



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**La comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los  
comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen,  
Pachacamac 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**AUTORA**

Díaz Paye, Noemi del Rosario (orcid.org/0000-0002-4714-9094)

**ASESOR:**

Mg. Cervantes Ramon, Edgard Francisco (orcid.org/0000-0003-1317-6008)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA — PERÚ

2021

### **Dedicatoria**

Este trabajo es dedicado a mis padres Ernesto y Jacqueline por sus consejos, paciencia y su amor incondicional, todo lo que hoy soy es gracias a ellos.

A mis hermanas Jassuri y Ruth por el apoyo que siempre me brindaron día a día en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria.

### **Agradecimiento**

Primero agradecer a Dios por darme salud y permitirme llegar a culminar este proceso en mi vida, así mismo agradezco a mi asesor de la tesis al Mg. Cervantes Ramón Edgard Francisco por brindarme las mejores herramientas para un buen desarrollo de mi investigación.

A mi amiga Xiomara por estar siempre a mi lado compartiendo grandes momentos.



## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA .....	10
3.1. Tipo y diseño de la investigación .....	10
3.2. Variables y operacionalización.....	10
3.3. Población, muestra y muestreo.....	11
3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad ....	13
3.5. Procedimiento.....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos .....	16
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN .....	27
VI. CONCLUSIONES .....	29
VII. RECOMENDACIONES .....	30
REFERENCIAS .....	31
ANEXO.....	37
Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables	
Anexo 2: Calculo de tamaño de la muestra	
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	
Anexo 4: Validación de instrumento	
Anexo 5: Matriz de datos	
Anexo 6: Nivel de confiabilidad del instrumento	
Anexo 7: Coeficiente de correlación	
Anexo 8: Documento de autorización	
Anexo 9: Turnitin	

## Índice de tablas

Tabla 1 Técnica e instrumento de recolección de datos.....	13
Tabla 2 Información de expertos designados para validación .....	13
Tabla 3 Validación de expertos: Comunicación organizacional .....	14
Tabla 4 Validación de expertos: Trabajo de equipo.....	14
Tabla 5 Niveles de confiabilidad global.....	15
Tabla 6 Niveles de confiabilidad: Variable Comunicación organizacional.....	15
Tabla 7 Niveles de confiabilidad: Variable Trabajo en equipo.....	15
Tabla 8 Resultado descriptivo de variable Comunicación organizacional.....	17
Tabla 9 Resultado descriptivo de variable Trabajo en equipo.....	18
Tabla 10 Resultado descriptivo de la dimensión empoderamiento.....	19
Tabla 11 Resultado descriptivo de la dimensión Cohesión.....	20
Tabla 12 Resultado descriptivo de la dimensión liderazgo.....	21
Tabla 13 Prueba de normalidad .....	22
Tabla 14 Prueba de hipótesis general de las variables de estudio.....	23
Tabla 15 Prueba de hipótesis específica empoderamiento.....	24
Tabla 16 Prueba de hipótesis específica cohesión .....	25
Tabla 17 Prueba de hipótesis específica liderazgo.....	26

## Índice de figuras

Figura 1. Comunicación organizacional.....	17
Figura 2. Trabajo en equipo.....	18
Figura 3. Empoderamiento .....	19
Figura 4. Cohesión.....	20
Figura 5. Liderazgo .....	21

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021. Se realizó según el diseño no experimental, descriptivo correlacional, con un enfoque cuantitativo, por su parte la población estuvo formada por 234 comerciantes, decidiéndose llevar a cabo un muestreo por conveniencia a 52 comerciantes, debido a la actual coyuntura de cuarentena que se desarrolla en nuestro país. Se recopiló datos utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario tipo Likert conformado por 31 ítems. Así mismo, se determinó mediante el análisis de 3 especialistas, para determinar su validez. Posteriormente, se realizó una prueba piloto, haciendo uso del software estadístico SPSS V25, para medir la confiabilidad del instrumento, mediante la aplicación del alfa de Cronbach. Se aplicó una metodología de nivel correlacional, con un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, empleándose un análisis estadístico. Se obtuvo como resultado mediante el Rho de Spearman un valor estadístico de 0,989 y una Sig (bilateral)=0,000. Finalmente se concluyó que, ante una buena comunicación organizacional se incrementa el nivel de trabajo en equipo de la empresa de estudio.

**Palabras clave:** Comunicación organizacional, trabajo en equipo, empoderamiento, liderazgo.



## **ABSTRACT**

The objective of the research was to determine the relationship between organizational communication and teamwork in the merchants of the Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021. It was carried out according to the non-experimental, descriptive correlational design, with a quantitative approach, on the other hand the The population consisted of 234 merchants, deciding to carry out a convenience sampling to 52 merchants, due to the current quarantine situation that is taking place in our country. Data was collected using the survey technique and the Likert-type questionnaire consisting of 31 items as an instrument. Likewise, it was determined through the analysis of 3 specialists, to determine its validity. Subsequently, a pilot test was carried out, using the statistical software SPSS V25, to measure the reliability of the instrument, through the application of Cronbach's alpha. A correlational level methodology was applied, with a quantitative approach of the applied type, using a statistical analysis. The result was a statistical value of 0.989 and a Sig (bilateral) = 0.000 using Spearman's Rho. Finally, it was concluded that organizational communication has a very high positive relationship with teamwork, so good communication will increase teamwork.

**Keywords:** Organizational communication, teamwork, empowerment, leadersh.

## **I. INTRODUCCIÓN**

En el ámbito mundial, la comunicación organizacional es fundamental dentro del desarrollo de las organizaciones ya que mediante a ella los colaboradores se encontrarán escuchados y valorados para así obtener un buen trabajo en equipo. Según la revista Redalyc (2017), manifiesta que la comunicación es la entrega de información, ideas, conocimientos o emociones entre una persona, por lo tanto, una organización que no tenga una buena comunicación perjudica la confianza, empatía y clima laboral de la organización, el cual va a generar un bajo rendimiento en la productividad del trabajo en equipo.

A nivel internacional, actualmente estamos pasando por una crisis en donde estamos perdiendo a muchos colaboradores debido a que ellos tienen que realizar diversos cambios para poder mejorar su rendimiento laboral. Según la empresa de comunicación Ragan (2020), realizó una encuesta diversos profesionales con el 57%, de corporación 11%, entidades de gobierno 9% y agencias de relaciones públicas 8% en los cuales ellos enfatizaron la comunicación organizacional para sus empresas y utilizaron las siguientes redes de tecnología para llegar de manera eficiente a sus colaboradores mejorando la comunicación a través de videoconferencias llamadas y correos electrónicos.

A nivel nacional, según INEI (2018), manifiesta que la comunicación organizacional integra los sistemas de comunicación e informática es por ello que los resultados de la encuesta del 2017 señalan el 53.5% utilizaron la telefonía móvil, la telefonía fija; red del área local; uso de intranet y extranet. el cual nos muestra que las empresas en el Perú han optado en la comunicación a distancia ya que facilita el ahorro de tiempo y ayuda al desarrollo organizacional. Para que toda organización es fundamental la comunicación porque es el medio para interactuar con nuestros colaboradores y clientes es la manera de poder intercambiar ideas, información y opiniones, esta se puede dar de diferentes maneras ya sea escrita, oral o gestual expandiendo así el conocimiento y las relaciones humanas. Además, facilita el trabajo en equipo ya que todos tienen un mismo objetivo o meta a seguir con un debido respeto.

A nivel local, el Mercado central Virgen del Carmen, ubicado en el distrito de Pachacamac, con el sustento principal de dar servicio a los consumidores de Huertos de Manchay. Se observó falta de compromiso, desmotivación, difusión de rumores y desconfianza entre los comerciantes. De continuar con esta

situación la asociación podría dañar la productividad y crear un mal entorno laboral. Por lo tanto, resulta indispensable mejorar el desarrollo de empatía para poder así generar cohesión, empoderamiento y liderazgo, los cuales ayuda a disminuir estos problemas muy comunes en las asociaciones generados principalmente por una mala información brindada por la organización perjudicando el equipo de trabajo.

A continuación, se da a conocer el problema general:

¿De qué manera se relaciona la comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los comerciantes del mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021?

Del mismo modo se muestra los problemas específicos:

- ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el empoderamiento de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021?
- ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la cohesión de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021?
- ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el liderazgo de los comerciantes del Mercado central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021?

La justificación práctica, teórica, metodológica y social, se explican en este punto, justificando los motivos de la investigación.

Justificación práctica, el trabajo de investigación tuvo como fin dar a conocer la correlación de las variables investigadas, para establecer un ambiente laboral unido e informado y que todos los miembros tengan los mismos intereses, motivaciones para la mejora de esta, ya que tener una buena comunicación uno de los principios para el desarrollo y productividad en la entidad.

Justificación teórica, esta investigación estuvo enfocada para brindar información y conocimientos de los temas plasmados, en el cual hemos utilizado fuentes de información que se ha seleccionado de manera autentica, generando nuevas informaciones para los futuros investigadores y así ayudar a las organizaciones a poder solucionar sus problemas.

Justificación metodológica, se empleó la encuesta a los comerciantes del mercado central virgen del Carmen para afianzar la veracidad y el adecuado desarrollo, utilizando como respaldo el SPSS – programa estadístico.

Justificación social, nos permite visualizar como está la situación actual de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, ante los problemas que se está dando en la asociación, es por ello que es fundamental aumentar la comunicación organizacional para estar en constante coordinación y poder trabajar en conjunto, así desarrollar un buen el clima y desempeño laboral.

Por otro lado, se plantea el objetivo general:

Determinar la relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021.

Teniendo en cuenta como objetivos específicos:

- Identificar la relación entre la comunicación organizacional y el empoderamiento de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021.
- Identificar la relación entre la comunicación organizacional y la cohesión de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021.
- Identificar la relación entre la comunicación organizacional y el liderazgo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021.

De igual forma, se plantea como hipótesis general:

Si existe relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021.

Teniendo en cuenta como hipótesis específicas:

- Si existe relación entre la comunicación organizacional y el empoderamiento de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021.

- Si existe relación entre la comunicación organizacional y la cohesión de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021.
- Si existe relación entre la comunicación organizacional y el liderazgo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Este estudio se basa en los siguientes antecedentes con contexto internacional:

Ancín y Espinoza (2017), "La relación entre comunicación interna y clima laboral: un estudio de caso de pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil", sugieren investigar la correlación. Es cuantitativo a nivel correlacional. El cuestionario utilizó una escala Likert. El resultado es  $Rho=0,717$ . Por tanto, concluyeron que existe una relación entre estas dos variables.

