



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**Valoración de la comunicación ascendente en los  
trabajadores de la tienda Smart Plaza. Lima. 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORA:**

Nieves Cruz, Jovita (ORCID: 0000-0003-0888-0893)

**ASESOR:**

Maestro. Argote Moreau Javier Ernesto (ORCID: 0000-0002-5950-7848)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales de la Sociedad Contemporánea

LIMA - PERÚ

2020

## **DEDICATORIA**

*A mis amores, mi preciosa hija y mi pequeño hombrecito que llegaron a mi vida en el momento perfecto para darle sentido y llenarla de luz, son mi motor y motivo para ser mejor cada día.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por darme vida, salud y las fuerzas necesarias para seguir adelante con mis estudios y así concluir con mis logros profesionales.*

*Agradezco a mi mamá por haber estado conmigo en todo este tiempo de mi carrera, haberme ensañado a luchar por mis metas y a mi padre amado, que por más problemas que hubo siempre seguiste a mi lado apoyando día a día para salir adelante.*

*Agradezco a mi hermano por estar siempre a mi lado y a mi fiel compañero que a pesar de todas las cosas que hemos pasado, estas ahí a mi lado apoyándome en mis proyectos y en mi carrera universitaria.*

## Índice de contenidos

|   |      |
|---|------|
| Carátula.....   | I    |
| Dedicatoria.....  | II   |
| Agradecimiento.....                                     | III  |
| Índice.....   | IV   |
| Índice Tablas.....                                      | V    |
| Índice de Gráficos.....                                 | VI   |
| Resumen.....  | VII  |
| Abstrac.....  | VIII |
| Introducción.....                                       | 1    |
| Marco Teórico.....                                      | 6    |
| Metodología .....                                       | 18   |
| 3.1. Tipo y diseño de Investigación.....                | 18   |
| 3.2. Operalización de Variable.....                     | 19   |
| 3.3. Población, Muestra y Muestreo.....                 | 20   |
| 3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos..... | 21   |
| Resultados.....   | 25   |
| Discusión.....  | 31   |
| Conclusión.....   | 34   |
| Recomendaciones.....                                    | 35   |
| Referencia.....   | 36   |
| Anexo.....  | 40   |

## **Índice de Tablas**

|   |    |
|---|----|
| Tabla 3 Resultados, Valoración de la comunicación Ascendente..... | 25 |
| Tabla 4 Resultados. Valoración de Medios.....                     | 26 |
| Tabla 5 Resultados Valoración de la Retroalimentación.....        | 28 |

## **Resumen**

El presente Trabajo de investigación está orientado al estudio de la valoración de la comunicación ascendente que tienen los trabajadores en el momento de comunicarse o emitir un mensaje a sus superiores. Se plantea como problema general, ¿cómo es la valoración de la comunicación ascendente en los trabajadores de la tienda Smart Plaza Lima, 2020? Asimismo, su objetivo general es “Determinar la valoración de la comunicación ascendente en los trabajadores de la tienda Smart Plaza, Lima 2020” Es una investigación de enfoque cuantitativo: de tipo básica, con nivel descriptivo simple y el diseño es no experimental – transversal, se utilizó el instrumento de la encuesta constituido por una población de 51 trabajadores de la tienda Smart Plaza.

Finalmente se presentó los resultados y las conclusiones, donde se evidencia que es importante la comunicación ascendente en una organización, ya que permite una comunicación rápida y directa a sus superiores de tal manera que permite contribuir el crecimiento de la empresa.

**Palabras clave:** Comunicación Ascendente, retroalimentación, medios

## **Abstract**

This present research work is aimed at studying the assessment of upward communication that workers have when communicating or issuing a message to their superiors. As a general problem, how is the assessment of upward communication in the workers of the Smart Plaza Lima store, 2020? Likewise, its general objective is "To determine the assessment of bottom-up communication in the workers of the Smart Plaza store, Lima 2020". It is an investigation with a quantitative approach: basic, with a simple descriptive level and the design is non-experimental - transversal, The survey instrument was produced, consisting of a population of 51 workers from the Smart Plaza store.

Finally, the results and conclusions are presented, where it is evident that bottom-up communication is important in an organization, since it allows rapid and direct communication to its superiors in such a way that it contributes to the growth of the company.

**Keywords:** Ascending Communication, feedback, media