



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Comunicación organizacional y su relación con el clima laboral en los
colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

AUTOR:

ARROYO LAURENTE, ESTEFANNY ROSSELYN

ASESOR:

MG. CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA - PERÚ

2018 - II

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)
 APRUJO LAURENT ESTEFANNY ROSSELYN

cuyo título es: ".....
Comunicación organizacional y su relación con el clima
laboral en los colaboradores de Saja Finaboliva del
Mali Avenida Plaza de Bellavista, 2018.
"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas
 por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 11 (número)
 DNCE (letras).

Lima, 06 de diciembre de 2018.



PRESIDENTE

.....
SECRETARIO

.....
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

A mis padres Odon Arroyo Ramírez, Rosa Margarita Laurente Vargas y mi hermano Gianmarco por estar siempre conmigo en las buenas y malas, apoyándome en todo aspecto de mi vida, incitándome y motivándome siempre a seguir adelante, luchar por mis sueños y superar todos los obstáculos que se presentaron en mi camino, gracias por su apoyo absoluto en la culminación de mi carrera profesional y su orientación y consejo en la realización de está.

AGRADECIMIENTO

A Dios, mi familia por ser mi motor, motivo y gran apoyo incondicional que me ha brindado a lo largo de mi vida y en mi carrera profesional.

A mi hermano Gianmarco por haberme apoyado a seguir adelante con mis estudios y nunca darme por vencida, que todo esfuerzo y sacrificio siempre trae buenos frutos.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Estefanny Rosselyn Arroyo Laurente, estudiante de la carrera profesional Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI 47578747 con la tesis titulada "Comunicación Organizacional y su relación con el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018"

Declaro bajo juramento que:

La tesis es de mi autoría

He respetado las normas, fuentes, citas de los libros que fueron consultados.

Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada.

La tesis no ha sido auto-plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener un grado académico o previo título profesional.

De identificarse datos falsos, plagio (información sin citar a los autores correspondientes), auto-plagio (presentar un nuevo trabajo de investigación propio que ya haya sido publicado), de tal manera asumo las consecuencias y sanciones correspondientes, sometidas a la normativa vigente de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 06 Diciembre del 2018



Estefanny Rosselyn Arroyo Laurente

DNI 47578747

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante usted mi Tesis Titulada “**Comunicación Organizacional y su Relación con el Clima Laboral en los Colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018**” y comprende los capítulos de introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. El objetivo de la referida tesis fue describir la Comunicación Organizacional y el Clima Laboral de los colaboradores de la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista 2018, la cual someto su consideración y espero cumplir con los requisitos de aprobación para poder obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Atte.

Estefanny Rosselyn, Arroyo Laurente

INDICE

PÁGINAS PRELIMINARES	ii
Página del Jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	11
1.2 Trabajos Previos	14
1.3 Teorías relacionadas al tema	17
1.4 Formulación del Problema	28
1.5 Justificación del Estudio	28
1.6 Hipótesis	29
1.7 Objetivos	30
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de Investigación	31
2.2 Variables, Operacionalización	32
2.3 Población y Muestra	35

2.4 Técnicas e Instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	36
2.5 Métodos de análisis de datos	41
2.6 Aspectos Éticos	42
III. RESULTADOS	43
IV. DISCUSIÓN	88
V. CONCLUSIONES	90
VI. RECOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFÍA	93
ANEXOS	96
Anexo 1: Instrumentos	
Anexo 2: Validación de instrumentos	

RESUMEN

Dicha investigación tuvo por objetivo describir la Comunicación Organizacional y el Clima Laboral de los colaboradores de la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista 2018. Es un trabajo de diseño no experimental de corte transversal de tipo descriptivo correlacional, la muestra es probabilística aleatorio simple, la población está conformada por un total de 200 trabajadores y la muestra es de 91 colaboradores.

Así mismo podemos determinar que la Comunicación Organizacional y Clima Laboral de la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, son aceptables y óptimos para la organización ya que se preocupa por el bienestar de sus asociados, desarrollando y actualizando en crear constantemente prácticas y políticas a favor del clima laboral y que la comunicación es el primer medio para sus asociados y colaboradores haciendo que haya transparencia contando siempre con las herramientas de comunicación.

Palabra Clave: Comunicación Organizacional, Clima Laboral y Colaboradores

ABSTRACT

The objective of this research was to describe the Organizational Communication and the Work Environment of the employees of the Saga Falabella company of Mall Aventura Plaza Bellavista 2018. It is a cross-sectional, non-experimental design work of descriptive correlational type, the sample is simple random probabilistic, the population is made up of a total of 200 workers and the sample is 91 employees.

Likewise we can determine that the Organizational Communication and Labor Climate of the company Saga Falabella of Mall Aventura Plaza Bellavista, are acceptable and optimal for the organization since it cares for the welfare of its associates, developing and updating in constantly creating practices and policies to favor of the working environment and that communication is the first means for its associates and collaborators making transparency always having the communication tools

Key Word: Organizational Communication, Work Climate and Collaborators.

INTRODUCCIÓN:

1.1 Realidad Problemática

En las últimas décadas la comunicación en las organizaciones ha sido parte de un cambio de la mano con las estrategias que se implementan en las organizaciones, el cual dentro de las empresas influyen y sirven de herramientas para formar lazos entre la empresa y los empleados.

A finales del siglo XIX Estados Unidos fue el primer país en implementar la comunicación en las organizaciones, logrando que la comunicación entre los trabajadores y los jefes sea más humana. Con los cambios de los procesos de globalización, las organizaciones han necesitado implementar estrategias para facilitar las relaciones interpersonales entre sus miembros.

Saga Falabella es una tienda por departamento que inicia sus funciones en 1889 por una familia Italiana radicada en Chile.

Falabella cuenta con operaciones en Chile, Colombia, Argentina, Perú, Uruguay y Brasil, es una de las compañías más grandes y consolidadas de América Latina. Su rubro son las ventas y atención al cliente. Debido a que en los últimos años se ha venido registrando diversos problemas de clima laboral y para generar una cultura de éxito en Saga Falabella opta por una filosofía y cultura para mejorar el clima laboral, todos los colaboradores deben conocer la misión y visión; así como los valores que guían una conducta dentro de la empresa.

Su empeño está dirigido a brindar una excelente atención a sus clientes, por lo que busca personas motivadas que se identifiquen con las metas organizacionales.

Falabella incorpora una política de participación de los empleados y todo aquel miembro de la organización que le permite brindar su opinión con el objetivo de encontrar soluciones y mejoras dentro del convivir diario en la empresa, fomentando una comunicación horizontal, dando igualdad de oportunidades, regidas por el respeto,

orgullo, credibilidad e imparcialidad, que se trabajan en la mejora del clima laboral dentro de la empresa.

Saga Falabella cuenta con un Plan estratégico comunicacional que se divide en:

1. PLAN ESTRATÉGICO DE CRECIMIENTO: abrir nuevos locales o ampliación de las tiendas existentes.
2. PLAN ESTRATÉGICO DE EXPANSIÓN: respaldadas por las actividades del Banco Falabella por medio de la tarjeta CMR.
3. PLAN ESTRATÉGICO DE NEGOCIO: amplia gama de productos de calidad.

Por otro lado existe una organización global llamada Great Place to Work fundado por los periodistas Robert Levering y Milton Moskowitz, la cual se encarga de realizar una investigación anual haciendo participe a los miembros de la organización por medio de encuestas sobre el clima laboral de la organización.

Great Place to Work busca la excelencia en las empresas, en donde el empleado se sienta cómodo, que disfrute su labor en la empresa y sobre todo la confianza que existe entre empresa y empleado, para un mejor clima laboral.

Por tales logros Saga Falabella viene siendo reconocida por 4 años consecutivos como uno de los Mejores Empresas para trabajar en el Perú y en Latinoamérica, ubicándose en el ranking 6 con más de 1000 colaboradores según Great Place to Work Institute.

De igual forma Saga Falabella es reconocida también por el Marco Talento como la empresa N°1 para trabajar en el sector retail según un ranking de las 100 empresas más deseadas para trabajar en el Perú.

En el libro de las teorías de la comunicación. Según el autor Hirokawa y Gouran en la Teoría Funcional, hace referencia que la comunicación tiene que ser bidireccional, ya que debe tener un constante dialogo y retroalimentación entre superiores y colaboradores, sin esto se perdería la interacción y la respuesta.

Los orígenes de la preocupación que causa el Clima Organizacional se vienen situando en los principales principios cognitivos de la psicología; en tal sentido se dé por medio

de la perspectiva del comportamiento humano debido a su desenvolvimiento e interacción.

Para Guillén y Guil (1999) “El clima laboral es un conjunto de personas que pertenecen o forman una organización para interactuar adaptándose a los cambios dentro del contexto social.” (p.166).

Por otro lado también se define al clima laboral como las metas, objetivos tanto a largo como corto plazo de la empresa, motivando a una mejora diaria y superación, el clima laboral está enfocado básicamente en las emociones, y sentimientos que influyen en la satisfacción del colaborador. (Peiro y Prieto, 1996, p.84)

La implementación de un plan de comunicación organizacional influye directa y clara en la gestión diaria y en los resultados finales de la organización, ayudando a optimizar procesos internos satisfaciendo las necesidades de la empresa contribuyendo a alcanzar sus objetivos, reduciendo el conflicto y mejorar el clima laboral en la organización.

En gran parte de las empresas u organizaciones se ve reflejado en problemas y crisis afectando el clima laboral, siendo las causas de estos problemas la falta de credibilidad, falta de coherencia, falta de comunicación entre superiores y empelados, poco nivel de liderazgo, compañerismo, falta de confianza y subestimar al personal.

Por ello los superiores o líderes de la organización deben de considerar 5 acciones importantes para un buen clima laboral, para que los empleados se sientan implicados con los objetivos y metas de la empresa.

1. Crear un ambiente de confianza entre líderes y colaboradores
2. Hacer que lo empleados se sientan orientados y escuchados
3. Brindar información (Retroalimentación)
4. Competencia sana.
5. Implementación de nuevas tareas de responsabilidad social.

Lo que debe existir en toda organización tanto en el modo de actuar y la orientación en el trabajo, teniendo innovación, espíritu emprendedor, formación de equipos, fortaleza en la ejecución de resultados, visión de grupos y la eficiencia.

Reconocer la ardua labor de los colaboradores es muy propicio y positiva en el clima interno; ya que se reconoce sus actividades, esto hace que el empleado se sienta estimado, satisfecho y con ganas de seguir adelante en los retos, desafíos y logros de la organización.

Esta investigación busca plantear y encontrar la relación que existe entre las variables, dimensiones para poder plantear estrategias y planes de comunicación organizacional centrada en los colaboradores para generar un buen clima laboral agradable.

1.2 Trabajos Previos

En los trabajos previos encontramos las siguientes investigaciones que guardan relación con la presente investigación, para poder sustentar con mayor precisión.

Según CONTRERAS DÍAZ H. (2012) en su tesis aborda el tema "ESTUDIO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN TEXTIL: EL CASO DE TEXTILES EL CARMEN". Para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tiene como objetivo desarrollar una propuesta de estrategia de comunicación interna que pueda impulsar la empresa Textiles El Carmen, para mantener un entorno favorable al cumplimiento de sus objetivos.

El autor toma como referencia a los siguientes autores, según (Flores de Gortari y Orozco Gutiérrez 2002, P. 17), es una transmisión de información con vistas a una respuesta que no siempre implica una aceptación pasiva. Nada hubieran significado por sí mismas las habilidades de manufactura del hombre, si no fuésemos aptos para transmitir nuestra forma de pensar, nuestros sentimientos, nuestras creencias, nuestras reflexiones sobre el pasado o las perspectivas y promesas con las cuales anticipamos el futuro.

El autor hace referencia que la comunicación interna se da a través de un proceso de intercambio de ideas, opiniones, aportes, comentarios y sugerencias que engloba todo en la mente humana.

Así mismo el autor señala que la comunicación interna en una empresa pasa por medio de un proceso de información, se ve reflejado en nuestras creencias, virtudes, habilidades para poder transmitir información breve y entendible adquiriendo una respuesta eficaz y relevante.

Se concluye que en dicha investigación que la comunicación interna de la empresa Textil El Carmen en general existe una mezcla entre la comunicación formal e informal. El tipo de medio y canal de comunicación desde el inicio de la relación laboral, es sumamente básica y pobre en contenido, debido a que predomina la comunicación de persona a persona, sin que exista de por medio documentos que dejen constancias del contenido, así mismo tampoco no existe manual de funciones ni de procedimientos.

Según CARDONA K. (2012) en su tesis aborda el tema “GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA ORGANIZACIONAL EN LA OPTIMIZACIÓN DEL CLIMA LABORAL Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS”. Para obtener el título de Licenciada en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, de la Universidad Tecnológica Equinoccial, tiene como objetivo realizar un estudio y análisis del manejo de la comunicación interna de las empresas con sus implicaciones para mejorar el clima laboral y disminuir los conflictos.

El autor toma como referencia a los siguientes autores, Según (Barquero Cabrero 2002, P.90). La comunicación es “la transmisión de mensajes en los que el encargado de las Relaciones Públicas internas desempeña un importante papel persuasivo, por cuanto el trabajo parte de informaciones adecuadas, actualizadas y contrastadas. Aunque el comunicador no siempre puede controlar el resultado de un mensaje, pero sabe que la difusión efectiva es el inicio del proceso que lleva al cambio de opinión del público interno de la empresa.

La comunicación interna en las organizaciones se ve reflejado en la mayoría de las empresas y que la difusión de los mensajes que se transmite al colaborador se haga de forma eficaz que sea entendible y breve, para que pueda dar una respuesta idónea y rápida, comprendiendo los principales objetivos de la empresa.

Se concluye que en la investigación para el manejo y beneficio de la comunicación interna de la empresa se debe contemplar un plan estratégico comunicacional con todos los miembros que conforman la organización y hallar herramientas que sean directas, escuchando las opiniones e inquietudes de los colaboradores y que se requiera una respuesta de lado a lado.

Según TRUJILLO MARIÑO L. (2017) en su tesis aborda el tema “INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS EMPLEADOS DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DESCENTRALIZADAS DEL SECTOR ENERGÍA Y MINAS; 2017”. Para obtener el título de Licenciada en Administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, tiene como objetivo principal determinar de qué manera la comunicación interna influye en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas.

El autor toma referencia a los siguientes autores: Peña & Batalla (2016 P. 26 y 28) indican que la comunicación organizacional debe empezar "Primero Adentro". Asimismo, indica que el uso simultáneo de los modelos de Tessi, permite realizar el mejoramiento de manera integral de las comunicaciones pensadas, habladas y escritas que se efectúan dentro de una organización.

El autor señala que toda organización se debe dar la retroalimentación constante entre jefe y colaborador indicándole las tareas que se debe realizar a diario dentro de la empresa para evitar conflictos y malos entendidos.

En la actualidad la mayoría de las empresas no se da la retroalimentación ya que es un plus muy importante para toda organización teniendo como resultado obtenido las tareas que se realizan dentro de la empresa con la finalidad de crecer, valorar las

fortalezas y oportunidades de los trabajadores reduciendo sus debilidades y amenazas (FODA), toda organización debe hacer un análisis de los aspectos buenos y malos de la empresa para poder mejorar e implementar nuevas herramientas de trabajo que sean beneficiosas para todo colaborador.

Se concluye que en dicha investigación la comunicación interna influye de manera significativa en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas en el sector de energía y minas, donde una organización tiene buena comunicación interna influirá de manera positiva e eficaz en el clima organizacional de los empleados de diversas instituciones ya sea públicas o privadas.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Teoría de la comunicación relacionada al tema

Para el presente trabajo de investigación se tomó la Teoría Funcional, ya que tiene como eje de análisis a la comunicación de masas; ya que está vinculado directamente con la sociedad.

1.3.1 Teoría Funcional

Según Hirokawa y Gouran (1983) “La teoría funcional surge durante la década de los años cuarenta y cincuenta, planteando una analogía entre las funciones de los grupos pequeños y los sistemas biológicos. Al igual que el cuerpo necesita llevar a cabo funciones vitales, como respirar alimentarse, etc., los grupos también deben cumplir con ciertas funciones o requisitos que influyen o repercuten en la calidad de decisiones.” (P.60)

La teoría funcional nos da entender que los grupos que pertenecen a una organización están conformado por varios elementos y que se integran y desarrollan uno a los otros donde puedan intercambiar diferentes puntos de vista, y que sobre todo no influya en el comportamiento de los demás para no generar consecuencias a largo y corto plazo.

La comunicación es la interacción entre uno o más grupos que influye de forma directa para tomar de decisiones con mayor eficacia y compartiendo metas, adaptándose a nuevas normas y conductas.

Comunicación Organizacional:

Los jefes en una organización tienen la labor de mejorar la comunicación entre los colaboradores dentro de la empresa para evitar problemas, planificando estrategias tanto a largo y corto plazo, en el cual el mensaje sea fluido entre sus miembros (Andrade, 2005, p.16).

De igual manera para Fernández (1991), “Los trabajos que se realizan dentro de la organización tienen la finalidad de mantener una buena relación y comunicación con sus miembros, a esto lo llamamos comunicación organizacional” (p.32).

En síntesis la comunicación con los miembros de la organización debe ser precisa y entendible para que el mensaje entre los jefes y subordinados sea efectivo. (Castro, 2014, p.15)

Para Saga Falabella la comunicación es uno de sus principales medios por lo que sus asociados y la empresa se comunican con transparencia, contando con las herramientas para cumplir los objetivos de comunicación (Revista, Pizarras de comunicación y Mailing corporativo).

Una prioridad para Saga Falabella es la de ofrecer a los colaboradores un trabajo estable, con una remuneración justa, junto con un ambiente laboral agradable y seguro para un adecuado cumplimiento de las funciones. En Falabella se trabaja para que los colaboradores sientan confianza en la empresa y puedan alcanzar un crecimiento tanto personal como profesional dentro de esta.

Flujos de comunicación organizacional:

Según Castro (2014), distingue diferentes tipos o flujos de comunicación organizacional divididas en:

A) Comunicación Ascendente:

Castro (2014) “El autor infiere que la comunicación ascendente ayuda en gran parte a los colaboradores de una empresa a que puedan aportar opiniones, ideas a cerca de un

tema relevante para poder mejorar en la organización y sea beneficiosa para todos sin crear rumores y malos entendidos dentro de la compañía.” (p.16)

Goldhaber (1984) “El autor nos da a entender que los líderes de la compañía deben proporcionar a diario a sus empleados la retroalimentación y recibir críticas constructivas, haciendo que sus empleados puedan hacerse una autoevaluación a diario y ver en que están fallando para mejorar y seguir creciendo en la empresa para llegar a los objetivos y metas trazadas por la empresa.”(p.134)

Por otro el autor Balarezo (2014) “El autor nos da entender que la comunicación ascendente que todo empleado o colaborador debe siempre mantener un contacto directo con sus superiores o líderes para conocer cuáles son sus inquietudes, problemas, estado de ánimo, para poder motivarlos, orientarlos y tomen buenas decisiones a corto o largo plazo.”(p.35)

B) Comunicación Descendente:

Para Castro (2014) “La comunicación descendente es la más utilizada en la mayoría de organizaciones, permitiendo que los colaboradores puedan ser informados de los objetivos y políticas de las empresas donde laboren, este tipo de comunicación se da desde la gerencia hacia el personal” (p.16)

También se entiende como aquella comunicación en la cual todos los miembros de esta han sido informados por medio de un manual de instrucciones para que la comunicación sea eficaz y que los colaboradores tengan relaciones interpersonales entre ellos mismo de forma eficaz (Goldhaber 1984, p.131).

La comunicación descendente para Balarezo (2014) no es más que la comunicación de los superiores para indicar las tareas principales que van a desempeñar sus colaboradores, así como también participar en las capacitaciones u entrenamientos que brinde la empresa para el transcurso de su desarrollo.” (p.35)

C) Comunicación Horizontal:

La comunicación horizontal no es más que aquella comunicación que se da desde la gerencia hacia el personal, de la misma manera como se trabaja la política de puertas abiertas que ayuda al colaborador a ser escuchado en sus inquietudes y brindarle el apoyo para satisfacer sus necesidades (Castro, 2014, p.16).

Para Goldhaber (1984) “la comunicación horizontal es brindar al información a todos los miembros de la empresa en un mismo nivel de jerarquía, para tener conocimiento de sus opiniones e intercambiar información entre colaboradores.” (p.137)

Por lo tanto todos los miembros de la organización deben participar en las diferentes actividades que realizan los superiores para tomar decisiones a largo y corto plazo que sean beneficiosas tanto para la empresa pero sobre todo para los colaboradores, y así crear una comunicación más eficaz. (Balarezo, 2014, p.35)

Comunicación Asertiva:

La comunicación asertiva se entiende como el intercambio de ideas, de forma que se respeten nuestros derechos y conducta sin ofender a otra persona. (Hofstadt, 2005, p.52)

Para Güell y Muñoz (2000) “Toda persona asertiva debe tener una buena conducta y tener iniciativa propia y con personalidad con sus compañeros de trabajo para desarrollar habilidades sociales.” (p.2).

Melgosa (1995) “señala que asertividad es una forma de comunicarse unos con otros, de igual manera cada individuo posee sus propios derechos, valores, sentimientos, opiniones, dándolas de manera sincera, empática, honesta y leal” (p.84)

A) Pasivo:

Hofstadt (2005) “Una persona pasiva evita hablar, por no defender sus puntos de vista y por consiguiente no expresa sus sentimientos e ideas a los demás. No tiene iniciativa propia.” (p.45)

Por otro lado Güell y Muñoz (2000) “Las personas pasivas tienen temor de preguntar o dar una información a sus líderes pues no pueden aceptar una respuesta de rechazo hacia su pregunta.” (p.7)

B) Agresivo:

Para Hofstadt el agresivo no es más que la persona que ofende, domina y humilla a otras personas, no posee empatía, por consiguiente es difícil que quiera escuchar ideas o críticas constructivas de sus superiores o líderes. (2005, p.48)

Güell y Muñoz (2000) “Hacen mención que la persona agresiva siempre está a la defensiva con sus compañeros, dejando de aportar a una comunicación constructiva, es sumamente violenta.” (p.7)

La persona agresiva no tiene ninguna justificación de su comportamiento ante sus compañeros, interrumpiendo y adoptando una actitud defensiva.” (Melgosa, 1995, p.8)

C) Asertivo:

Para Hofstadt una persona asertiva es aquella que mantiene buenas relaciones personales con líderes y los compañeros, dando a entender de forma clara sus ideas con la aceptación de las críticas para mejorar constantemente (2005, p.52).