Suárez (2014), "Identificación de la relación entre comunicación y liderazgo al aceptar el cambio organizacional en un ámbito universitario de la ciudad de Bogotá", propuso investigar la correlación de las dos variables investigadas. El trabajo fue cuantitativo- correlacional. La muestra fue de 62 personas. Por otro lado, utilizó el Rho de Sperman. Resultó que estas se asocian positivamente en un  $r = 0,340$ . Concluye, existe correlación entre la comunicación organizacional y liderazgo.

Artiaga y Espinoza (2017), en su artículo titulado *Cohesión grupal y su relación con la comunicación organizacional*, propuso investigar la correlación de las dos variables. Fue cuantitativo, nivel correlacional. La muestra la conformaron 340 participantes. Utilizaron el cuestionario y el  $Rho= 0,803$ . Concluyeron que si existe relación entre las variables investigadas.

Bakhshalipour et al (2016), "La relación entre liderazgo y las habilidades de comunicación en los profesores de educación física de la escuela secundaria de la provincia de Guilan", propuso investigar la relación que existe entre las variables. Tuvo un enfoque cuantitativo, nivel correlacional. La muestra la conformaron 156 profesores. Utilizaron el cuestionario. Los efectos demostraron que no existe una relación significativa con un  $Rho= 0,272$ . Concluyeron que significativamente no hay correlación entre las variables.

Vásquez (2015), "*Relación entre la comunicación y la satisfacción laboral de un grupo de trabajadores del área de bodega de Bofasa*". Propuso investigar la relación de las variables. Fue cuantitativo- nivel correlacional. La muestra fue de 50 empleados. El resultado de acuerdo al Rho Sperman  $r=0.851$ , Concluye que hay existencia significativa entre las variables investigadas.

De igual forma, el contexto nacional que sustenta este proyecto es:

Escalante (2018), *“La comunicación organizacional y la administración de equipos de trabajo de la empresa Fractalia Perú S.A., Lima – 2018”*, propuso investigar la relación entre las variables. Su metodología fue de enfoque cuantitativo, nivel correlacional. Tuvo una muestra de 109 personas. Utilizó el cuestionario, obteniendo como resultado un  $Rho = 0.994$ . Concluye que hay una correlación positiva entre las variables.

Soto (2020), *“Comunicación organizacional interna y trabajo en equipo en operarios de limpieza de una empresa del distrito de Lurigancho – Chosica, 2020”*, propuso investigar la relación entre las variables. Fue de enfoque cuantitativo, nivel correlacional. Tuvo una población de 270 operarios. Utilizó el cuestionario, obteniendo como resultado un  $Rho$  Spearman de 0,713. Concluye que hay una buena asociación de las variables.

Crisóstomo (2019), *“Comunicación organizacional y trabajo en equipo en docentes de instituciones educativas públicas del distrito Los Olivos, 2019”*, propuso investigar la correlación entre las dos variables. El trabajo fue cuantitativo-nivel correlacional. La muestra fue de 297 docentes. Utilizó el cuestionario, obteniendo como resultado un puntaje mayor a 0.80 con un ( $Rho$  de Spearman =,576\*\*). Concluye que si hay existencia de relación positiva entre las variables.

Castro (2019), *“Comunicación organizacional interna y trabajo en equipo en la Ugel 09, año 2018”*, propuso investigar la relación entre las variables. El trabajo fue de enfoque cuantitativo-correlacional. La muestra fue de 52 trabajadores. Utilizó el cuestionario, obteniendo como resultados un  $Rho$  Spearman de 0,676. Concluye que hay una buena asociación de las variables.

Palomino y Soto (2019), *“La comunicación organizacional y el trabajo en equipo del personal en la asociación fundación contra el hambre – Clúster Huancavelica, 2018”*, propuso investigar la relación entre sus dos variables. el trabajo fue de enfoque cuantitativo, nivel correlacional. La muestra fue de 30 personas. Se aplicó el cuestionario que se estableció con 25 preguntas. El resultado es de  $Rho$  de Spearman =0,768. Concluyeron que si existe relación entre las dos variables.

Continuando, se establecen conceptos de nuestros temas de investigación. En tal sentido se contextualiza la comunicación organizacional.

De acuerdo con Haroon y Malik (2018), plantea que es fundamental en cualquier relación, es parte de la vida diaria y genera múltiples acciones, persuade y logra que los individuos reaccionen a un estímulo. Esta radica en un grupo de personas o institución el cual se expresa de diferentes maneras para conseguir los objetivos como también influye un poder significativo en cada persona. Por lo tanto, en la opinión de Muñoz, Ortega y Serrano (2016), destacan que es el proceso clave e indispensable para el aprendizaje, desde que nacemos estamos en constantes procesos comunicativos las cuales son importantes para nuestro desarrollo como personas y así poder ejercer diferentes puestos laborales en las organizaciones generando un ambiente laboral correcto. Como también desde el punto de vista de Harris y Nelson (2018), manifiesta que es importante en las relaciones humanas, por naturaleza, es necesario relacionarse con diferentes personas para así satisfacer las necesidades de socialización. Y por último citando a Downs, De Wine y Greenbaum (2020), refiere que esta se da naturalmente, es por ello es imposible imaginar una organización sin una comunicación ya que gracias a esta se da el cambio de ideas, y un buen trato en los miembros de la empresa.

Por consiguiente, la definición de diferentes puntos de vista de la variable (la comunicación organizacional) donde se encuentran las tres dimensiones: tipos, objetivos y funciones de la comunicación.

La primera dimensión denominada tipos de comunicación nos manifiesta Oteyza, Balmoria y Sabularse (2018), que mayormente nos acostumbramos a utilizar diferentes maneras para poder comunicarnos en el momento de relacionarnos con las demás personas las cuales son: la verbal y la escrita. Por su parte, Kramer y Bisel (2017), expresan que las actividades que se ejercen en la organización deben tener buena relación entre sus miembros mediante el uso de diferentes técnicas o instrumentos, para la mejorar los objetivos trazados. Y por último Kuhn, Ashcraft y Cooren, (2019), afirman que para poder gestionar es necesario hacer una evaluación de sus clientes, enfocándonos en sus necesidades, hábitos y la manera en que ellos se comunican, para así lograr un posicionamiento adecuado de la organización.



Como segunda dimensión denominada objetivos de la comunicación, la cual nos indica Motoi (2017), da a conocer que tenemos que tener en cuenta la medición de la eficacia en la comunicación, creando una conexión asertiva, es algo que la mayoría no lo ejecuta bien, creando malos entendidos y pérdida de clientes perjudicando la motivación de los colaboradores de la organización. Finalmente, Montiel (2017), indica que se debe de cuidar y planificar la comunicación, ya sea con el público o con los clientes, además hoy en día es la base para poder, lograr nuestros objetivos como empresa o trabajos en equipo.

Como tercera dimensión denominada funciones de la comunicación nos indica Fernández (2017), que esta permite notificar la calidad del mensaje si es la adecuada y si hace posible que el receptor reciba una información correcta, esta puede presentarse en varias funciones como las siguientes: Expresiva emotiva, poética y estética de manera que faciliten al receptor poder analizar tranquilamente la situación. Finalmente, la revista Gluppi (2018), nos afirma que las funciones son necesarias para llevar la organización controlada, para que nos sirva a conseguir los objetivos y metas que se han establecido. Las cuales son la motivación, mayormente toda organización desea que su centro laboral rinda al máximo, por ello es importante mantener a los colaboradores en un ambiente agradable y familiar.

Continuando con el estudio, bajo las siguientes bases teóricas para la segunda variable denominada trabajo en equipo se tomó lo siguiente.

Duran (2018), expresa que el trabajo realizado por un conjunto de personas tiene la misma visión en común. Como también las habilidades que tiene cada uno, ya que complementan los procesos y objetivos en los cuales ellos se responsabilizan. De acuerdo con Opute (2020), expresa que cuando más de dos personas están comprometidas en la realización de una actividad, mejor será la obtención de los resultados. Y por último teniendo en cuenta a Ghaferi y Dimick (2016), nos manifiesta que es importante el sistema de gestión, ya que mediante esta nos va permitir alcanzar que los colaboradores para un logro en común.

Por tanto, después de haber definido varios conceptos de la segunda variable, encontramos tres dimensiones: Empoderamiento, cohesión y liderazgo

La primera dimensión denominada empoderamiento, Hanaysha (2016), nos manifiesta que para tener éxito en una organización tiene que comprometerse en todo el proceso y dirección que sea necesario para lograrlo el cual es muy beneficioso ya que entre compañeros de trabajos se brindan ayuda en cualquier momento. Finalmente, desde la posición de Ahmad & Manzoor (2018), tiene la responsabilidad de coordinar e involucrar más a las personas que forman parte de un proyecto que conlleva mucha responsabilidad, crear un ambiente de trabajo que fomente confianza, innovación y toma de decisión.

La segunda dimensión denominada cohesión nos manifiesta Evans y Morand (2019), que la unión hace la fuerza ya que la cohesión en los trabajos en equipo es el elemento fundamental para dirigirnos hacia la excelencia y así será altamente productivo a la hora de desarrollar su rendimiento dentro de la organización. Por ello Burlingame, McClendon y Yang (2018), considera que es la integración de un trabajo en equipo que está comprometido en un objetivo común en el cual cada una de los integrantes se apoyan para cumplir sus metas grupales, es por ello que muestra diferentes características como el compromiso, motivación, buena comunicación.

Como tercera dimensión denominada liderazgo, Litano y Major, (2016), sugieren que dentro de una organización se debe considerar el trabajo en equipo ya que es un elemento fundamental para el éxito empresarial es por ello que recomienda aplicar esta para el rendimiento positivo dentro y fuera de la organización. Finalmente, Anning et al (2017), plantea que esta nos permite dirigir e influir en algún tipo de trabajo, en el cual su desarrollo será de calidad logrando el propósito común que se han planteado, además tendremos la capacidad de dirigir nuestra propia vida generando inspiración, motivación para que nuestros logros sean los mejores.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de la investigación**

##### **3.1.1. Enfoque**

Se ejerció de forma cuantitativa, donde el cuestionario midió los datos recolectados de la variable y así permitir probar hipótesis. De acuerdo con Palella (2012), afirman que recolecta datos con una base de mediciones numéricas para realizar un análisis estadístico.

