seguir para alcanzarlos, teniendo en cuenta a los clientes, la sociedad y el medio ambiente (Delfin, 2016)

Indicador 1: Productividad. Nemur (2016), refiere que puede definirse como la capacidad de crear, generar y/ mejorar algún bien o servicio, se da a través de la eficiencia y eficacia con la que se realizan las cosas y expresa la relación entre las materias primas utilizadas en producción y lo obtenido para salidas.

Indicador 2: Competitividad. Porter (como se citó en Navas, 2013) define la competitividad de las empresas como la capacidad que poseen las empresas ya sean lucrativas o no, privadas o públicas, para generar y mantener una ventaja comparativa la cual le permita mejorar sus posición y participación en la industria o sector en el que se desenvuelve.

Indicador 3: Sostenibilidad. Elkingron (como se citó en Gardetti, 2018) expresa que la sostenibilidad es un compromiso que se forma la empresa en base a tres factores, siendo estos: social medioambiental y económico. La empresa busca generar beneficios para las actuales y futuras generaciones de los accionistas creando estrategias social y medioambientalmente responsables.

Dimensión 2: Innovación. En un mundo tan cambiante, las empresas tienden a cambiar también para adaptarse a él, para ello, el innovar es una de las principales acciones a realizar. Delfin (2016) manifiesta que se habla de innovación cuando por primera vez en la empresa se introduce un cambio o novedad el cual permita mejorar la calidad del servicio o producto que oferta.

Indicador 1: Servicio Según Solano (2017) son las prestaciones que esperan los clientes además del producto o servicio básico, a través del servicio se busca desarrollar una relación con el cliente, buscando la fidelización de este.

Indicador 2: Materiales y equipo. Son aquellos elementos empleados en la producción de un bien y/o prestación de un servicio. Donde los equipos son aquellos que no necesitan ser reemplazables frecuentemente mientras los materiales sí (Fernández, 2016).

Indicador 3: Procesos. Según Pérez (2010) es una secuencia de actividades relacionadas que se siguen para dar valor a un producto o servicio. Mediante se convierten las entradas (materia prima) en salidas (productos terminados).

Dimensión 3: Cultura organizacional. Son un conjunto de significados que comparten los colaboradores y son los mismos que las distinguen de otras organizaciones. La cultura se forma en valores, creencias y entendimientos que tienen en común (Delfin, 2016).

Indicador 1: Orientación hacia las personas. Es el direccionamiento que se les brinda a los nuevos colaboradores que ingresan a una organización, en el cual se le determina el puesto a cubrir y las funciones a realizar (Solano, 2017).

Indicador 2: Orientación hacia el equipo. Según Alles (2014) consiste en la dirección y motivación que se le brinda al equipo de colaboradores para lograr las metas propuestas.

Indicador 3: Toma de riesgos. Ramsey (2019), sostiene que consiste en atreverse a tomar decisiones o realizar algo a lo que previamente se ha identificado ciertas complicaciones y aun así optar por llevarlas a cabo.

2.2.2. Operacionalización

Matriz de operacionalización (**véase en anexo 1**)

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La investigación en curso tiene como población de estudio a los colaboradores de Leading Group S.A.C., los cuales hacen un total de 50 trabajadores. Definiendo lo que es una población en una investigación científica, Valderrama (2013), sostiene que es un conjunto ya sea finito o infinito de seres o cosas que poseen características que pueden someterse a observación y estudios.

2.3.2. Muestra: Población censal

La muestra de estudio en esta investigación consta de 50 elementos (colaboradores) que es igual a la población debido a la cantidad existente, por lo que es una muestra censal, las características que poseen es que son de ambos sexos y sus edades fluctúan entre 18 y 55 años, Para Icart, Fuentelsaz y Pulpón (2006) es un subconjunto de la población, es el grupo de elementos a estudiar, la cual debe ser representativa.

2.3.3. Criterios de selección

Se consideraron los siguientes aspectos:

Criterios de inclusión: Hombres y mujeres mayores de edad que laboran en Leading Group S.A.C.

Criterios de exclusión: Hombres y mujeres menores de edad, personas externas a la empresa que no laboran en esta, clientes de Leading Group S.A.C.

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

2.4.1. Técnicas de recolección de datos: Encuesta

La técnica utilizada es la encuesta. La misma que estuvo dirigida a los colaboradores de la empresa antes mencionada. Al respecto, Alvira (2011) sostiene que: “es una técnica la

cual permite recoger información que brinde la población que está siendo objeto de estudio, mediante un cuestionario estructurado (p.6).

2.4.2. Instrumento de Recolección de datos: Cuestionario

El instrumento empleado en este proyecto de investigación fue el cuestionario, el cual constó de 18 ítems. Según Huamanchumo y Rodríguez (2015), el cuestionario es un instrumento que está elaborado y/o conformado en base a un conjunto de preguntas y sirve para recolectar datos de investigación en curso.

2.4.3. Validez del instrumento

El instrumento de la presente investigación ha sido evaluado y aprobado por un conjunto de expertos en la materia, los que se detallarán a continuación en la Tabla 1.

Tabla N° 1.

Validación de expertos

N°	Experto	Grado	Resultados
Experto 1	Alva Arce Rosel Cesar	Doctor	Aplicable
Experto 2	Cárdenas Saavedra Abraham	Doctor	Aplicable
Experto 3	Carranza Estela Teodoro	Doctor	Aplicable

2.4.4. Confiabilidad

Se dice que un instrumento es confiable cuando este mide al medir un sujeto u objeto por dos a más veces se obtiene el mismo resultado, para esta medición se hace empleo de fórmulas y/o programas que permitan obtener un coeficiente de confiabilidad el cual oscila entre cero y uno, donde más cerca este del uno indica mayor confiabilidad (Silva y Brain, 2006). La confiabilidad se obtuvo a través del Cronbach, luego de realizar una encuesta piloto a 15 sujetos con las mismas características de nuestra población de estudio. Se utilizó la siguiente escala para evaluar los resultados obtenidos,

Tabla N° 2.
Confiabilidad

Rango	Magnitud
0.01 - 0.20	Muy baja
0.21 - 0.40	Baja
0.41 - 0.60	Moderada
0.61 - 0.80	Alta
0.81 - 1.00	Muy alta

Fuente: Ruíz, C., 2013

Tabla N° 3.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluído ^a	0	,0
	Total	15	100,0

Fuente: IBM SSPS24

Tabla N° 4.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,794	18

Fuente: IBM SSPS

Empleando el método del coeficiente Alfa de Cronbach, para analizar 18 ítems se obtuvo un índice de confiabilidad de 0,794, de acuerdo a Ruiz, y la tabla que propone, la prueba tiene alta confiabilidad, lo que nos indica que puede ser aplicada a la población de estudio.