La persona asertiva es aquella que muestra cordialidad y satisfacción con sus compañeros de trabajo y los líderes de la empresa, tiene la disponibilidad de asumir nuevos desafíos para ser reflejados en la empresa (Güell y Muñoz, 2000, p.2).

La persona asertiva pasa por un proceso en ciertas etapas de su vida en las cuales aprende a valorarse, quererse y aceptar las virtudes y defectos de uno mismo. Es la persona con alta autoestima y se autocritica (Riso, 2002, p.23).

Soportes de Comunicación:

En la actualidad los medios de comunicación han evolucionado, cambiando desde la manera oral y escritura, la comunicación por folletos, volantes periódicos, revistas, correo electrónico y redes sociales.

El autor Gómez divide los soportes de comunicación en:

A) Soporte de comunicación Tradicional:

Las empresas dedicadas a la comunicación no pueden dejar de lado que su actividad es la de informar, su exigencia debe ser ofrecer calidad y garantizar que la ética profesional prime sobre todo y brindar la mayor credibilidad, con la credibilidad tendrán un mejor crecimiento de su audiencia. (Gómez, 2002)

Los medios de comunicación tradicionales como las revistas, boletines, periódicos, televisión, radio para brindar información clara y veraz por medio de fuentes, canales y plataformas para su difusión.

B) Soporte de comunicación Digital:

La información y los medios de comunicación se adaptan las nuevas tendencias, asumiendo el reto de las nuevas tecnologías. (Gómez, 2002)

Los medios digitales han comenzado a ser implementados con firmeza y eficacia; facilitando por medio de los medios digitales y plataformas (el correo electrónico, mensaje, whatsapp y las redes sociales), el brindar la mayor información a los colaboradores para estar alineados bajo una misma información de la organización.

Clima Laboral:

“En toda organización es importante tener un buen clima laboral para que los colaboradores se sientan a gusto y satisfechos en el desarrollo de su trabajo, así puedan laborar de una manera eficaz sin los inconvenientes de faltar en las políticas de la organización de la empresa.” (Reichers y Schneider, 1990, p.98).

García (2006) “Menciona que el clima laboral son los aspectos que priman en toda empresa, ya que repercute directamente en las labores diarias de trabajo de cada empleado y así esto lleva a un buen trabajo en equipo.” (p.50)

“Los colaboradores de la organización deben estar involucrados y en un buen ambiente laboral para que puedan desarrollar sus tareas con óptimas condiciones y tener la convivencia del trabajo en equipo.” (Peiró, 1990, p.220)

Trabajo en equipo:

“El trabajo en equipo es una de las cualidades más importantes dentro de las empresas, que ayuda a llegar a los objetivos y metas de la organización. Los jefes debe fomentar un trabajo en equipo para la creación de compañerismo reflejado en los resultados.” (Castro, 2015, p.58)

“La competencia de trabajo tiene que tener el conocimiento, principios y conceptos en las tareas del funcionamiento para un equipo eficaz.” (Cannon Bowers, 1995, pp.336-337)

Para Cannon Bowers el trabajo en equipo debe ser eficaz y con armonía, para crear paz en el trabajo en equipo, y desarrollar con empeño las tareas encomendadas.

“El trabajo en equipo debe reflejar productividad y eficiencia, todos a la par para la obtención de resultados sea a corto o largo plazo y que sobre todo que el equipo se vea beneficiado con los resultados.” (Díaz de Santos, 1998, p.4)

A) Escuchar:

“En el trabajo en equipo no solo se trata de prestar atención a los miembros del grupo, sino se trata de ir más allá y entender lo que se propone en el equipo para que los proyectos tomen camino y ser de beneficio para la organización de competencias directas.” (Castro, 2015, p.58)

Los colaboradores deben saber escuchar y recibir las críticas de los superiores.

B) Preguntar:

“En el trabajo en equipo el preguntar ayuda a tener un razonamiento más profundo para conocer los puntos de vista del grupo.” (Castro, 2015, p.59)

Las preguntas dentro de un equipo sirven para aclarar ideas, el simple hecho de preguntar profundiza los aportes y opiniones de los miembros de la organización, para conocer los argumentos de los compañeros ayudando a reforzar y fortalece la resolución de conflictos, capacidad de análisis y competencia.

C) Proactivo:

“En el trabajo en equipo las habilidades personales conllevan tener una mente abierta y positiva ante las situaciones de reto.” (Castro, 2015, p.59)

D) Crítico:

“El integrante crítico dentro de la organización no se enfoca en usar su inteligencia en trabajar sus mismas habilidades, sino que se asume una situación de crítica a los demás colaboradores.” (Castro, 2015, p.80)

Los colaboradores deben tener siempre una retroalimentación y críticas constructivas para realizar las tareas diarias de la organización de manera excelente.

Cultura Organizacional:

“La cultura organizacional se refiere a la forma de percibir de los colaboradores para percibir las características de la organización y esta se va desarrollando a lo largo de los años.” (Stephen y Timothy, 2010, p.270)

“Una cultura organizacional positiva es aquella que parte de los puntos fuertes de los colaboradores, apelando a sistemas de recompensa más que a castigos, para promover el crecimiento personal del colaborador.” (p.281)

Stephen y Timothy mencionan que el clima organizacional está conformado por las percepciones, conductas, comportamientos y actitudes que tiene un colaborador y para la mayoría de repercutir sus emociones y comportamientos e la organización en al que laboran, para esto debe existir una dinámica de comunicación dinámica entre jefes y colaboradores.

“La cultura de una organización debe estar formada por las políticas, valores y costumbres para desarrollar las actividades de la organización.” (Ouchi, 1982, p.215)

Según Schein (1988) “La cultura de una organización de una empresa trabaja en base a un objetivo y fin, dando alternativas de soluciones y que los colaboradores sean escuchados.” (p.115)

A) Visión:

Stephen, Timothy (2010) citado por Prieto (2012), “La visión de una organización está orientada de largo y corto plazo, teniendo en cuenta principalmente los objetivos principales y propósitos a futuro para ir mejorando en torno a donde se quiere llegar.” (p.98)

B) Misión:

Stephen, Timothy (2010) citado por Prieto (2012) “Es la referencia que tiene la organización para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. La misión está relacionado al tipo de negocio y la identificación de ventajas competitivas, esto permite saber qué papel desempeña la empresa, hacia quién va dirigida y para qué existe.” (p.102)

Se entiende entonces que la misión es la razón de existir de la organización, que ayuda a lograr los objetivos y se basa en sugerencias que van orientadas por la misma compañía, e identificando sus competencias.

Para los autores existen 8 componentes para construir la misión:

Formar un equipo de trabajo.

Tener como ejemplos otras misiones para poder tener un rumbo de cuál sería la propia.

Elaboración individual del proyecto de misión.

Integrar los proyectos en una sola idea, que será la misión.

Solicitar constantes sugerencias.

Creación de la misión

Comunicación a toda la empresa

Honrar la misión en todos los actos de la empresa.

Saga Falabella tiene en cuenta la misión de la compañía, brindando una experiencia a sus clientes de compra optima, productos, servicios, entorno y convivencia.

C) Valores:

“Los valores de la compañía son los pilares que se ven reflejados como parte de la empresa y que repercute en los colaboradores.” (Stephen y Timothy, 2010, p.28)

Saga Falabella posee una serie de valores como:

Gran equipo: Llevamos a cabo nuestras labores con la convicción de que los resultados superiores son fruto de un esfuerzo en conjunto.

Compromiso: Sentimos como propio lo que sucede en nuestra empresa. Lo hacemos nuestro y lo asumimos, sabiendo que así cada tarea personal contribuirá a su mejor marcha y desarrollo.

Iniciativa: Realizamos nuestras labores porque las conocemos y nos gustan. Aportamos con ideas e iniciativas propias, las que son siempre bien recibidas por nuestra empresa.

Honestidad: La sinceridad y la verdad serán un sello distintivo de todas nuestras relaciones, tanto en las actividades analíticas, económicas, y humanas en general.

Austeridad: Nuestros clientes buscan pagar lo justo por los productos y servicios, para lograr esto debemos tener gastos bajos e inversiones eficientes todos los días.

Vocación al servicio: Daremos el mejor servicio a nuestros clientes y superaremos sus expectativas. El buen servicio y el respeto a las personas es la base de nuestras acciones y el camino que nos conduce a ser una empresa exitosa.

Desempeño Laboral:

Para Chiavenato (2000) “El desempeño laboral es individual de cada colaborador, en función a las tareas dadas por el jefe en donde puede demostrar su talento y eficacia, logrando las metas y objetivos de la empresa.” (p.359)

En Saga Falabella el esfuerzo y logros de los colaboradores son la preocupación de la empresa para que sean reconocidos, por ello el desempeño de cada colaborador es evaluado constantemente. Las evaluaciones tienen la finalidad de contribuir al desarrollo de cada colaborador, siendo la calificación que se obtenga un antecedente para un futuro ascenso.

Para el autor Chiavenato hoy en día se reconocen tres principales tipos de conductas que hacen hincapié al desempeño laboral.

A) Falta de Productividad:

“En las organizaciones la falta de productividad debido a problemas de salud, estrés, ansiedad, comportamientos agresivos entre compañeros y eso afecte en el centro laboral.” (Chiavenato, 2000, p.359)

Chiavenato menciona que la falta de productividad es uno de los problemas principales debido a la falta de capacitación y entrenamiento personal, lo cual no permite que su actividad laboral se vea afectada.

Según Robbins (1994) “La posibilidad de participación que pueden tener los colaboradores en la toma de decisiones dentro de la organización y el entorno laboral mejora la satisfacción que tienen los colaboradores frente a su labor e incrementan su autocontrol y rendimiento.” (p.119)

La falta de productividad entonces es causada por la falta de oportunidades y el no compromiso con su trabajo a diario.

B) Reconocimiento:

Chiavenato (2000) hace mención que en toda organización debe existir el reconocimiento para un colaborador, valorando su trabajo, esfuerzo, rendimiento y desempeño laboral haciéndolo participe en el crecimiento de la organización y que sus líderes lo motiven.” (p.359)

“El reconocimiento de los colaboradores en el cual se valora el esfuerzo y esmero personal, depositando en los colaboradores la confianza y motivándolos a seguir realizando un buen trabajo.” (Denison, 1991, p.120)

C) Satisfacción Personal:

“Se entiende a la satisfacción personal como la sensación de alegría la cual el trabajador labora en la empresa, debido a la motivación que los líderes tienen sobre los colaboradores para que estos trabajen con firmeza, paz, valores y con buena actitud.” (Chiavenato, 2000, p.360)

Para Chiavenato la satisfacción laboral estar ligado a los incentivos que los colaboradores tengan dentro de la compañía, fomentando valores, para realizar las tareas con buena actitud y el compromiso de sacar adelante las labores encomendadas por el jefe.

Robbins (1994) “El reconocimiento de los colaboradores se da por la satisfacción que tiene al realizar los trabajos en equipo, logrando que los líderes incentiven y motiven el crecimiento organizacional.” (p.47)

“El reconocimiento para los colaboradores es porque los líderes a diario realizan la retroalimentación para que sus colaboradores realicen un buen trabajo, para la toma en conjunto de las decisiones tanto a corto como largo plazo, ya que cada colaborador posee un alto nivel de rendimiento laboral en equipo.” (Berg, 1999, p.118)

1.4 Formulación del Problema

PROBLEMA GENERAL:

¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018?

PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

¿Qué relación existe entre los flujos de comunicación organizacional y el trabajo en equipo en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018?

¿Qué relación existe entre la comunicación asertiva y la cultura organizacional en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018?

¿Qué relación existe entre los soportes de comunicación y el desempeño laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018?

1.5 Justificación del Estudio

El presente proyecto de investigación posee una gran relevancia en la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación para determinar que tanta relación existe entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, respondiendo a la gran problemática que existe hoy en día el clima laboral que afecta, a diario a más de un trabajador.

El propósito del desarrollo del proyecto de investigación es aplicar la comunicación organizacional al clima laboral, con la finalidad de contribuir al desarrollo de la ciencia, y contemplar un plan estratégico organizacional en las empresas como **informar, escuchar, democratizar la comunicación, potenciar la identidad y el sentimiento de pertenencia de los trabajadores.**

Esta definición, muy extendida entre los investigadores de la comunicación grupal, implica que las motivaciones, metas y estructura organizacional son aspectos importantes, pero no necesarios, para la existencia de grupos.

Así mismo se busca desarrollar y dar soluciones a largo y corto plazo a nivel de gerencia, de tal forma que las empresas u organizaciones puedan cambiar su modelo de comunicación organizacional para que sea competitivo, innovador, motivador para conseguir los resultados positivos, llegar al objetivo de las metas y celebrar los éxitos de la empresa.

1.6 Hipótesis

Hipótesis Correlacionales: Estas hipótesis tienen por objetivo traducir en términos estadísticos una correlación entre dos o más variables.

HIPÓTESIS GENERAL:

Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

HIPÓTESIS NULA:

No existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

Existe relación entre los flujos de comunicación organizacional y el trabajo en equipo en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

Existe relación entre la comunicación asertiva y la cultura organizacional en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

Existe relación entre los soportes de comunicación y el desempeño laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

1.7 Objetivos

OBJETIVO GENERAL:

Establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

OBJETIVO ESPECIFICO:

Determinar la relación que existe entre los flujos de comunicación organizacional y el trabajo en equipo en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

Determinar la relación que existe entre la comunicación asertiva y la cultura organizacional en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

Determinar la relación que existe entre los soportes de comunicación y el desempeño laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

II. MÉTODO

La metodología de la investigación es el estudio de las condiciones, posibilidades y validez de los métodos o caminos que se siguen para obtener como meta un conocimiento científico (Hernández Sampieri et al., 2013, p. 20).

La presente investigación es de corte hipotético deductivo, con relación a las observaciones realizadas para posteriormente determinar el problema de la investigación.

2.1 Diseño de Investigación

El diseño de la presente tesis es **No Experimental**

Según Hernández Sampieri, “Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos y recolectar datos en un tiempo determinado”. (p.152)

Por otro lado el autor Hernández Sampieri el tipo de investigación es Aplicado porque los resultados se utilizan de manera inmediata con el propósito de solucionar problemas de la realidad.

Así mismo el nivel de investigación es Descriptivo – Correlacional porque determina el grado de asociación entre varias variables en un contexto particular (Hernández Sampieri).

En cuanto al diseño no experimental por su temporalidad de corte transversal. Hernández Sampieri (2014) afirma que el corte transversal “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único” (p. 154).

Hernández Sampieri. (2014) plantea que el enfoque cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4).

Con respecto a lo mencionado, dicha investigación tiene un enfoque cuantitativo porque recoge los datos por medio de una encuesta y está dirigida a los colaboradores del turno tarde de la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista.

Paradigma: Positivista.

2.2 Variable y Operacionalización

Variable

Carrasco (2008) Las variables en la investigación son características o aspectos ya sea cualitativos o cuantitativos que son principalmente objeto de búsqueda con respecto a la unidad de análisis. (p.220)

Por otro lado Hernández y Fernández (2014) Las variables son enunciados, conceptos ya que pueden variar y pueden ser medibles u observadas. (p.105)

Variable 1.- Comunicación Organizacional:

Según Jesús García (1988) en su libro comunicación organizacional. La gestión de la comunicación organizacional se enfoca en todas las acciones y metodologías aplicativas en donde los encargados de la comunicación planifican todos los recursos posibles que permita mejor desarrollo en la organización. }

Variable 2.- Clima Laboral:

En toda empresa debe haber un buen clima laboral donde los colaboradores puedan desarrollar su trabajo cotidiano si ningún problema, para que pueda trabajar de forma eficaz y en equipo; ya que todo esto influye al colaborador en su satisfacción y productividad laboral; ya que hoy en día la mayoría de los colaboradores no se sienten a gusto en su área que laboran y paran con mal humor; por ellos las empresas todos los días deben enfocarse en mejorar su clima laboral. (Caligiore y Díaz ,2003)

Operacionalización

Carrasco (2008) son procesos metodológicos que pueden ser llamados como indicadores, procedimientos para realizar una medición partiendo siempre de lo general a lo más específico. (p.226)

Así mismo para Hernández y Fernández (2014) es la descomposición de las variables cualitativas y cuantitativas, pueden ser verificables y medibles con sus respectivos ítems. (p.211)

Tabla N° 1: Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Comunicación Organizacional	La comunicación organizacional, a la cual definen como una herramienta o una técnica de gestión, donde el objetivo primordial es la eficacia en la recepción y comprensión del mensaje. Arizcurren (2009)	La comunicación organizacional está básicamente enfocado a todos los colaboradores que integran una organización adquiriendo nuevas ideas y estrategias comunicacionales, para mejorar en la empresa motivando a los trabajadores a trabajar siempre en equipo por el bienestar de la organización.	Flujos de comunicación organizacional	Comunicación Ascendente
				Comunicación Descendente
				Comunicación Horizontal
			Comunicación Asertiva	Pasivo
				Agresivo
				Asertivo
			Soportes de Comunicación	Soportes de comunicación Tradicional
				Soportes de comunicación Digital
			Clima Laboral	Todos los elementos mencionados conforman un clima particular donde prevalecen sus
Preguntar				
Proactivo				
Crítico				

propias características, que en cierto modo presenta, la personalidad de una organización e influye en el comportamiento de los individuos en el trabajo (Caligiore y Díaz, 2003, P. 645)	clima laboral influye en los colaboradores y hace que se diferencia de la competencia de las demás organizaciones.	Cultura Organizacional	Visión
			Misión
			Valores
		Desempeño Laboral	Falta de Productividad
			Reconocimiento
			Satisfacción Personal

2.3 Población y Muestra

Población:

Carrasco (2006) Es el conjunto de individuos, objetos, elementos (unidad de análisis) que pertenecen a un ámbito con determinada característica susceptible de ser estudiado. (p.236)

La población de la investigación está conformado por 200 colaboradores de la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista – Callao 2018.

Muestra:

El tipo de muestra para dicha investigación se utilizará la **muestra probabilística aleatorio simple**, ya que la mayoría de la población tiene la misma posibilidad de ser elegidos.

La selección de la muestra puede realizarse a través de cualquier mecanismo probabilístico en que todos los elementos tengan las mismas opciones de salir.

El tamaño de la muestra se obtuvo mediante la siguiente expresión.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = 200 (tamaño de la población)

n = tamaño de la muestra

Z = 1.96 valor crítico normal que depende del nivel de confianza, en este caso 95%

Q = 1 - p = 0.5

P = probabilidad a favor

D = 5% (margen de error o nivel de precisión)

Entonces n = 91 es el tamaño de la muestra, donde se obtuvo la lista de los 200 colaboradores entre ellos personal full, part time, cajeros, personal administrativo y vendedores. Así mismo se identificó al colaborador y se procedió a entregarle el cuestionario correspondiente.

2.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos

La técnica e instrumentos de recolección de datos para la presente investigación se harán por medio de una encuesta, teniendo como instrumento una guía de 38 preguntas para su completa realización a los sujetos de estudio.

Encuesta

Tomayo (2008) “Es un procedimiento que se encuentra marcado dentro de los diseños de investigación permitiendo dar repuestas a los problemas en términos descriptivos con relación a las variables. Toda información que se recoja será confidencial por el propio investigador.”(p.124)

Instrumento de recolección de datos

El cuestionario empleado de manera directa por una serie de preguntas mide las dimensiones e ítems de comunicación organizacional y clima laboral.

Ficha técnica del instrumento

Nombre del instrumento: Cuestionario sobre comunicación organizacional y clima laboral

Autor: Estefanny Rosselyn Arroyo Laurente

Aplicación: Individual

Finalidad: Describir como se viene dando la comunicación organizacional y clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, 2018.

Ámbito de aplicación: El cuestionario se va aplicar a 91 colaboradores entre ellos hombres, mujeres y superiores que laboran en la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista 2018.

Materiales: Cuestionario de preguntas impreso.

Descripción de aplicación:

La persona que va encuestar tiene que conocer el grupo de personas a quien está siendo dirigido el cuestionario de preguntas.

Dicho cuestionario de preguntas consta de 38 ítems y será de tipo Escala Likert y se evaluará la comunicación organizacional y clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

La duración será de 25 minutos aproximadamente, las personas que serán encuestadas deben leer detenidamente cada ítem y responder según su grado de conformidad, dichos puntajes están interpretados de acuerdo a las respuestas: (Nunca)1, (Casi nunca) 2, (Algunas veces) 3, (Casi siempre) 4 y (Siempre) 5.

Ámbito de aplicación:

El ámbito de aplicación del instrumento se realizara en todos los niveles jerárquicos de la organización de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista.

VALIDEZ Y CONFIABILIDAD:

El presente trabajo de investigación fue validado por tres expertos externos profesionales de la carrera de ciencias de la comunicación.

Tabla N°1 - Juicio de expertos

N°	EXPERTOS	INSTITUCIÓN
01	Mg. Requena Portella, Troy	Universidad Privada del Norte
02	Mg. Mamani Gómez, María Elena	Universidad Privada del Norte
03	Mg. Becerra Quintero, Jorge Luis	Universidad San Ignacio de Loyola – Universidad Esan

Fuente: Docentes y profesionales externos de universidades o instituciones – 2018.

Para la validación del instrumento de recolección de datos basado en diferentes aspectos de criterios de selección metodológico de la investigación. Sus respuestas se tabularon y se obtuvo como resultado del coeficiente de V de Aiken a un 91%.

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	0	1	1	2	67%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	1	0	0	1	33%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					91%

La fórmula:
$$V = \frac{s}{(n(c-1))}$$

Donde:

S = la suma de si

SI = valor asignado por el juez

n = número de expertos

c = número de valores de la escala de valoración.

