

**UCV**  
UNIVERSIDAD  
CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“COMUNICACIÓN INTERNA EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA EMPRESA REDIJISA  
DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

JORGE ANDERS ESPEJO SOTO

**ASESOR:**

MG. TERESA GONZALES MONCADA

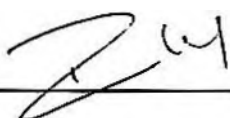
**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

LIMA – PERÚ

**2014**

**PÁGINA DEL JURADO**



---

**CPC. EMILIA TERRONES LAVADO**

**PRESIDENTE**



---

**MG. TERESA GONZALES MONCADA**

**SECRETARIO**



---

**LIC. ALBERTO MONZÓN TRONCOSO**

**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

Con inmenso cariño y amor, por darme la vida, e inculcarme los valores que hoy me ayudan a discernir y tomar decisiones con justicia. A ustedes eternamente mi corazón y mi agradecimiento.

Jorge Espejo Gutarra y Victoria Soto de Espejo

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, que ha obrado en mi alma para tener la tranquilidad y lograr el equilibrio de la paz espiritual, y a mi familia quienes me apoyaron con su tiempo, paciencia y sabiduría.

A las personas que apoyaron acompañándome durante el transcurso de mis estudios, ellos serán retribuidos en este trabajo profesional como parte de diversos proyectos posteriores.

Al grupo JIMENEZ, liderado por el Gerente General Walter Jiménez Veramendi, quien transmitió en mí el deseo de ser un hombre visionario y encontrar oportunidades en este país que tanto amamos.

Al Ingeniero Enrique Rueda, quién confió en mí para desempeñar un cargo de confianza, desarrollar proyectos y plasmar en resultados productivos. Así también por brindarme todas las facilidades para utilizar los diferentes datos estadísticos e históricos en la empresa REDIJISA.

Al programa SUBE y sus profesores, conjuntamente con los asesores quienes nos dieron pautas y conocimientos para abordar con éxito los retos de hoy en día y los que se presenten en el futuro.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo, Jorge Anders espejo Soto con DNI N° 06769744, 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 autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presenta tesis 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 Cesar Vallejo.

Lima, S.J.L. Noviembre 2014.

**Jorge Anders Espejo Soto**

## **PRESENTACIÓN**

**Señores miembros del jurado:**

**En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La Comunicación Interna en el área de ventas en la Empresa REDIJISA”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Administrador de Empresas.**

**Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.**

**Jorge Anders Espejo Soto**

## INDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaracion de autenticidad	v
Presentacion	vi
INDICE	vii
INDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I.INTRODUCCIÓN	13
Antecedentes de la investigación	14
Fundamentación científica	20
Justificación de la investigación	33
Determinación del problema	34
Formulación del problema de investigación	37
Hipótesis	38
Objetivos de la Investigación	38
II. MARCO METODOLÓGICO	40
2.1 Variables	40
2.1.1 Variable Independiente:	40
2.1.2 Variable Dependiente:	40
2.2.3 Definición operacional de las variables	40
2.2.4 Escala de medición	41
2.3 Metodología	42
2.4 Tipos de estudio	43
2.4.1 Según la naturaleza	43
2.4.2 Según la naturaleza de la información	43
2.5 Diseño	43
2.6. Población, muestra y muestreo	44
2.6.4. Unidad de análisis	44
2.6.5. Criterios de inclusión	44
2.6.6. Criterios de exclusión	44
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
2.8 Métodos de análisis de datos	44

<b>2.9 Aspectos éticos</b>	<b>45</b>
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>46</b>
<b>3.1. Confiabilidad De Los Instrumentos</b>	<b>46</b>
<b>3.1.1. Prueba Alfa De Cronbach</b>	<b>46</b>
<b>3.2 Tablas y frecuencias</b>	<b>48</b>
<b>3.3. Evaluación de Expertos</b>	<b>54</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	<b>59</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>59</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>61</b>
<b>VII. REFERENCIAS</b>	<b>62</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>64</b>
<b>1. Matriz de consistencia, instrumento y validación</b>	<b>65</b>
<b>2. Instrumento</b>	<b>66</b>
<b>3. Marco conceptual</b>	<b>70</b>
<b>4. Tabla de resultados</b>	<b>75</b>
<b>5. Marco institucional</b>	<b>102</b>



## INDICE TABLAS

<u>1. Tabla n°1</u> Cree usted que el comportamiento de los colaboradores para realizar un control eficiente es el adecuado pues son empáticos, tolerantes y asertivos	74
<u>2. Tabla n°2</u> Los colaboradores evidencian comportamientos de apertura en la comunicación interna, se relacionan positivamente y no se resisten al trabajo en equipo.	75
<u>3. Tabla n°3</u> Las normas que regulan la comunicación interna no son efectivas pues carecen del aporte de los colaboradores.	76
<u>4. Tabla n°4</u> Las actividades laborales diseñadas para ser trabajadas en equipo se ejercen a presión y porque se sostienen en normas.	77
<u>5. Tabla n°5</u> La norma establece que el uso de TICS en los colaboradores limita el acceso a las redes sociales para evitar los distractores laborales.	78
<u>6. Tabla n°6</u> El control hacia la comunicación interna esta establecido por normatividad.	79
<u>7. Tabla n°7</u> Cree usted que se informan de los procedimientos a los colaboradores para efectuar un control eficiente de la comunicación interna.	80
<u>8. Tabla n°8</u> Cree usted que se repasan mensualmente los procedimientos para realizar un eficiente control de la comunicación interna.	81
<u>9. Tabla n°9</u> Los procedimientos establecidos para el control de la comunicación interna en el uso de TICS es competencia exclusiva del área de sistemas.	82
<u>10. Tabla n°10</u> Las jefaturas realizan trabajos en equipo con suma cautela pues limitan el acceso a colaboradores de puestos menores.	83
<u>11. Tabla n°11</u> La comunicación interna es adecuada, pues todos los colaboradores se relacionan e interactúan sin discriminación de jerarquías laborales.	84
<u>12. Tabla n°12</u> Solo los colaboradores de puestos mayores tiene acceso a la información de las áreas tanto en documentación física como digitales.	85
<u>13. Tabla n°13</u> El trabajo es equipo subordinado, pues solo lo ejecutan los colaboradores de rangos menores.	86
<u>14. Tabla n°14</u> Las estrategias de motivación para fortalecer la comunicación interna son adecuadas pues la empresa se involucra en que las necesidades básicas familiares son atendidas.	87
<u>15. Tabla n°15</u> Los problemas familiares y laborales limitan la comunicación interna, por ello la empresa se preocupa por atenderlos, al promover la satisfacción de las necesidades limitadas.	88
<u>16. Tabla n°16</u> La gerencia impulsa actividades de recreación y confraternidad para contribuir con el fortalecimiento de la comunicación interna de la empresa.	89
<u>17. Tabla n°17</u> La empresa descuida el fortalecimiento de las relaciones interpersonales de	