2.5. Procedimiento

Primero, se elaboró el cuestionario (instrumento) para la encuesta.

Segundo, se solicitó la autorización del contexto de estudio y a su vez se coordinó el día en que sería aplicado dicho instrumento.

Tercero, se efectuó la encuesta.

2.6. Métodos de análisis de datos

2.6.1. Análisis descriptivo

Según Hernández, et al (2010): El investigador busca describir sus datos y posterior a ello ejecutar análisis estadísticos para relacionar las variables. Aplica cálculos estadísticos para comprobar o refutar sus hipótesis.

2.6.2. Análisis inferencial

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010): “es la estadística que se emplea para probar hipótesis poblacionales y estimar parámetros.

2.7. Aspectos Éticos

En esta investigación, el investigador se ha comprometido a respetar el anonimato de los encuestados, del mismo modo, a difundir resultados veraces obtenidos a lo largo de la investigación sin manipular la información recibida para el beneficio propio, puesto que lo que se busca proyectar resultados reales de la problemática estudiada, Este trabajo se desarrolló con transparencia en busca de contribuir con la mejora y/o solución del problema.

III. RESULTADOS

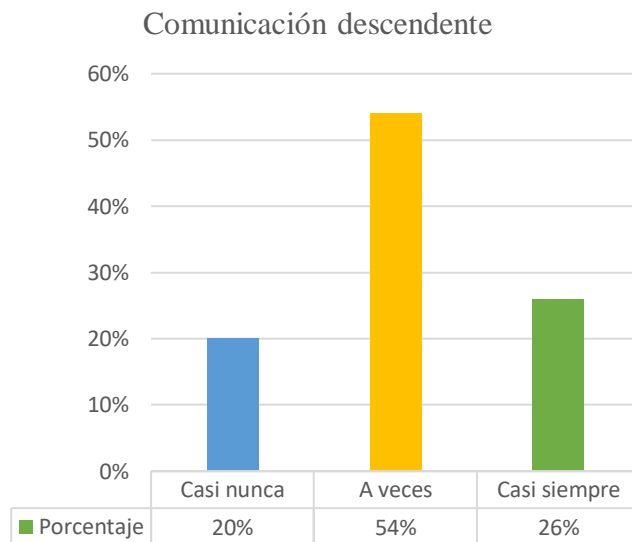
3.1. Análisis descriptivo

Variable: Comunicación organizacional

3.1.1. Dimensión. Comunicación descendente

Figura 1.

Dimensión Comunicación descendente

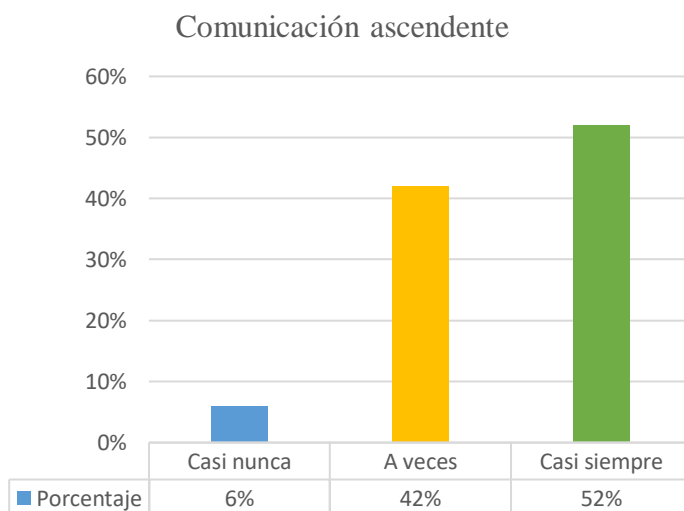


Interpretación: Analizando los resultados obtenidos con respecto al nivel de comunicación descendente, se observa que el 54% percibe que a veces la comunicación es de este nivel, el 26% manifiesta que casi siempre lo es y un 20% refiere que casi nunca existe este nivel de comunicación.

3.1.2. Dimensión: Comunicación ascendente

Figura 2.

Dimensión Comunicación ascendente



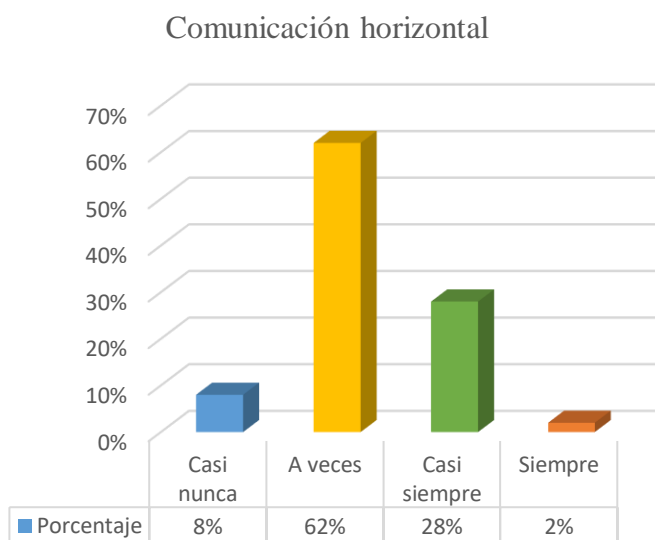
Interpretación: Los resultados al procesar las encuestas acerca de la comunicación ascendente refieren: un 52% considera que casi siempre la comunicación fluye de manera ascendente en la empresa, un 42% expresa que a veces existe una comunicación a este nivel y un

6% manifiesta que nunca se comunican de esta forma.

3.1.3. Dimensión: Comunicación horizontal

Figura 3.