Métodos de Promedios

Teniendo como base el informe de opinión de instrumento de investigación, a continuación se tabularan los datos por cada validador experto, de esta forma obteniendo la suma de los aspectos de validación por cada criterio, obtenidos mediante la siguiente fórmula.

$$P = \frac{\Sigma}{\text{Criterios} \times \text{validadores}}$$

Tabla N°2 - Validez de contenido por criterios

VALIDEZ DE CONTENIDO POR CRITERIOS					
VALIDADORES	Mg. Requena Portella Troy	Mg. Mamani Gómez María	Mg. Becerra Quiñones Jorge	Σ	
CRITERIOS	Claridad	90%	55%	65%	210
	Objetividad	86%	60%	90%	236
	Actualidad	90%	60%	75%	225
	Organización	90%	60%	95%	245
	Suficiencia	87%	35%	92%	214
	Intencionalidad	95%	50%	70%	215
	Consistencia	85%	50%	85%	220
	Coherencia	75%	50%	80%	205
	Metodología	85%	70%	80%	235
	Pertinencia	95%	70%	90%	255
				Total	2260

$$P = 2260/30 = 75\%$$

Interpretación: Al aplicar la fórmula, el resultado de dichos promedios del juicio de los expertos para la validez del instrumento de investigación dio como resultado el 75%, lo cual significa que el instrumento es considerado (Muy Bueno).

Confiabilidad

Al aplicar la fórmula del Alfa de Cronbach, dio como resultado 0.92311, lo que significa que el instrumento es muy satisfactorio.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

2.5 Métodos de análisis de datos

Para esta investigación considere el método cuantitativo, porque queremos obtener datos de una determinada población, posteriormente obteniendo resultados para poder sacar conclusiones en base a lo planteado del problema general.

La clasificación de la información: Se efectuará con el principal propósito de juntar u agrupar los datos mediante la distribución de frecuencias de las variables dependiente e independiente. (Etapa básica de datos.)

Tabulación de datos: Para la elaboración de dicha etapa, de acuerdo a la información o datos obtenidos por el instrumento de investigación se vaciará al sistema estadístico SPSS.

2.6 Aspectos Éticos

Para dicha investigación se está respetando el uso de las fuentes bibliográficas, así mismo los derechos de autor de los respectivos libros y revistas que se utilizó para la respectiva investigación.

Con respecto a la participación de los colaboradores de la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista es estrictamente voluntaria donde prima la honradez, transparencia, veracidad, lealtad y verdad, reservando la identidad de cada colaborador de la mencionada empresa.

Cabe señalar que toda información obtenida será solo manejada por la investigadora, respetando sus derechos y ética.

Finalmente luego de todos los resultados obtenidos por los colaboradores se le brindara a la organización que fue estudiada.

III. RESULTADOS

Mis superiores me permiten realizar preguntas cuando algo no me queda muy en claro para mí.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	algunas veces	12	13,2	13,2	13,2
	casi siempre	29	31,9	31,9	45,1
	siempre	50	54,9	54,9	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

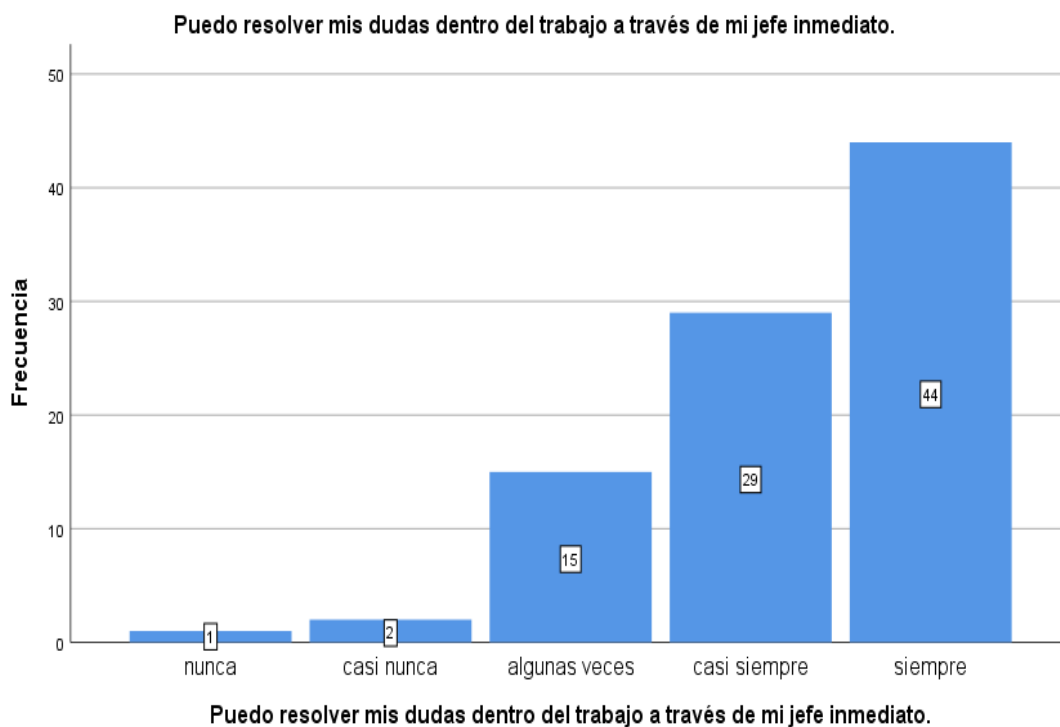


Mis superiores me permiten realizar preguntas cuando algo no me queda muy en claro para mí.

En la Tabla N° 1, el 54.9% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus supervisores siempre les permite realizar preguntas cuando no tienen algo en claro mientras que el 13.2% menciona que solo algunas veces.

Puedo resolver mis dudas dentro del trabajo a través de mi jefe inmediato.

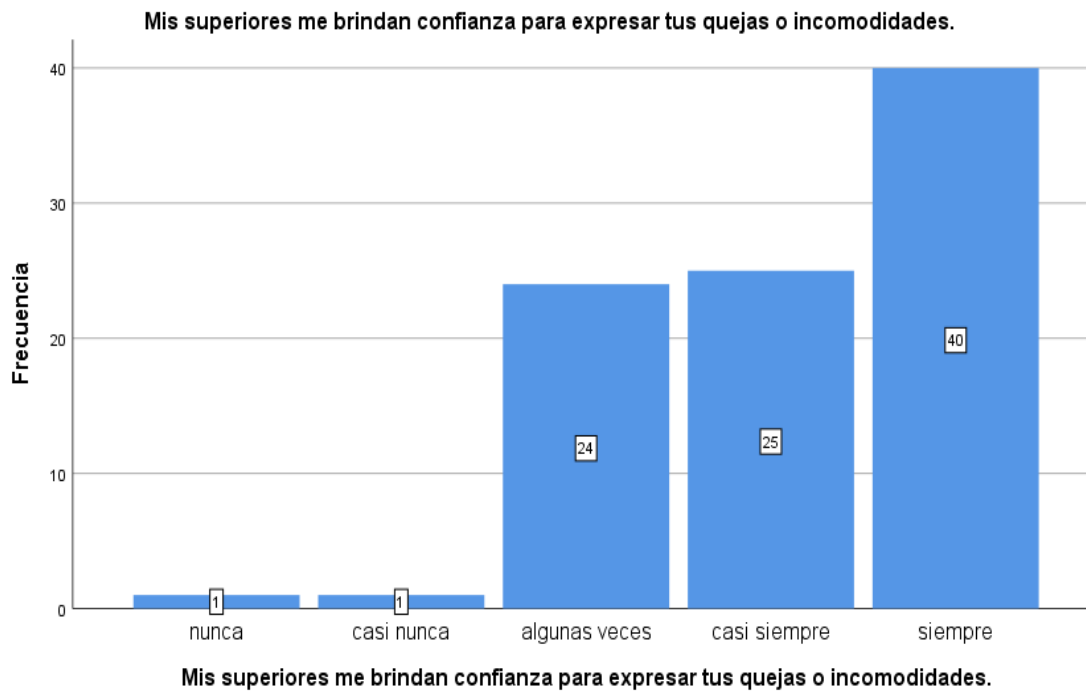
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	1,1	1,1	1,1
	casi nunca	2	2,2	2,2	3,3
	algunas veces	15	16,5	16,5	19,8
	casi siempre	29	31,9	31,9	51,6
	siempre	44	48,4	48,4	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



En la Tabla N°2, el 48.4% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que siempre pueden resolver sus dudas a través de su jefe mientras que el 1.1% menciona que nunca.

Mis superiores me brindan confianza para expresar tus quejas o incomodidades.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	1,1	1,1	1,1
	casi nunca	1	1,1	1,1	2,2
	algunas veces	24	26,4	26,4	28,6
	casi siempre	25	27,5	27,5	56,0
	siempre	40	44,0	44,0	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

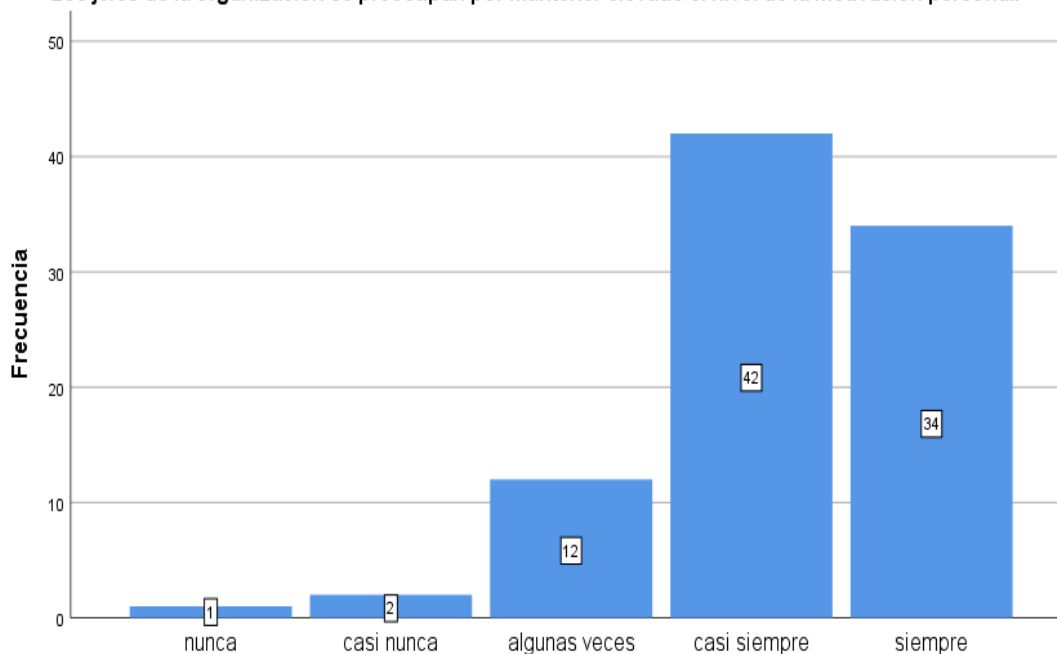


En la Tabla N°3, el 44% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus supervisores siempre les brinda confianza para expresar sus incomodidades mientras que el 1.1% menciona que casi nunca y nunca.

Los jefes de la organización se preocupan por mantener elevado el nivel de la motivación personal.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	1,1	1,1	1,1
	casi nunca	2	2,2	2,2	3,3
	algunas veces	12	13,2	13,2	16,5
	casi siempre	42	46,2	46,2	62,6
	siempre	34	37,4	37,4	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Los jefes de la organización se preocupan por mantener elevado el nivel de la motivación personal.



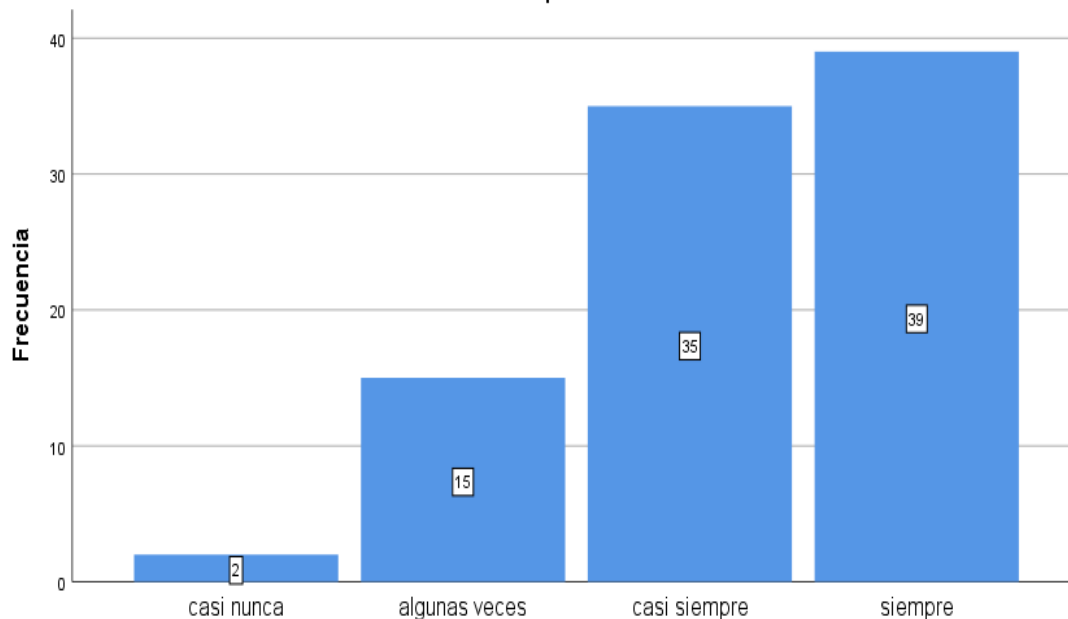
Los jefes de la organización se preocupan por mantener elevado el nivel de la motivación personal.

En la Tabla N°4, el 46.2% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus jefes casi siempre se preocupan por mantener motivado al personal mientras que el 1.1% menciona que nunca.

Mi jefe me brinda la retroalimentación necesaria para reforzar mis puntos débiles según la evaluación de desempeño.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	2	2,2	2,2	2,2
	algunas veces	15	16,5	16,5	18,7
	casi siempre	35	38,5	38,5	57,1
	siempre	39	42,9	42,9	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Mi jefe me brinda la retroalimentación necesaria para reforzar mis puntos débiles según la evaluación de desempeño.

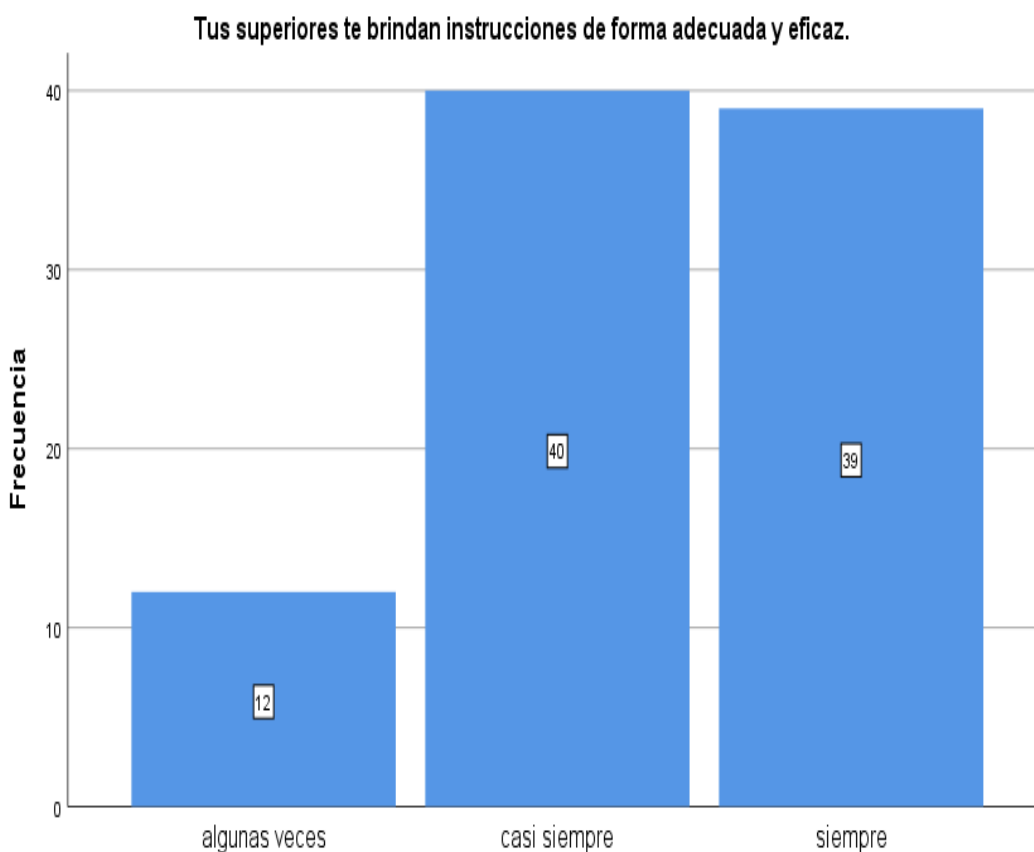


Mi jefe me brinda la retroalimentación necesaria para reforzar mis puntos débiles según la evaluación de desempeño.

En la Tabla N°5, el 42.9% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que su jefe le brinda retroalimentación necesaria para reforzar sus puntos débiles mientras que el 2.2% menciona que casi nunca.

Tus superiores te brindan instrucciones de forma adecuada y eficaz.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	algunas veces	12	13,2	13,2	13,2
	casi siempre	40	44,0	44,0	57,1
	siempre	39	42,9	42,9	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



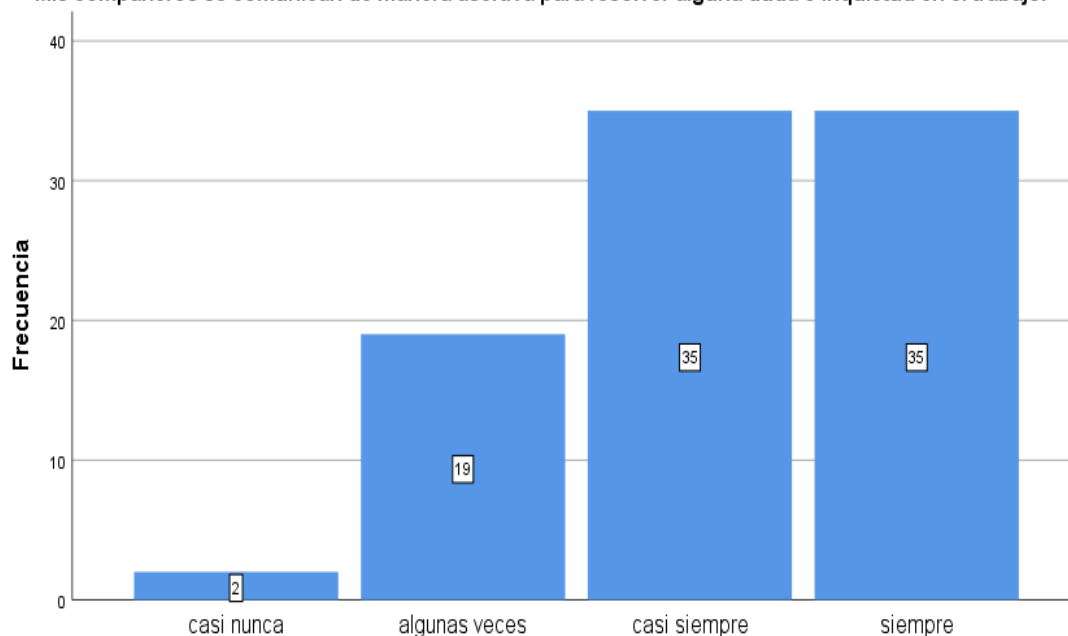
Tus superiores te brindan instrucciones de forma adecuada y eficaz.

En la Tabla N°6, el 44% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus supervisores casi siempre les brinda instrucciones de forma adecuada mientras que el 13.2% menciona que solo algunas veces.

Mis compañeros se comunican de manera asertiva para resolver alguna duda o inquietud en el trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	2	2,2	2,2	2,2
	algunas veces	19	20,9	20,9	23,1
	casi siempre	35	38,5	38,5	61,5
	siempre	35	38,5	38,5	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Mis compañeros se comunican de manera asertiva para resolver alguna duda o inquietud en el trabajo.



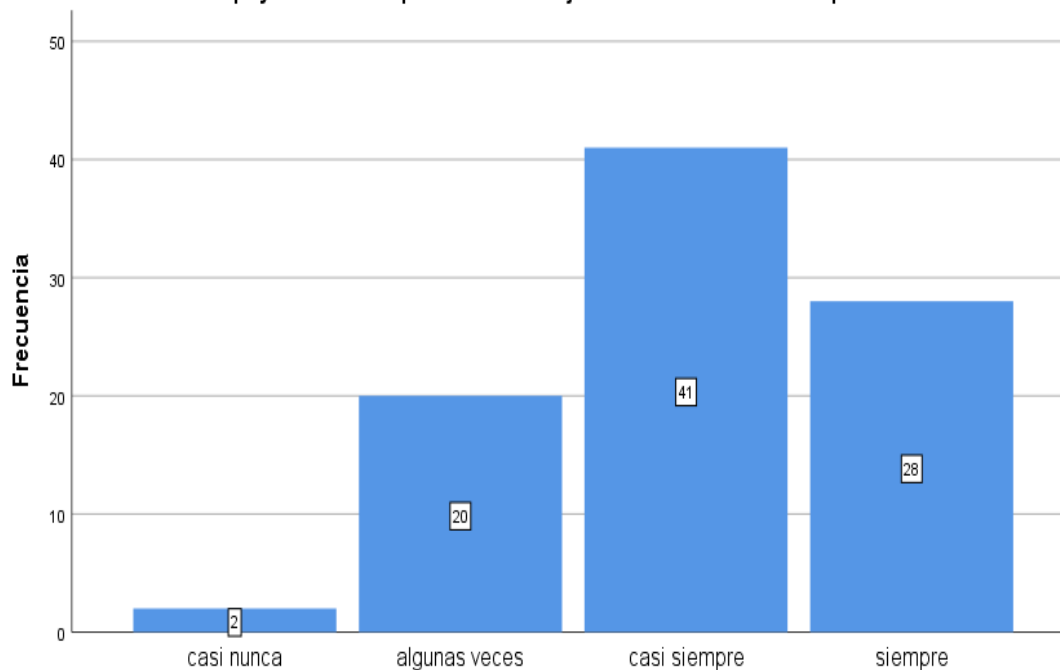
Mis compañeros se comunican de manera asertiva para resolver alguna duda o inquietud en el trabajo.

En la Tabla N°7, el 38.5 % de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus compañeros casi siempre y siempre se comunican de manera asertiva para resolver alguna duda mientras que el 2.2% menciona que casi nunca.