##### **3.1.2. Tipo**

Fue aplicada, con la intención de enmendar los problemas encontrados en el Mercado Central Virgen del Carmen.

Para Lozada (2014), señala que la investigación aplicada nos ayuda a resolver preguntas como también genera de conocimientos con la aplicación directa a las dificultades de nuestra sociedad.

##### **3.1.3. Nivel**

El nivel correlacional fue aplicado, para encontrar la relación entre las variables.

García (2019), Define que el nivel correlacional mide el vínculo entre más de dos variables.

##### **3.1.4. Diseño**

No se manipulo las variables por lo que fue no experimental y transversal puesto que el acopio se ejecutó en una ocasión específica.

Mausalli (2015), refiere que el diseño no experimental es utilizado para los estudios que no manipulan y no alteran las variables estudiadas.

También cuenta con un corte transversal, de acuerdo con Manterola et al. (2019), afirman que en un solo momento se hace la recopilación relevante de información.

#### **3.2. Variables y operacionalización**

Conforme a Pacheco (2019), afirma que la variable cualitativa detalla las cualidades o características de un objeto o persona, sin hacer uso de números. (ver anexo 1).

##### **3.2.1. Comunicación organizacional**

###### **Definición conceptual**

De castro (2017), refiere que es necesario para el progreso de las empresas. Por ello, la comunicación de los gerentes, jefes, directivos y colaboradores debe de ser de manera fluida y concreta.

### **Definición operacional**

Cada uno de la variable investigada fue evaluada mediante un cuestionario que tendrá 16 ítems (4 para la dimensión Tipos de comunicación, 4 para la dimensión Objetivos de la comunicación y 9 para la dimensión Funciones de la comunicación).

### **3.2.2. Trabajo en equipo**

#### **Definición conceptual**

Según López (2016), refiere a un número de personas que laboran de manera organizada y están comprometidas por un logro en común.

#### **Definición operacional**

La medición de la variable fue mediante el instrumento, conformada por 15 interrogantes (4 para empoderamiento, 7 para cohesión y 4 para liderazgo).

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **3.3.1. Población**

Estuvo formada por los socios del Mercado Central Virgen del Carmen, quienes están compuestas por 234 comerciantes que laboran en el mercado. Teniendo en cuenta a Danel (2015) afirma que el conjunto de individuos que poseen las mismas cualidades puede ser observadas en un lugar y momento determinado para obtener información y generar conclusiones.

Además, como se sabe la cantidad de elementos que componen la población entonces es una población denominada finita. Por ello Lopez y Fachelli (2015), afirman que los elementos son el conjunto identificable y pueden ser contabilizados.

### **3.3.2. Criterios de selección:**

#### **3.3.2.1. Inclusión**

Se considero al comerciante que es socio y cuentan con más de dos años laborando en el Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021.

#### **3.3.2.2. Exclusión**

Se excluyó a todos los ambulantes y a los que no laboran en el Mercado Central Virgen del Carmen.

#### **3.3.3. Muestra**

Dado que se tiene una población finita de 234 comerciantes, se obtuvo una muestra para obtener mayor precisión en nuestros resultados y así poder generar recomendaciones (ver anexo 2).

Los autores Miranda, Villasis, y Arias (2016), es subconjunto extraído y seleccionado, para poder determinar el número de involucrados y así lograr los objetivos planteados.

Para la población finita se estimó a todos los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, se utilizó la fórmula, lo cual se encuentra como resultado que se encuestó a 145 comerciantes.

#### **3.3.4. Muestreo**

Fue no probabilístico, porque no depende de la probabilidad, debido a que no seleccionan al azar, sino que son elegidas a criterio del investigador.

Conforme a Otzen y Manterola (2017), nos dicen que, no brinda iguales oportunidades de ser seleccionados.

Para llevar a cabo, se utilizó el muestreo por conveniencia, de acuerdo a la coyuntura actual que presenta nuestro país debido a la pandemia del COVID 19, se lleva a cabo el distanciamiento social y la disminución del aforo en el establecimiento por ello se seleccionó a 52 comerciantes.

Por ello Serra (2020), indica que el muestreo por conveniencia selecciona una parte de la población que sea accesible.

#### **3.3.2.3. Unidad de análisis**

Se consideró al comerciante del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac.

### 3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

#### 3.4.1. Técnica

La encuesta fue utilizada con intención de obtener registros.

Galán (s.f.), nos manifiesta que la encuesta recopila y analiza datos de una población o universo a través de preguntas específicas.

#### 3.4.2. Instrumento

El instrumento utilizado fue el cuestionario (ver anexo 3).

Hernández y Pascual (2018), Nos afirman que el cuestionario nos permite recolectar datos con preguntas que la fórmula el entrevistador, lo cual va a hacer muy beneficioso para poder medirlo y cuantificarlo.

**Tabla 1**

*Técnica e instrumento de recolección de datos*

Variable	Técnicas	Instrumento
Comunicación organizacional	Encuesta	Cuestionario
Trabajo en equipo	Encuesta	Cuestionario

#### 3.4.3. Validez

Se consideró el juicio de expertos, por docentes de la escuela de administración con grados el cual verifican la consistencia del cuestionario (ver anexo 4).

Sánchez, Reyes y Mejía (2018), declararon como un proceso de investigación para ver la validez de la técnica e instrumento y mediante esta constatar que cada ítem este correctamente estructurado.

**Tabla 2**

*Información de expertos designados para validación*

Información expertos	
Experto 1	Dr. La Cruz Arango Óscar David
Experto 2	Mg. Alonso López Alfredo
Experto 3	Mg. Aramburú Geng Carlos Abraham

**Tabla 3***Validación de expertos: Comunicación organizacional*

<b>Criterios</b>	<b>Exp. 01</b>	<b>Exp. 02</b>	<b>Exp. 03</b>	<b>Total</b>
Claridad	87%	81%	87%	255%
Objetividad	88%	81%	88%	257%
Pertinencia	88%	81%	88%	257%
Actualidad	88%	81%	91%	260%
Organización	89%	81%	89%	259%
Suficiencia	88%	81%	88%	257%
Intencionalidad	88%	81%	90%	259%
Consistencia	88%	81%	88%	257%
Coherencia	88%	81%	88%	257%
Metodología	88%	81%	91%	260%
			<b>TOTAL</b>	<b>2578</b>
			<b>CV</b>	<b>85.93%</b>

La tabla 3, muestra la validez con un alcance de 85.93% el cual corresponde a la primera variable, de modo que es adecuado para el análisis.

**Tabla 4***Validación de expertos: Trabajo de equipo*

<b>Criterios</b>	<b>Exp. 01</b>	<b>Exp. 02</b>	<b>Exp. 03</b>	<b>Total</b>
Claridad	85%	62%	87%	234%
Objetividad	88%	62%	92%	242%
Pertinencia	88%	62%	90%	240%
Actualidad	88%	62%	89%	239%
Organización	91%	62%	91%	243%
Suficiencia	88%	62%	89%	239%
Intencionalidad	88%	62%	91%	241%
Consistencia	89%	62%	89%	240%
Coherencia	88%	62%	88%	238%
Metodología	90%	62%	92%	244%
			<b>TOTAL</b>	<b>2400</b>
			<b>CV</b>	<b>80.00%</b>

En la tabla 4, se observa la validez con el ponderado de 80% el cual corresponde a la segunda variable, por lo que es apto para su aplicación.

#### **3.4.4. Confiabilidad**

El coeficiente de fiabilidad que se manejó para disponer la confiabilidad mediante el alfa de cronbach (ver anexo 6).

Plaza, Uriguen y Bejarano (2017), afirman que la confiabilidad del instrumento se representa por obtener resultados idénticos cuando se emplea las mismas preguntas a los individuos de estudio.

Para Taber (2017), manifiesta que el Alfa de Cronbach aporta a la medición de la fiabilidad interpretado en un grado de escala de 0 y al 1.

**Tabla 5***Niveles de confiabilidad global*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° Elementos</b>
,948	31

Con los resultados obtenidos, al aplicar la fiabilidad, se tuvo un valor de 0.948, lo que manifiesta un valor de confiabilidad perfecta, siendo empleable para su uso.

**Tabla 6***Niveles de confiabilidad: Variable Comunicación organizacional*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° Elementos</b>
,896	16

Respecto a la primera variable tuvo un valor de 0.896, lo que nos deja un nivel de confiabilidad buena, de este modo la encuesta posibilita su ejecución.

**Tabla 7***Niveles de confiabilidad: Variable Trabajo en equipo*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° Elementos</b>
,889	15

En cuanto al valor para la segunda variable es de 0.889, dando un nivel de confiabilidad buena, quedando viable su aplicación.

### **3.5. Procedimiento**

Se inició analizando la problemática en el Mercado Central virgen del Carmen, en base a ello se redacta la realidad problemática desde lo más amplio a lo más específico, seguidamente se formuló el problema, justificación, continuando se elaboró el marco teórico formado por el contexto internacional y nacional; conceptos de variables y dimensiones. Se planteó la metodología que está establecido por el enfoque, tipo, nivel, diseño y corte. continuando con la definición población, la técnica y el instrumento, el cual se aplicó a los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, se encuestó a 146 comerciantes. Una vez obtenido todas las encuestas se procede a trasladar a una matriz de datos - SPSS y adquirir resultados de los temas de estudio.



### **3.6. Método de análisis de datos**

#### **3.6.1. Estadística descriptiva**

Se empleó el estadístico SPSS para una eficiente obtención de datos como gráficos, tablas. Conforme a Amrhein, Trafimow y Greenland (2019), Nos dicen que es un conjunto de procedimientos para recolectar valores y analizar datos con fines de investigación para poder explicarlos mediante gráficos, tablas o diagramas.

#### **3.6.2. Estadística inferencial**

Se aplicó el Rho spearman para estudiar las medidas estadísticas y los resultados obtenidos serán interpretados el cual permitirá el desarrollo de las conclusiones. Para Ponce et al. (2020), indican que su tarea fundamental es analizar la información obtenida para poder probar la suposición.

### **3.7. Aspectos éticos**

Este trabajo fue desarrollado por la disposición de la Universidad César Vallejo. Conjuntamente, está respetando los derechos a la propiedad del autor en la investigación. de acuerdo a las normas APA y es fundamental mencionar la confidencialidad de las personas que participaron voluntariamente al desarrollo de los cuestionarios.