Dimensión Comunicación horizontal



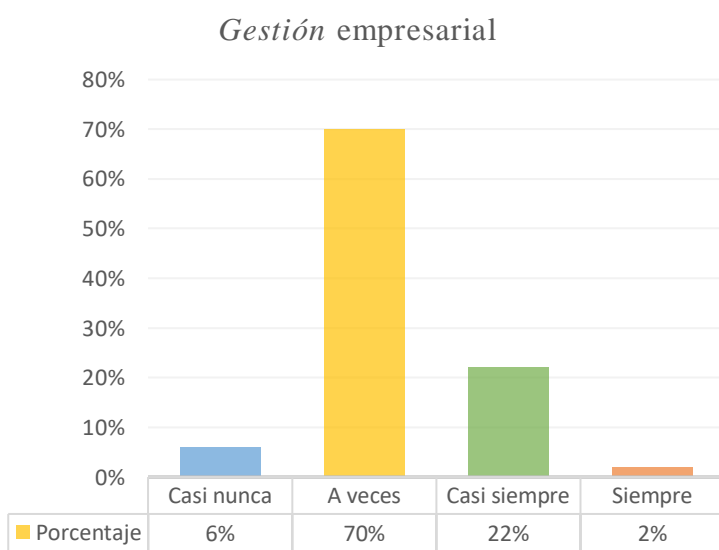
Interpretación: Respecto a la existencia de un nivel de comunicación horizontal se obtuvo como resultados: un 62% refiere que a veces lo hay, un 28% dice que casi siempre lo hay, un 8% expresa que casi nunca hay este nivel, mientras que un 2% considera que siempre la comunicación es de este nivel.

Variable: Desarrollo empresarial

3.1.4. Dimensión: Gestión empresarial

Figura 4.

Dimensión Gestión empresarial



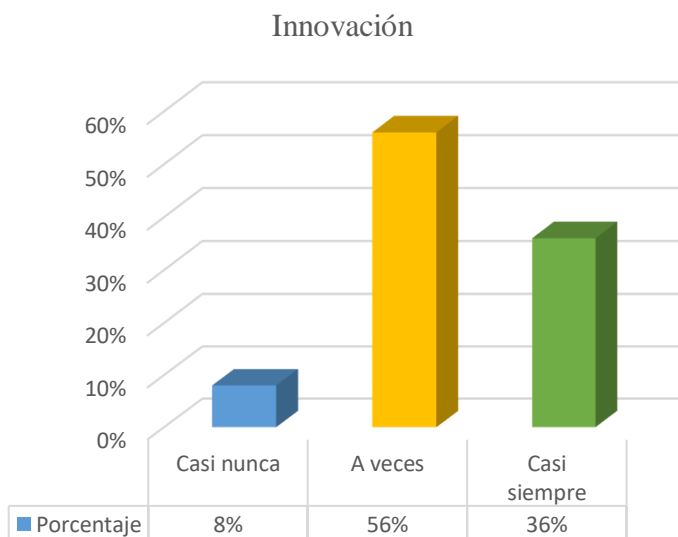
Interpretación: Los encuestados en un 70% consideraron que a veces la gestión empresarial contribuye al desarrollo, un 22% expresan que casi siempre lo hace, mientras que un 6% considera que casi nunca se debe a esto y un 2% refiere que siempre el

desarrollo empresarial se debe a la gestión que se realice.

3.1.5. Dimensión: Innovación

Figura 5.

Dimensión Innovación



Interpretación: Con respecto a la innovación como factor de desarrollo empresarial en Leading Group SAC los resultados expresan: 56% consideran que lo es, 36% opinan casi siempre y un 8% piensan que casi nunca lo es.

3.1.6. Dimensión: Cultura organizacional

Figura 6.

Dimensión Cultura organizacional



Interpretación: Los resultados obtenidos con respecto a la existencia de una cultura organizacional adecuada expresan: 60% considera que a veces la hay, 28% dice que casi siempre la hay y un 12% manifiesta que casi nunca la hay.

3.2. Análisis inferencial

Prueba de normalidad

Para determinar la prueba de normalidad y análisis de los datos en las pruebas de hipótesis, mediante el contraste de normalidad de Shapiro-Wilk, debido a que los datos evaluados son 50:

Si $N < 50$, entonces se usa la normalidad de Shapiro-Wilk

Si $N > 50$, entonces se usa la normalidad de Kolmogorov

H₀: Los datos tienen distribución normal (datos paramétricos, Pearson).

H₁: Los datos no tienen distribución normal (datos no paramétricos, Spearman)

Regla de decisión

Si el valor de Sig. $< 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H₀)

Si el valor de Sig. $> 0,05$, se acepta la hipótesis nula (H₀)

Tabla N° 5.

Pruebas de normalidad de Shapiro-Wilk

	Estadístico	Gf	Sig.
V1_Comunicación_organizacional	,957	50	,035
V2_Desarrollo_empresarial	,981	50	,048

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS 24.

Interpretación:

El contraste de normalidad de Shapiro-Wilk determina que las variables comunicación organizacional y desarrollo empresarial tienen un nivel de significancia menor a 0.5, es decir ($< 0,05$) por lo tanto, se rechaza H₀ (hipótesis nula) y se acepta la H₁ (hipótesis alterna), entonces se establece que los datos no tienen distribución normal (datos no paramétricos),

Dado los resultados obtenidos, se realizará la prueba de hipótesis mediante el coeficiente de correlación de Spearman.

3.2.1. Prueba de hipótesis general

Tabla N° 6.

Parámetro de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014).

Regla de decisión

Si el valor de $\alpha < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna.

Si el valor de $\alpha > 0,05$, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alterna.

H: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

H_0 : No Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

H_1 : Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

Tabla N° 7.

Prueba de hipótesis general

		Comunicación organizacional	Desarrollo empresarial
<i>Rho de Spearman</i>	<i>Comunicación organizacional</i>	1,000	,604**
		.	,000
	<i>Sig. (bilateral)</i>	50	50
	<i>N</i>		
<i>Spearman</i>	<i>Desarrollo Empresarial</i>	,604**	1,000
		,000	.
	<i>Sig. (bilateral)</i>	50	50
	<i>N</i>		

***. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).*

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,604, asumiendo una correlación positiva considerable como se observa en la tabla 12, mientras que el nivel de significancia bilateral (sig.=000) es menor que el p valor (0.05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Por lo tanto, queda demostrada la hipótesis general concluyendo que existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

3.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

H: Existe relación significativa entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

H_0 : No Existe relación significativa entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

H_1 : Existe relación significativa entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

Tabla N° 8.

Prueba de hipótesis específica 1

			Desarrollo empresarial	Comunicación descendente
<i>Rho de</i>	<i>Desarrollo empresarial</i>	<i>Coeficiente de correlación</i>	1,000	,400**
		<i>Sig. (bilateral)</i>	.	,004
		<i>N</i>	50	50
<i>Spearman</i>	<i>Comunicación descendente</i>	<i>Coeficiente de correlación</i>	,400**	1,000
		<i>Sig. (bilateral)</i>	,004	.
		<i>N</i>	50	50

***. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).*

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,400, asumiendo una relación positiva media como se observa en la tabla 12, mientras que el nivel de significancia bilateral (sig.=004) es menor que el p valor (0.05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Esto demuestra que existe relación significativa entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

3.2.3. Prueba de hipótesis específica 2

H: Existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

H_0 : No Existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

H_1 : Existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

Tabla N° 9.