Recibo apoyo de mis compañeros de trabajo a través de comentarios positivos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	2	2,2	2,2	2,2
	algunas veces	20	22,0	22,0	24,2
	casi siempre	41	45,1	45,1	69,2
	siempre	28	30,8	30,8	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Recibo apoyo de mis compañeros de trabajo a través de comentarios positivos.



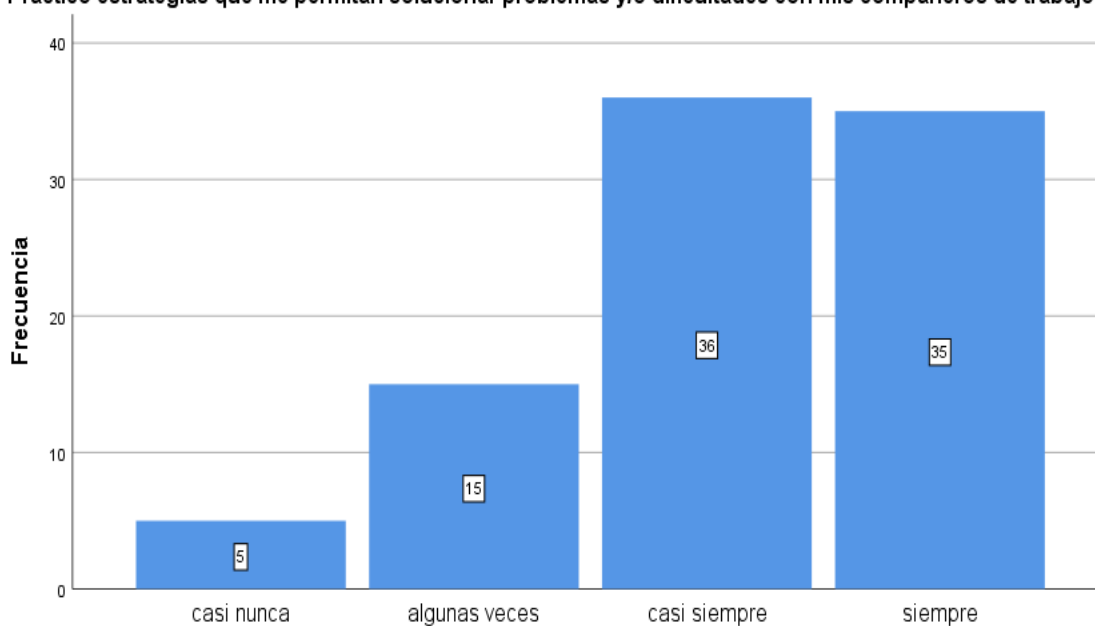
Recibo apoyo de mis compañeros de trabajo a través de comentarios positivos.

En la Tabla N°8, el 45.1% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona casi siempre reciben apoyo de sus compañeros de trabajo mientras que el 2.2% menciona que casi nunca.

Práctico estrategias que me permitan solucionar problemas y/o dificultades con mis compañeros de trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	5	5,5	5,5	5,5
	algunas veces	15	16,5	16,5	22,0
	casi siempre	36	39,6	39,6	61,5
	siempre	35	38,5	38,5	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Práctico estrategias que me permitan solucionar problemas y/o dificultades con mis compañeros de trabajo.

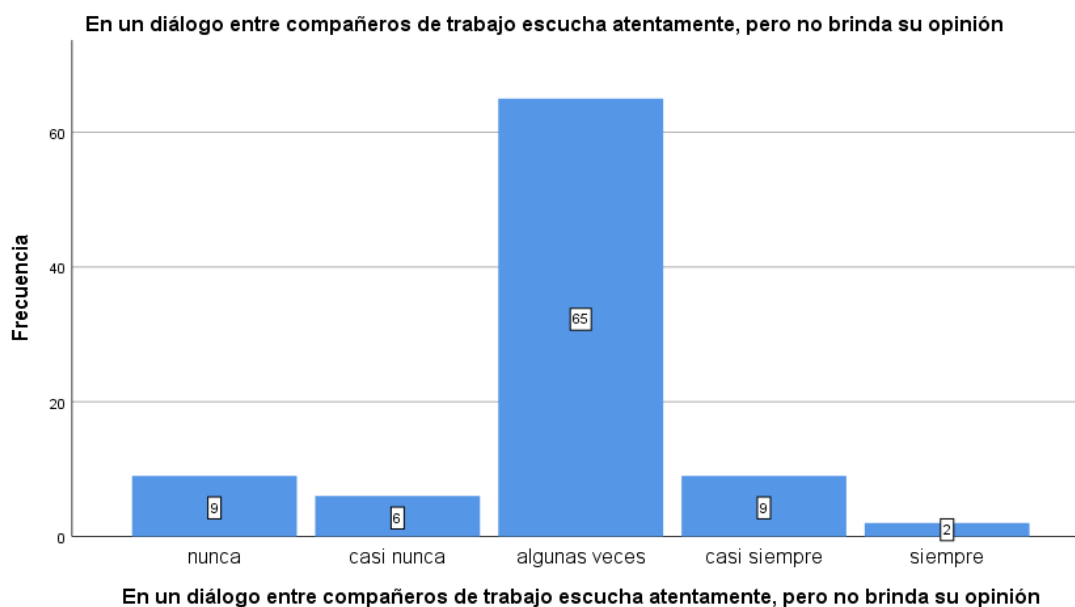


Práctico estrategias que me permitan solucionar problemas y/o dificultades con mis compañeros de trabajo.

En la Tabla N°9, el 39,6% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que casi siempre practican estrategias que les ayude a solucionar problemas con sus compañeros mientras que el 5.5. % menciona que casi nunca.

En un diálogo entre compañeros de trabajo escucha atentamente, pero no brinda su opinión.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	9	9,9	9,9	9,9
	casi nunca	6	6,6	6,6	16,5
	algunas veces	65	71,4	71,4	87,9
	casi siempre	9	9,9	9,9	97,8
	siempre	2	2,2	2,2	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

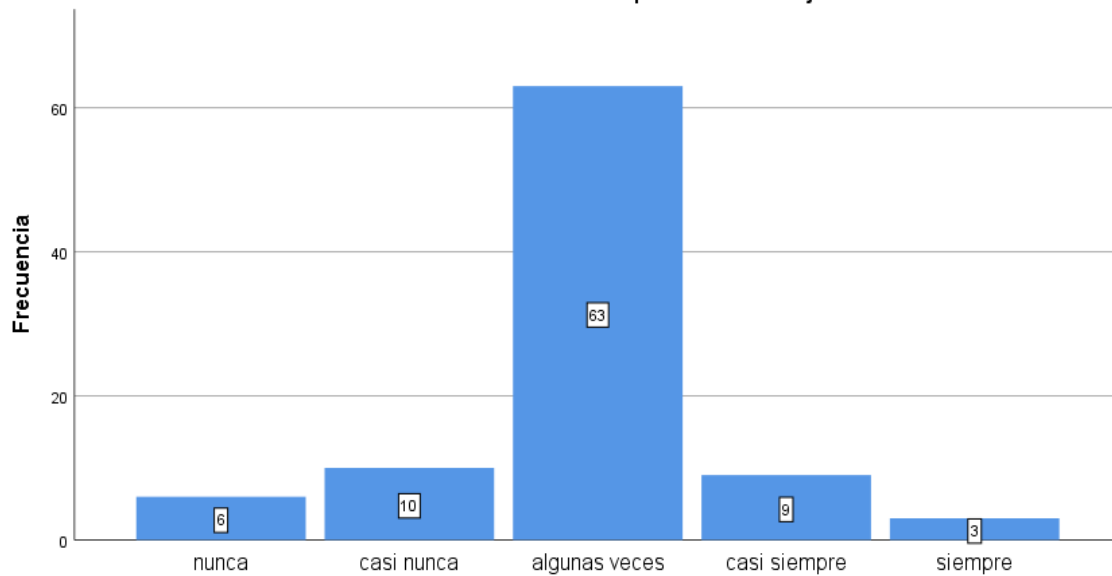


En la Tabla N°10, el 71.4% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que algunas veces escucha atentamente el dialogo entre compañeros mientras que el 2.2% menciona que siempre.

Cuando usted trasmite o brinda una información con sus compañeros de trabajo lo hace mediante un escrito.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	6	6,6	6,6	6,6
	casi nunca	10	11,0	11,0	17,6
	algunas veces	63	69,2	69,2	86,8
	casi siempre	9	9,9	9,9	96,7
	siempre	3	3,3	3,3	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Cuando usted trasmite o brinda una información con sus compañeros de trabajo lo hace mediante un escrito.



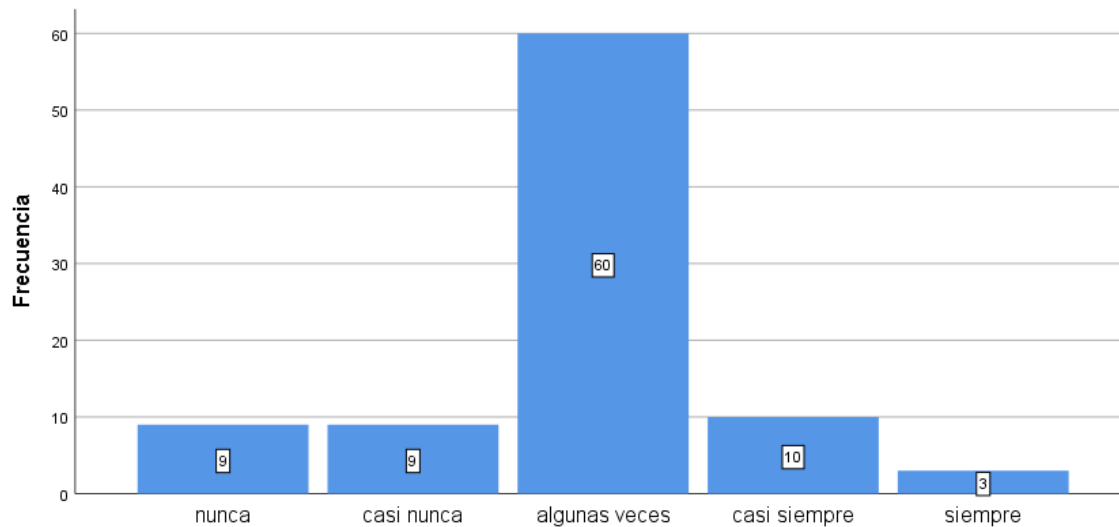
Cuando usted trasmite o brinda una información con sus compañeros de trabajo lo hace mediante un escrito.

En la Tabla N° 11, el 69,2% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que algunas veces brindan información a sus compañeros a través de un escrito mientras que el 3.3% menciona que siempre.

Cuando sus compañeros de trabajo le piden un consejo, sugerencia u opinión, dice que opina igual que los demás.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	9	9,9	9,9	9,9
	casi nunca	9	9,9	9,9	19,8
	algunas veces	60	65,9	65,9	85,7
	casi siempre	10	11,0	11,0	96,7
	siempre	3	3,3	3,3	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Cuando sus compañeros de trabajo le piden un consejo , sugerencia u opinión, dice que opina igual que los demás.

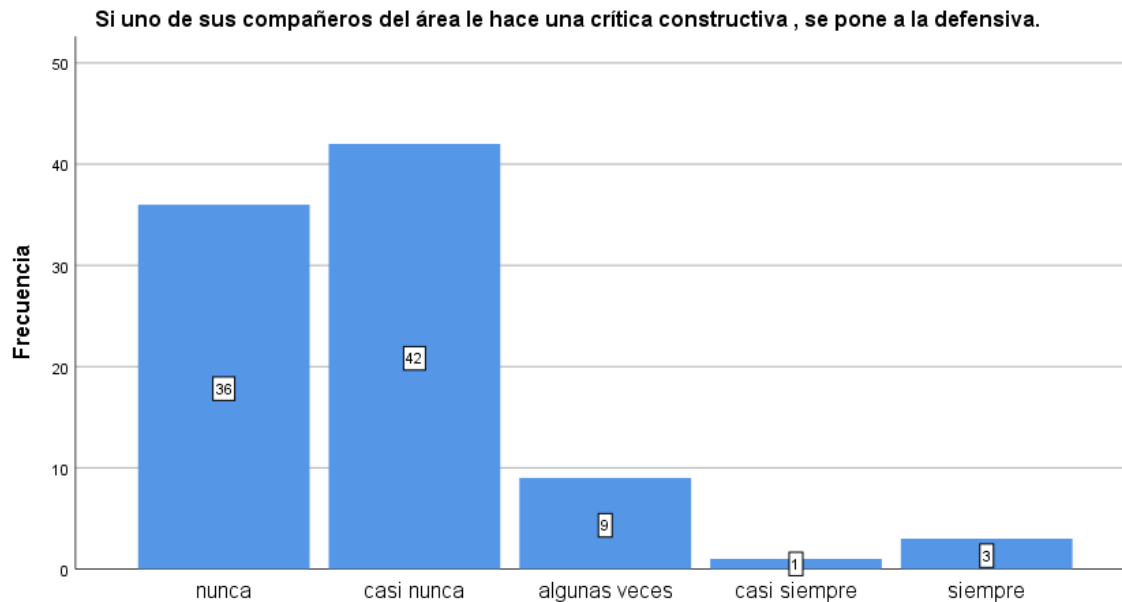


Cuando sus compañeros de trabajo le piden un consejo , sugerencia u opinión, dice que opina igual que los demás.

En la Tabla N°12, el 65.9% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que algunas veces cuando se dan opiniones o sugerencias, dicen que opinan como los demás mientras que el 3,3% menciona que siempre.

Si uno de sus compañeros del área le hace una crítica constructiva, se pone a la defensiva.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	36	39,6	39,6	39,6
	casi nunca	42	46,2	46,2	85,7
	algunas veces	9	9,9	9,9	95,6
	casi siempre	1	1,1	1,1	96,7
	siempre	3	3,3	3,3	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



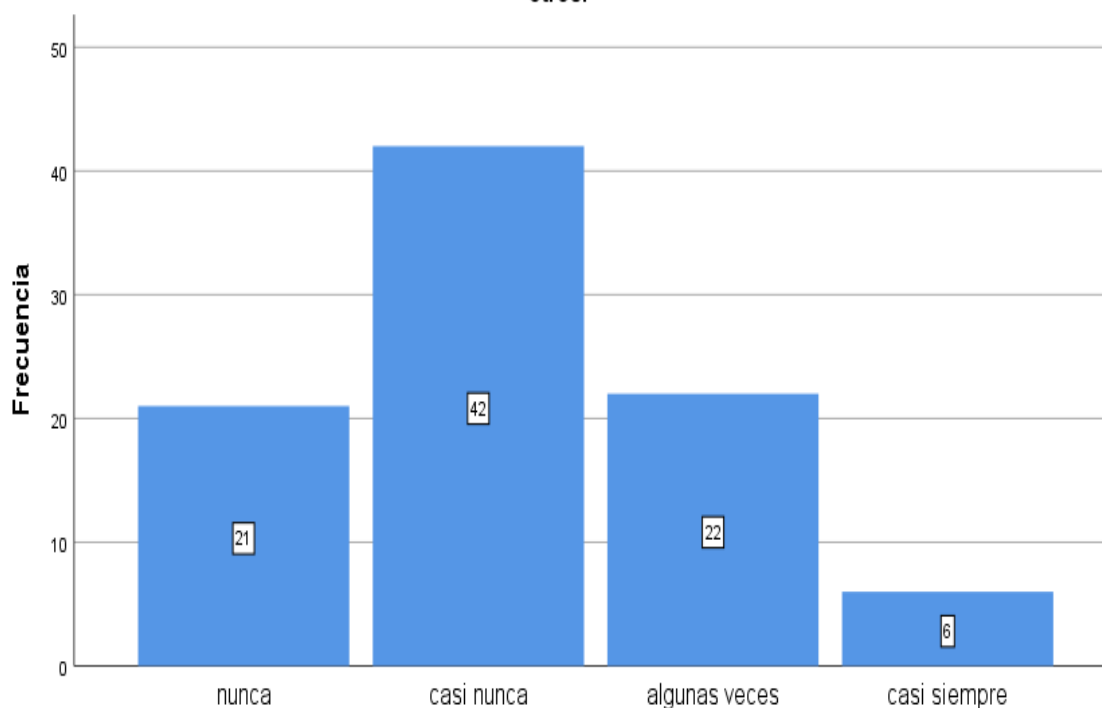
Si uno de sus compañeros del área le hace una crítica constructiva , se pone a la defensiva.

En la N°13, el 46.2% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que cuando un compañero hace una critica casi nunca se pone a la defensiva mientras que el 1.1% menciona que casi siempre.

Si sus compañeros del área elaboran una presentación usted deja a un lado los aportes y comentarios de otros.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	21	23,1	23,1	23,1
	casi nunca	42	46,2	46,2	69,2
	algunas veces	22	24,2	24,2	93,4
	casi siempre	6	6,6	6,6	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Si sus compañeros del área elaboran una presentación usted deja a un lado los aportes y comentarios de otros.

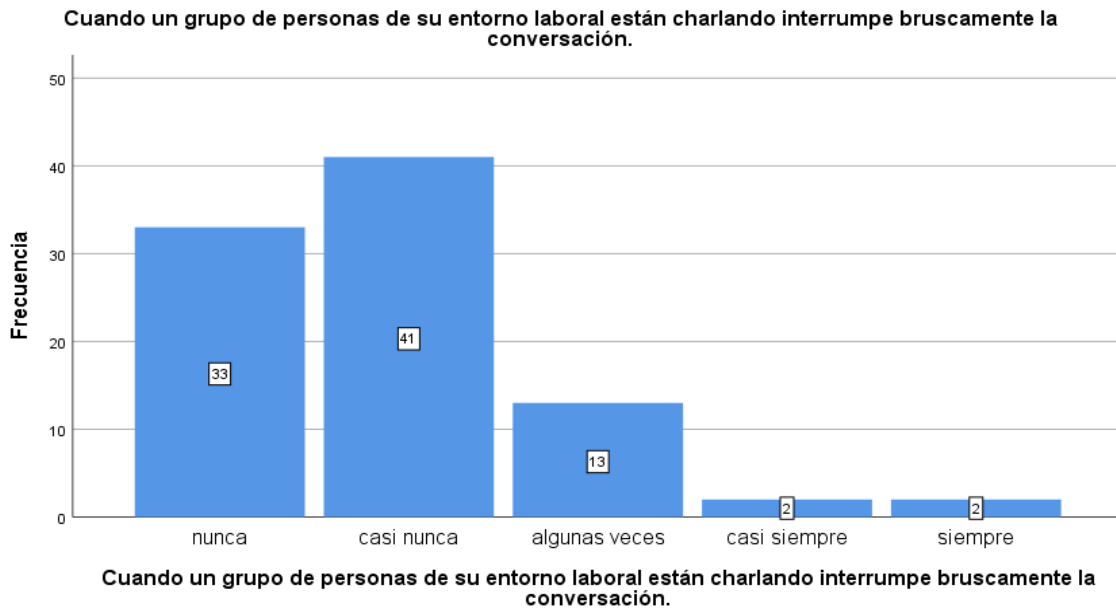


Si sus compañeros del área elaboran una presentación usted deja a un lado los aportes y comentarios de otros.

En la Tabla N°14, el 46.2% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que cuando sus compañeros elaboran una presentación casi nunca dejan de lado sus comentarios de otros mientras que el 6.6% menciona que casi siempre.

Cuando un grupo de personas de su entorno laboral están charlando interrumpe bruscamente la conversación.

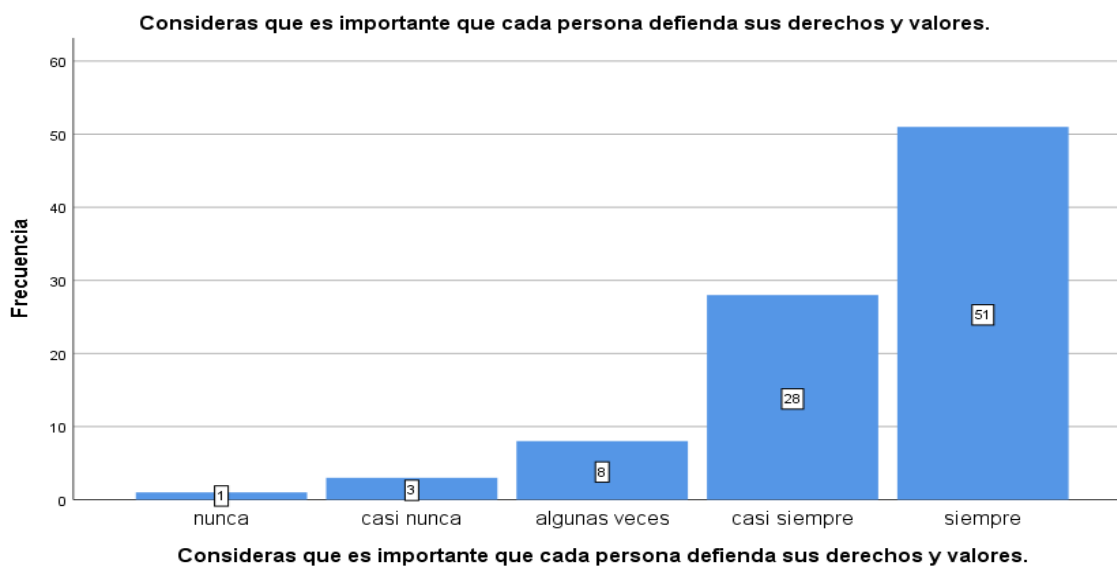
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	33	36,3	36,3	36,3
	casi nunca	41	45,1	45,1	81,3
	algunas veces	13	14,3	14,3	95,6
	casi siempre	2	2,2	2,2	97,8
	siempre	2	2,2	2,2	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



En la Tabla N°15, el 45.1% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que casi nunca interrumpe bruscamente una conversación de un grupo mientras que el 2.2% menciona que casi siempre y siempre.