.

## IV. RESULTADOS

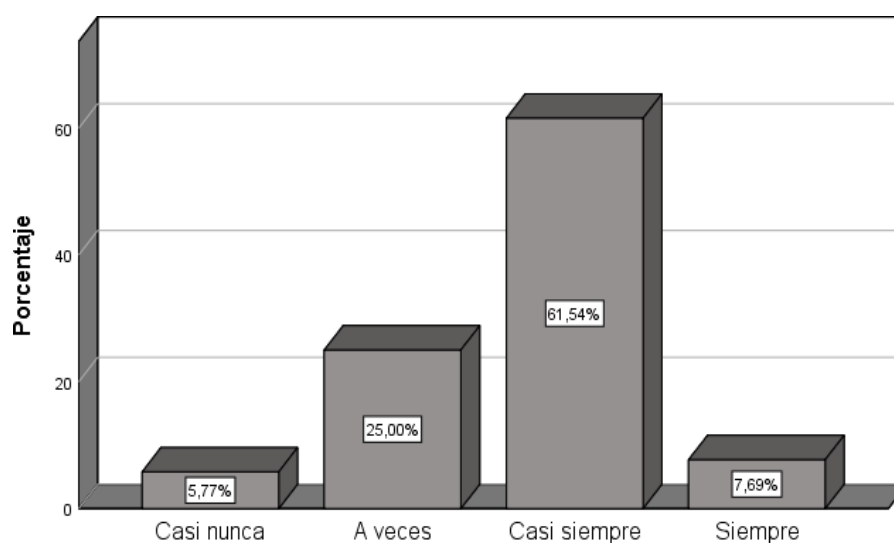
### 4.1. Estadística descriptiva

#### 4.1.1 Análisis descriptivo de la primera variable

**Tabla 8**

*Resultado descriptivo de variable Comunicación organizacional*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Casi Nunca	3	5,8	5,8
A Veces	13	25,0	25,0
Casi Siempre	32	61,5	61,5
Siempre	4	7,7	7,7
Total	52	100,0	100,0



**Figura 1.** Comunicación organizacional

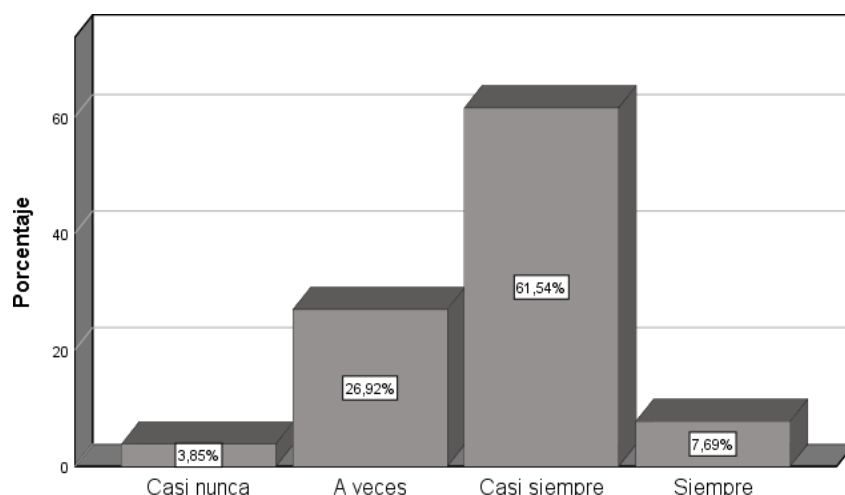
Respecto a la tabla 8 y figura 1, se logra observar que, de un total de 52 comerciantes, el 61,54% alegó casi siempre, así mismo el 25% indicó a veces, el 7,69% respondió siempre y el 5,77% indicó casi nunca. Conforme a estos porcentajes, está claro que mientras se implemente y logre la comunicación dentro de la organización, se logrará un ambiente de trabajo unificado y bien informados

#### 4.1.2 Análisis descriptivo de la segunda variable

**Tabla 9**

*Resultado descriptivo de variable Trabajo en equipo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Casi Nunca	2	3,8	3,8
A Veces	14	26,9	26,9
Casi Siempre	32	61,5	61,5
Siempre	4	7,7	7,7
Total	52	100,0	100,0



**Figura 2.** Trabajo en equipo

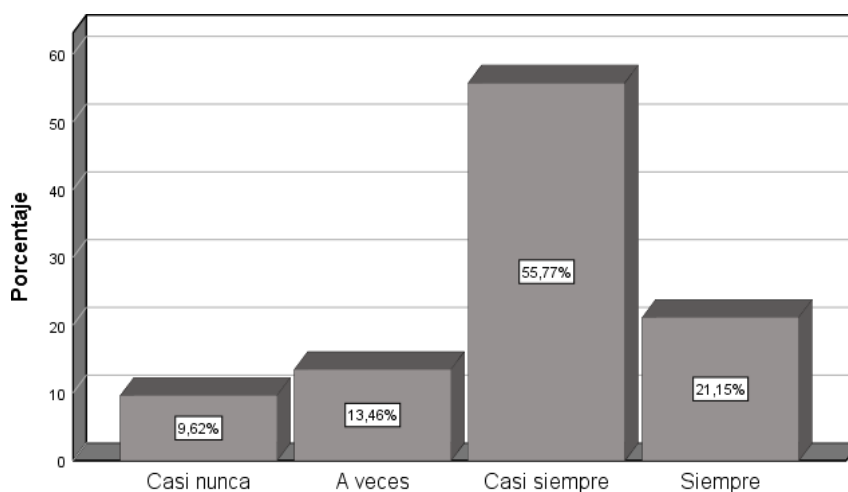
Así mismo en la tabla 9 y figura 2, con la totalidad de 52 encuestados, indicaron el 61,54% casi siempre, el 26,92% respondió a veces, un 7,69% de indican siempre y un 5,77% respondió casi nunca. De acuerdo a estos resultados queda claro que sólo implementando y logrando un trabajo en equipo se lograrán todas las metas y objetivos del Mercado Central Virgen del Carmen.

### 4.1.3 Análisis descriptivo de la dimensión empoderamiento

**Tabla 10**

*Resultado descriptivo de la dimensión empoderamiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Casi Nunca	5	9,6	9,6
A Veces	7	13,5	13,5
Casi Siempre	29	55,8	55,8
Siempre	11	21,2	21,2
Total	52	100,0	100,0



**Figura 3.** Empoderamiento.

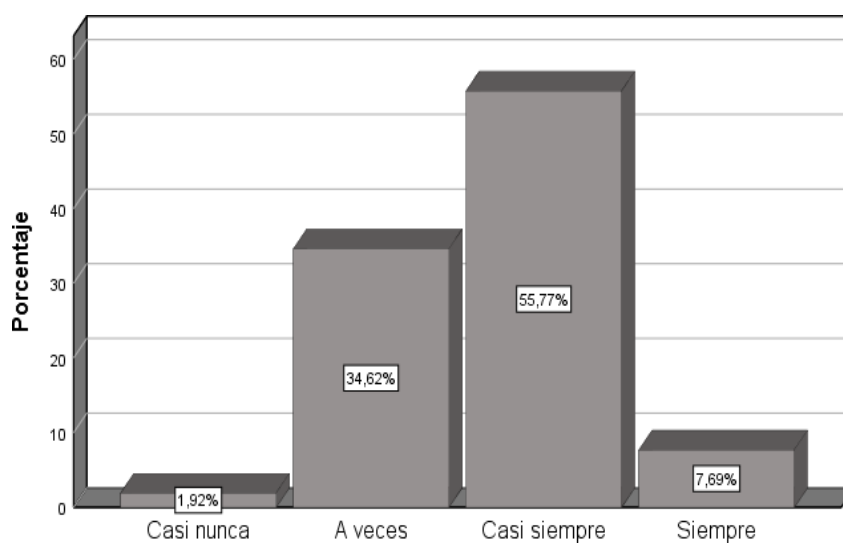
Conforme a la tabla 10 y figura 3, se visualiza 55,77% respondió casi siempre, el 21,15% indicó siempre, un 13,46% respondió a veces y el 9,62% casi nunca. Así mismo se puede identificar la trascendencia que tiene el empoderamiento para fortalecer la confianza y capacidades de cada comerciante.

#### 4.1.4 Análisis descriptivo de interacción

**Tabla 11**

*Resultado descriptivo de la dimensión Cohesión*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Casi Nunca	1	1,9	1,9
A Veces	18	34,6	34,6
Casi Siempre	29	55,8	55,8
Siempre	4	7,7	7,7
Total	52	100,0	100,0



**Figura 4.** Cohesión

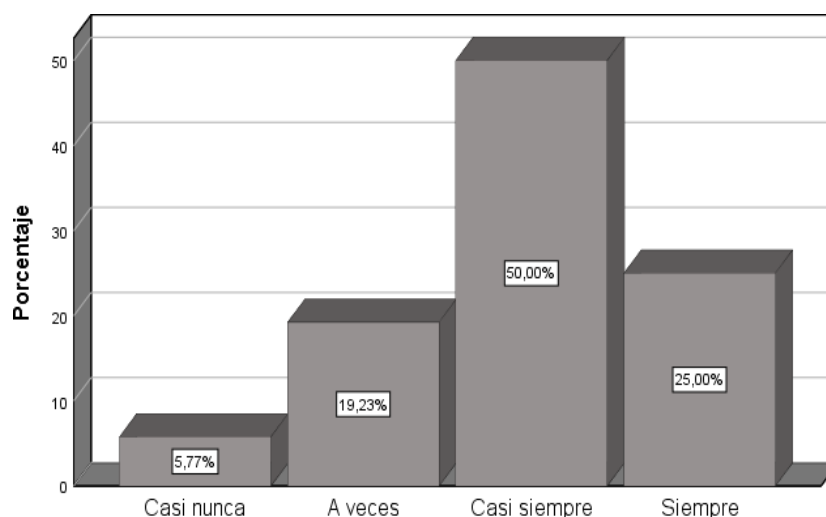
Acorde a la tabla 11 y figura 4, respecto al 55,77% respondieron casi siempre, un 34,62% respondió a veces, el 7,69% indicó siempre y el 1,92% respondió casi nunca. De lo dicho, podemos determinar la importancia del compromiso con los comerciantes. Por lo tanto, se necesita una alta cohesión para mejorar la eficiencia del trabajo.