Prueba de hipótesis específica 2

			Desarrollo empresarial	Comunicación ascendente
<i>Rho de</i>	<i>Desarrollo</i>	<i>Coefficiente de correlación</i>	1,000	,600**
	<i>empresarial</i>	<i>Sig. (bilateral)</i>	.	,000
		<i>N</i>	50	50
<i>Spearman</i>	<i>Comunicación</i>	<i>Coefficiente de correlación</i>	,600**	1,000
	<i>ascendente</i>	<i>Sig. (bilateral)</i>	,000	.
		<i>N</i>	50	50

***. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).*

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,600, asumiendo una relación positiva considerable como se observa en la tabla 12, mientras que el nivel de significancia bilateral (sig.=000) es menor que el p valor (0.05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Esto demuestra que existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

3.2.4. Prueba de hipótesis específica 3

H: Existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

H_0 : No Existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

H_1 : Existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

Tabla N° 10.

Prueba de hipótesis específica 3

			Desarrollo empresarial	Comunicación horizontal
<i>Rho de Spearman</i>	<i>Desarrollo empresarial</i>	<i>Coefficiente de correlación</i>	1,000	,638**
		<i>Sig. (bilateral)</i>	.	,000
		<i>N</i>	50	50
	<i>Comunicación horizontal</i>	<i>Coefficiente de correlación</i>	,638**	1,000
		<i>Sig. (bilateral)</i>	,000	.
		<i>N</i>	50	50

***. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).*

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,638, asumiendo una relación positiva considerable como se observa en la tabla 12, mientras que el nivel de significancia bilateral (sig.=000) es menor que el p valor (0.05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Esto demuestra que existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.

IV. DISCUSIÓN

4.1. Discusión por objetivos

4.1.1. Se tuvo como objetivo general determinar la relación entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019. Mediante la prueba de hipótesis con Rho de Spearman se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.5, es decir “ $0.000 < 0.5$ ” por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además, los resultados afirman una correlación positiva considerable de 0,604 entre las variables, lo que nos indica que existe relación entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, por ende, el objetivo general queda demostrado. Dichos resultados tienen coherencia con la teoría humanística de la administración, planteada por Elton Mayo, la cual se enfoca en el capital humano como factor de desarrollo empresarial. Asimismo, también tiene coherencia con los resultados de las investigaciones siguientes:

Sadia, A., MohdSalleh, B., Abdul, Z. y Sanif, S. (2016), artículo científico en el que estableció, que actualmente la comunicación efectiva dentro de la organización es una herramienta clave para lograr la productividad deseada por la organización, dado que a través de esta se trabaja en equipo, se motiva y orienta.

Bermúdez (2016), en la tesis realizada en España para optar por el grado de doctor. Arribo a la conclusión, que si se quiere mejorar la comunicación los jefes deberían ser líderes, los cuales hagan participes a los trabajadores para que de este modo se sientan más comprometidos con el desarrollo de la organización.

La hipótesis general de la investigación ha sido: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019. De acuerdo a la prueba de hipótesis, el resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,604 y a su vez, el nivel de significancia bilateral (sig.=000) es menor que el p valor (0.05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 12 de correlación se concluye que la comunicación organizacional tiene una relación positiva considerable con desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C.

4.1.2. El objetivo específico 1 fue determinar la relación de la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.AC, San Miguel, 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (0,400) determinan que existe relación positiva media entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial. Dichos resultados tienen coherencia con los obtenidos en las investigaciones siguientes:

Seitan, R. (2017), artículo científico en el que refiere, que al ser actualmente la comunicación organizacional uno de los principales desafíos se requiere que esta sea a un nivel accesible y fácil de lograr, de modo de hacer más eficientes los procesos a realizar para el cumplimiento de metas y alcance de objetivos, donde los superiores deben de involucrarse más y no solo dedicarse a impartir órdenes.

Fernández (2016) refiere acerca de la comunicación descendente que es un nivel de cierto modo, autoritario y poco accesible, con el que gran porcentaje de los colaboradores no suelen sentirse a gusto, debido a la falta de involucramiento para con ellos en temas importantes como ciertas decisiones.

Se coincide con los autores antes señalados, con respecto a que hoy en día la comunicación es un factor clave para alcanzar el desarrollo empresarial, por lo que se debe crear climas laborales óptimos y agradables en el que prime el respeto, la comunicación a todo nivel y el trabajo en equipo.

La hipótesis específica 1 de la investigación ha sido: Existe relación significativa entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel, 2019. De acuerdo a la prueba de hipótesis, el resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,400 y a su vez, el nivel de significancia bilateral ($\alpha=0,05$) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 12 de correlación se concluye que la comunicación descendente tiene una relación positiva media con el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel, 2019.

4.1.3. El objetivo específico 2 fue: determinar la relación de la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.AC, San Miguel, 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (0,600) determinan que existe relación positiva media entre la

comunicación ascendente y el desarrollo empresarial. Dichos resultados tienen coherencia con los obtenidos en las investigaciones siguientes:

Bouzon, A. y De Oliveira, I. (2015), artículo científico en el que se plasmó un estudio acerca de la comunicación organizacional en empresas de países como Francia y Brasil, donde los resultados obtenidos fueron favorables debido a que estas empresas manifestaban tener un buen nivel de comunicación desde los niveles bajos y medios hasta las altas gerencias.

Vásquez y Guerra (2015), para optar por el grado de magister, expresa que se identificó un buen nivel de comunicación, manifestando que esto se debía a que todos se retroalimentaban y trabajan en conjunto con otras áreas con las que la comunicación fluía adecuadamente, nivel de comunicación que fluctúa entre ascendente u horizontal.

La hipótesis específica 2 de la investigación ha sido: Existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel, 2019. De acuerdo a la prueba de hipótesis, el resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,600 y a su vez, el nivel de significancia bilateral ($\text{sig.}=000$) es menor que el p valor (0.05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 12 de correlación se concluye que la comunicación ascendente tiene una relación positiva considerable con el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel, 2019.

4.1.4. El objetivo específico 3 fue: determinar la relación de la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.AC, San Miguel, 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (0,638) determinan que existe relación positiva considerable entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial.