Consideras que es importante que cada persona defienda sus derechos y valores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	1,1	1,1	1,1
	casi nunca	3	3,3	3,3	4,4
	algunas veces	8	8,8	8,8	13,2
	casi siempre	28	30,8	30,8	44,0
	siempre	51	56,0	56,0	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

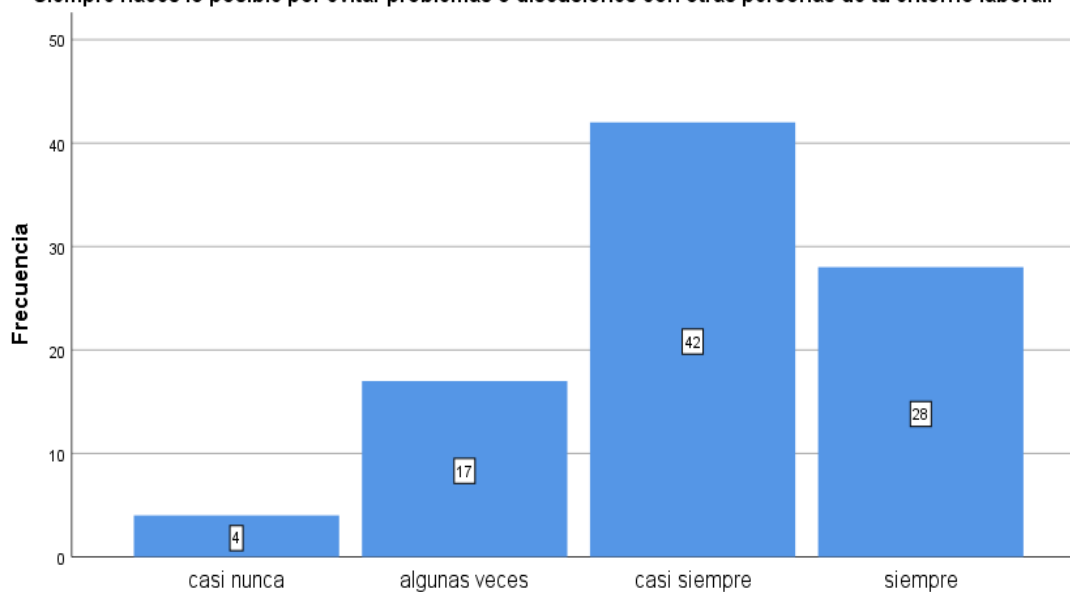


En la Tabla N°16, el 56% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que es importante que siempre se defienda sus derechos y valores mientras que el 1.1% menciona que nunca.

Siempre haces lo posible por evitar problemas o discusiones con otras personas de tu entorno laboral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	4	4,4	4,4	4,4
	algunas veces	17	18,7	18,7	23,1
	casi siempre	42	46,2	46,2	69,2
	siempre	28	30,8	30,8	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Siempre haces lo posible por evitar problemas o discusiones con otras personas de tu entorno laboral.



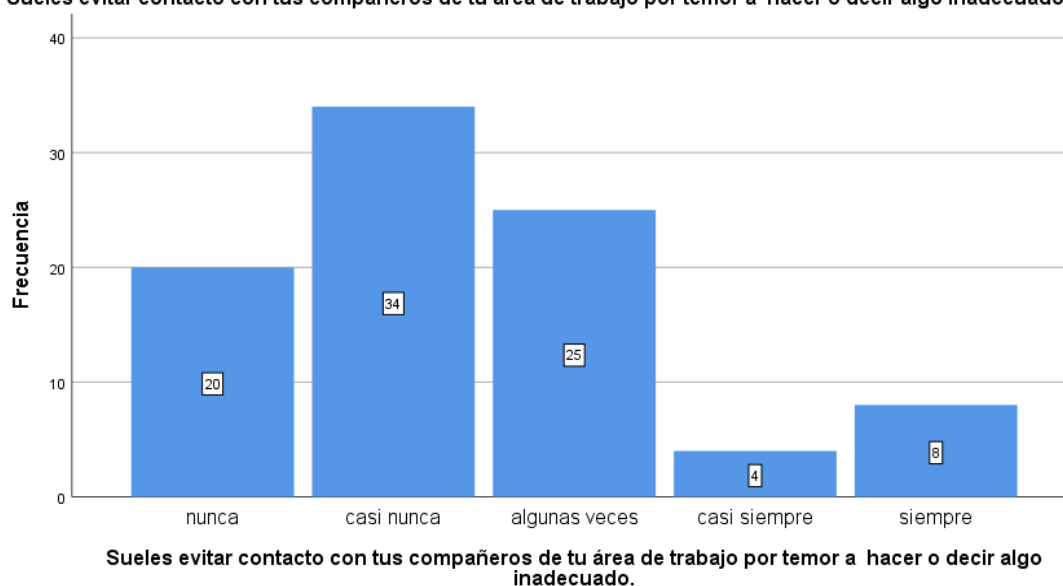
Siempre haces lo posible por evitar problemas o discusiones con otras personas de tu entorno laboral.

En la Tabla N°17, el 46.2% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que casi siempre evitan problemas con sus compañeros de trabajo mientras que el 4.4% menciona que casi nunca.

Sueles evitar contacto con tus compañeros de tu área de trabajo por temor a hacer o decir algo inadecuado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	20	22,0	22,0	22,0
	casi nunca	34	37,4	37,4	59,3
	algunas veces	25	27,5	27,5	86,8
	casi siempre	4	4,4	4,4	91,2
	siempre	8	8,8	8,8	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Sueles evitar contacto con tus compañeros de tu área de trabajo por temor a hacer o decir algo inadecuado.

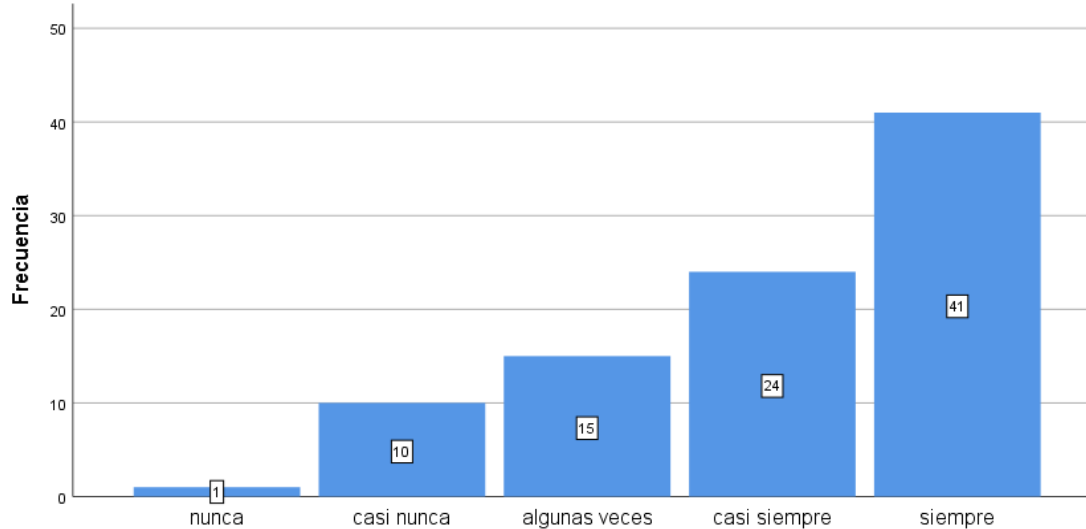


En la Tabla N°18, el 37.4% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que casi nunca suelen evitar contacto con sus compañeros por temor hacer algo inadecuado mientras que el 4.4% menciona que casi siempre.

En la organización donde te desempeñas tus superiores te brindan revistas y boletines informativos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	1,1	1,1	1,1
	casi nunca	10	11,0	11,0	12,1
	algunas veces	15	16,5	16,5	28,6
	casi siempre	24	26,4	26,4	54,9
	siempre	41	45,1	45,1	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

En la organización donde te desempeñas tus superiores te brindan revistas y boletines informativos.

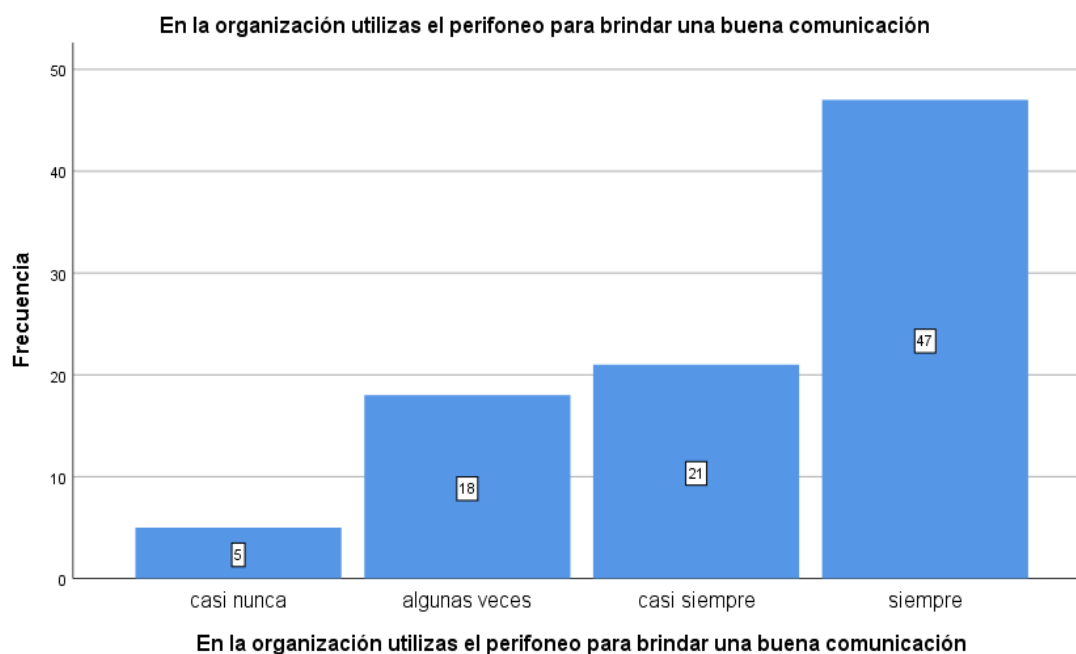


En la organización donde te desempeñas tus superiores te brindan revistas y boletines informativos.

En la Tabla N°19, el 45.1% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus supervisores siempre les brinda boletines informativos y revistas mientras que el 1.1% menciona que nunca.

En la organización utilizas el perifoneo para brindar una buena comunicación.

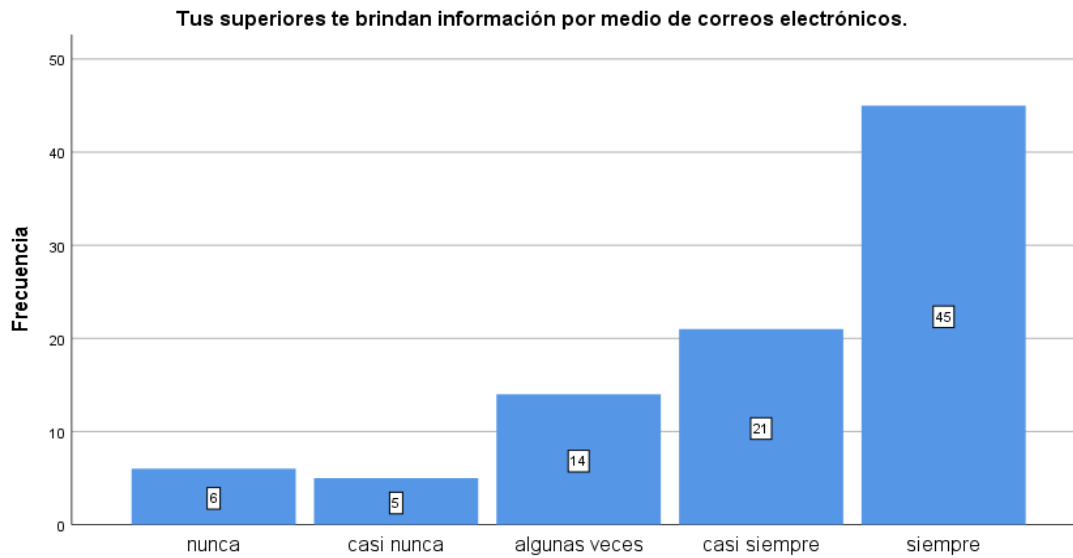
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	5	5,5	5,5	5,5
	algunas veces	18	19,8	19,8	25,3
	casi siempre	21	23,1	23,1	48,4
	siempre	47	51,6	51,6	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



En la Tabla N°20, el 51.6% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que la organización siempre utiliza perifoneo para brindarles una buena comunicación mientras que el 5.5% menciona que casi nunca.

Tus superiores te brindan información por medio de correos electrónicos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	6	6,6	6,6	6,6
	casi nunca	5	5,5	5,5	12,1
	algunas veces	14	15,4	15,4	27,5
	casi siempre	21	23,1	23,1	50,5
	siempre	45	49,5	49,5	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



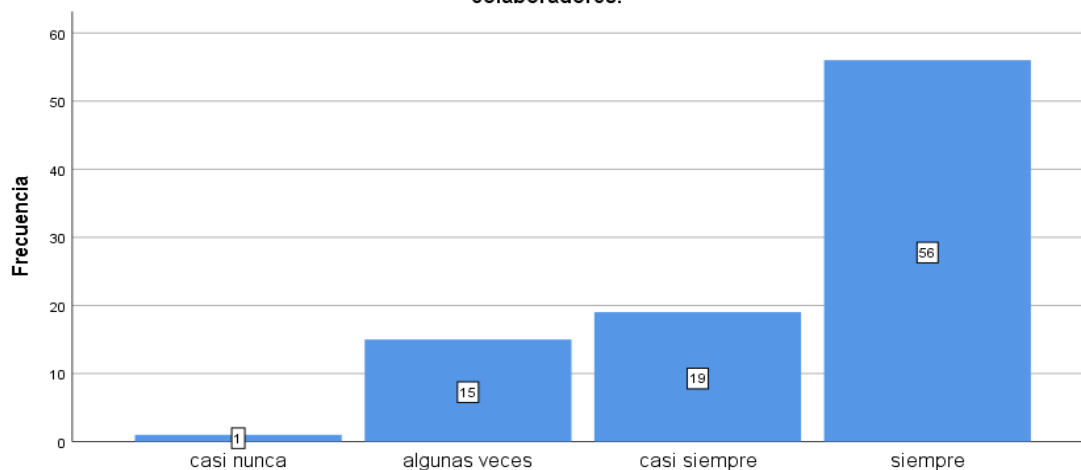
Tus superiores te brindan información por medio de correos electrónicos.

En la Tabla N°21, el 49.5% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus supervisores siempre les brindan información por medio de correos mientras que el 5.5% menciona que casi nunca.

La organización realiza reuniones, capacitaciones formales para brindar una mayor información a sus colaboradores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	1	1,1	1,1	1,1
	algunas veces	15	16,5	16,5	17,6
	casi siempre	19	20,9	20,9	38,5
	siempre	56	61,5	61,5	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

La organización realiza reuniones, capacitaciones formales para brindar una mayor información a sus colaboradores.



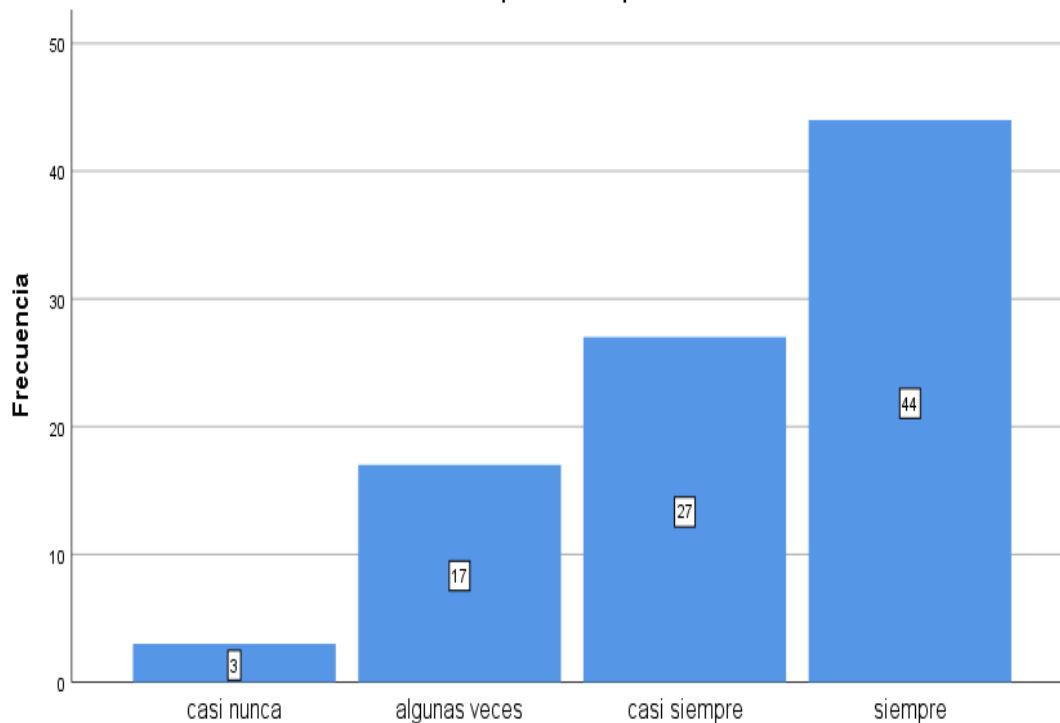
La organización realiza reuniones, capacitaciones formales para brindar una mayor información a sus colaboradores.

En la Tabla N°22, el 61.5 % de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que la organización siempre realiza reuniones y capacitaciones para tener una mejor información a sus colaboradores mientras que el 1.1% menciona que casi nunca.

Me siento escuchado por mis compañeros de área.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	3	3,3	3,3	3,3
	algunas veces	17	18,7	18,7	22,0
	casi siempre	27	29,7	29,7	51,6
	siempre	44	48,4	48,4	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Me siento escuchado por mis compañeros de área.



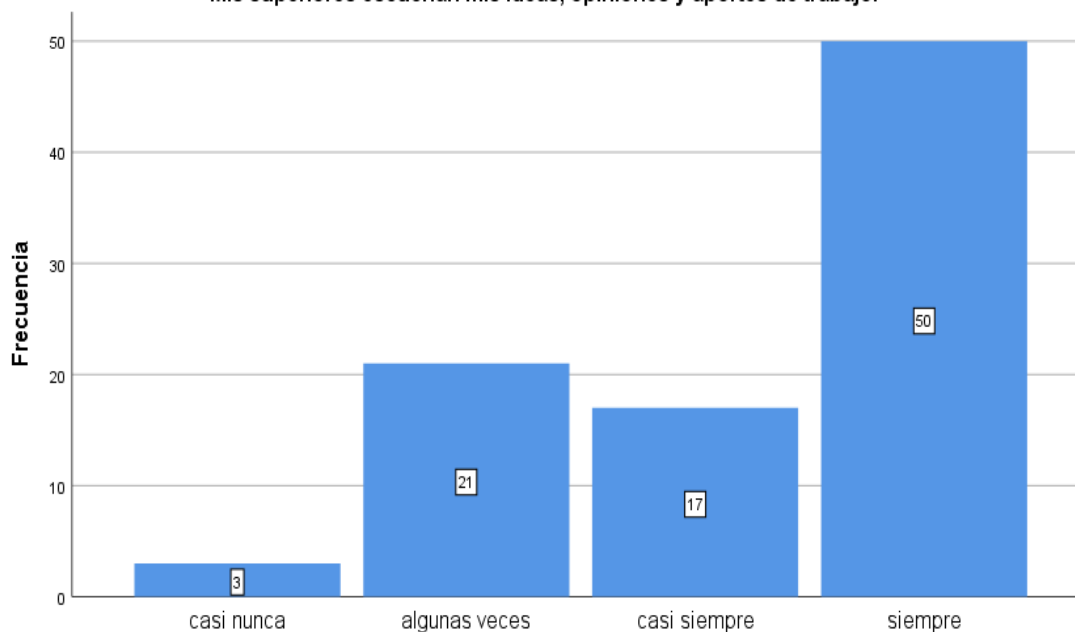
Me siento escuchado por mis compañeros de área.

En la Tabla N°23, el 48.4 % de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que siempre se siente escuchado por sus compañeros de trabajo mientras que el 3.3% menciona que casi nunca.

Mis superiores escuchan mis ideas, opiniones y aportes de trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	3	3,3	3,3	3,3
	algunas veces	21	23,1	23,1	26,4
	casi siempre	17	18,7	18,7	45,1
	siempre	50	54,9	54,9	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Mis superiores escuchan mis ideas, opiniones y aportes de trabajo.

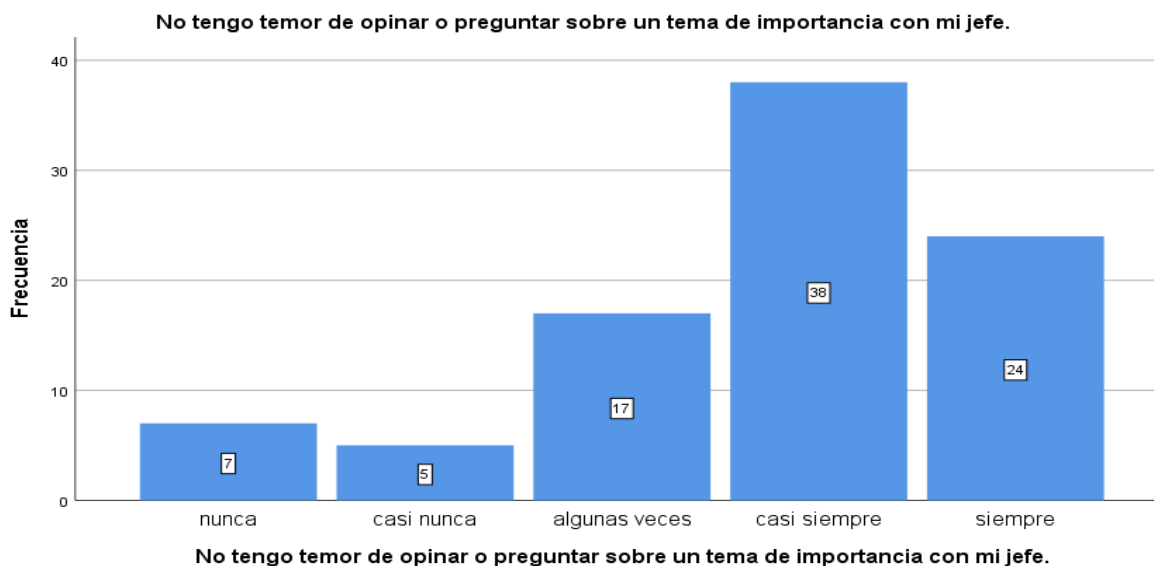


Mis superiores escuchan mis ideas, opiniones y aportes de trabajo.