los colaboradores debilitando la comunicación interna.	90
<u>18. Tabla n°18</u> Cubrir la canasta familiar permite la satisfacción de las necesidades, la empresa se preocupa por el bienestar familiar promoviendo incentivos.	91
<u>19. Tabla n°19</u> Cree usted que se realizan incentivos a los mejores colaboradores para mantenerlos motivados y evitar la fuga del talento humano.	92
<u>20. Tabla n°20</u> Los colaboradores expresan sus emociones y se ntimienos en la eficacia de la comunicación interna pues todos están involucrados.	93
<u>21. Tabla n°21</u> El maltrato, intolerancia e irritabilidad reflejan los niveles de satisfacción de los colaboradores al respecto de la comunicación interna.	94
<u>22. Tabla n°22</u> La insatisfacción de los colaboradores es una característica ausente pues todos conviven en armonia y se integran con compromiso e identificación.	95
<u>23. Tabla n°23</u> Cree usted que los colaboradores expresan sus emociones de insatisfacción con sus superiores.	96
<u>24. Tabla n°24</u> La información individual genera mayor eficacia en la comunicación interna de la empresa.	97
<u>25. Tabla n°25</u> Las informaciones individuales limitan la integración de las áreas en la empresa.	98
<u>26. Tabla n°26</u> Las informaciones grupales que se hacen son bien entendidas en los colaboradores pues se recibió inducción y se monitorea el proceso.	99
<u>27. Tabla n°27</u> El uso de TICS integra correctamente las áreas lo que facilita la información grupal y fortalece la integración de las áreas.	100

## RESUMEN

La presente investigación “Comunicación interna en el área de ventas en la empresa REDIJISA del distrito de San Juan de Lurigancho 2014”, tuvo como objetivo determinar la comunicación interna en el trabajo de equipo en la empresa en mención. Según Chiavenato la comunicación propicia la motivación cuando se define lo que debe hacer una persona, se evalúa su desempeño y se le orienta sobre las metas y resultados que debe alcanzar, esto forma parte del comportamiento organizacional y su dimensión será la Comunicación Interna. Así mismo señala Chiavenato que la dinámica del éxito de las organizaciones va a depender de la comunicación interna, a su vez este concepto se definirá operacionalmente en Control, Motivación, Expresión de emociones e Información. Partiendo de todo lo enunciado anteriormente, esta investigación pretende identificar la importancia de la comunicación interna en el área de ventas de la empresa ya que el aumento de la demanda de productos y el crecimiento que ha experimentado la empresa en los últimos años hace que se presenten problemas en el proceso comunicativo organizacional debido a que no han sido estructurados en función a las necesidades de la empresa.

La investigación es de tipo descriptivo observacional de diseño no experimental de campo. Por medio de la aplicación de encuestas se recopiló la información necesaria y con el programa SPSS vs 22 se realizó el análisis de la estadística respectiva. Los resultados a partir de este estudio permiten analizar como es y la forma como se manifiestan los fenómenos comunicativos y sus componentes en el área de ventas de la empresa.

Conocida la problemática común, se usaron los datos obtenidos en el marco metodológico para trabajar propuestas de mejora en los procesos de comunicación del área de ventas para generar mejor eficiencia y mayor productividad de ventas.

**Palabras Claves:** Comunicación Interna, trabajo de equipo, control, motivación, expresión de emociones, información

## **ABSTRACT**

This research "Internal communication in the area of sales in the company REDIJISA of San Juan de Lurigancho 2014", aimed to establish internal communication in teamwork in the company in question. According Chiavenato communication fosters motivation when defining what should a person, their performance is evaluated and tells about the goals and results to be achieved, this is part of organizational behavior and its dimension is internal communication. It also notes that the dynamics of Chiavenato Successful organizations will depend on internal communication, in turn define this concept operationally in Control Motivation Emotional expression and Information. From everything stated above, this research aims to identify the importance of internal communication in the area of company sales and the increased demand for products and the growth experienced by the company in recent years to be submitted organizational problems in the communication process because they have not been structured according to business needs.

Observational research is non-experimental descriptive field design. Through the use of surveys necessary information is collected and SPSS vs 22 the respective statistical analysis was performed. The results from this study allow us to analyze how it is and how communication phenomena and their components are manifested in the sales of the company.

Known common problems, the data obtained in the methodological framework for work proposals to improve communication processes of the sales to generate better efficiency and higher sales productivity were used.

**Keywords:** Internal Communication, teamwork, control, motivation, emotional expression, information