Dichos resultados se contrastan con las siguientes investigaciones las cuales tienen coherencia:

Fontalvo, T., Quejada, R. y Puello, J. (2017, en su artículo científico analizaron la relación entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial, finalmente manifestaron que a través de la comunicación se desarrollan todos los procesos habidos y por haber en la gestión empresarial, por lo que todas las áreas deben interactuar con una comunicación sumamente efectiva.

Flores, A. (2016) en su investigación realizada en Colombia, aterriza que la comunicación ha cobrado una gran importancia en los últimos años que muchas empresas colombianas están optando por mejorarla como el caso de esta empresa en estudio, en la que se identificó un buen nivel de comunicación sobresaliendo una comunicación de nivel horizontal.

La hipótesis específica 3 de la investigación ha sido: Existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel, 2019. De acuerdo a la prueba de hipótesis, el resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,638 y a su vez, el nivel de significancia bilateral (sig.=000) es menor que el p valor (0.05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 12 de correlación se concluye que la comunicación horizontal tiene una relación positiva considerable con el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel, 2019.

4.2. Discusión por metodología

La investigación ha sido de tipo aplicada, de nivel descriptiva correlacional, no experimental con corte transversal y de método hipotético deductivo, misma metodología que ha sido empleada por Núñez (2017) en la tesis *Factores que limitan el Crecimiento Empresarial de las Mypes textiles del C.C Don Carlos, Trujillo*, en la que obtuvo como resultados que la carencia de un buen nivel de comunicación ha venido siendo un factor limitante para el desarrollo empresarial de este C.C; la información obtenida resulta ser confiable puesto que se presentó la validez y confiabilidad de los resultados, la cual junto con esta investigación en la que se obtienen resultados similares coadyuvaran a futuras investigaciones en este importante tema.

V. CONCLUSIONES

Primera

Se determinó que la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial se relacionan positivamente ($Rho=0.604$); porque a través de la comunicación se transmiten las acciones a realizar para alcanzar el desarrollo de la empresa.

Segunda

Se determinó que existe relación positiva media ($Rho=0,400$) entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial; debido a que los trabajadores consideran que en ocasiones ha existido este nivel y no se han sentido a gusto con él, por lo que estiman que no sea del todo conveniente este nivel de comunicación en una empresa que está buscando su constante desarrollo.

Tercera

Se determinó que existe una relación positiva considerable ($Rho=0,600$) entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial, los trabajadores manifestaron que con un nivel de comunicación se siente más motivados para trabajar ya que se les permite participar, se les escucha y les hacen sentir importantes para la empresa.

Cuarta

Se determinó que existe una relación positiva considerable ($Rho=0,638$) entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial, los encuestados consideraron que en este nivel de comunicación han obtenido un mayor índice de productividad y en ende crecimiento empresarial, puesto que motivo la integración entre áreas y el trabajo en equipo.

VI. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda que Leading Group S.A.C. continúe trabajando en mejorar su comunicación organizacional interna, como se ha demostrado esta importante herramienta está relacionada con el desarrollo empresarial que toda empresa persigue alcanzar y contribuye a lograrlo.

Segunda

Si bien es cierto, a algunas empresas les ha funcionado el tener una comunicación descendente (jerárquica), no es el caso con esta empresa, por lo que se recomienda evitar este nivel de comunicación puesto que en el breve tiempo que existió su desarrollo se vio estancado y creó hostilidad entre los colaboradores.

Tercera

En cuanto a la comunicación ascendente, se recomienda que el administrador se haga más amigos de sus colaboradores, que se les motive directamente y se les permita su participación constante, así mismo, se les comunique de forma clara los objetivos a alcanzar y todos ir en una sola dirección. Se recomendaría implementar herramientas como comidas productivas en las que se compartan diferentes puntos de vista sin que el cargo sea una limitación a la comunicación.

Cuarta

En cuanto a la comunicación ascendente, según los resultados los trabajadores han identificado sentirse más a gusto con este nivel, por lo que se recomienda se siga fomentado este nivel a través de un mejor trabajo en equipo, una adecuada retroalimentación y una oportuna resolución de conflictos internos. Herramientas como un tablón de anuncios, un buzón de sugerencias y/o un grupo de whatsapp contribuirían demasiado a generar una comunicación mucho más fluida.

REFERENCIAS

- Acevedo, H. (2016). *Desarrollo empresarial en Colombia*. (Tesis de maestría, Universidad EAFIT. Recuperado de: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11497/Hector_AcevedoBedoya_2016.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Alles, M. (2011). *Diccionario de preguntas: La Trilogía*. Buenos Aires, Argentina: Granica
- Barbaran, N., Arteaga, P., Caballero, A., Rodriguez, W. y Neciosup, E. (2018). *Limitaciones que impiden el desarrollo empresarial de Mypes: distritos de Coishco Chimbote, Nuevo Chimbote y Santa – 2017*. (Tesis de licenciatura, Universidad San Pedro). Recuperado de: <http://repositoriousanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/57/PI1710171.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barrientos, J. (2014). *Resolución de conflictos desde la filosofía aplicada y desde la mediación*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=DovhHEPpF-sC&printsec=frontcover&dq=resolucion+de+conflictos&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiG0LXQvDiAhXUpJ4KHVqyAD04ChDoAQgnMAA#v=onepage&q=resolucion%20de%20conflictos&f=false>
- Barrio, A. (2016). *Autonomía privada*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=yLxUDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+la+autonomia&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiuyYq17fDiAhXLU54KHeg6CckQ6AEILTAB#v=onepage&q&f=false>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación 3era edición*. Bogotá, Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda
- Bouzon, A. y De Oliveira, I. (2015). Scientific journals on Organizational Communication and their epistemological markings. *Intercom –RBCC*, 38(1), 129-149. Recuperado de: http://www.scielo.br/pdf/interc/v38n1/en_1809-5844-interc-38-01-0129.pdf
- Campos, V. (2018). *Desarrollo empresarial*. Wolters Kluwer. Recuperado de: http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjIyMTtbLUouLM_DzbsMz01LySVABwBEKMDIAAAAAA==KE
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación*. Madrid, España: Diaz de Santos
- Charry, H. (2018). The management of internal communication and the organizational climate in the sector public. *COMUNIC@CIÓN*, 9(1). Recuperado de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- De Castro. A. (2014). *Comunicación organizacional: Técnicas y estrategias*. Bogotá: ECOE Ediciones
- Delfin, F. (2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial*. Recuperado de:

- <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>
- Delfin, F. y Acosta, M. (2016). Analysis and relevance in business development. *Pensamiento & Gestión*, 40(1), 198-201. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>
- Díaz, P. (2006). *Metodología de la investigación científica y bioestadística*. Santiago: RIL editores.
- Echevarría, D. y Córdova, L. (2014). *Comunicación organizacional y gestión Administrativa en una organización cristiana*. Recuperado de: <file:///C:/Users/doc-cienciasemp13/Downloads/840-1092-1-PB.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Interamericana Editores S.A.
- Icart, M., Fuentelsaz, C. y Pulpón, A. (2006). *Elaboración de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona, España: Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona
- Fernández, F. (2016). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=EAQKDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicacion+descendente&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjXo8CBmeTiAhVYGrkGHXvYAK4Q6AEILDAB#v=onepage&q&f=false>
- Flórez, A. (2016). *La comunicación organizacional interna: Una estrategia para adaptar representaciones sociales en la organización*. Recuperado de: <http://revista.sumumanizales.edu.co/ojs/index.php/filodepalabra/article/view/1443/1518>
- Fontalvo, T., Quejada, R. y Puello, J. (2017). Organizational communication as a catalyst for continuous improvement in management systems. *Encuentros*, 2(1), 152-157. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4050131.pdf>
- Franco, A. (2014). *Planificación estratégica y desarrollo empresarial para el restaurante Término medio*. (Tesis de maestría, Universidad Regional Autónoma de los Andes). Recuperado de: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/3194/1/TUAMGC001-2014.pdf>
- Gómez, B. y Benito, C. (2014). Presente de la comunicación organizacional en la pyme española. *Razón y palabra*, 86(1), 17-19. Recuperado de: <redalyc.org/pdf/1995/199530728023.pdf>
- Gonzales, J. (2014). Approaches to business development concept. *Aglala*, 5(1), 86-103. Doi: 10.22519/22157360.894
- López, M. y Saboya, N. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el nivel de*

clima organizacional en la Municipalidad de Chaclacayo. Revista de Investigación Universitaria, 2016, Vol. 5 (1): 44-51. Recuperado de: <https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/riu/article/view/730/700>

Luna, A. (2015). *Proceso Administrativo*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=7c9UCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=direccion+en+administración&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiAoI395-TiAhUNHbkGHXbYCzcQ6AEINDAC#v=onepage&q&f=false>

Musitu, G., Herrero, J. Cantera, L. y Montenegro, M. (2004). *Introducción a la psicología comunitaria*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?Codigo=473651>

Montoya Ortega, Manuel (2014). Análisis del aporte al desarrollo empresarial regional del clúster automotriz de Nuevo León México. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, X (19). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4096/409638644002>

Quindemil, E. y Rumbaut, F. (2014). The information and communication in organizational management: challenges from the university context. *Bibliotecas Anales de investigación*. 10 (1). 54-67. Recuperado de: <http://revistas.bnjm.cu/index.php/anales/article/view/4413/4128>

Ramos, M. (2017). La comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte, Lima. 2016. (Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo). Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6906/Ramos.CMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodriguez, J., Rodriguez, R. y Vico, N. (2018). Smart Feedback. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=dLRFDwAAQBAJ&pg=PT7&dq=feedback&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiNg6evgfHiAhVUqp4KHU3KA_AQ6AEIPTAD#v=onepage&q=feedback&f=false

Royo, G. (2014). *El crecimiento y desarrollo de una empresa*. Capitalibre. Recuperado de: <https://capitalibre.com/2014/04/crecimiento-desarrollo-empresa>

Sadia, A., MohdSalleh, B., Abdul, Z. y Sanif, S. (2016). The Relationship between Organizational Communication and Employees Productivity with New Dimensions of Effective Communication Flow. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 2(2), 97. Recuperado de: <http://publishing.globalcsrc.org/ojs/index.php/jbsee/article/view/35/355>

Santos, L. (2013). *Diseño de una metodología integrada de desarrollo empresarial caso Andec*. (Tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana). Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5408>

Seitan, R. (2017). "Organizational Discourses - A Literature Review". *Acta Universitatis Danubius Communicatio*, 11(2), 130-131. Recuperado de: <http://journals.univ-danubius.ro/index.php/communicatio/article/viewFile/4557/4313>

- Silva, H. (2018). *La comunicación organizacional interna y el compromiso Organizacional en el personal administrativo de una Universidad pública 2017*. (Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo). Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15898/Silva_AHF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Smaliukine, R. y Survilas, A. (2018). Relationship between organizational communication and creativity: how it advances in rigid structures?. *Creativity Studies*, 11(1), 230-243. <https://doi.org/10.3846/cs.2018.4004>
- Solano, S. (2017). *Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Gerencia Territorial Huallaga Central - Juanjuí, año 2017*. (Tesis de maestría, Universidad César Vallejo. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/1725>
- Toro, I. y Parra, R. (2006). *Método y conocimiento: Metodología de la investigación*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad EAFIT
- Valderrama, L. (2013): Jóvenes, Ciudadanía y Tecnologías de Información y Comunicación. El movimiento estudiantil chileno. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 11 (1), 123-135. DOI:10.11600/1692 715x. 1117010812
- Vásquez, S. y Guerra, M. (2015). *Diagnóstico de la comunicación organizacional en la Red Financiera Rural*. (Tesis de maestría, Instituto Superior de Investigación y Posgrados – Quito). Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5621/1/UCE-0009-459.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	NIVELES	ESCALA DE MEDICION
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	De Castro (2014), refiere que la comunicación organizacional es una herramienta establecida por las empresas, la cual sirve como canal para comunicar las normas y cultura de estas, esta se da mediante tres niveles: descendente, ascendente y horizontal. (p. 89).	La variable 1 (Comunicación Organizacional) se midió mediante las dimensiones de Comunicación Descendente, Comunicación Ascendente y Comunicación Horizontal, donde se elaboró un cuestionario de 9 ítems.	COMUNICACIÓN DESCENDENTE	Jerarquía	1	(1) NUNCA (2) CASI NUNCA (3) A VECES (4) CASI SIEMPRE (5) SIEMPRE	Ordinal
				Autonomía	2		
				Dirección	3		
			COMUNICACIÓN ASCENDENTE	Participación	4		
				Motivación	5		
				Orientación a resultados	6		
			COMUNICACIÓN HORIZONTAL	Trabajo en equipo	7		
				Retroalimentación	8		
				Resolución de Problemas	9		
DESARROLLO EMPRESARIAL	Campos (2018), define el desarrollo empresarial como el progreso que experimenta la empresa como una consecuencia de su evolución a lo largo del tiempo, desarrollo que logra mediante una adecuada gestión empresarial, innovación y la cultura organizacional que exista. (p.87).	La variable 2 (Desarrollo Empresarial) se medirá mediante las dimensiones de Gestión Empresarial, Innovación y Cultura Organizacional; además, se elaborará una encuesta de 9 ítems.	GESTIÓN EMPRESARIAL	Proactividad	10	(1) NUNCA (2) CASI NUNCA (3) A VECES (4) CASI SIEMPRE (5) SIEMPRE	Ordinal
				Competividad	11		
				Sostenibilidad	12		
			INNOVACIÓN	Servicio	13		
				Materiales y equipos	14		
			CULTURA ORGANIZACIONAL	Procesos	15		
				Orientación hacia las personas	16		
				Orientación hacia el equipo	17		
			Toma de riesgos	18			

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA
Comunicación organizacional y desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar la relación entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019</p>	<p>Variable 1</p> <p>Comunicación organizacional</p> <p>La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja.</p>	<p>D1. Comunicación descendente</p> <p>D2. Comunicación ascendente</p> <p>D3. Comunicación horizontal</p> <p>-</p>	<p>1.1. Jerarquía 1.2. Autonomía 1.3. Dirección</p> <p>2.1. Participación 2.2. Motivación 2.3. Orientación a resultados</p> <p>3.1. Trabajo en equipo 3.2. Retroalimentación 3.3. Resolución de problemas</p>	<p>Nivel de Investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descriptivo – Correlacional <p>Tipo de Investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicada <p>Diseño metodológico</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental – corte transversal
<p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019?</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar la relación entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019</p> <p>Determinar la relación entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019</p> <p>Determinar la relación entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.</p>	<p>Hipótesis específicas:</p> <p>Existe relación significativa entre la comunicación descendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019</p> <p>Existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019</p> <p>Existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.</p>	<p>Variable 2</p> <p>Desarrollo empresarial</p> <p>Proceso de mejora de una compañía que la impulsa a alcanzar determinadas cuotas de éxito.</p>	<p>D1. Gestión empresarial</p> <p>D2. Innovación</p> <p>D3. Cultura organizacional</p>	<p>1.1. Productividad 1.2. Competitividad 1.3. Sostenibilidad</p> <p>2.1. Servicio 2.2. Materiales y equipos 2.3. Procesos</p> <p>3.1. Orientación hacia las personas 3.2. Orientación al equipo 3.3. Toma de riesgos</p>	<p>Población:</p> <p>La población de estudio está conformada por 50 trabajadores de Leading Group S.A.C, San Miguel 2019.</p> <p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario

ANEXO 3: CONSENTIMIENTO INFORMADO



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Lima, 29 de setiembre del 2019

Señor(es):

Universidad César Vallejo Sede-Lima Norte

De mi mayor consideración

Leading Group S.A.C., con RUC 20548401870 autoriza a: Meryda Guerrero Barreto, identificada con DNI 72389216, estudiante de la facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Administración, para que inicie las investigaciones pertinentes para desarrollar la tesis titulada: Comunicación organizacional y desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C, San Miguel 2019,

Por medio de la presente, se deja constancia de lo antes señalado.

Atentamente,

CAROLINA RAMOS BURGOS
JEFE DE ADMINISTRACIÓN
LEADING GROUP SAC

Telf.: 733-7974
RPC: 986601720
997534556
962334804
contacto@leadinggroupsac.com
www.leadinggroupsac.com

Tu Tranquilidad...

ANEXO 4: ENCUESTA

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN LEADING GROUP S.A.C., SAN MIGUEL, 2019”

OBJETIVO: Determinar la relación entre la comunicación organizacional y desarrollo empresarial en Leading Group S.A.C., San Miguel, 2019

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

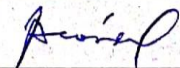
NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
N	CN	AV	CS	S

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		N	CN	AV	CS	S
1	Considera Ud. que el gerente solo se comunica con los supervisores de áreas					
2	El gerente toma las decisiones sin previa comunicación y coordinación con las otras áreas de la empresa					
3	El gerente planea y dirige actividades específicas a realizar dentro de las áreas ajenas a las que la misma área se plantea					
4	Los jefes permiten la participación activa de sus colaboradores, tomando en cuenta sus sugerencias aportadas					
5	Los jefes los motivan a expresar sus puntos de vista ante determinada situación escuchando activamente los mismos					
6	Considera Ud. que sus jefes comunican de forma adecuada los objetivos a alcanzar y las estrategias a emplear					
7	Sus jefes promueven de forma directa el trabajo en equipo entre todos los colaboradores					
8	Su empresa promueve y permite el intercambio de información entre áreas					
9	Cree Ud. que los miembros de la empresa cuentan con la capacidad de resolver conflictos internos identificados en sus áreas					
10	La empresa promueve el cumplimiento de las metas, motivando la eficiencia en sus colaboradores					
11	La empresa busca mejorar sus servicios y superar a la competencia					
12	La empresa realiza sus actividades bajo estándares de calidad que promuevan el cuidado medioambiental					
13	Considera que la empresa está constantemente instaurando nuevas políticas en las que se proponga una mejora del servicio que brindan					
14	La empresa adquiere materiales y equipos acordes al servicio que ofrecen innovando los ya existentes					
15	Los procesos dentro de la empresa se ven innovados y/o replanteados con la búsqueda de la mejora continua					
16	Enfoca la empresa sus acciones a buscar la integración y participación de sus colaboradores					
17	La empresa busca desarrollar un óptimo clima laboral en su equipo de trabajo					
18	Considera Ud. que la empresa asume nuevos retos para su crecimiento empresarial					


Gracias por su colaboración

ANEXO 5: JUICIO DE EXPERTOS

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN LEADING GROUP S.A.C, SAN MIGUEL, 2019.								
Apellidos y nombres del Investigador: Meryda Guerrero Barreto								
Apellidos y nombres del experto: <u>DR. CÁRDENAS SAAVEDRA ABRAHAM</u>								
ASPECTO POR EVALUAR							OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBS / SUG	
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	COMUNICACIÓN DESCENDENTE	JERARQUIA	Considera Ud. que el gerente solo se comunica con los supervisores de áreas	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca	<input checked="" type="checkbox"/>			
		AUTONOMIA	El gerente toma las decisiones sin previa comunicación y coordinación con las otras áreas de la empresa		<input checked="" type="checkbox"/>			
		DIRECCIÓN	El gerente planea y dirige actividades específicas a realizar dentro de las áreas ajenas a las que la misma área se plantea		<input checked="" type="checkbox"/>			
	COMUNICACIÓN ASCENDENTE	PARTICIPACIÓN	Los jefes permiten la participación activa de sus colaboradores, tomando en cuenta sus sugerencias aportadas		<input checked="" type="checkbox"/>			
		MOTIVACIÓN	Los jefes los motivan a expresar sus puntos de vista ante determinada situación escuchando activamente los mismos		<input checked="" type="checkbox"/>			
		ORIENTACIÓN A RESULTADOS	Considera Ud. que sus jefes comunican de forma adecuada los objetivos a alcanzar y las estrategias a emplear		<input checked="" type="checkbox"/>			
	COMUNICACIÓN HORIZONTAL	TRABAJO EN EQUIPO	Sus jefes promueven de forma directa el trabajo en equipo entre todos los colaboradores		<input checked="" type="checkbox"/>			
		RETROALIMENTACIÓN	Su empresa promueve y permite el intercambio de información entre áreas		<input checked="" type="checkbox"/>			
		RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	Cree Ud. que los miembros de la empresa cuentan con la capacidad de resolver conflictos internos identificados en sus áreas		<input checked="" type="checkbox"/>			
DESARROLLO EMPRESARIAL	GESTIÓN EMPRESARIAL	PROACTIVIDAD	La empresa promueve el cumplimiento de las metas, motivando la eficiencia en sus colaboradores	<input checked="" type="checkbox"/>				
		COMPETITIVIDAD	La empresa busca mejorar sus servicios y superar a la competencia	<input checked="" type="checkbox"/>				
		SOSTENIBILIDAD	La empresa realiza sus actividades bajo estándares de calidad que promuevan el cuidado medioambiental	<input checked="" type="checkbox"/>				
	INNOVACIÓN	SERVICIO	Considera que la empresa está constantemente instaurando nuevas políticas en las que se proponga una mejora del servicio que brindan	<input checked="" type="checkbox"/>				
		MATERIALES Y EQUIPOS	La empresa adquiere materiales y equipos acordes al servicio que ofrecen innovando los ya existentes	<input checked="" type="checkbox"/>				
		PROCESOS	Los procesos dentro de la empresa se ven innovados y/o replanteados con la búsqueda de la mejora continua	<input checked="" type="checkbox"/>				
	CULTURA ORGANIZACIONAL	ORIENTACIÓN HACIA LAS PERSONAS	Enfoca la empresa sus acciones a buscar la integración y participación de sus colaboradores	<input checked="" type="checkbox"/>				
		ORIENTACIÓN HACIA EL EQUIPO	La empresa busca desarrollar un óptimo clima laboral en su equipo de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>				
		TOMA DE RIESGOS	Considera Ud. que la empresa asume nuevos retos para su crecimiento empresarial	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto: 			Fecha: <u>11/06/2019</u>					

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN LEADING GROUP S.A.C, SAN MIGUEL, 2019.							
Apellidos y nombres del investigador: Meryda Guerrero Barreto							
Apellidos y nombres del experto: DR. CARRANZA ESTELA TEODORO							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBS / SUG
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	COMUNICACIÓN DESCENDENTE	JERARQUIA	Considera Ud. que el gerente solo se comunica con los supervisores de áreas	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca	<input checked="" type="checkbox"/>		
		AUTONOMIA	El gerente toma las decisiones sin previa comunicación y coordinación con las otras áreas de la empresa		<input checked="" type="checkbox"/>		
		DIRECCIÓN	El gerente planea y dirige actividades específicas a realizar dentro de las áreas ajenas a las que la misma área se plantea		<input checked="" type="checkbox"/>		
	COMUNICACIÓN ASCENDENTE	PARTICIPACIÓN	Los jefes permiten la participación activa de sus colaboradores, tomando en cuenta sus sugerencias aportadas		<input checked="" type="checkbox"/>		
		MOTIVACIÓN	Los jefes los motivan a expresar sus puntos de vista ante determinada situación escuchando activamente los mismos		<input checked="" type="checkbox"/>		
		ORIENTACIÓN A RESULTADOS	Considera Ud. que sus jefes comunican de forma adecuada los objetivos a alcanzar y las estrategias a emplear		<input checked="" type="checkbox"/>		
	COMUNICACIÓN HORIZONTAL	TRABAJO EN EQUIPO	Sus jefes promueven de forma directa el trabajo en equipo entre todos los colaboradores		<input checked="" type="checkbox"/>		
		RETROALIMENTACIÓN	Su empresa promueve y permite el intercambio de información entre áreas		<input checked="" type="checkbox"/>		
		RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	Cree Ud. que los miembros de la empresa cuentan con la capacidad de resolver conflictos internos identificados en sus áreas		<input checked="" type="checkbox"/>		
		PROACTIVIDAD	La empresa promueve el cumplimiento de las metas, motivando la eficiencia en sus colaboradores		<input checked="" type="checkbox"/>		
DESARROLLO EMPRESARIAL	GESTIÓN EMPRESARIAL	COMPETITIVIDAD	La empresa busca mejorar sus servicios y superar a la competencia	<input checked="" type="checkbox"/>			
		SOSTENIBILIDAD	La empresa realiza sus actividades bajo estándares de calidad que promuevan el cuidado medioambiental	<input checked="" type="checkbox"/>			
		SERVICIO	Considera que la empresa está constantemente instaurando nuevas políticas en las que se proponga una mejora del servicio que brindan	<input checked="" type="checkbox"/>			
	INNOVACIÓN	MATERIALES Y EQUIPOS	La empresa adquiere materiales y equipos acordes al servicio que ofrecen innovando los ya existentes	<input checked="" type="checkbox"/>			
		PROCESOS	Los procesos dentro de la empresa se ven innovados y/o replanteados con la búsqueda de la mejora continua	<input checked="" type="checkbox"/>			
		ORIENTACIÓN HACIA LAS PERSONAS	Enfoca la empresa sus acciones a buscar la integración y participación de sus colaboradores	<input checked="" type="checkbox"/>			
	CULTURA ORGANIZACIONAL	ORIENTACIÓN HACIA EL EQUIPO	La empresa busca desarrollar un óptimo clima laboral en su equipo de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>			
		TOMA DE RIESGOS	Considera Ud. que la empresa asume nuevos retos para su crecimiento empresarial	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Firma del experto: 		Fecha: <u>11/06/2014</u>			