En la Tabla N°24, el 54.9 % de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus superiores siempre escuchan sus ideas y aportes de trabajo mientras que el 3.3% menciona que casi nunca.

No tengo temor de opinar o preguntar sobre un tema de importancia con mi jefe.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	7	7,7	7,7	7,7
	casi nunca	5	5,5	5,5	13,2
	algunas veces	17	18,7	18,7	31,9
	casi siempre	38	41,8	41,8	73,6
	siempre	24	26,4	26,4	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

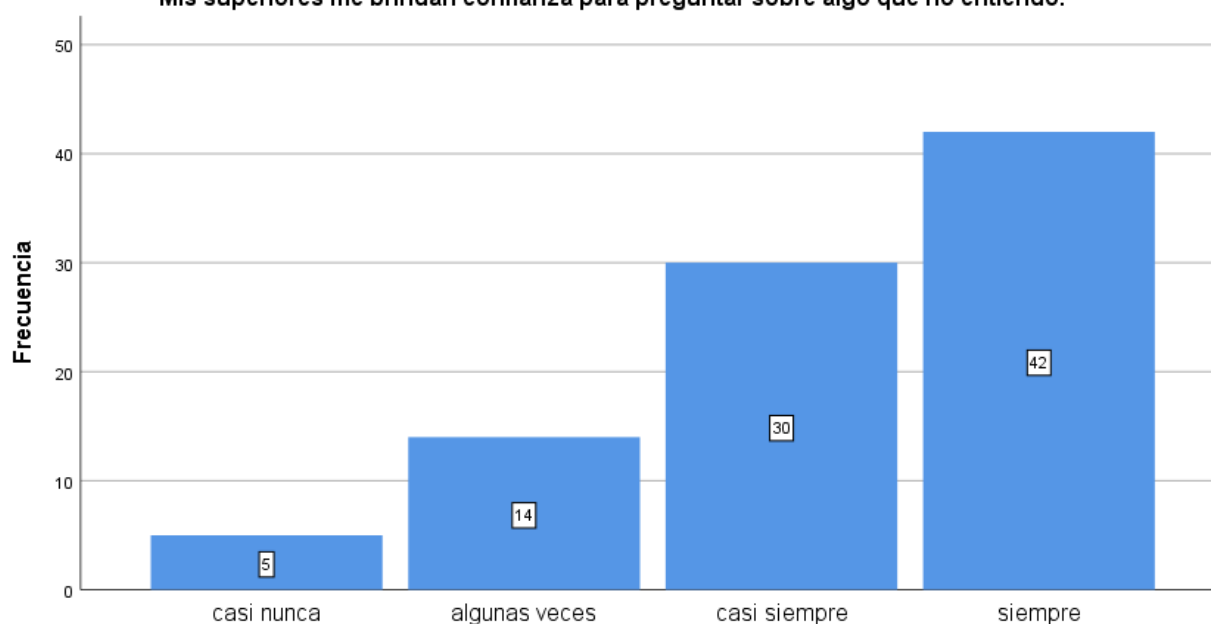


En la Tabla N°25, el 41.8 % de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que no tienen temor casi siempre de opinar sobre un tema importante con su jefe mientras que el 7.7% menciona que nunca.

Mis superiores me brindan confianza para preguntar sobre algo que no entiendo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	5	5,5	5,5	5,5
	algunas veces	14	15,4	15,4	20,9
	casi siempre	30	33,0	33,0	53,8
	siempre	42	46,2	46,2	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Mis superiores me brindan confianza para preguntar sobre algo que no entiendo.

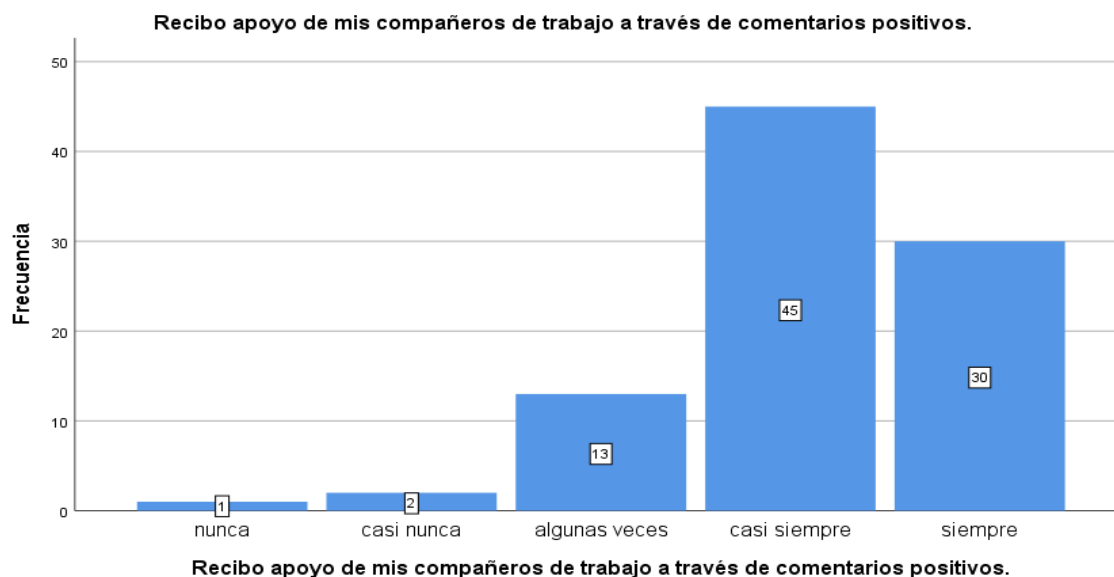


Mis superiores me brindan confianza para preguntar sobre algo que no entiendo.

En la Tabla N°26, el 46.2 % de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus superiores casi siempre les brindan confianza para consultar sobre algo que no entendieron mientras que el 5.5% menciona que casi nunca.

Recibo apoyo de mis compañeros de trabajo a través de comentarios positivos.

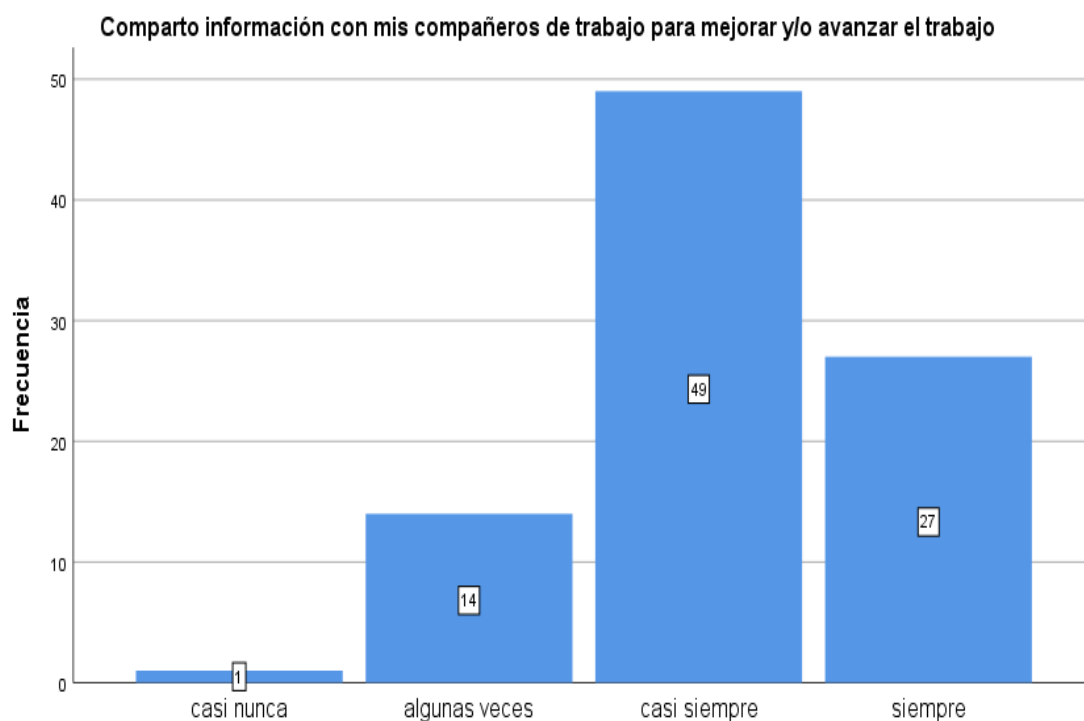
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	1,1	1,1	1,1
	casi nunca	2	2,2	2,2	3,3
	algunas veces	13	14,3	14,3	17,6
	casi siempre	45	49,5	49,5	67,0
	siempre	30	33,0	33,0	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



En la Tabla N°27, el 49,5% de los colaboradores de Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que reciben apoyo casi siempre de sus compañeros de manera positiva mientras que el 1.1% menciona que nunca.

Comparto información con mis compañeros de trabajo para mejorar y/o avanzar el trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	1	1,1	1,1	1,1
	algunas veces	14	15,4	15,4	16,5
	casi siempre	49	53,8	53,8	70,3
	siempre	27	29,7	29,7	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

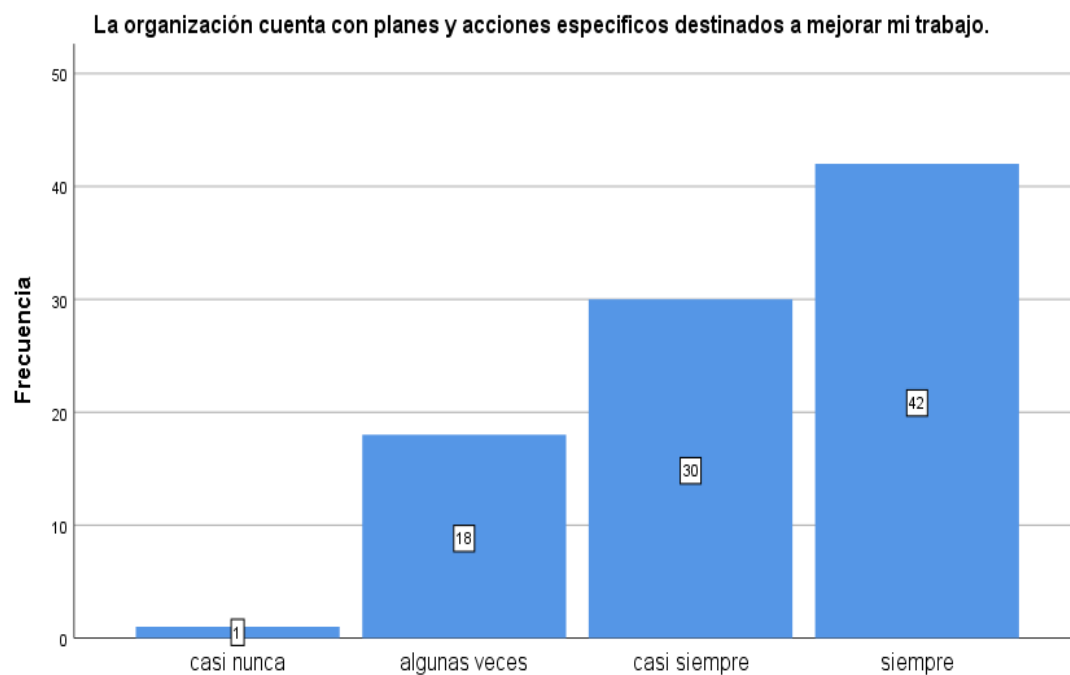


Comparto información con mis compañeros de trabajo para mejorar y/o avanzar el trabajo

En la Tabla N°28, el 53.8 % de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que comparten información casi siempre con sus compañeros de trabajo mientras que el 1.1% menciona que casi nunca.

La organización cuenta con planes y acciones específicos destinados a mejorar mi trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	1	1,1	1,1	1,1
	algunas veces	18	19,8	19,8	20,9
	casi siempre	30	33,0	33,0	53,8
	siempre	42	46,2	46,2	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

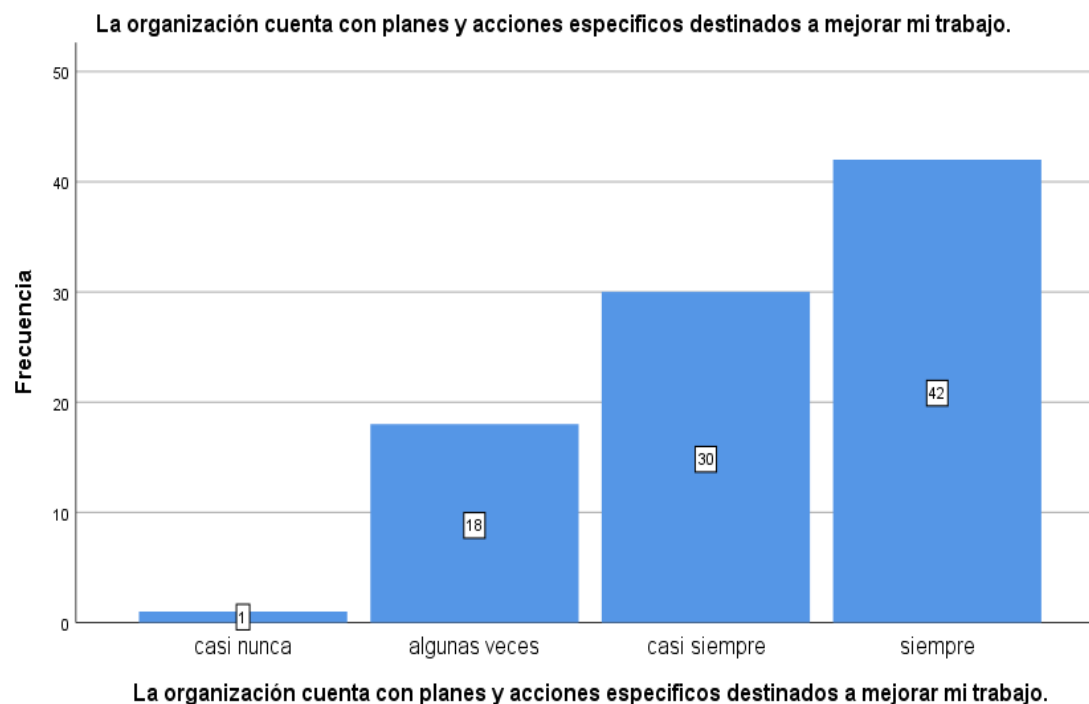


La organización cuenta con planes y acciones específicos destinados a mejorar mi trabajo.

En la Tabla N°29, el 46.2% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que la organización siempre cuenta con planes y acciones para mejorar el trabajo mientras que el 1.1% menciona que casi nunca.

Cuando siento que algo puedo mejorar, no dudo en brindar mi opinión o sugerírselo a mi jefe.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	3	3,3	3,3	3,3
	algunas veces	16	17,6	17,6	20,9
	casi siempre	37	40,7	40,7	61,5
	siempre	35	38,5	38,5	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

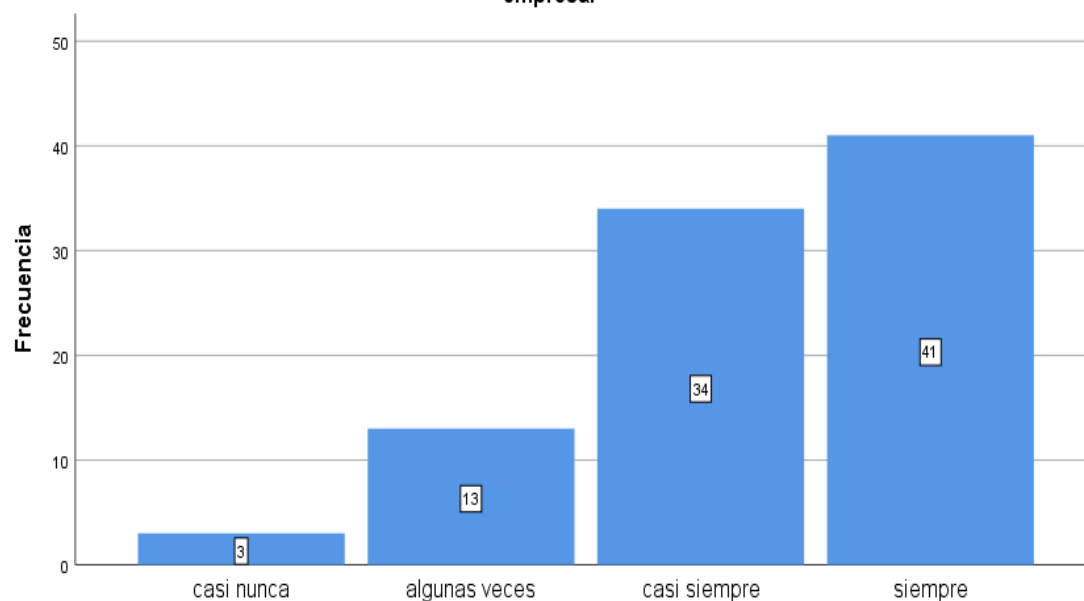


En la Tabla N°30, el 40.7 % de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que casi siempre no duda en brindar una opinión a su jefe para mejorar en su labor mientras que el 3.3% menciona que casi nunca.

Mis superiores me incentivan que mi labor se realice respetando los objetivos, valores, misión y visión de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	3	3,3	3,3	3,3
	algunas veces	13	14,3	14,3	17,6
	casi siempre	34	37,4	37,4	54,9
	siempre	41	45,1	45,1	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Mis superiores me incentivan que mi labor se realice respetando los objetivos, valores , misión y visión de la empresa.

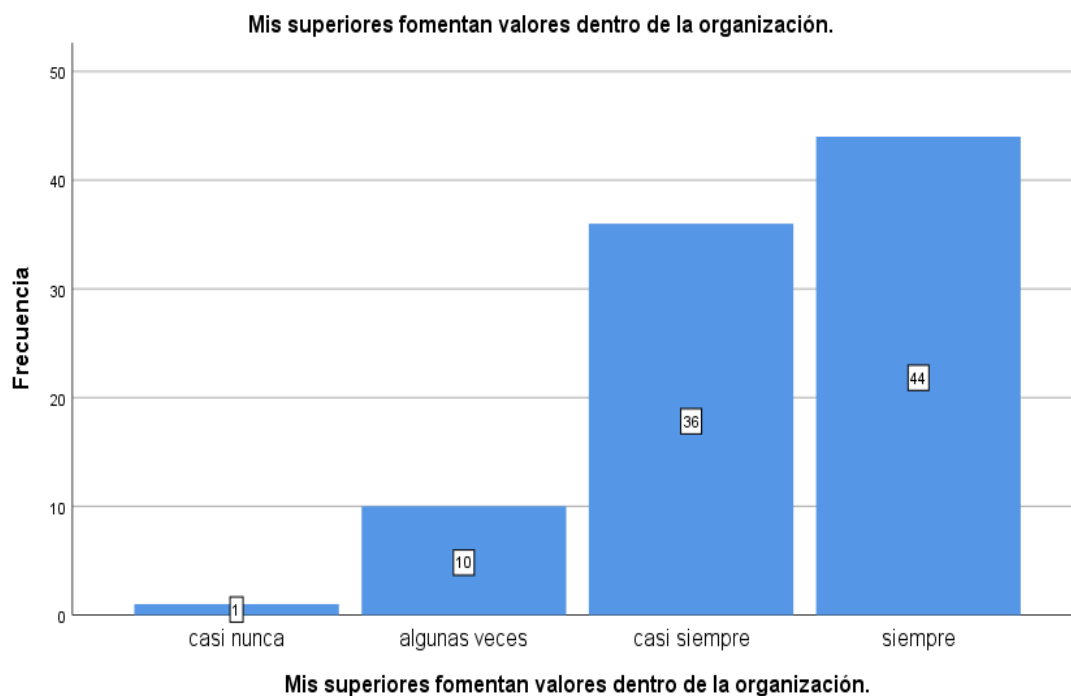


Mis superiores me incentivan que mi labor se realice respetando los objetivos, valores , misión y visión de la empresa.

En la Tabla N°31, el 45.1% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus superiores siempre los incentivan en su labor que realizan a través de los objetivos y valores mientras que el 3.3% menciona que casi nunca.

Mis superiores fomentan valores dentro de la organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	1	1,1	1,1	1,1
	algunas veces	10	11,0	11,0	12,1
	casi siempre	36	39,6	39,6	51,6
	siempre	44	48,4	48,4	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

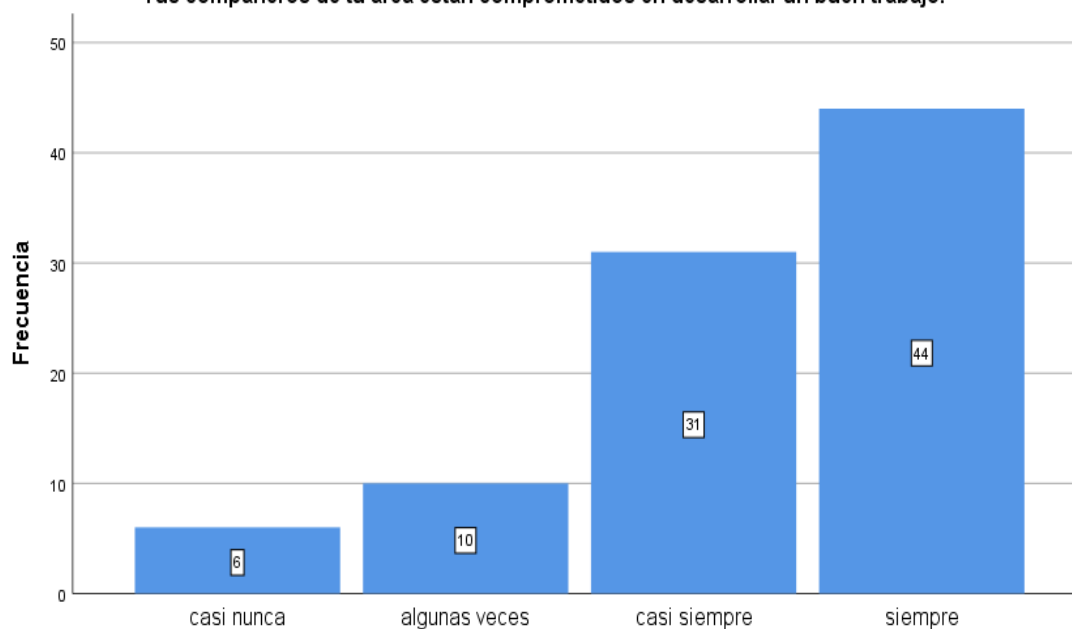


En la Tabla N°32, el 48.4% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus superiores siempre fomenta valores dentro del trabajo mientras que el 1.1% menciona que casi nunca.