#### 4.1.5 Análisis descriptivo de liderazgo

**Tabla 12**

*Resultado descriptivo de la dimensión liderazgo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Casi Nunca	3	5,8	5,8
A Veces	10	19,2	19,2
Casi Siempre	26	50,0	50,0
Siempre	13	25,0	25,0
Total	52	100,0	100,0



**Figura 5.** Liderazgo

De acuerdo con la tabla 12 y figura 5, podemos estimar que, el 50% de respondió casi siempre, el 25% respondieron siempre, el 19,23% a veces y mientras que el 5,77% su respuesta fue casi nunca. se evidencia que un correcto liderazgo mejorará la relación con los comerciantes.

## 4.2. Estadística inferencial

### 4.2.1. Prueba de normalidad

Es primordial saber si la información tiene alguna conducta de distribución y a que prueba pertenecen.

Hipótesis de normalidad:

- $H_0$ : La distribución estadística de la muestra es normal.
- $H_1$ : La distribución estadística de la muestra no es normal.

Decisión:

- Sig. P valor  $\geq 0,05$  se acepta la hipótesis nula
- Sig. P valor  $< 0,05$  se rechaza la hipótesis nula

**Tabla 13**

*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación organizacional	,353	52	,000	,791	52	,000
Trabajo en equipo	,351	52	,000	,790	52	,000

Para Hernández et al., (2014), posibilita constatar el modelo de prueba y distribución ya sea paramétrica o no paramétrica.

Como la muestra es  $>$  a 52, se adaptó la prueba de Kolmogórov-Smirnov.

Como se expone en la tabla 13, el valor de Sig. El cual es  $0,000 <$  a  $0,05$ . Por ello, la distribución no se encuentra normal, procediéndose así a emplear el Rho de Spearman.

#### 4.2.2 Prueba de hipótesis

Para diferenciar los resultados se debe tener en el coeficiente de correlación (ver anexo 7).

#### Prueba de hipótesis general

#### Prueba correlacional entre comunicación organizacional y trabajo en equipo.

- $H_0$ : No existe relación directa entre comunicación organizacional y trabajo en equipo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.
- $H_1$ : Si existe relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.

Estrategia de prueba:

- Si el valor Sig. es  $\geq 0.05$  se acepta la  $H_0$ .
- Si el valor Sig. es  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 14**

*Prueba de hipótesis general de las variables de estudio*

			Comunicación organizacional	Trabajo en equipo
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,989**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	52	52	
	Trabajo en equipo	Coeficiente de correlación	,989**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		52	52	

En la tabla 14, se observó el grado de Significancia 0,000 lo cual es bajo a 0,05. En tal sentido, se acepta la  $H_1$ , en donde se declara que, si hay relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.



## Prueba de hipótesis específica entre comunicación organizacional y empoderamiento

- $H_0$ : No existe relación directa entre comunicación organizacional y empoderamiento de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.
- $H_1$ : Existe relación directa entre comunicación organizacional y empoderamiento de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.

Estrategia de prueba:

- Si el valor Sig. es  $\geq 0.05$  se acepta la  $H_0$ .
- Si el valor Sig. es  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 15**

*Prueba de hipótesis específica empoderamiento*

			Comunicación organizacional	Empoderamiento
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,650**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	52	52
	Empoderamiento	Coeficiente de correlación	,650**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	52	52

Se observa en la tabla 15, el grado de Sig. de 0,000 siendo  $< a p=0,05$ . En tal sentido, se aprueba la  $H_1$ , en donde se manifiesta que, si hay vínculo entre comunicación organizacional y empoderamiento. El coeficiente de correlación del Rho= 0,650 indicó una correlación positiva moderada en los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.

## Prueba de hipótesis específica entre comunicación organizacional y cohesión

- $H_0$ : No existe relación directa entre comunicación organizacional y cohesión de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.
- $H_1$ : Existe relación directa entre comunicación organizacional y cohesión de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.

Estrategia de prueba:

- Si el valor Sig. es  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis nula.
- Si el valor Sig. es  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 16**  
*Prueba de hipótesis específica cohesión*

			<b>Comunicación organizacional</b>	<b>Cohesión</b>
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,899**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	52	52
	Cohesión	Coeficiente de correlación	,899**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	52	52

Se demostró en la tabla 16, el grado de Sig. de  $0,000 < p=0,05$ . aceptando la  $H_1$ , en donde se manifiesta que, si existe relación entre comunicación organizacional y cohesión El coeficiente de correlación 0,899 indicó una correlación positiva alta en los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.

## Prueba de hipótesis específica entre comunicación organizacional y liderazgo.

- $H_0$ : No existe relación directa entre comunicación organizacional y liderazgo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.
- $H_1$ : Existe relación directa entre comunicación organizacional y liderazgo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021.

Estrategia de prueba:

- Si el valor Sig. es  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis nula.
- Si el valor Sig. es  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 17**

*Prueba de hipótesis específica liderazgo*

			Comunicación organizacional	Liderazgo
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,821**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	52	52
	Liderazgo	Coeficiente de correlación	,821**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	52	52

Se demostró en la tabla 17, el grado de Sig.  $0,000 < p = 0,05$ . En tal sentido, se aprueba la  $H_1$ , en donde se manifiesta que, si existe conexión entre comunicación organizacional y liderazgo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen Pachacamac, 2021. El coeficiente de correlación del Rho= 0,821 indicó una vinculo positivo alto.

## V. DISCUSIÓN

Según el objetivo general, determinar la relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los comerciantes del mercado central virgen del Carmen, Pachacamac 2021. Los resultados de la tabla 16, demostró correlación positiva muy alta ( $r= 0.989$ ), entre uno y otro, indicando que los métodos realizados en la comunicación organizacional tienen asociación directa con el trabajo en equipo. Datos que al ser comparados con Escalante (2018), en la tesis *La comunicación organizacional y la administración de equipos de trabajo de la empresa Fractalía Perú S.A., Lima – 2018*, cuyo coeficiente ( $r =0,994$ ), indica que si existe asociación directa entre ambas variables. Con estos resultados, se afirma coincidentemente que la comunicación organizacional si se asocia de manera favorable con el trabajo en equipo. Por ello Haroon & Malik (2018) manifiestan que las actividades facilitan y agilizan la comunicación en la institución.

En base al primer objetivo específico, busca identificar la relación entre la comunicación organizacional y el empoderamiento de los comerciantes del mercado central virgen del Carmen, Pachacamac 2021. Los resultados en la tabla 17, se evidencia un nivel de correlación positiva moderada ( $Rho= 0.650$ ), entre la primera variable y primera dimensión, refleja que la empresa emplea a los indicadores del trabajo en equipo para lograr un centro laboral eficiente, se comparó con Crisóstomo (2019), en su tesis "*Comunicación organizacional y trabajo en equipo en docentes de instituciones educativas públicas del distrito Los Olivos, 2019*", cuenta con una correlación positiva moderada ( $r= 0.576$ ), en el cual evidencia la relación de las variables. Con ello, se declara que coincidentemente la comunicación organizacional se vincula de manera conveniente con el empoderamiento. Además, Manzoor (2018) indica que es el proceso mediante los colaboradores fortalecen sus capacidades, confianza cuando forman parte de un grupo.

En base al segundo objetivo específico, busca identificar la relación entre la comunicación organizacional y la cohesión de los comerciantes del mercado central virgen del Carmen, Pachacamac 2021. Según lo manifestado en la tabla 18, se observa un nivel de correlación positiva alta ( $r= 0.899$ ), entre la variable y segunda dimensión, nos refleja que la empresa maneja a los indicadores del trabajo en equipo para efectuar las metas, se compara con Artiaga y Espinoza (2017), en su artículo *Cohesión grupal y su relación con la comunicación organizacional*, cuyo resultado demuestra que hay una correlación positiva alta ( $r=0.803$ ), donde se encuentra una relación entre la variable y dimensión. Con ~~est~~ resultados, se afirma coincidentemente que la comunicación organizacional se conecta con la cohesión de forma positiva. De acuerdo a Manzoor (2020) indica que la cohesión es fundamental para lograr un trabajo en equipo unido con la finalidad de conseguir sus objetivos.

En base al tercer objetivo específico, busca identificar la relación entre la comunicación organizacional y el liderazgo de los comerciantes del mercado central virgen del Carmen, Pachacamac 2021. según la tabla 19, muestra la correlación positiva alta ( $r= 0.821$ ), entre la variable y dimensión , nos refleja que la entidad maneja los indicadores del trabajo en equipo para lograr un entorno unido y motivado, datos que al ser examinados y comparando con Soto (2020), en su tesis *“Comunicación organizacional interna y trabajo en equipo en operarios de limpieza de una empresa del distrito de Lurigancho – Chosica, 2020”*, donde demuestra la existencia de una correlación positiva alta ( $r=0,713$ ), evidencia la relación directa entre las variables. Por ello Piera (2017), afirma que son las capacidades de una persona para poder influir y motivar a un conjunto de individuos.

## VI. CONCLUSIONES

En el sexto capítulo se mencionó las siguientes conclusiones:

Primera. Se llegó a determinar que existe una correlación positiva muy alta con un coeficiente de correlación del Rho se Sperman 0,989 entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los comerciantes del Mercado Central Virgen Del Carmen, Pachacamac 2021. Se concluye, ante una buena comunicación organizacional, se incrementa el trabajo en equipo de la organización.

Segunda. Se logro a identificar que existe una correlación positiva moderada con un coeficiente de correlación del Rho se Sperman 0,650 entre la comunicación organizacional y el empoderamiento de los comerciantes del Mercado Central Virgen Del Carmen, Pachacamac 2021. Se concluye, ante una buena comunicación organizacional, aumenta el empoderamiento de los colaboradores.

Tercera. Se llegó a identificar que existe un vínculo positivo alto con un coeficiente de correlación del Rho se Sperman 0,899 entre la comunicación organizacional y la cohesión de los comerciantes del Mercado Central Virgen Del Carmen, Pachacamac 2021. Se concluye, mediante la comunicación organizacional, se incrementa el compromiso y responsabilidad de los trabajadores.

Cuarta. Se identifico que existe una correlación positiva alta con un coeficiente de correlación del Rho se Sperman 0,821 entre la comunicación organizacional y el liderazgo de los comerciantes del Mercado Central Virgen Del Carmen, Pachacamac 2021. Se concluye, cuanto más se desarrolle la comunicación organizacional, aumenta la influencia del liderazgo entre los comerciantes.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Por último, capítulo se tomaron las recomendaciones.

Primera: Se demostró correlación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo, se sugiere desarrollar reuniones y encuentros periódicos para mejorar la comunicación organizacional con el propósito de lograr las metas de manera eficiente.

Segunda: Dada la correlación entre la comunicación organizacional y el empoderamiento, se indica a los directivos realizar talleres de comunicación efectiva dirigidos a los comerciantes para mejorar sus capacidades y habilidades interpersonales.

Tercera: Debido al nivel de correlación entre la comunicación organizacional y la cohesión, se aconseja a los comerciantes mantener el compromiso en las actividades que realizan para fortalecer la responsabilidad en su trabajo diario.

Cuarta: Debido al nivel de correlación entre la comunicación organizacional y el liderazgo, se dispone capacitar permanentemente a los comerciantes con el fin de promover la excelencia e integración en su centro de labores.

## REFERENCIAS

- Ahmad, I., & Manzoor, S. (2017). Effect of teamwork, employee empowerment and training on employee performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(11), 380-394.
- Amrhein, V., Trafimow, D., & Greenland, S. (20 de marzo de 2019). *Inferential statistics as descriptive statistics: there is no replication crisis if we don't expect replication*. *The American Statistician*, 73(51), 260-269. Recuperado de: <https://bit.ly/3lw81eG>
- Ancín, I., y Espinoza, J. (2017). La Relación entre la Comunicación Interna y el Clima Laboral: Estudio de Caso en PYMES de la Ciudad de Guayaquil. *PODIUM*, 65 - 77. Recuperado de <https://bit.ly/3fGFwun>
- Anning, T., Odoom, R., Acheampong, G., & Tweneboah-Koduah, E. (2017). Innovation and organizational development: the role of organizational leadership. *African Journal of Economic and Management Studies*.
- Artiaga, A. y Espinoza, H. (2017). *Cohesión grupal y su relación con la comunicación organizacional* (tesis de grado). Universidad Estatal de Milagro). Recuperado de <https://bit.ly/3nmnWMZ>
- BakhshaliPour, V., Sareshkeh, S., Moghadam, M., Kazemi, M., & Toubia, N. (2016). *The Relationship between Leadership Style and Communication Skills in High School Physical Education Teachers of Guilan Province*. *European Journal of Physical Education and Sport Science*. Recuperado de <https://bit.ly/3z5hVLA>
- Burlingame, G., McClendon, D., & Yang, C. (2018). Cohesion in group therapy: A meta-analysis. *Psychotherapy*, 55(4), 384.
- Castro, D. (2019). *Comunicación organizacional interna y trabajo en equipo en la UGEL 09, año 2018*. (Tesis de grado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho. Recuperado desde: <https://bit.ly/35jbCqT>
- Crisostomo, R. (2019). *Comunicación organizacional y trabajo en equipo en docentes de instituciones educativas públicas del distrito Los Olivos, 2019*. (Tesis de grado). Universidad César Vallejo. Lima. Recuperado desde: <https://bit.ly/2Uqgkwz>



- Danel, O. (2015). *Metodología de la investigación. Población y muestra*. Researchgate. Recuperado de <https://bit.ly/32vn9Bm>
- De Castro, A. (2017). *Manual práctico de comunicación organizacional*. Editorial Verbum. Recuperado de <https://rb.gy/gj3wxn>
- Downs, C.; DeWine, S. y Greenbaum, H. (2020). Medidas de comunicación organizacional. En *Medidas de investigación sobre comunicación* (págs. 57-78). Routledge.
- Duran, A. (2018). *Trabajo en equipo*. Elearning S.L. Recuperado de: <https://rb.gy/sp6gze>
- Escalante, B. (2018). *La comunicación organizacional y la administración de equipos de trabajo de la empresa Fractalía Perú S.A., Lima – 2018*. (Tesis de grado). Universidad Cesar Vallejo. Lima. Recuperado de: <https://n9.cl/rmrus>
- Evans, J., & Morand, J. (2019). The importance of preferential associations and group cohesion: constraint or optimality. *Behavioral Ecology and Sociobiology*, 73(8), 1-10.
- Fernández, G. (2017). UF0521 *Comunicación oral y escrita en la empresa*. Alianza Editorial. Recuperado de <https://rb.gy/3n5duc>
- Galán, M. (s. f.). *Guía Metodológica*. Metodología de la investigación. Recuperado de <https://bit.ly/38BWRBD>
- García, I. (2019). *Investigación exploratoria, descriptiva, explicativa y correlacional*. Recuperado de <https://bit.ly/3kj6xTM>
- Ghaferi, A. & Dimick, J. (2016). The importance of teamwork, communication, and culture in failure to rescue in the elderly. *The British journal of surgery*, 103(2), e47.
- Hanaysha, J. (2016). Examining the effects of employee empowerment, teamwork, and employee training on organizational commitment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229(298-306), 298-306. Recuperado de <https://bit.ly/3fm48Xe>

- Haroon, H., & Malik, H. (2018). The impact of organizational communication on organizational performance. *Journal of Research in Social Sciences*, 6(2), 140-151. Recuperado de <https://bit.ly/3kSQNHf>
- Harris, T. & Nelson, M. (2018). *Applied organizational communication: Theory and practice in a global environment*. Routledge.
- Hernández, H. y Pascual, A. (2018). *Validación de un instrumento de investigación para el diseño de una metodología de autoevaluación del sistema de gestión ambiental*. *Revista De Investigación Agraria Y Ambiental*, 9(1), 157 - 164. <https://doi.org/10.22490/21456453.2186>
- Hernandez, R.; Fernandez, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.a ed.). México: McGRAW HILL.
- Instituto nacional de estadística e informática. (2018). *Perú: tecnologías de información y comunicación en las empresas, 2016*, 43-44. Recuperado de: <https://bit.ly/3eMOgwJ>
- Kramer, M., & Bisel, R. (2017). *Organizational communication* (p. 496). Oxford University Press.
- Kuhn, T., Ashcraft, K. L., & Cooren, F. (2019). Introductory Essay: What Work Can Organizational Communication Do?. *Management Communication Quarterly*, 33(1), 101-111.
- Litano, M., & Major, D. (2016). Facilitating a whole-life approach to career development: The role of organizational leadership. *Journal of Career Development*, 43(1), 52-65.
- López, F. (2016). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo. UF0346*. Tutor Formación. Recuperado por: <https://rb.gy/yz4fey>
- López, P. y Fachelli, S. (2017). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona

- Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria*. Dialnet. Recuperado de <https://bit.ly/36uto9W>
- Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P., & García, N. (2019). *Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica*. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 36-49. Recuperado de <https://bit.ly/2UJ1pOp>
- Meneses, E. (2019). *Cuáles son las funciones de la comunicación en una empresa*. Gluppi. Recuperado de <https://bit.ly/2K8utg8>
- Miranda, M., Villasís, M., y Arias, J. (abril-junio de 2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
- Montiel, S. (2017). *Objetivos y beneficios de la comunicación interna | Deusto Formación*. *Deusto Formación*. Recuperado de <https://bit.ly/2UoyJK7>
- Motoi, G. (2017). *Could employees' motivation be increased by a better organizational communication? A sociological perspective*. *Social Sciences and Education Research Review*, 4(1), 174-190. Recuperado de <https://bit.ly/35NzQd4>
- Mousalli, G. (2015) *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa*. Mérida. Recuperado de: <https://bit.ly/38ulqQC>
- Muñoz, S., Ortega, N., & Serrano. (2016). *El poder de la comunicación: claves de la comunicación estratégica en los espacios jurídico y político*. Dykinson. Recuperado de <https://bit.ly/3pQQZfm>
- Opute, A. (2020). *Teamwork and customer service*. In *Customer Service Management in Africa* (pp. 177-190). Productivity Press.
- Oteyza, A., Balmoria, B., & Sabularse, M. (2018). *Effectiveness of oral and written communication of university employees*. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 6(1). Recuperado de <https://bit.ly/391Rfk5>
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Scielo. Recuperado de: <https://bit.ly/3npgG3a>

- Pacheco, J. (2019). *Variable Cualitativa (definición, tipos, ejemplos y características)*. *Web y Empresas*. Recuperado de <https://bit.ly/38BXZVM>
- Palella, S. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Recuperado de: <https://bit.ly/37XEcln>
- Palomino, D & Soto, R. (2019). *La comunicación organizacional y el trabajo en equipo del personal en la asociación fundación contra el hambre-clúster Huancavelica, año 2018*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Huancavelica. Huancavelica. Recuperado desde: <https://bit.ly/2H0WYLB>
- Pazmay, S., Pardo, E. & Ortiz, Á. (2017). *Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: una primera aproximación*. *Acta de investigación psicológica*, 7(2), 2704-2716. Recuperado de <https://bit.ly/2UnouWG>
- Plaza, J., Uriguen, P., & Bejarano, H. (2017). *Validez y confiabilidad en la investigación cualitativa*. *Revista Arjé*. Recuperado desde: <https://bit.ly/3f5TWCo>
- Ponce, R., Palma, K., Alamilla, A., Valdez, D., & Velázquez, U. (2020). Cuadro comparativo “Estadística inferencial y descriptiva”. *Educación y Salud Boletín Científico Instituto de Ciencias de la Salud Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, 8(16), 93-95. Recuperado de <https://bit.ly/2UM7SrN>
- Ragan. (2020). *38% de las organizaciones no tenían un plan de comunicación de crisis previo al brote de la pandemia de Covid-19*. *PR News en español*. Recuperado de <https://bit.ly/3eL1Q3M>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Recuperado de <https://bit.ly/3IQdBJ7>
- Serra, B. (2020, 26 octubre). Muestreo por conveniencia. *Universo Formulas*. Recuperado de <https://bit.ly/3g5A0jK>
- Soto, D. (2020). *Comunicación organizacional interna y trabajo en equipo en operarios de limpieza de una empresa del distrito de Lurigancho –*

Chosica, 2020. (Tesis de grado). Universidad Cesar Vallejo. Lima.  
Recuperado de: <https://n9.cl/bgqty>

Suárez, M. (2014). *Determinación de la relación entre la comunicación y el liderazgo en la aceptación del cambio organizacional en un ambiente universitario en la ciudad de Bogotá*. (Tesis de grado). Universidad Católica de Colombia. Bogotá. Recuperado de: <https://bit.ly/2IqM1DP>

Taber, K. S. (junio de 2017). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, 1 - 24. Recueprado de doi:10.1007/s11165-016-9602-2

Vásquez, J. (2015). *Relación entre la comunicación y la satisfacción laboral de un grupo de trabajadores del área de bodega de Bofasa*. Universidad Rafael Landivar. Guatemala. Recuperado de <https://bit.ly/3fkfACZ>

## ANEXO

### ANEXO 1 *Matriz de operacionalización de las variables*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Tipo de variable
Comunicación organizacional	De castro (2017), refiere que es necesario para el progreso de las empresas. Por ello, la comunicación de los gerentes, jefes, directivos y colaboradores debe de ser de manera fluida y concreta.	Se midió a través de un cuestionario mediante la escala de Likert, la variable contempla 3 dimensiones y 7 indicadores, considerándose un total de 16 preguntas ordinales realizadas a los colaboradores del mercado central virgen del Carmen. (desde 1=completamente en desacuerdo hasta 5= completamente de acuerdo).	Tipos de comunicación	Comunicación interna	1,2	Ordinal
				de Comunicación externa	3,4	
			Objetivos de comunicación	Motivación	5,6	Ordinal
				Compromiso	7,8	
			Funciones de comunicación	Controlar	9,10,11	la
				Informar	12,13	
Instruir	14,15,16	Ordinal				

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Tipo de variable
Trabajo en Equipo	Según López (2016). refiere a un número de personas que laboran de manera organizada y están comprometidas por un logro en común.	Se midió a través de un cuestionario mediante la escala de Likert, la variable contempla 3 dimensiones y 7 indicadores, considerándose un total de 15 preguntas ordinales realizadas a los colaboradores del mercado central virgen del Carmen. (desde 1=completamente en desacuerdo hasta 5= completamente de acuerdo).	Empoderamiento	Dirección	17,18	Ordinal
				Responsabilidad	19,20	
			Cohesión	Pertenencia	21,22	Ordinal
				Compromiso	23,24	
				Sinergia	25,26,27	
			Participación	28,29	Ordinal	
Liderazgo	Influencia	30,31				

**ANEXO 2** *Cálculo del tamaño de la muestra*

$$n = \frac{N Z^2 p \times q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p \times q} \quad \mathbf{234(}$$
$$\mathbf{1.95^2) \times 0.5 \times 0.5}$$
$$n = \frac{\mathbf{(0.05^2)(234 - 1) + (1.95^2) \times 0.5 \times 0.5}}{\mathbf{1.95^2}}$$
$$n = \mathbf{145.0933551}$$
$$n = \mathbf{145}$$

Donde:

Z= 1.95

p= 0.50

q= 0.50

e= 0.05



## ANEXO 3 Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La investigación “La comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los comerciantes del Mercado Central Virgen Del Carmen, Pachacamac 2021”. Tiene como objetivo medir la relación de las variables estudiadas. Así mismo agradecemos a cada uno de los socios por el apoyo y recalcar que este cuestionario es totalmente confidencial.

#### INSTRUCCIONES:

Marque con un aspa (X) el número que mejor lo identifica:

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

COMUNICACION ORGANIZACIONAL		1	2	3	4	5
Tipos de comunicación	<b>Comunicación interna</b>					
	1	¿Considera que la comunicación con sus compañeros de trabajo se da de manera fluida?				
	2	¿Con que frecuencia se evalúa la efectividad de la comunicación entre los socios e inquilinos?				
	<b>Comunicación externa</b>					
Tipos de comunicación	3	¿La comunicación entre comerciantes y clientes se da de manera eficiente?				
	4	¿Usted como comerciante mantiene una adecuada capacidad de negociación con sus clientes?				
Objetivos de	<b>Motivación</b>					
	5	¿Se siente motivado en su centro de trabajo?				
	6	¿Los directivos posibilitan la comunicación en el mercado?				
	<b>Compromiso</b>					
	7	¿Se siente comprometido con las metas y objetivos trazados por la asociación?				
	8	¿Se observa y refleja el compromiso del asociado?				
Funciones de comunicación	9	¿Usted siente que en su centro laboral hay un compromiso de buena comunicación con las personas?				
	<b>Controlar</b>					
	10	¿En su centro laboral sancionan a los directivos que difunden información confidencial?				
	11	¿Los directivos emiten memorándum a los socios que incumplen las reglas establecidas en el mercado??				
	<b>Informar</b>					
	12	Recibe con frecuencia la información requerida de sus compañeros de trabajo?				
Funciones de comunicación	13	¿Tiene confianza para hablar de los problemas de la asociación?				
	14	¿En su centro de trabajo realizan con frecuencia reuniones para mejorar la productividad?				
	15	¿La municipalidad de Pachacamac realiza talleres de formación?				
	16	¿Comparte sus experiencias laborales con los compañeros de trabajo que se están integrando?				

## CUESTIONARIO DE TRABAJO EN EQUIPO

La investigación “La comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los comerciantes del Mercado Central Virgen Del Carmen, Pachacamac 2021”. Tiene como objetivo medir la relación de las variables estudiadas. Así mismo agradecemos a cada uno de los socios de la empresa por el apoyo y recalcar que este cuestionario es totalmente confidencial.

### INSTRUCCIONES:

Marque con un aspa (X) el número que mejor lo identifica:

<b>1. Nunca</b>	<b>2. Casi nunca</b>	<b>3. A veces</b>	<b>4. Casi siempre</b>	<b>5. Siempre</b>
---------------------	--------------------------	-----------------------	----------------------------	-----------------------

TRABAJO EN EQUIPO		1	2	3	4	5
<b>Empoderamiento</b>	<b>Dirección</b>					
	1	¿Te otorgan facultades para dirigir ?				
	2	¿Cuenta con el apoyo para poder dirigir tu negocio ?				
	<b>Responsabilidad</b>					
3	¿Está cumpliendo sus labores de forma responsable?					
4	¿Se desempeña de manera correcta en su trabajo?					
<b>Cohesión</b>	<b>Pertenencia</b>					
	5	¿Siente que lo toman en cuenta para la organización del mercado?				
	6	¿Usted se siente identificado con su centro laboral?				
	<b>Compromiso</b>					
	7	¿Participa en reuniones o talleres de seguimiento para la mejora de la asociación?				
	8	¿Realiza sus actividades de manera efectiva?				
	<b>Sinergia</b>					
	9	¿Usted forma parte de un equipo?				
10	¿Existe comunicación entre sus compañeros de trabajo que permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales?					
11	¿Cree usted que los comentarios o sugerencias que hace son tomadas en cuenta?					
<b>Liderazgo</b>	<b>Participación</b>					
	12	¿Usted con qué frecuencia propone propuestas o sugerencias para la mejora de la asociación?				
	13	¿Recibe información sobre cambios o procesos para la mejora de la asociación?				
	<b>Influencia</b>					
	14	¿El líder propicia un clima de trabajo agradable en el mercado?				
15	¿La relación entre líderes y socios se da de manera frecuente?					

## ANEXO 4 Validación del instrumento



### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. LA CRUZ ARANGO-ÓSCAR DAVID
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
- 1.3. Especialidad del experto: Investigación
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- 1.5. Autor del instrumento: Díaz Paye Noemi del Rosario

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					87
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					88
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					88
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					88
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					89
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					88
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					88
CONSISTENCIA	Constata que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					88
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					88
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>88%</b>

#### ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: Comunicación Organizacional

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

ITEM N°	SUFICIENTE	MECIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?


Aplicable

---

---

**IV. PROMEDIO DEVALORACION:****88%**

Ato., 04 de mayo del 2021



Firma de experto informante  
DNI N° 09495298

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. LA CRUZ ARANGO ÓSCAR DAVID  
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV  
 1.3. Especialidad del experto: Investigación  
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 1.5. Autor del instrumento: Díaz Puyo Noemi del Rosario

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					88
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					88
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					88
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					91
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					88
INTENCIONALIDAD	Define las estrategias que responde al propósito de la investigación					88
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					89
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de sustrato a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>89%</b>

### ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: Trabajo en equipo

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
13	✓			
14	✓			
15	✓			

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. **PROMEDIO DEVALORACION:**

89%

Ate, 04 de mayo del 2021

  
-----  
Firma de experto informante  
DNI N° 09499298

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. Alonso López Alfaro
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV
- 1.3. Especialidad del experto: Administración
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- 1.5. Autor del instrumento: Díaz Paya Noemí del Rosario

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					8.2
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					8.1
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					8.1
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					8.1
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					8.1
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					8.1
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					8.1
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					8.1
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					8.1
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					8.1
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>81%</b>

**ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: Comunicación Organizacional**

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				
09				
10				
11				
12				

13				
14				
15				
16				

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Reformular las preguntas 3, 7, 8 pregunta débiles debe de ser únicas, 2, 6, 11, 12, 14, preguntas muy

amplas deben de ser más genéricas.

**IV. PROMEDIO DE AVALUACIÓN:**

8.1%

Ato, 24 de abril del 2021



.....  
Firma de experto informante  
DNI N° 09460324



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

11. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg.
12. Cargo e institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV
13. Especialidad del experto:
14. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
15. Autor del instrumento: Díaz Paya Noemí del Rosario

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				62	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.				62	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				62	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				62	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				62	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				62	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				62	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son los de cada uno propios del campo que se está investigando.				62	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				62	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				62	
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>					62%	

### ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: Trabajo en equipo

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				
09				
10				
11				
12				

13				
14				
15				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

reformular las preguntas: 7, 10, 12, 13, son amplias deben de ser más genéricas.

---

---

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

62%

Ate, 24 de abril del 2021



.....  
Firma de experto informante  
DNI N°

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. ARAMBURÚ GENG CARLOS ABRAHAM  
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV  
 1.3. Especialidad del experto: Investigación  
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 1.5. Autor del instrumento: **DAZ PAYE NOEMI DEL ROSARIO,**

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					87
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					88
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					88
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					91
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					89
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					88
INTENCIONALIDAD	Extra las estrategias que responde al propósito de la investigación					90
CONSISTENCIA	Comprueba que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					88
CÓHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					91
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>89%</b>

**ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

89%

Aba, 05 de mayo del 2021



\*\*\*\*\*  
 Fianza de experto-investigador  
 DNI N° 44075484

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. ARAMBURÓ GENG CARLOS ABRAHAM
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
- 1.3. Especialidad del experto: Investigación
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- 1.5. Autor del instrumento: DÍAZ PAYE NOEMI DEL ROSARIO,

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					87
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					92
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					89
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					91
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					89
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					91
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					89
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					92
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>90%</b>

### ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: TRABAJO EN EQUIPO

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
13	✓			
14	✓			
15	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable


---

---

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Ato, 05 de mayo del 2021



.....  
Percia de experta Informática  
DNI N° 44075484

**ANEXO 5** Matriz de datos

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL																																	
DIMENSIONES		DOS DE COMUNICACIÓN				OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN				FUNCIONES DE COMUNICACIÓN																							
INDICADORES		comunicación		comunicación		motivación		compromiso		controlar		informar		instruir																			
ITEMS		pregunta 1		pregunta 2		pregunta 3		pregunta 4		pregunta 5		pregunta 6		pregunta 7		pregunta 8		pregunta 9		pregunta 10		pregunta 11		pregunta 12		pregunta 13		pregunta 14		pregunta 15		pregunta 16	
PARTICIPANTES	1	5	5	4	5	3	5	2	5	4	1	2	5	5	4	3	4																
	2	4	1	3	3	2	3	1	2	4	4	1	2	3	3	2	3																
	3	3	4	2	4	3	4	2	4	3	2	2	4	4	3	3	5																
	4	2	3	3	5	4	2	3	2	1	3	3	2	3	4	2	3																
	5	5	4	2	3	4	5	1	3	4	5	1	3	5	3	3	5																
	6	4	5	3	2	4	4	3	4	5	3	3	4	5	3	4	5																
	7	5	2	3	2	2	4	2	4	2	1	2	2	2	4	2	3																
	8	4	4	4	5	4	3	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4																
	9	4	5	4	3	4	2	5	3	4	4	5	3	5	4	4	4																
	10	2	2	2	4	3	1	3	2	4	4	2	2	2	2	2	3																
	11	3	4	5	4	5	2	2	4	4	5	5	4	4	5	4	5																
	12	5	3	3	5	2	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5																
	13	2	5	4	3	4	3	4	3	4	4	1	3	4	4	3	4																
	14	5	5	2	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5																
	15	5	4	4	5	4	5	4	2	5	5	4	2	5	4	4	4																
	16	4	4	3	4	5	4	4	1	4	4	1	1	4	4	2	2																
	17	5	5	4	5	4	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5																
	18	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4																
	19	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5																
	20	5	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5																
	21	3	2	3	5	1	5	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4																
	22	4	4	5	4	4	2	3	5	4	5	3	5	4	4	4	4																
	23	5	4	3	4	5	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5																
	24	2	2	4	4	1	4	2	1	5	4	2	1	2	2	3	2																
	25	4	5	5	4	4	4	2	3	4	5	2	3	5	4	3	5																
	26	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4																
	27	4	3	3	5	3	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5																
	28	4	2	2	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4																
	29	4	3	5	4	4	5	3	5	5	5	3	5	4	4	4	4																
	30	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5																
	31	3	4	5	4	5	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5																
	32	5	3	3	5	2	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5																
	33	2	5	4	3	4	3	4	3	4	4	1	3	4	4	3	4																
	34	5	5	2	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5																
	35	5	4	4	5	4	5	4	2	2	5	4	2	5	4	4	4																
	36	4	4	3	4	5	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	2	2															
	37	5	5	4	5	4	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5																
	38	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4																
	39	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5																
	40	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5															
	41	3	2	3	5	1	5	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4																
	42	4	4	5	4	4	2	3	5	4	5	3	5	4	4	4	4																
	43	5	4	3	4	5	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5																
	44	2	2	4	4	1	4	2	1	5	4	2	1	2	2	3	2																
	45	4	5	5	4	4	4	2	3	4	5	2	3	5	4	3	5																
	46	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4																
	47	4	5	3	5	3	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5																
	48	4	2	2	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4																
	49	4	3	5	4	4	5	3	5	5	5	3	5	4	4	4	4																
	50	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5																
	51	5	5	4	5	3	5	2	5	4	4	2	5	5	4	3	4																
	52	4	1	3	3	2	3	1	2	4	4	1	2	3	3	2	3																

**TRABAJO EN EQUIPO**

MENSIONES	EMPODERAMIENTO				COHESION					LIDERAZGO			
INDICADORES	DIRECCION	RESPONSABILIDAD	PERTENENCIA	COMPROMISO	SINERGIA		PARTICIPACION			INFLUENCIA			

	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15
--	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

1	5	5	4	5	5	5	2	5	4	1	2	4	5	4	3
2	4	1	3	3	3	3	2	2	4	4	1	3	3	3	2
3	3	4	2	4	4	4	2	5	3	2	2	5	4	3	3
4	2	3	3	5	5	2	3	2	1	3	3	3	3	4	2
5	5	4	2	3	4	5	2	3	4	5	1	5	5	3	3
6	4	5	3	2	5	4	3	4	5	3	3	5	5	3	4
7	5	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	3	4	2	2
8	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4
9	4	5	4	3	5	2	5	3	4	4	5	4	5	4	4
10	2	2	2	1	4	1	2	2	4	4	2	3	2	2	2
11	3	4	5	4	5	2	5	4	4	5	5	5	4	5	4
12	5	3	3	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4
13	2	5	4	3	5	3	1	3	4	4	1	4	4	4	3
14	5	5	2	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4
15	5	4	4	5	5	5	4	2	5	5	4	4	5	4	4
16	4	4	3	4	5	4	1	1	4	4	1	2	4	4	2
17	5	5	4	5	5	3	2	4	4	5	2	5	5	4	3
18	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
19	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	3	5	5	4	4
20	5	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	5	4
21	3	2	3	5	2	5	2	3	2	2	2	4	3	3	3
22	4	4	5	4	5	2	3	5	4	5	3	4	4	4	4
23	5	4	3	4	5	3	2	4	4	5	2	5	5	4	3
24	2	2	4	1	2	4	2	1	5	4	2	2	2	2	3
25	4	5	5	4	5	4	2	3	4	5	2	5	5	4	3
26	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
27	4	5	3	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4
28	1	2	2	2	3	4	3	3	3	2	3	4	2	2	3
29	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	4
30	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
31	3	4	5	4	5	2	5	4	4	5	5	5	4	5	4
32	5	3	3	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4
33	2	5	4	3	5	3	1	3	4	4	1	4	4	4	3
34	5	5	2	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4
35	5	4	4	5	5	5	4	2	5	5	4	4	5	4	4
36	4	4	3	4	5	4	1	1	4	4	1	2	4	4	2
37	5	5	4	5	5	3	2	4	4	5	2	5	5	4	3
38	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
39	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	3	5	5	4	4
40	5	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	5	4
41	3	2	3	5	2	5	2	3	2	2	2	4	3	3	3
42	4	4	5	4	5	2	3	5	4	5	3	4	4	4	4
43	5	4	3	4	5	3	2	4	4	5	2	5	5	4	3
44	2	2	4	1	2	4	2	1	5	4	2	2	2	2	3
45	4	5	5	4	5	4	2	3	4	5	2	5	5	4	3
46	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
47	4	5	3	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4
48	1	2	2	2	3	4	3	3	3	2	3	4	2	2	3
49	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	4
50	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
51	5	5	4	5	5	5	2	5	4	1	2	4	5	4	3
52	4	1	3	3	3	3	2	2	4	4	1	3	3	3	2





## ANEXO 6 Nivel de confiabilidad del instrumento

Valores	Niveles
Alfa de Cronbach > 0.9	Perfecto
Alfa de Cronbach > 0.8	Bueno
Alfa de Cronbach > 0.7	Aceptable
Alfa de Cronbach > 0.6	Cuestionable
Alfa de Cronbach > 0.5	Pobre
Alfa de Cronbach < 0.5	Inaceptable

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014).

## ANEXO 7 Coeficiente de correlación

Valor del coeficiente (+/-)	Significado
-1	negativa grande y perfecta.
-0,9 a -0,99	Negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Negativa alta
-0,4 a 0,69	Negativa moderada
-0,2 a -0,38	Negativa baja
-0,01 a -0,19	Negativa muy baja
0	Nula
0,01 a 0,19	Positiva muy baja
0,2 a 0,39	Positiva baja
0,4 a 0,69	Positiva moderada
0,7 a 0,89	Positiva alta
0,9 a 0,99	Positiva muy alta
1	Positiva grande y perfecta

*Hernández et al., (2014) – adaptado*

**Anexo 8** Documento de autorización.



**ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL  
"VIRGEN DEL CARMEN"**

Inscrito Tomo 362 Ficha 16435 en Registro Público  
Fundado el 16 de Julio de 1993

**SOLICITO: Permiso para realizar trabajo de  
investigación**

**SR. ALBERTO ROJAS BALBOA**

**SECRETARIO DE ORGANIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL  
MERCADO CENTRAL VIRGEN DEL CARMEN**

Yo, Díaz Paye Noemi del Rosario, identificado con DNI  
N°76244295, Código universitario N°7000992951, con  
domicilio en Mz B 17 Lt 12 Los zafiros – Pachacamac. Ante  
usted respetuosamente me presento y expongo

Estudiante de X ciclo de ADMINISTRACIÓN en la universidad privada Cesar Vallejo  
sede Ate solicito a Ud. Permiso para realizar mi trabajo de investigación sobre "LA  
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL TRABAJO EN EQUIPO DE LOS  
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL VIRGEN DEL CARMEN, PACHACAMAC 2021"  
donde se realizará una encuesta a los socios y posteriormente se hará público los  
resultados de la investigación para optar con el grado de licenciado en administración.

**POR LO EXPUESTO:**

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Lima, 14 de mayo del 2021

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES  
Mercado Central Virgen del Carmen  
  
**Alberto Rojas Balboa**  
SECRETARIO DE ORGANIZACIÓN



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, BARDALES CARDENAS MIGUEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "La comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los comerciantes del Mercado Central Virgen del Carmen, Pachacamac 2021", cuya autora es DIAZ PAYE NOEMI DEL ROSARIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 23 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
BARDALES CARDENAS MIGUEL <b>DNI:</b> 08437636 <b>ORCID:</b> 0000-0002-1067-9550	

Código documento Trilce