Tus compañeros de tu área están comprometidos en desarrollar un buen trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	6	6,6	6,6	6,6
	algunas veces	10	11,0	11,0	17,6
	casi siempre	31	34,1	34,1	51,6
	siempre	44	48,4	48,4	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Tus compañeros de tu área están comprometidos en desarrollar un buen trabajo.

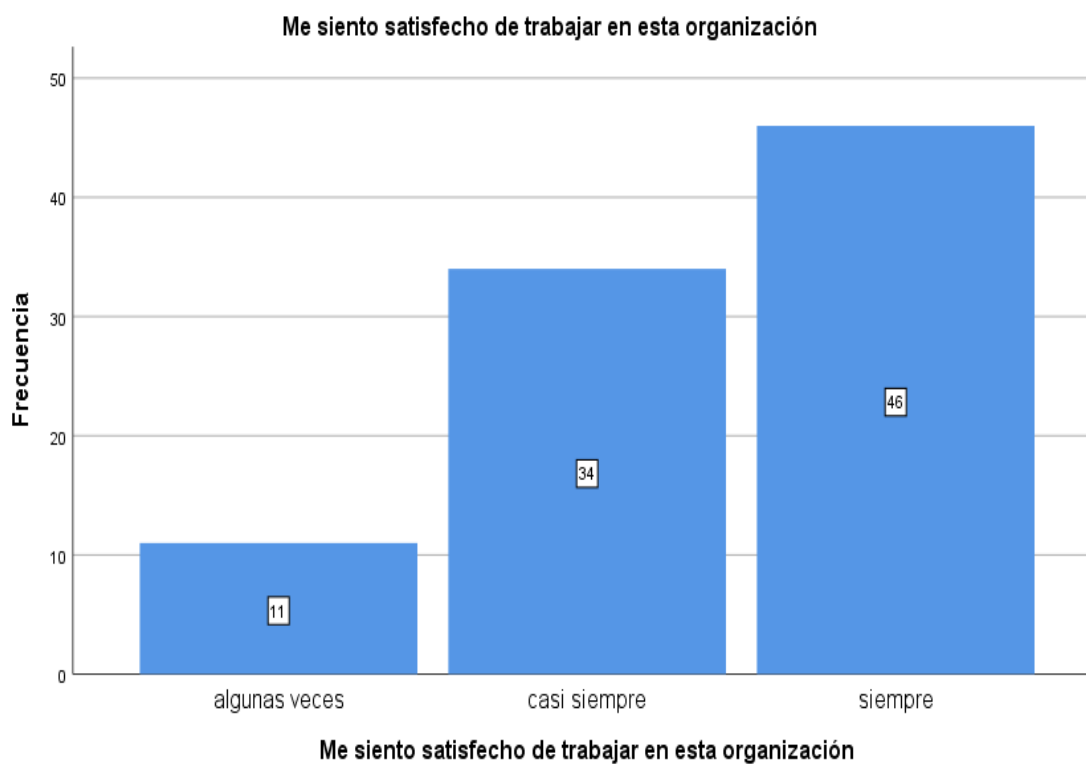


Tus compañeros de tu área están comprometidos en desarrollar un buen trabajo.

En la Tabla N°33, el 48.4% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus compañeros siempre están comprometidos en desarrollar un buen trabajo mientras que el 6.6% menciona que casi nunca.

Me siento satisfecho de trabajar en esta organización.

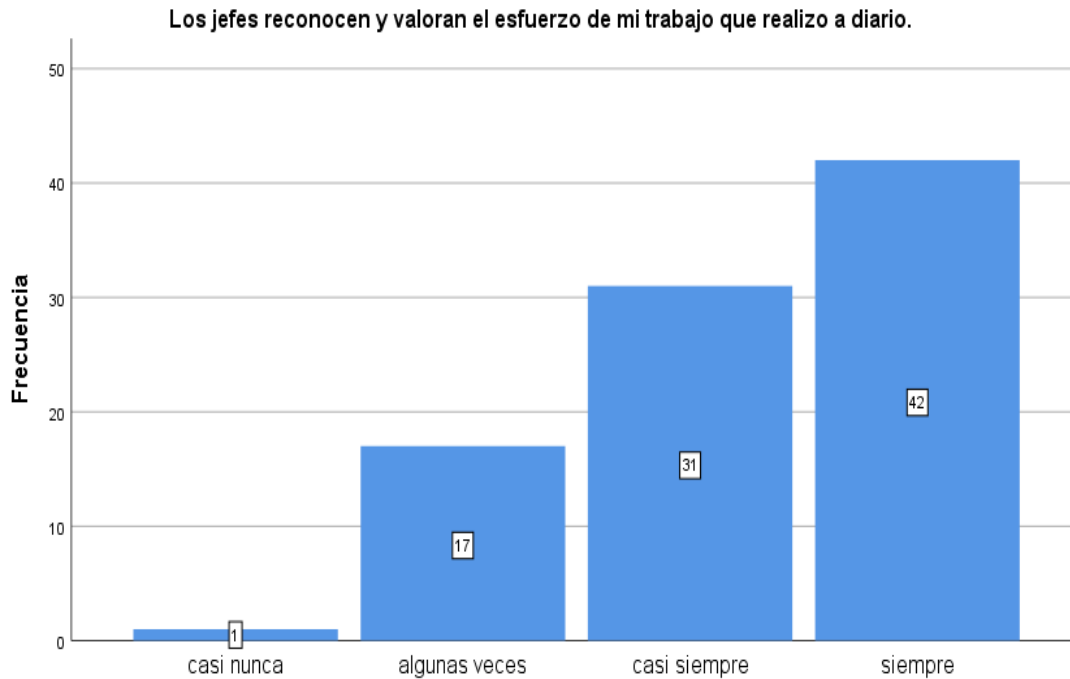
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	algunas veces	11	12,1	12,1	12,1
	casi siempre	34	37,4	37,4	49,5
	siempre	46	50,5	50,5	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



En la Tabla N°34, el 50.5% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que siempre se sienten satisfechos de la organización mientras que el 12.1% menciona que algunas veces.

Los jefes reconocen y valoran el esfuerzo de mi trabajo que realizo a diario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	1	1,1	1,1	1,1
	algunas veces	17	18,7	18,7	19,8
	casi siempre	31	34,1	34,1	53,8
	siempre	42	46,2	46,2	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



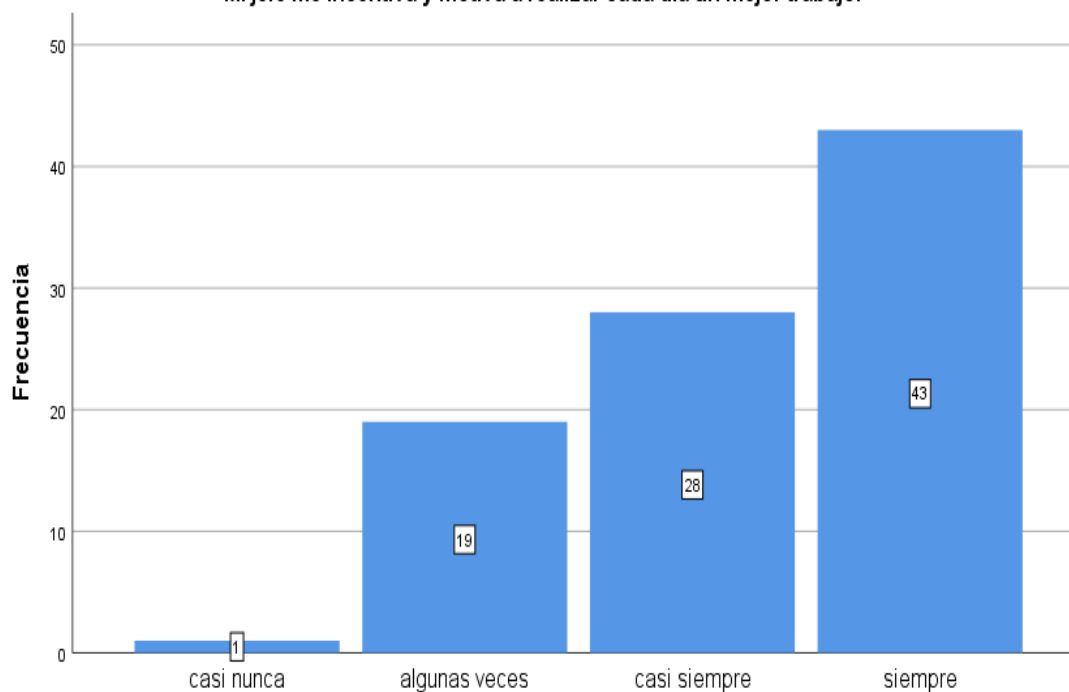
Los jefes reconocen y valoran el esfuerzo de mi trabajo que realizo a diario.

En la Tabla N°35, el 46.2% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus jefes siempre reconocen y valoran el esfuerzo de su trabajo mientras que el 1.1% menciona que casi nunca.

Mi jefe me incentiva y motiva a realizar cada día un mejor trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	1	1,1	1,1	1,1
	algunas veces	19	20,9	20,9	22,0
	casi siempre	28	30,8	30,8	52,7
	siempre	43	47,3	47,3	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Mi jefe me incentiva y motiva a realizar cada día un mejor trabajo.



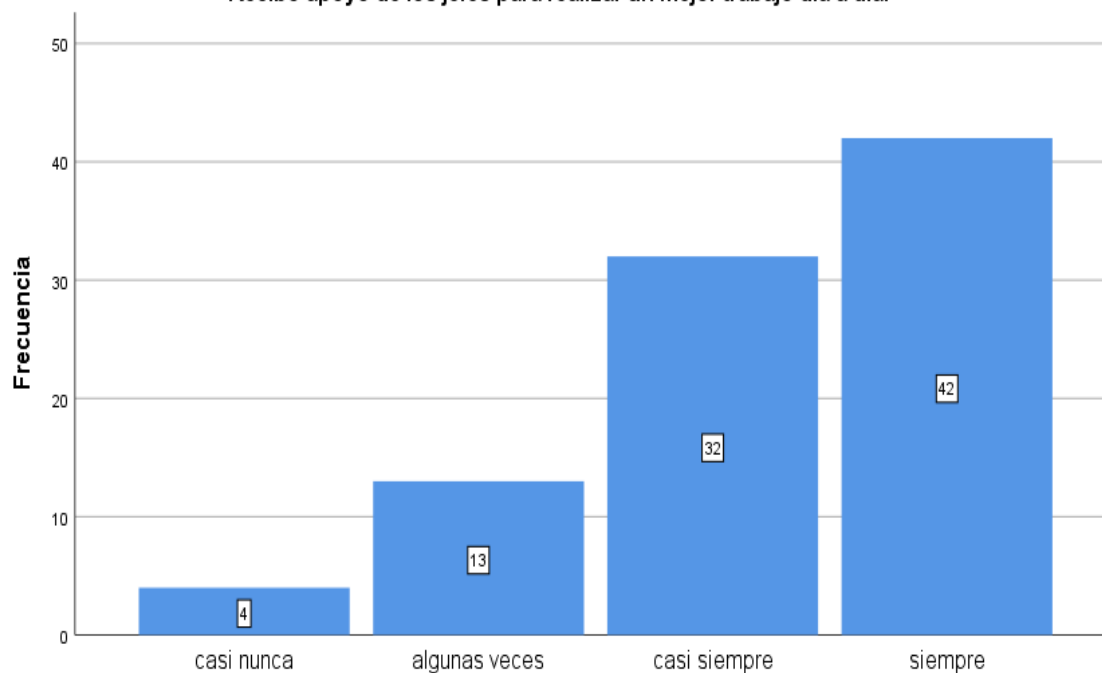
Mi jefe me incentiva y motiva a realizar cada día un mejor trabajo.

En la Tabla N°36, el 47.3% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que sus jefes siempre les motiva a realizar un mejor trabajo día a día mientras que el 1.1% menciona que casi nunca.

Recibo apoyo de los jefes para realizar un mejor trabajo día a día.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	4	4,4	4,4	4,4
	algunas veces	13	14,3	14,3	18,7
	casi siempre	32	35,2	35,2	53,8
	siempre	42	46,2	46,2	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Recibo apoyo de los jefes para realizar un mejor trabajo día a día.

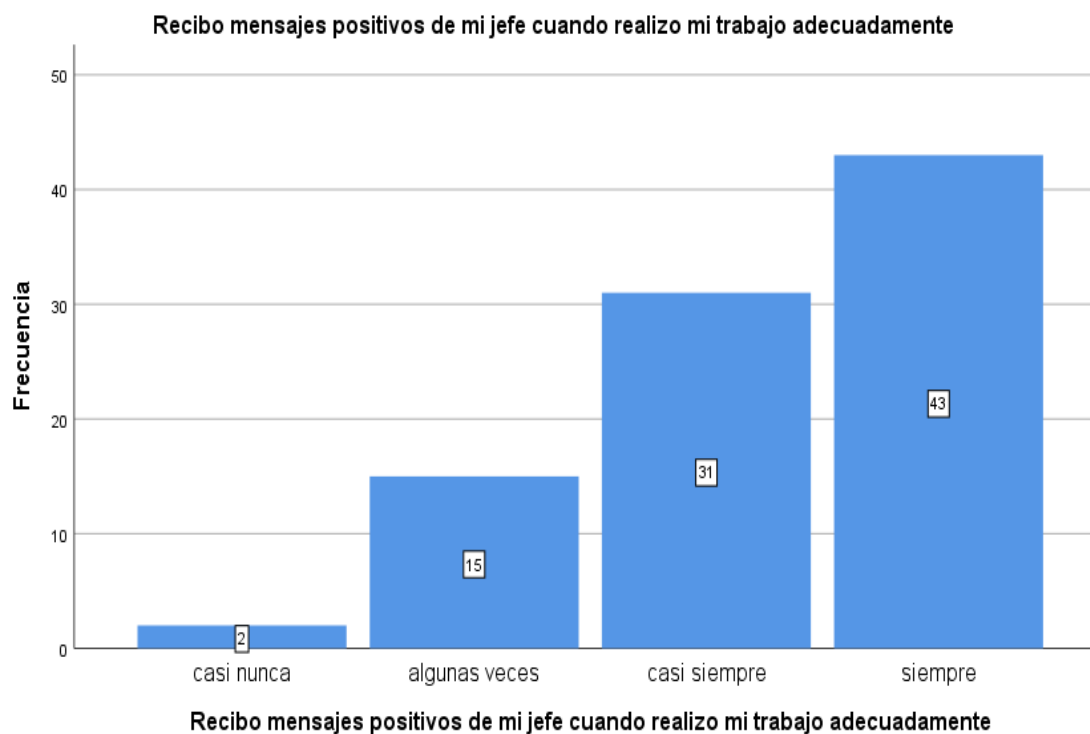


Recibo apoyo de los jefes para realizar un mejor trabajo día a día.

En la Tabla N°37, el 46.2% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que reciben apoyo siempre de sus jefes para realizar un buen trabajo mientras que el 4.4% menciona que casi nunca.

Recibo mensajes positivos de mi jefe cuando realizo mi trabajo adecuadamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	2	2,2	2,2	2,2
	algunas veces	15	16,5	16,5	18,7
	casi siempre	31	34,1	34,1	52,7
	siempre	43	47,3	47,3	100,0
	Total	91	100,0	100,0	



En la Tabla N°38, el 47.3% de los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018 menciona que reciben mensajes positivos siempre de sus jefes cuando realizan su trabajo mientras que el 2.2% menciona que casi nunca.

RESULTADOS DEL CHI CUADRADO

Para obtener los resultados de esta investigación se procedió a descartar la hipótesis nula expuesta en la investigación: No Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, esto debido al programa de SPSS.

Sumatoria de primera variable: Comunicación Organizacional

Estadísticos

Sumv1

Válido	91
Perdidos	0
Mínimo	59
Máximo	103

Sumatoria de segunda variable: Clima Laboral

Estadísticos

Sumv2

Válido	91
Perdidos	0
Mínimo	46
Máximo	80

Tabla cruzada COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL* CLIMA LABORAL

Recuento

		CLIMA LABORAL			Total
		MINIMO	ÓPTIMO	EXCESIVO	
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	MINIMO	17	6	2	25
	ÓPTIMO	1	10	48	59
	EXCESIVO	0	0	7	7
Total		18	16	57	91

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	59,133 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	63,489	4	,000
Asociación lineal por lineal	47,939	1	,000
N de casos válidos	91		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,23.

Significancia 0,05

X^2 calculado > X^2 tabulado = 59,133 > 9,4877

El resultado que se obtuvo al sumar el total de las dos variables, además de la prueba del baremo y el chi cuadrado calculado se obtuvo un total de 59,133. Según el gl (4) y la significancia (0,05) el resultado es de 9,4877.

Como podemos ver el valor X^2 calculado es mayor al de X^2 tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Primera hipótesis específica

Existe relación entre los flujos de comunicación organizacional y el trabajo en equipo en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista.

Sumatoria de primera dimensión: Flujos de Comunicación Organizacional

Estadísticos

SUMD4

Válido	91
Perdidos	0
Mínimo	25
Máximo	45

Sumatoria de segunda dimensión: Trabajo en Equipo

Estadísticos

SUMD1

Válido	91
Perdidos	0
Mínimo	22
Máximo	40

Tabla cruzada Flujos de comunicación*Trabajo en equipo

Recuento

		Trabajo en equipo			Total
		MINIMO	ÓPTIMO	EXCESIVO	
Flujos de comunicación	MINIMO	14	3	1	18
	ÓPTIMO	5	11	6	22
	EXCESIVO	0	10	41	51
Total		19	24	48	91

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	62,475 ^a	4	,000

Razón de verosimilitud	65,199	4	,000
Asociación lineal por lineal	51,660	1	,000
N de casos válidos	91		

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,76.

$$X^2 \text{ calculado} > X^2 \text{ tabulado} = 62,475 > 9,4877$$

El resultado que se obtuvo al sumar el total de las dos dimensiones, además de la prueba del baremo y el chi cuadrado calculado se obtuvo un total de 62,475. Según el gl (4) y la significancia (0,05) el resultado es de 9,4877.

Como podemos ver el valor X^2 calculado es mayor al de X^2 tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Segunda hipótesis específica

Existe relación en entre la comunicación asertiva y la cultura organizacional en los colaboradores Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista.

Sumatoria de tercera dimensión: Comunicación Asertiva

Estadísticos

SUMD5

Válido	91
Perdidos	0
Mínimo	16
Máximo	42

Sumatoria de cuarta dimensión: Cultura Organizacional

Estadísticos

SUMD2

Válido	91
Perdidos	0

Mínimo	4
Máximo	10

Tabla cruzada Comunicación asertiva* Cultura organizacional

Recuento

		Cultura organizacional			Total
		MINIMO	ÓPTIMO	EXCESIVO	
Comunicación asertiva	MINIMO	2	26	28	56
	ÓPTIMO	4	8	21	33
	EXCESIVO	0	0	2	2
Total		6	34	51	91

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,330 ^a	4	,119
Razón de verosimilitud	8,056	4	,090
Asociación lineal por lineal	,729	1	,393
N de casos válidos	91		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.

$$X^2 \text{ calculado} < X^2 \text{ tabulado} = 7.330 < 9,4877$$

El resultado que se obtuvo al sumar el total de las dos dimensiones, además de la prueba del baremo y el chi cuadrado calculado se obtuvo un total de 7.330. Según el gl (4) y la significancia (0,05) el resultado es de 9,4877.

Como podemos ver el valor X2 calculado es menor al de X2 tabulado, por lo que se acepta la hipótesis nula.

Tercera hipótesis específica

Existe relación entre los soportes de comunicación y el desempeño laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista.

Sumatoria de quinta dimensión: Soportes de Comunicación

Estadísticos

SUMD6

Válido	91
Perdidos	0
Mínimo	9
Máximo	20

Sumatoria de sexta dimensión: Desempeño Laboral

Estadísticos

SUMD1

N Válido	91
Perdidos	0
Mínimo	22
Máximo	40

Tabla cruzada Soportes de comunicación*Desempeño Laboral

Recuento

			Desempeño Laboral			Total
			MINIMO	ÓPTIMO	EXCESIVO	

Soportes de comunicación	MINIMO	17	5	0	22
	ÓPTIMO	2	10	9	21
	EXCESIVO	0	9	39	48
Total		19	24	48	91

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	68,978 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	75,501	4	,000
Asociación lineal por lineal	56,696	1	,000
N de casos válidos	91		

a. 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4,38.

$$X^2 \text{ calculado} > X^2 \text{ tabulado} = 68,978 > 9,4877$$

El resultado que se obtuvo al sumar el total de las dos dimensiones, además de la prueba del baremo y el chi cuadrado calculado se obtuvo un total de 68,978. Según el gl (4) y la significancia (0,05) el resultado es de 9,4877.

Como podemos ver el valor X^2 calculado es mayor al de X^2 tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación tiene como título “Comunicación organizacional y su relación con el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018” y su objetivo general es Establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018, y su hipótesis general es Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.

Esta investigación midió la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral, logrando determinar que en la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista la comunicación organizacional y el clima laboral son aceptables y óptimos por parte de los colaboradores; es decir los colaboradores poseen y tienen iniciativa propia a la hora de desarrollar habilidades sociales, trabajando con un solo objetivo y fin.

Esta forma de medir la comunicación organizacional y clima laboral es similar por Armas (2014). En su tesis titulada “Comunicación interna y clima laboral (estudio realizado en call center de la ciudad de Quetzaltenango). En esta el autor concluye que la comunicación interna favorece al clima laboral porque existe un proceso de comunicación donde se explican y comparten normas e información relevante para desarrollar labores cotidianas sin ningún inconveniente, lo que hace que existan relaciones interpersonales entre los colaboradores de la organización.

Así mismo el autor Cardona (2012). En su tesis titulada “Gestión de la comunicación interna organizacional en la optimización del clima laboral y resolución de conflictos”. En esta el autor concluye que, para el beneficio de la comunicación interna en asuntos laborales, es mediante una vía personalizada ya sea comunicación vertical u horizontal.

Por último, el autor Trujillo (2017). En su tesis titulada “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017; concluye que la comunicación interna influye de manera significativa y eficaz en el clima organizacional de los empleados de diversas instituciones ya sea públicas y privadas.

V. CONCLUSIONES

Se concluye que el objetivo general planteado: Establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018; dio como resultado que en ambas variables muestra una relación entre la comunicación organizacional y clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista; debido a que la prueba del chi cuadrado plantea que el X^2 calculado es mayor que X^2 tabulado = $59,133 > 9,4877$, son adecuados para la empresa, lo que significa que los colaboradores trabajan para sostener e impulsar el crecimiento de la organización sobre todo que se sientan en confianza y visualicen las oportunidades necesarias para su crecimiento personal y profesional; sumando a un ambiente de trabajo grato y seguro, para el adecuado cumplimiento de sus funciones generando una buena comunicación y clima laboral entre sus empleados.

En relación al primer objetivo específico: Determinar la relación que existe entre los flujos de comunicación organizacional y el trabajo en equipo en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018, debido a que la prueba del chi cuadrado plantea que el X^2 calculado es mayor que X^2 tabulado = $62,475 > 9,4877$, ya que son aceptados en su gran mayoría ya que sus líderes a diario a sus colaboradores les brindan la retroalimentación, así como también instrucciones de forma adecuada y eficaz para desarrollar un buen trabajo en equipo.

En el segundo objetivo específico: Determinar la relación que existe entre la comunicación asertiva y la cultura organizacional en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018; debido a que la prueba del chi cuadrado plantea que X^2 calculado es menor que X^2 tabulado = $7.330 < 9,4877$, ya que a diario los colaboradores de la organización intercambian ideas, informaciones, respetando uno al otro sus derechos ya que en ellos repercute sus emociones y comportamiento en la organización que laboran. En toda organización debe haber bastante dialogo y dinámica entre jefe y colaborador

Por ultimo en el tercer objetivo específico: Determinar la relación entre los soportes de comunicación y desempeño laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018, debido a que la prueba del chi cuadrado plantea que el X^2 calculado es mayor que X^2 tabulado = $68,978 > 9,4877$, ya que la organización brinda a sus colaboradores constantemente revistas, folletos, boletines, capacitaciones formales y reconocen el esfuerzo, desempeño de sus trabajadores contribuyendo al logro de metas y objetivos de la empresa.

Para finalizar, se sostiene que hay una buena comunicación y clima laboral en la empresa Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, ya que cuenta con todas las herramientas de comunicación, para crecer y desarrollarse a diario por medio de su cultura: visión, misión, valores, compromiso, iniciativa, honestidad, austeridad y vocación de servicio, generando un buen clima laboral entre todos sus trabajadores.

VI. RECOMENDACIÓN

Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, es una organización muy proactiva y eficiente con todos sus colaboradores, priorizando siempre el servicio sobre cualquier tarea, procurando cada día una mejor relación humana y comunicación, ya que los líderes de la organización a sus colaboradores les brinda la absoluta confianza para que puedan expresar sus quejas, dudas e inquietudes.

Se recomienda a la organización brindar la retroalimentación a su personal para reforzar sus puntos débiles de acuerdo a una evaluación de desempeño para desarrollar un buen trabajo en equipo con todo los involucrados.

Se sugiere a que se practiquen estrategias que ayude al personal a solucionar problemas y/o conflictos a que sean siempre escuchados para poder brindar una sugerencia u recomendación entre sus compañeros de trabajo.

Por último, se recomienda a la organización a que sigan realizando capacitaciones, reuniones, coaching corporativo haciendo que conozcan los tipos de comunicación ejecutando siempre una buena comunicación entre todo el equipo y que se sigan involucrando con la organización.

El compromiso de todo el personal que conforma Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista es muy importante, porque contribuye a las metas y objetivos de la organización.

Referencias:

Adela de Castro. (2017), Manual Práctico de Comunicación Organizacional. (1° ed.). España. Editorial: Verbum.

Alborés, P. (2005), Comunicaciones Interpersonales. (1° ed.). España. Editorial: Ideas Propias.

Alles, M. (2005), Desarrollo del Talento Humano: basado en competencias. (1° ed.). Buenos Aires. Editorial: Granica.

Andrade, H. (2005), Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica. (1° ed.). España. Editorial: Netbiblo.

Berceruelo, B. (2011), Comunicación Interna en la Empresa: Claves y Desafíos. (1°ed.). España. Editorial: Wolters Kluwer.

Bermejo, J. y López, M. (2014), La Innovación Continua en el Éxito Empresarial. Madrid. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=ST62AwAAQBAJ&pg=PT158&dq=cultura+e+innovaci%C3%B3n+organizacional&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj126-Ziq_dAhUBulMKHS4bAM8Q6AEIOTAD#v=onepage&q&f=false

Cáceres, S. (2016), Comunicación Interna, Pilar de la estrategia organizacional. Planificación y nuevas tendencias para empresas y colaboradores mejor comunicados. (1° ed.). España. Editorial: Internal Comunicaciones.

Carmouze, Y. (2012), Clima Organizacional. España. Editorial: Academia Española.

Chiang, M.; Rodrigo, J. y Núñez, A. (2010), Relaciones entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral. Madrid. Editorial: S.L.

Cornelissen, J. (2004), Corporate Communications Theory and Practice. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=VWV0hNxeLpEC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

- Darío, M. (2015), Diagnostico Organizacional. (8° ed.). Chile. Editorial: Ediciones Uc.
- Del Pozo, M. (1997), Cultura Empresarial y Comunicación Interna. Su influencia en la gestión estratégica. Madrid. Editorial: Fragua.
- Faria, F. (2004), Desarrollo Organizacional: Enfoque integral. México. Editorial: Limusa
- Fernández, C. (1999), La Comunicación en las Organizaciones. México. Editorial: Trillas.
- Fernández, C. y Galguera, L. (2009), Teorías de la Comunicación. (1° ed.). México. Editorial: Mc Graw Hill.
- García, J. (1998). La Comunicación Interna. (1° ed.). España: Editorial: Díaz de Santos.
- Giraudier, M. (2004), Como Gestionar el Clima Laboral. Barcelona. Editorial: Obelisco.
- Hernández, A. (2013), Plan de Comunicación Organizacional (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://132.248.9.195/ptd2014/enero/0707891/0707891.pdf>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, L. (2010), Metodología de Investigación. México. Editorial: McGraw-Hill.
- Lozano, J. (2007), Teoría e Investigación de la Comunicación de las Masas. México: Pearson Educación.
- Mazuela, A. (2012), Diez Herramientas de Gestión Organizacional. (1° ed.). Madrid. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=d83SBQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=organizacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj45e7si6_dAhWF61MKHe-FBMAQ6AEIRjAF#v=onepage&q&f=false
- Nosnik, A, (2005), Culturas Organizacionales. Su origen, consolidación y desarrollo. España. Editorial: Netbiblo.

Nosnik, A. (2010), Teoría de la Comunicación Productiva: Exploraciones más allá de la retroalimentación. México.

Ocampo, M. (2014), Comunicación Empresarial plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones. (2° ed.). Barcelona. Oberta UOC Publishing, SL.

Palma, G. (2014), La Comunicación Organizacional y el Trabajo en Equipo. (Tesis Magister). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4940/Palma_LGM.pdf

Pineda, D. y Pineda, G. (2012), Clima Organizacional y Desempeño Laboral. España. Editorial: Academia Española.

Prieto, J. (2012), Gestión Estratégica Organizacional. (4° ed.). Bogotá: Editorial: Ecoe Ediciones.

Puchol, L. (2005), Dirección y Gestión de Recursos Humanos. (6° ed.). Madrid. Editorial: Díaz de Santos.

Robbins, S. (2004), Comportamiento Organizacional. (10° ed.). México: Pearson Educación.

Soler, P. (2008), La Planificación de la Comunicación Empresarial. (1° ed.). Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Stephen, R. y Timothy, J. (2010), Introducción al Comportamiento Organizativo. (10° ed.). Madrid, España. Editorial: Pearson.

Tessi, M. (2013), Comunicación Interna en la Práctica: siete premisas para la comunicación en el trabajo. (1° ed.). Buenos Aires, Argentina. Editorial: Granica.

Timoteo, J. (2013), Manejo de la Comunicación Organizacional: espacios, herramientas y tendencias en gestión de negocios. España. Editorial: Díaz de santos.

Anexos



ESCALA LIKERT

Edad:

Sexo:

Tiempo de Permanencia:

Cargo en la Empresa:

Fecha:

El cuestionario contiene una lista de preguntas, después de leer los enunciados cuidadosamente, usted podrá marcar las alternativas según le convenga. Toda información que se obtenga será manejada confidencialmente.

1= Nunca 2= Casi Nunca 3= Algunas Veces 4= Casi Siempre 5= Siempre

N°	Cuestionario de preguntas	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 Algunas Veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
1	Mis superiores me permiten realizar preguntas cuando algo no me queda muy en claro para mí					
2	Puedo resolver mis dudas dentro del trabajo a través de mi jefe inmediato.					
3	Mis superiores me brindan confianza para expresar tus quejas o incomodidades.					
4	Los jefes de la organización se preocupan por mantener elevado el nivel de la motivación personal.					
5	Mi jefe me brinda la retroalimentación necesaria para reforzar mis puntos débiles					

	según la evaluación de desempeño.					
6	Tus superiores te brindan instrucciones de forma adecuada y eficaz.					
7	Mis compañeros se comunican de manera asertiva para resolver alguna duda o inquietud en el trabajo.					
8	Recibo apoyo de mis compañeros de trabajo a través de comentarios positivos.					
9	Práctico estrategias que me permitan solucionar problemas y/o dificultades con mis compañeros de trabajo.					
10	En un diálogo entre compañeros de trabajo escucha atentamente, pero no brinda su opinión.					
11	Cuando usted transmite o brinda una información con sus compañeros de trabajo lo hace mediante un escrito.					
12	Cuando sus compañeros de trabajo le piden un consejo, sugerencia u opinión, dice que opina igual que los demás.					
13	Si uno de sus compañeros del área le hace una crítica constructiva, se pone a la defensiva.					
14	Si sus compañeros del área elaboran una presentación usted deja a un lado los aportes y comentarios de otros.					

15	Cuando un grupo de personas de su entorno laboral están charlando interrumpe bruscamente la conversación.					
16	Consideras que es importante que cada persona defienda sus derechos y valores.					
17	Siempre haces lo posible por evitar problemas o discusiones con otras personas de tu entorno laboral.					
18	Sueles evitar contacto con tus compañeros de tu área de trabajo por temor a hacer o decir algo inadecuado.					
19	En la organización donde te desempeñas tus superiores te brindan revistas y boletines informativos.					
20	En la organización utilizan el perifoneo para brindar una buena comunicación.					
21	Tus superiores te brindan información por medio de correos electrónicos.					
22	La organización realiza reuniones, capacitaciones formales para brindar una mayor información a sus colaboradores.					
23	Me siento escuchado por mis compañeros de área.					
24	Mis superiores escuchan mis ideas, opiniones y aportes de trabajo.					

25	No tengo temor de opinar o preguntar sobre un tema de importancia con mi jefe.					
26	Mis superiores me brindan confianza para preguntar sobre algo que no entiendo.					
27	Recibo apoyo de mis compañeros de trabajo a través de comentarios positivos.					
28	Comparto información con mis compañeros de trabajo para mejorar y/o avanzar el trabajo.					
29	La organización cuenta con planes y acciones específicos destinados a mejorar mi trabajo.					
30	Cuando siento que algo puedo mejorar, no dudo en brindar mi opinión o sugerírselo a mi jefe.					
31	Mis superiores me incentivan que mi labor se realice respetando los objetivos, valores, misión y visión de la empresa.					
32	Mis superiores fomentan valores dentro de la organización.					
33	Tus compañeros de tu área están comprometidos en desarrollar un buen trabajo.					
34	Me siento satisfecho de trabajar en esta organización.					
35	Los jefes reconocen y valoran el esfuerzo de mi trabajo que realizo a diario.					

36	Mi jefe me incentiva y motiva a realizar cada día un mejor trabajo.					
37	Recibo apoyo de los jefes para realizar un mejor trabajo día a día.					
38	Recibo mensajes positivos de mi jefe cuando realizo mi trabajo adecuadamente.					

Por favor asegúrese de contestar todo el cuestionario. Gracias por su colaboración.

TITULO: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES DE SAGA FALABELLA DEL MALL AVENTURA PLAZA BELLAVISTA, AÑO 2018.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>General: ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista en el año 2018?</p>	<p>General: - Establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista en el año 2018?</p>	<p>General: H.G: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista.</p>	<p>Independiente: CLIMA LABORAL</p> <p>Dimensiones: Trabajo en equipo Cultura organizacional Desempeño Laboral</p>	<p>Método de la Investigación:</p> <p>Proceso formal: Deductivo – Inductivo</p> <p>Grado de Abstracción: Aplicada</p> <p>Grado de Generalización: Fundamental</p> <p>Diseño: No Experimental – Cuantitativo</p>
<p>Específicos: ¿Qué relación existe entre los flujos de comunicación organizacional y el trabajo en equipo en</p>	<p>Específicos: - Qué relación existe entre los flujos de comunicación organizacional y el trabajo en equipo en los</p>	<p>Específicos: H1: Existe relación entre los flujos de comunicación organizacional y el trabajo en equipo en</p>	<p>Dependiente: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Nivel de la Investigación:</p> <p>Finalidad: Aplicada</p> <p>Alcance:</p>

<p>los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista en el año 2018?</p> <p>¿Qué relación existe entre la comunicación asertiva y la cultura organizacional en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista en el año 2018?</p> <p>¿Qué relación existe entre los soportes de comunicación y el desempeño laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista en el año 2018?</p>	<p>colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista en el año 2018.</p> <p>Qué relación existe entre la comunicación asertiva y la cultura organizacional en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista en el año 2018.</p> <p>Qué relación existe entre los soportes de comunicación y el desempeño laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista en el año 2018.</p>	<p>los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista.</p> <p>H2: Existe relación en entre la comunicación asertiva y la cultura organizacional en los colaboradores Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista.</p> <p>H3: Existe relación entre los soportes de comunicación y el desempeño laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista.</p>	<p>Flujos de comunicación</p> <p>Comunicación asertiva</p> <p>Soportes de comunicación</p>	<p>Transversal</p> <p>Profundidad: Descriptivo Correlacional</p> <p>Fuentes: Mixtas</p>
--	--	---	--	---

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

CARTA N° 023-2018-UCV-LIMA-NORTE/CC.CC

ESCUELA PROFESIONAL DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lima, 17 de mayo de 2018

Señora
SUSAN MOSCOL LEÓN
Jefa de Operaciones
SAGA FALABELLA
Av. Oscar R. Benavides N° 3866-Bellavista
Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarla cordialmente y a la vez presentar a nuestra estudiante; quien actualmente está matriculada en el IX ciclo (semestre 2018-I) en nuestra Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

N°	CÓDIGO	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	6700240598	ARROYO LAURENTE ESTEFANNY ROSSELYN	47578747

En el marco de la agenda académica, realizará la ejecución de su Proyecto de Investigación, por lo cual solicitamos a usted brinde las facilidades necesarias y al mismo tiempo señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,



[Firma]
Mg. **Enida Cecilia Brenner Galarza**
Coordinadora de la Escuela Profesional de
Ciencias de la Comunicación
Lima Norte

[Firma]
SUSAN MOSCOL LEÓN
Jefa de Operaciones
Saga Falabella - Bellavista

LIMA NORTE Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel.:(+51) 202 4342 Fax.:(+51) 202 4343
LIMA ESTE Av. del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel.:(+51) 200 9030 Anx.:2510.
ATE Carretera Central Km. 8.2 Tel.: (+51) 200 9030 Anx.: 8184
CALLAO Av. Argentina 1795 Tel.:(+51) 202 4342 Anx.: 2650.



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Reguena Portella, Troy

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister Licenciado Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad Privada del Norte

Fecha: 15/09/18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES DE SAGA FALABELLA DEL MALL AVENTURA PLAZA BELLAVISTA, AÑO 2018.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?		<input checked="" type="checkbox"/>	Definir espacios vacíos entre dimensiones
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	<input checked="" type="checkbox"/>		Ha prohibido el colaborador alguna vez bullying?
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto:

Mg. Troy Reguena Portella
Nombres y apellidos



INFORME DE OPINION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Apellidos y nombres del experto: Requena Portella, Troy

Título y/o Grado:

Ph. D.....()	Doctor.....()	Magister....(x)	Licenciado....(x)	Otros. Especifique
---------------	----------------	-----------------	-------------------	--------------------

Universidad que labora: Universidad Privada del Norte

Fecha: 15/09/2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES DE SAGA FALABELLA DEL MALL AVENTURA PLAZA BELLAVISTA, AÑO 2018.

ASPECTOS DE VALIDACION:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
		0-20%	21 - 40 %	41- 60%	61- 80%	81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje apropiado.					X 90%
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable.					X 86%
ACTUALIDAD	Esta adecuado al avance de las ciencias y tecnologías.					X 90%
ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					X 90%
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X 87%
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de sistema metodológico científico					X 95%

CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos científicos acorde a las ciencias de la comunicación					X 85%
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones				X 75%	
METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo bajo los objetivos a lograr					X 85%
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al tipo de investigación					X 95%
TOTAL						

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto:



Mg. Troy Reguena Postulla

Nombres y apellidos



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mamani Gómez, María Elena

Título y/o Grado:

Ph. D.....()	Doctor.....()	Magister....()	<input checked="" type="checkbox"/> Licenciado....()	Otros. Especifique
---------------	----------------	-----------------	---	--------------------

Universidad que labora: Universidad Privada del Norte

Fecha: 19/09/18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

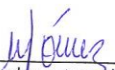
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES DE SAGA FALABELLA DEL MALL AVENTURA PLAZA BELLAVISTA, AÑO 2018.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

Firma del experto:



 Nombres y apellidos

INFORME DE OPINION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Apellidos y nombres del experto: Mamani Gómez, María Elena

Título y/o Grado:

Ph. D.....()	Doctor.....()	Magister....(X)	Licenciado....()	Otros. Especifique
---------------	----------------	-----------------	-------------------	--------------------

Universidad que labora: Universidad Privada del Norte

Fecha: 19/09/18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES DE SAGA FALABELLA DEL MALL AVENTURA PLAZA BELLAVISTA, AÑO 2018.


ASPECTOS DE VALIDACION:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21 - 40 %	BUENO 41- 60%	MUY BUENO 61- 80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje apropiado.			✓ 55%		
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable.			✓ 60%		
ACTUALIDAD	Esta adecuado al avance de las ciencias y tecnologías.			✓ 60%		
ORGANIZACION	Existe una organización lógica.			✓ 60%		
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.		✓ 35%			
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de sistema metodológico científico			✓ 50%		

CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos científicos acorde a las ciencias de la comunicación			✓ 50%		
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones			50% ✓		
METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo bajo los objetivos a lograr				✓ 70%	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al tipo de investigación				✓ 70%	
TOTAL						

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto:



Nombres y apellidos



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Bosquera Quiñones / Jorge Luis

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....(x) Licenciado.....() Otros. Especifique

Universidad que labora: USIL / ESAN

Fecha: _____

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

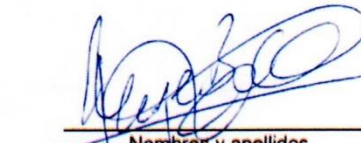
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES DE SAGA FALABELLA DEL MALL AVENTURA PLAZA BELLAVISTA, AÑO 2018.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	/		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	/		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		/	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

Firma del experto:



 Nombres y apellidos
Jorge Luis Bosquera Quiñones

INFORME DE OPINION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

 Apellidos y nombres del experto: 3ro. Quintero / Longo

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....(x) Licenciado....() Otros. Especifique

 Universidad que labora: USIL/ESAN

Fecha: _____


TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES DE SAGA FALABELLA DEL MALL AVENTURA PLAZA BELLAVISTA, AÑO 2018.
ASPECTOS DE VALIDACION:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
		0-20%	21 - 40 %	41- 60%	61- 80%	81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje apropiado.				X 65%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable.					X 90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado al avance de las ciencias y tecnologías.				X 75%	
ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					X 95%
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X 92%
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de sistema metodológico científico				X 70%	

CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos científicos acorde a las ciencias de la comunicación					X 85%
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones				X 80%	
METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo bajo los objetivos a lograr				X 80%	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al tipo de investigación					X 90%
TOTAL						

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto:



Nombres y apellidos
Jorge Luis Becerra Quintana



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Mario Buenaventura Castillo Hilario, docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Comunicación de la Universidad César Vallejo Lima Norte, revisor(a) de la tesis titulada

“Comunicación organizacional y su relación con el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018”, del (de la) estudiante ESTEFANNY ROSSELYN ARROYO LAURENTE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 30% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Lima, 05 de julio de 2019.



Firma

Mg. Mario Buenaventura Castillo Hilario

DNI: 20063201

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Comunicación organizacional y su relación con el clima laboral en los colaboradores de Saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año 2018.
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:
ARROYO LALINTE, ESEFFANN ROSSELYN

ASESOR:
CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA - PERÚ

2018 - II



Resumen de coincidencias

30 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

30	1	Entregado a Universidad...	13 % >
	2	repositorio ucv.edu.pe Fuente de internet	5 % >
	3	www.repositorio.ucv.pe Fuente de internet	1 % >
	4	Entregado a Universidad...	1 % >
	5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de internet	1 % >
	6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de internet	1 % >
	7	Entregado a Universidad...	1 % >
	8	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de internet	1 % >



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Arroyo Laurente Estefanny Rosselyn

D.N.I. : 47578747

Domicilio : Jr. Bello Horizonte 2509 - SMP

Teléfono : Fijo : Móvil : 981504735

E-mail : estefyrosselyn@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias de la Comunicación

Escuela : Ciencias de la Comunicación

Carrera : Ciencias de la Comunicación

Título : Lic. Ciencias de la Comunicación

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Arroyo Laurente Estefanny Rosselyn

Título de la tesis:

Comunicación Organizacional y su relación con el Clima Laboral en los
colaboradores de saga Falabella del Mall Aventura Plaza Bellavista, año
2018.

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha :

28/11/2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

.....*Estefanny Rosselyn Arroya Laurente*.....

INFORME TITULADO:

...*Comunicación organizacional y su relación con el clima*....
...*laboral en los colaboradores de saga Fababella del Mall*....
...*Aventura Plaza Bellavista, año 2018*.....

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: *06* de diciembre de 2018.

NOTA O MENCIÓN: *H*



Mun

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN