



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“La comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la
empresa Fortel de Lince, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORA:

Rodríguez Soberón, Wendy Indira

ASESOR:

Castillo Hilario, Mario

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Lima- Perú

2018



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)
RODRÍGUEZ SOBERÓN, WENDY INDIRA

cuyo título es: "LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN
LOS COLABORADORES DEL ÁREA PREPAGO DE
LA EMPRESA FORTTEL DE LINCE, 2018

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

Lima, 05 de diciembre de 2018.



[Handwritten signature]

PRESIDENTE

[Handwritten signature]

SECRETARIO

[Handwritten signature]

VOCAL

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

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Madre, al profesor Mario Castillo y Javier Argote por que en cada momento estuvieron apoyándome con mucha paciencia en este proyecto de investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Wendy Rodriguez Soberon con DNI N° 74526522, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 18 de diciembre del 2018



Wendy Indira Rodriguez Soberon

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| DEDICATORIA | II |
| AGRADECIMIENTO | III |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD | IV |
| RESUMEN | VII |
| I. INTRODUCCIÓN | 9 |
| 1.1. Realidad Problemática | 9 |
| 1.2. Trabajos Previos | 11 |
| 1.3. Teorías Relacionadas al Tema | 14 |
| 1.3.1. Marco Conceptual | 14 |
| 1.3.2. Marco Teórico | 23 |
| 1.4. Formulación del Problema | 29 |
| 1.4.1. Problema General | 29 |
| 1.4.2. Problema Específico | 29 |
| 1.5. Justificación del Estudio | 29 |
| 1.6. Hipótesis | 30 |
| 1.6.2. Hipótesis general | 30 |
| 1.6.3. Hipótesis Específica | 30 |
| 1.7. Objetivos | 31 |
| 1.7.1. Objetivo General | 31 |
| 1.7.2. Objetivo Especifico | 31 |
| II. MÉTODO | 31 |
| 2.1. Diseño de Investigación | 31 |
| 2.2. Variables y Operacionalización | 32 |
| 2.2.1. Variable | 32 |
| 1.1.1. Operacionalización | 33 |
| 1.2. Población y Muestra | 34 |
| 1.2.1. Población | 34 |
| 1.2.2. Muestra | 35 |
| 1.3. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad | 35 |
| 1.3.1. Técnicas e instrumento de recolección de datos | 35 |
| 1.3.2. Validación y Confiabilidad del instrumento | 35 |
| 1.4. Métodos de Análisis de Datos | 38 |
| 1.5. Aspectos Éticos | 38 |

| | |
|---------------------------------|-----------|
| III. RESULTADOS..... | 38 |
| IV. DISCUSIÓN..... | 62 |
| V. CONCLUSIONES..... | 64 |
| VI. RECOMENDACIONES..... | 66 |
| REFERENCIAS | 67 |
| ANEXOS | 70 |

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: el nivel de comunicación interpersonal en los colaboradores del área de prepago de la empresa Fortel de lince, 2018. El tipo de investigación es simple de nivel descriptivo, su enfoque es cuantitativo y con un diseño no experimental. La muestra estuvo formada por 50 personas de la empresa Fortel de lince. Se empleó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario que estaba conformado por 20 ítems, de preguntas tipo Likert, que esta validada por tres expertos en la especialidad de comunicación corporativa con un 91% de validez y con una confiabilidad de 0,89.

Palabras Claves:

Comunicación interpersonal, Clima Laboral, Cultura Organizacional, Retroalimentación, Autorrevelación.

ABSTRACT

The general objective of this research was the level of interpersonal communication among employees in the prepaid area of Fortel de Lince, 2018. The type of research is simple descriptive level, its approach is quantitative and with a non-experimental design. The sample consisted of 50 people from the Fortel de Lince company. The survey technique was used through a questionnaire that consisted of 20 items, of Likert questions, which is validated by three experts in the specialty of corporate communication with 91% validity and with a reliability of 0.95.

Keywords:

Interpersonal Communication, Labor Climate, Organizational Culture, Feedback, Self-disclosure.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Las personas creamos mensajes que en casos resultan ser contestaciones a los mensajes de otras personas, que se encuentran dentro de un dialogo, es decir es una forma de transmitir y entender la información entre dos personas. Con el pasar de los tiempos las tácticas para mejorar una organización han estado en pleno cambio, debido a que nos encontramos en una sociedad que cada día busca mejorar.

En la actualidad una mala gestión de las Empresas lleva a que los trabajadores vivan en un ambiente de estrés y desmotivación, que con el tiempo causa incertidumbre; y se da porque no existe una estrategia dentro del plan de comunicación interna para poder impedirlo. Los colaboradores trabajan a una alta presión, que les causa tensión, desde el nivel más bajo al más alto; pero qué es exactamente la incertidumbre; es la duda que se tiene y puede interesarnos; a su vez esto produce inseguridad y esto interrumpe nuestras decisiones y cambiamos lo que teníamos planeado.

La comunicación es elemental en las organizaciones, ya que ayuda en la relación en el trabajo con otros. La comunicación en el centro de labores además de permitir el desarrollo, el cumplimiento de tarea y la coordinación, ayuda a facilitar vínculos sociales para halla una afiliación de la persona y la organización; pero la comunicación interna es una herramienta de estrategia clave, que cuando se emplea bien la información, se puede transmitir al grupo humano

Los valores y objetivos estratégicos que fomenta la organización, lo cual origina una cultura, fidelidad y sentido de permanencia con la empresa, de esta manera ellos se sentirán comprometidos.

La comunicación siempre está presente dentro de las empresas, ya que por medio de esta corre la información a todos los niveles jerárquicos.

En la actualidad las empresas de Call Center en el Perú han crecido y han aumentado con el pasar del tiempo. Un estudio en el 2016 por el ministerio de trabajo y promoción del empleo, mostro que el rubro de las telecomunicaciones es un trabajo muy común en las personas de 18 a 25 años, ya que esta le ofrece la primera oportunidad laboral.

También se apreció que la tasa de rotación en los Call Center es de 5,1% y salida de 9,2%, que representaron una movilidad de 84mil 117 trabajadores en transiciones. Demostrando que los Call Center tienen una gran cantidad de cese de trabajadores que genera la rotación.

Muchos de estos Call Center cuentan con un déficit en la comunicación, ya que los jefes no manejan un buen liderazgo y una comunicación bidireccional lo cual genera que muchos trabajadores se retiren ya que se sienten incómodos trabajando.

En estas empresas la comunicación interna tiene un bajo nivel porque no se usan las estrategias claves para poder conseguir un buen ambiente en el grupo humano y esto sucede porque las empresas no cuentan con un área específica y tampoco con un experto.

El principal problema que tiene Fortel es que sus colaboradores no creen en la información que la empresa brinda, a veces esta información no llega a tiempo, los líderes no comprenden que son ellos el principal medio de comunicación interna; sin embargo son verticalistas, es decir la información se da en un solo sentido, a su vez la empresa considera que el empleador tiene que hacer solo lo que se le pide.

Por ende, debe considerarse que los colaboradores son las piezas fundamentales de fortalecimiento para conseguir metas y objetivos dentro de la organización, por eso es importante tener en cuenta sus opiniones y sugerencias para tener trabajadores comprometidos con lo que realizan.

Por eso la presente investigación se desarrolló en el Call Center Fortel, de sede lince, esta empresa tiene 15 años ofreciendo servicios a diferentes industrias como telecomunicaciones, banca y finanzas, consumo masivo y entretenimiento.

Para poder saber el nivel en que se encuentra la empresa, en la investigación se planteó ¿Cuál es el nivel de La Comunicación Interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018?, este estudio se realizó de carácter descriptivo con diseño no experimental, investigación de naturaleza cuantitativa.

1.2. Trabajos Previos

Internacionales

Guerra (2015) Señala en su tesis titulada “La comunicación interpersonal en una empresa de servicios externos en Guatemala”, realizado en Guatemala.

En la presente investigación uno de sus principales objetivos fue Diagnosticar la comunicación interpersonal, a una empresa que presta servicios externos en Guatemala.

Se evaluó mediante visitas, entrevistas y observación como herramientas, donde se logró apreciar que la falta de comunicación es muy notable en todos los niveles jerárquicos. Fueron veintidós empleados a los que se realizó una encuesta y se analizó el grado de comunicación interpersonal; los resultados encontramos que existe barreras en la comunicación, y por diversas razones, una de ellas podría ser miedo a perder el empleo o miedo a represalias.

A nivel administrativo por tratarse de una empresa de tipo familiar, se complica más porque no se pueden dar las instrucciones de la forma correcta para que camine la empresa, debido a la confianza que conlleva ser parte de la familia. Se sugiere que para mejorar de la comunicación se debe separar lo familiar de lo laboral, respetando cargos, horarios y responsabilidades.

Díaz (2014) señala en su tesis titulada: “Comunicación organizacional y trabajo

El objetivo principal de esta investigación fue evaluar cómo influye la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en una institución de educación superior en la ciudad de Quetzaltenango, y se usó el diseño descriptivo, con una encuesta a trabajadores de 17 a 77 años de ambos sexos, en

una escala de tipo Likert de 33 preguntas, y estas se validaron por conocedores del tema.

Díaz identifica como influye la mala comunicación organizacional en el desarrollo de los trabajadores y la percepción del ambiente de trabajo dentro de la organización; también trata de corregir las fallas que se logran encontrar dentro del desarrollo de la comunicación.

Comprobó que si existe influencia en la comunicación organizacional y el trabajo en equipo, porque existe una buena relación entre los colaboradores y jefes, que ayuda tener un buen progreso de sus tareas diarias.

Por otro lado con esta investigación se confirma que la comunicación y el trabajo en equipo van de la mano; la empresa es la que brinda la seguridad y la confianza a sus trabajadores para que puedan desarrollar bien sus funciones y sean personas eficientes al realizar sus labores.

No olvidemos que son los trabajadores los que sacan adelante una organización para que esta siga creciendo y es importante tomarlos en cuenta en cual decisión.

Gonzalo (2014), señala en su tesis titulada: “Comunicación efectiva factor determinante en el desempeño laboral del personal de la dirección de recursos humanos de la policía del estado Carabobo” realizado en Carabobo - Venezuela.

La investigación plantea estrategias de comunicación efectiva determinante en el desempeño laboral del personal de Recursos Humanos y tubo como objetivo reconocer la importancia del crecimiento y transformación organizacional.

La muestra fue realizada a 20 funcionarios de la dirección de Recursos Humanos de la Policía del Estado Carabobo, para la recolección de datos se utilizó la encuesta como instrumento.

Se concluyó que existe un clima organizacional con problemas de comunicación, que ocasiona discrepancia entre los funcionarios, y se recomienda mejorar la comunicación para obtener eficiencia en la institución.

Las estrategias de comunicación son importantes ya que ayuda disminuir las barreras de comunicación dentro de la organización, a su vez ayuda a que los colaboradores tengan una mejor interacción con sus compañeros

Es importante que las empresas también tengan en cuenta las opiniones de sus trabajadores para un mejor desarrollo de la gestión.

Nacionales

López (2015), señala en su tesis titulada: “la comunicación organizacional como ventaja competitiva en la municipalidad provincial de Andahuaylas, 2014”.

López utilizó para su investigación un diseño descriptivo simple no experimental y como método de análisis se utilizaron las frecuencias y gráficos estadísticos, su población fue de 245 trabajadores, para el recojo de datos utilizo un cuestionario de 32 ítems con dimensiones como la comunicación externa, comunicación interna, y la comunicación personal, y analizó la ventaja competitiva.

Los resultados mostraron que la comunicación organizacional como ventaja competitiva se encuentra de manera débil, por esa razón se recomienda mejorar el flujo de información y sus mecanismos para una mejor toma de decisiones y manejo de procesos administrativos.

Para que haya un mejor manejo de la información, se deberá empezar por los líderes de manera descendente para que la comunicación hacia el colaborador sea de manera fluida, clara y precisa para poder designar funciones; para eso se tendrá que implantar como primera estrategia la comunicación interpersonal que ayudara a tener más contacto de líder a trabajador y esto permitirá conseguir los objetivos.

En nuestra investigación veremos de qué manera la comunicación interpersonal cumple un rol importante en los colaboradores de la empresa y veremos cuál es el nivel que tiene para poder implementar estrategias y así conseguir los objetivos.

Castellanos y Ushiñahua (2016), señala en su tesis titulada: “Relaciones interpersonales y el clima organizacional en el gimnasio world light – Chiclayo”.

Los autores tuvieron como objetivo específico identificar el nivel de las relaciones interpersonales en el gimnasio World Light Chiclayo 2015. Utilizo

como técnica la encuesta y apoyo en la observación etnográfica, y las entrevistas. Se concluyó que la comunicación Interpersonal en las organizaciones es una vía de doble tráfico, pero ayuda como estrategia clave para su funcionamiento. Este proceso, articula a los niveles operativos, para que los grupos interactúen y se retroalimenten de información.

A su vez la empresa debe generar a través de los líderes a la retroalimentación en la comunicación, ya que esto reforzara a que haya una comunicación eficaz.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema

1.3.1. Marco Conceptual

Concepto de Comunicación

La comunicación es un proceso donde se intercambia información y el emisor transmite por un canal al receptor, esperando que este le brinde una respuesta. Según Trelles (como se citó en Zayas, 2016, p.9):

“La comunicación es el medio que permite orientar las conductas individuales y establecer relaciones interpersonales funcionales que ayuden a trabajar juntos para alcanzar una meta”

La comunicación es un proceso importante para poder compartir información con las demás personas y llegar a alcanzar los mismos objetivos.

Elementos de la Comunicación

Los elementos de la comunicación son aquellos que forman parte de cualquier tipo de comunicación. Cada elemento es trascendente en cada proceso, porque estos ayudan a descubrir fallas o mejoras en la comunicación. Según Guzmán (2012, p.14):

Para que exista comunicación, primero se debe conocer lo que se desea transmitir, es decir, el mensaje, el cual constituye el primer elemento de la comunicación. Ahora bien, lo más lógico es que el mensaje que se ha transmitido genere a su vez una respuesta, lo cual nos hace reflexionar sobre los demás elementos de la comunicación, como son, el emisor, el receptor, el canal, el código, y los procesos subsecuentes.

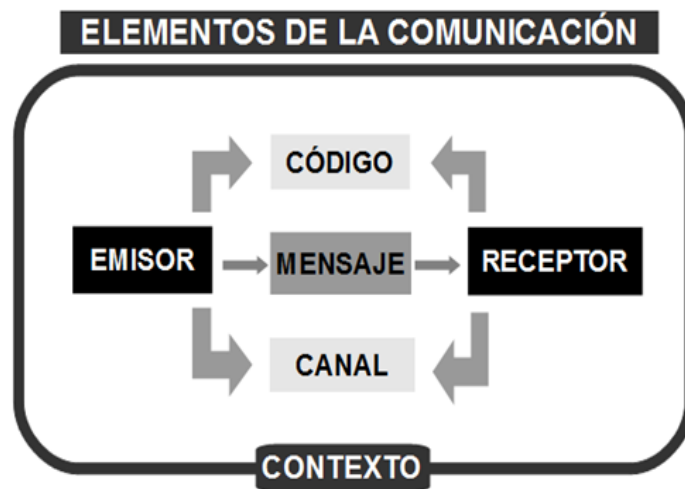


Figura 1: Los elementos de la comunicación y proceso

1. Emisor y Receptor:

Para cualquier situación de comunicación se necesitan dos personas, el que envía el mensaje se le conoce como emisor, y quien recibe se le conoce como receptor. Según Guzmán (2012, p.16).

Al emisor se le conoce como fuente de comunicación, transmisor, codificador, decodificador, comunicador, entre otros, y es quien inicia la comunicación; puede ser una persona o grupo de personas que elabora y envía un mensaje. En principio selecciona los signos, señas o símbolos adecuados, y a la postre hace llegar el mensaje al receptor para obtener la respuesta correspondiente.

2. Código:

Se entiende por código como un sistema de señales o signos que tiene normas de uso y que sirven para transmitir un mensaje, un ejemplo podría ser el idioma, los pictogramas, la lectura braille, o las banderas, etc.

“El código más usado es la lengua oral o escrita, pero a su vez existen otros códigos que son los movimientos, barras, puntos, dibujos, luces, colores, etc.” (Guzmán, 2012, p.16)

3. Mensaje:

Beristáin (como se citó en Santos, 2012, p.13)

“Un mensaje, es una cadena finita de señales producidas, mediante reglas precisas de combinación, a partir de un código dado”.

Toda comunicación empieza cuando tienes una idea y deseas manifestarlo hacia otros, pero el pensamiento se tiene que traducir en mensaje. El mensaje es la información total que se desea enviar (emisor) ya sean por sus gestos, su escritura, un dibujo, el habla, señor, etc. (Santos, 2012, p.13)

4. Canal:

Es un elemento físico por donde el emisor transmite el mensaje a otra persona.

Los canales naturales son los que el hombre posee de manera innata y mediante los cuales se relaciona con el exterior; es el caso de los cinco sentidos: vista, tacto, gusto, olfato y oído. Los canales artificiales, también denominados medios, son los que el hombre ha creado para transportar los mensajes a lo largo del tiempo y el

espacio”; 26 estos mecanismos se manifiestan en el cine, la radio, la televisión, el teléfono, las fotografías, el telégrafo, los altavoces, Internet, etc., y, desde luego, afectan de alguna manera las características fisiológicas del receptor. (Guzmán, 2012, p.20)

Dentro de la organización los canales son: Memorándum, Llamada telefónica, Oral, Correo Electrónico, etc.

La Comunicación en una Organización

La comunicación en las organizaciones se da en dos vertientes, en comunicación interna y comunicación externa para Zayas (2012. p.70).

“se define como el intercambio de información dentro y fuera de una empresa con un fin previamente planificado; se utiliza para vertebrar los distintos procesos de comunicación de las empresas e instituciones”.

1. **Comunicación Interna:** Son una cantidad de actividades que se programan desde un plan para que se realicen dentro de la organización, con el fin de mostrar los objetivos a los colaboradores

“Son un conjunto de acciones, procedimientos y tareas que generan mensajes dirigidos para crear, mantener y mejorar la relación con los clientes externos con el objetivo de proyectar una imagen favorable de la organización.” (Aguado, 2004, p.154)

2. **Comunicación Externa:** Son un conjunto de acciones, procedimientos y tareas que generan mensajes dirigidos para mejorar la relación con los clientes externos cuyo objetivo es proyectar una imagen favorable de la organización.

“Procesos de comunicación en el nivel social en los que participa la organización y que contribuyen a optimizar sus relaciones con otras organizaciones así como a construir y difundir la identidad de la organización como sujeto social.” (Aguado, 2004, p.154)

Liderazgo y Comunicación

Una de las fundamentales herramientas de un líder es que tenga la facilidad y la capacidad para poder comunicarse y lograr influenciar en las personas.

"la buena comunicación extrae de nosotros cierta conciencia de lo que representa trabajar juntos. No podemos tomar decisiones ni hacer negocios sin saber qué espera cada uno de los demás." (Del Prado, s.f., p.109)

Barreras o Ruidos en la Comunicación

1. Barreras Físicas: Son ocasiones que pueden darse en el medio ambiente y que dificultan una buena comunicación, como el ruido, la iluminación, las fallas o deficiencia en los medios.
2. Barreras Semánticas: es cuando las palabras no son claras y se mal interpretan, de esta manera el receptor no interpreta lo que el emisor dice sino lo que su cultura indica.
3. Barreras Fisiológicas: el mensaje no se puede emitir y recibir con claridad, debido a problemas del emisor y receptor que podrían ser la escritura, la lectura, etc.
4. Barreras Psicológicas: Es la situación emocional del emisor o receptor que puede generar rechazo o agrado al momento de dar la información
5. Barreras Administrativas: estas pueden ser por falta de planeación, evaluación prematura, pérdida de transmisión, distorsiones semánticas, y sobre carga de información.

Comunicación Interpersonal

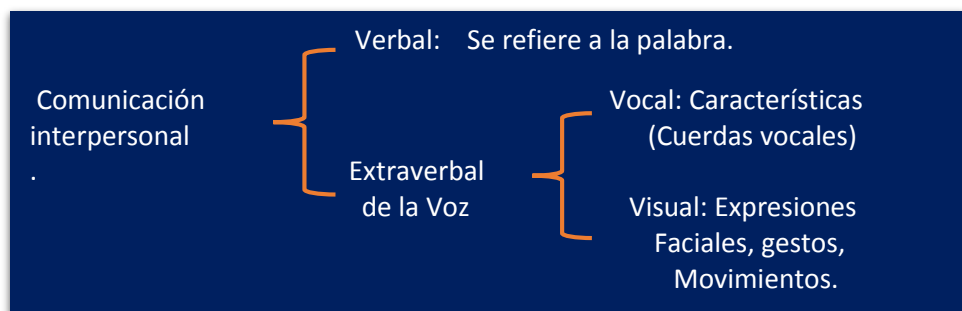
“Es una interacción que implica intercambio de información verbal y no verbal entre dos o más participantes en un contexto cara a cara”. Zayas (2016, p.60).

La comunicación interpersonal se da por medio de dos personas, y mayormente se da cara a cara, aunque en la actualidad se pueden utilizar otros medios para poder comunicarse (mail, mensaje de texto, chat, video llamada, etc.) sin que el otro se encuentre presencialmente. Este tipo de comunicación interpersonal se construye sobre la intrapersonal, porque para tener una buena relación con los demás primero hay que autocomunicarse.

Este tipo de comunicación logra tener un gran impacto en el desarrollo de las organizaciones. Los seres humanos dependemos de las relaciones interpersonales ya que puedan lograr reproducir apoyo hacia los demás.

La comunicación interpersonal tiene aspectos esenciales que son la autenticidad, coherencia, aceptación y empatía.

Clases de Comunicación Interpersonal



Fuente: Zayas (2016, p.64)

Las clases de comunicación interpersonal son verbal y extra verbal

1. **Comunicación verbal:** Sus funciones son cognitivas y adquieren dos formas oral y escrita.

2. **La comunicación extra verbal:** esto es la parte afectiva de la personalidad y se caracteriza por sus elementos que son: los gestos, posturas, miradas y los pensamientos personales.

La Comunicación Interpersonal en el Trabajo

1. Comunicación Formal

La organización establece cuáles serán los canales formales por donde se transmitirán los mensajes para que se hagan las actividades en los siguientes los niveles jerárquicos. Mediante la comunicación se transmiten:

| | | |
|-------------------|------------|--------------------|
| Responsabilidades | Motivación | Objetivos |
| Sanción | Premiación | Toma de decisiones |

El objetivo de las comunicaciones formales son transmitir y recepcionar la información través de:

| | | |
|----------------|---------------|-----------|
| Coordinaciones | Negociaciones | Reuniones |
|----------------|---------------|-----------|

a) Comunicación Ascendente

Son mensajes que los colaboradores transmiten desde el nivel más bajo hasta lo más superiores. Los directivos buscan la información necesaria para:

| | | |
|-------------------------|--|--|
| Mejora el clima laboral | Transmitir iniciativas El trabajo en equipo | Identificar los principales problemas. |
|-------------------------|--|--|

b) Comunicación Descendente

Conocido como comunicación vertical. Las órdenes vienen del nivel jerárquico más alto hasta llegar al más bajo; se trata en cumplir los objetivos de la empresa.

c) Comunicación Horizontal

Es cuando se intercambia información a personas que tienen el mismo nivel jerárquico. Lo que se desea conocer son:

Las opiniones la participación Promover las sugerencias

d) Comunicación Transversal:

Se realiza entre miembros de distintos departamentos, es eficaz. Ayuda a que interaccionen mejor entre ellos.

2. La Comunicación Informal

La comunicación informal son relaciones interpersonales que son espontáneos y sucede cuando alguien necesita comunicarse con el otro, sin seguir los procedimientos establecidos.

Existen desviaciones en la comunicación como el rumor, que se dan porque la información no es clara y pueden crear confusión y producir incertidumbre.

Dimensiones de la Comunicación Interpersonal

1. Retroalimentación

Se puede definir como un proceso comunicativo donde el mensaje va ida y vuelta y que se da naturalmente en un emisor y receptor.

Se entiende por retroalimentación la respuesta que transmite un receptor al emisor, basándose en el mensaje recibido que, de manera eficiente, alimenta la conversación. Dentro del proceso de comunicación, la retroalimentación comunicativa es la cualidad que permite mantener la comunicación activa, y que favorece que el

emisor cambie o modifique su mensaje en función de las respuestas recibidas. (Florido, 2012, p.2)



Figura 2. Proceso de la Retroalimentación

La finalidad más positiva es que el mensaje resulte útil, para ello el mensaje que envían tiene que estar bien elaborado y bien interpretado por quien lo recibe.

2. Autorrevelación

Consiste en brindar información personal o íntima que pueden ser vivencias o sentimientos. La autorrevelación en su proceso de comunicación que puede generar una reciprocidad, pero para que suceda se ha debido dentro del proceso transmitir confianza. Según Pastor (Como se citó en Ortega, López, Álvarez, s.f., p.30)

La autorrevelación constituye una invitación a mantener y continuar la conversación. El receptor puede aceptar este movimiento y colaborar con aportación de información personal o animando a su interlocutor a contar más cosas, o por el contrario puede rechazar este movimiento y llevar a cabo estrategias para cambiar de tema o incluso obviar la información.

1.3.2. Marco Teórico

1.3.2.1. Teoría de la información en las organizaciones– Karl Weick

Debido a que la presente investigación necesita de una teoría con la que se avale se utilizara la teoría de la información organizacional, en donde busca explicar las interconexiones de los individuos en una organización.

Esta teoría fue propuesta por Karl Weick y ofrece una visión de las formas únicas en que se dispersan y utiliza la información en todas las organizaciones; su investigación centra su atención en cómo se desarrolla el proceso comunicativo para reducir la incertidumbre.

La teoría de la información organizacional se centra en el modelo de doble interacción en los cuales se incluyen los elementos de los procesos de comunicación (fuente, codificación del mensaje, canal, decodificación del mensaje, receptor y retroalimentación) con el fin de llegar a una comunicación organizacional.

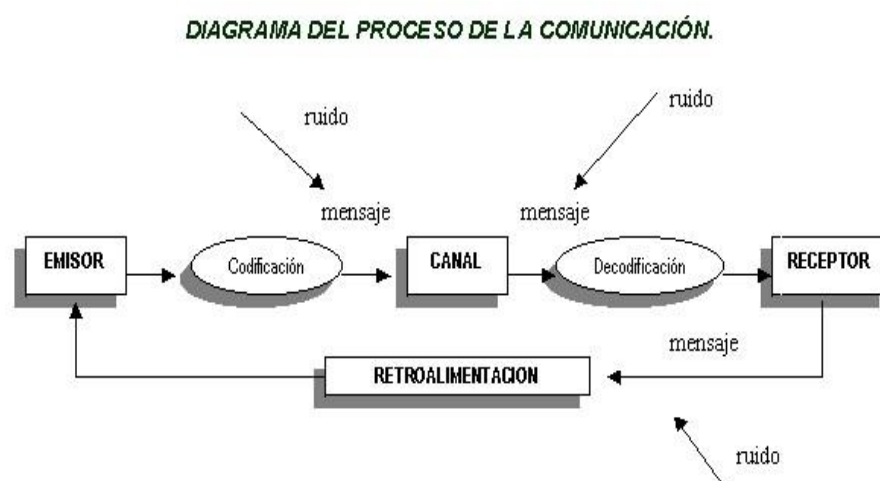


Figura 2: Diagrama del proceso de la comunicación

Esta teoría considera a las organizaciones como un sistema en donde se obtiene información de su entorno para que interpreten el mensaje.

Premisas de la teoría

- 1.- Las organizaciones humanas se encuentran en un sistema de información que contiene fuentes externas e internas para resolver dudas aunque no toda información sea veraz.
- 2.- las informaciones varían por términos de ambigüedad debido a que no siempre toda la información pueda ser entendida, para ello la organización opta por un experto para que pueda explicar la información.
- 3.- Las organizaciones realizan actividades para reducir las dudas o incertidumbre de la información dada para que no existan malos entendidos.

Para la construcción social de una organización se hace uso del concepto “poner en acto” en donde se subraya el rol activo de los miembros de la organización con respecto a su entorno, en ese proceso las organizaciones tratan de evitar equivocaciones para ellos la información obtenida pasa por distintas fases:

- **Representación:** Los miembros definen la situación del caso y empiezan a procesar y tratar la información.
- **Selección:** Hay informaciones buenas, excelentes, regulares, incompletas, falsas, no son buenas o simplemente no ayudan en el caso por el cual se selecciona la información.
- **Retención:** la organización busca flexibilidad y estabilidad de la información es decir, es analizada a gran profundidad.

1.3.2.2. Teoría de la Reducción de la Incertidumbre - Charles Berger y Richard Calabrese

Berger y Calabrese resaltan que la reducción de incertidumbre es uno de los objetivos principales de la comunicación interpersonal. Los autores afirman que la incertidumbre se genera por falta de información o por no entender de la información.

Berger propone que existen dos tipos de incertidumbre cognitiva y conductual:

Cognitiva: Es el grado de incertidumbre relacionado con esos pensamientos y creencias

Conductual: Es el grado en el que un comportamiento predice una situación dada.

Berger afirma que:

“Para interactuar de una manera relativamente tranquila, coordinada y comprensible, uno tiene que ser capaz de predecir cómo se comportara su compañero de interacción basándose en esta predicción, seleccionar de su propio repertorio aquellas respuestas que optimizaran los resultados de encuentro.”(2009, pag.39)

Hay que tener en cuenta que ambos no se excluyen; es decir las personas pueden ser cognitivamente o conductualmente inseguras o las dos cosas a la vez, en cada momento de la interacción.

La teoría de la reducción de la incertidumbre usa como medio a la comunicación interpersonal, que es un proceso que cambia y se desarrolla por fases; según Berger y Calabrese son:

- **Fase de entrada:** etapa inicial de una interacción, aquí se encuentran normas implícitas y explícitas.

1. **Implícita:** Es cuando algo está incluido en otra cosa sin que este se manifieste o se exprese de manera directa.

2. Explícita: que expresa algo con claridad

- **Fase Personal:** el individuo actúa de manera más espontánea y revelan información personal.
- **Fase de Salida:** los individuos deciden de seguir interactuando con ese compañero en un futuro.

No todos permanecen de la misma manera en el tiempo de fase, pero para Berger y Calabrese hay un marco general que explica como da forma y refleja la comunicación interpersonal en el desarrollo de la relación interpersonal.

Extensiones de Berger de la Teoría

Berger escribió un conjunto de artículos que pueden ser considerados como extensiones.

Las áreas de extensión que se consideran son dos; las estrategias para buscar información, y las motivaciones para reducir la incertidumbre en la interacción inicial.

➤ **Categorías Búsqueda de Información (Berger).**

1. **Estrategias pasivas;** en esta estrategia se utiliza la observación para poder obtener información sin la interacción.
2. **Estrategias activas;** consiste en que averigüemos en otras personas sobre nuestro individuo meta para poder obtener más información de él.

3. **Estrategias interactivas;** se tiene una interacción directa con el individuo meta quien es cuestionado, y en estos casos para poder obtener más información de él, se puede utilizar la autorrevelación.

4. **Motivaciones para reducir la incertidumbre**

Berger consideró tres factores que influyen en la necesidad de reducir la incertidumbre.

1. **Incentivos;** este factor sugiere que se puede el reducir más la necesidad sobre ese individuo, si este percibe que pueda ser recompensado.
2. **Desviación;** hace referencia a que, si la personas actúan en formas inesperadas que alteran las normas de interacción, esto aumenta la curiosidad por conocer más a ese individuo.
3. **Prospecto de la interacción futura;** se refiere a que, si se sabe que se volverá hablar con alguien en un futuro, entonces se tendrá que de reducir más la incertidumbre. Sin embargo, si no es así, no existirá motivación por conocer más sobre el individuo.

Soporte empírico de la teoría

Algunos de los puntos clave de soporte de esta teoría son los siguientes:

- ❖ Existe evidencia considerable que la incertidumbre con el tiempo es reducida a través de la interacción verbal y no verbal.
- ❖ Cuando a una persona le atrae alguien, se realiza todos los esfuerzos necesarios para reducir la incertidumbre.
- ❖ Aumenta la motivación por reducir esta incertidumbre.

Por otro lado, la teoría de la reducción de la incertidumbre ha sido aplicada en el área de la comunicación organizacional, porque la comunicación interpersonal efectiva ayuda a los líderes de las organizaciones a tener la capacidad de relacionarse mejor con los demás.

Rudolph F. Verderber (como se citó en Arceo, 2012, p.12) alude como a elementos de la autorrevelación y retroalimentación, como la capacidad de saber escuchar y realizar conversaciones eficaces en cada etapa de relación existente.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Problema General

¿Cuál es el nivel de Comunicación Interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018?

1.4.2. Problema Específico

1. ¿Cómo se presenta la receptividad a la retroalimentación de la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018?
2. ¿Cómo se presenta la disposición a la autorrevelación de la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018?

1.5. Justificación del Estudio

Justificación Teórica:

El presente estudio realizado en la empresa Fortel se justifica al tener como propósito describir y analizar cuál es el nivel de comunicación interpersonal; basándose en la teoría de la reducción de la incertidumbre, donde estudia y analiza la inteligencia que tienen los seres humanos para relacionarse con otros intercambiando información.

En este punto observaremos si lo que plantea la teoría de la reducción de la incertidumbre, se comprueba ya que con esta investigación queremos conseguir resolver problemas y plantear soluciones.

Justificación Metodológica

Esta investigación tendrá un valor de conocimiento teórico, utilizaremos la investigación descriptiva no experimental, también consideremos el punto de vista cuantitativo por que estaremos también de acuerdo al uso de encuestas según nuestro punto de investigación.

Gracias a estas bases teóricas nos permitirán explicar de manera específica y clara los resultados que se obtuvieron.

Justificación Práctica

La importancia de este desarrollo de investigación es que gracias a los datos que alcanzaremos vamos a poder ofrecer información útil sobre cómo se presenta la comunicación interpersonal. Por otro lado este trabajo será una guía para futuras investigaciones.

1.6. Hipótesis

1.6.2. Hipótesis general

Existe un bajo nivel de Comunicación Interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018.

1.6.3. Hipótesis Específica

1. Existe un bajo nivel de Receptividad a la retroalimentación de la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018.
2. Existe un bajo nivel de Disposición a la Autorrevelación de la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Determinar cuál es el nivel de Comunicación Interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018.

1.7.2. Objetivo Especifico

1. Describir la presentación de Receptividad a la Retroalimentación de la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018.
2. Describir la presentación de Disposición a la Autorrevelación de la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

No experimental, Transaccional

Hernández et.Al (2003) Define al diseño no experimental como aquel en donde las variables no se manipulan y se basa en la exploración del fenómeno en su contexto natural para después examinarlo. Y transaccional porque se centra en analizar el nivel o estado de las variables.

Paradigma Positiva

De acuerdo con Dobles, Zúñiga y García (1998) la teoría del positivismo afirma todo conocimiento surge de una experiencia y se apoya por el método científico

ya que es el único conocimiento verdadero, particularmente con el empleo de su método.

Tipo de investigación- Descriptivo

Es el procedimiento de la ciencia que describe las características de un fenómeno.

“Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. Por ejemplo la investigación en Ciencias Sociales se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos, componentes y su interrelación.” Behar (2008, p.17).

2.2. Variables y Operacionalización

2.2.1. Variable

El presente estudio ha considerado la siguiente variable

Variable 1: Comunicación Interpersonal

Definición Conceptual de la Variable Comunicación Interpersonal

“Es una forma de relación interpersonal que comprende el intercambio de información sobre la realidad. Implica la organización de la interacción entre las personas, la transmisión de experiencias y la aparición y satisfacción de necesidades espirituales” (Zayas, 2016, p.60).

1.1.1. Operacionalización

Tabla 1

Operacionalización de la variable Comunicación Interpersonal

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición | Instrumento de medición |
|--------------------------------------|--|---|--|---|--------------------|-------------------------|
| La Comunicación Interpersonal | <p>“[...] comprende el intercambio de información Sobre la realidad. Implica la organización de la interacción entre las personas, la transmisión de experiencias y la aparición y satisfacción de necesidades espirituales” (Zayas, 2016, p.60)</p> | <p>Se medirá mediante un cuestionario las dimensiones de la receptividad a la retroalimentación y la Disposición a la Autorrevelación para mostrar cual es el nivel de Comunicación Interpersonal en los colaboradores.</p> | <p>Receptividad a la Retroalimentación</p> <hr/> <p>Disposición a la Autorrevelación</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Recibe Información <hr/> • Comprensión de la información. <hr/> • Comparte Información. <hr/> • Transmite la información <hr/> • Expresa sus sentimientos o emociones. <hr/> • Transmite confianza | Ordinal | Cuestionario |

1.2. Población y Muestra

1.2.1. Población

La población está conformada por los trabajadores del área de prepago de la empresa Fortel (servicio de Call Center) de sede lince. El total de los trabajadores del área prepago son de 140, en esta investigación se optó por un muestreo probabilístico. Para Hernández, Fernández y Baptista:

“Su característica esencial, es que todos los casos del universo tienen al inicio la misma probabilidad de ser seleccionados” (como se citó en Quispe, 2017, p.21)

Se realizó el cálculo de la muestra de una población finita como sigue:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

En donde:

| Valores Poblacionales | | |
|-----------------------|-------------|---|
| N | 140 | Tamaño de población o muestra |
| p | 95% | Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado |
| q | 5% | Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado =1-p Nota: Cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q |
| e | 5% | Error de estimación máximo aceptado |
| Z | 1.96 | Nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z) |

| Valores de confianza tabla Z | |
|------------------------------|------|
| 95% | 1.96 |
| 90% | 1.65 |
| 91% | 1.7 |
| 92% | 1.76 |

| | |
|-----|------|
| 93% | 1.81 |
| 94% | 1.89 |

1.2.2. Muestra

El tamaño de la muestra obtenida es de 48 trabajadores del área de prepago, a su vez será el número de encuestas que se realizó para obtener la información.

Tamaño de Muestra

$$n = 48.20$$

1.3. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

1.3.1. Técnicas e instrumento de recolección de datos

La investigación cuenta con un enfoque cuantitativo por lo cual se ha considerado apropiado utilizar la técnica la encuesta.

| TECNICA | INSTRUMENTO | PROCESO |
|----------|--------------|-----------------------------------|
| Encuesta | Cuestionario | Colaboradores del área de Prepago |

Asimismo, se utilizó como instrumento el cuestionario el cual consta de 20 ítems, que tuvo como finalidad obtener respuestas sobre el problema de estudio. Se seleccionó este instrumento ya que permite recoger, procesar, analizar la información de acuerdo a los objetivos de este proyecto de un modo rápido, eficaz y su costo es relativamente bajo. (Ver anexo N°2)

1.3.2. Validación y Confiabilidad del instrumento

Se aplicó para medir la confiabilidad del instrumento el Alfa de Cronbach y se realizó una prueba piloto a 20 personas, el instrumento consta de 20 preguntas con sus respectivas respuestas, con el fin de determinar la confiabilidad y la

validez del instrumento. Para los investigadores Carmines y Zeller (1979), la regla general de la confiabilidad no debe ser inferior a 0.80.

El resultado que se obtuvo fue de 0.89, eso indica que el instrumento es fiable y se puede aplicar en la unidad de análisis de la investigación.

COEFICIENTE DE ALPHA DE CRONBACH

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

| Alpha de Cronbach | |
|----------------------------------|------------------------------------|
| <i>K</i> | Numero de Ítems |
| <i>s_i²</i> | Sumatoria de varianza de los Ítems |
| <i>s_T²</i> | Varianza de la suma de los Ítems |
| <i>α</i> | Coficiente de Alpha de Cronbach |

| Alfa de Cronbach | Nº de elementos |
|------------------|-----------------|
| 0,89 | 20 |

Así mismo, para medir la validación del instrumento, se requiere la aprobación de 3 expertos en comunicaciones quienes vieron su visto bueno para la ejecución de la misma.

A efectos de comprobación se utilizó el método del coeficiente de validación de la V de Aiken; para Merino Soto y Livia Segovia (2009), cuando se elige una V conservadora de 0.7, se da un intervalo de 0.69 – 0.90 cuando el valor está al límite inferior 0.69, ellos proponen que se rechace el ítem o se cambie los criterios para el cálculo, pero para mayor seguridad, hasta el 0,75 para mantener el ítem en el cuestionario.

Nuestro promedio fue 91%, es decir que queda validado el instrumento de recolección de datos

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN “V” DE AIKEN

$$V = \frac{S}{(n(c - 1))}$$

| V de Aiken | |
|------------|---|
| S | La suma de si |
| SI | Valor asignado por el Juez <i>i</i> |
| n | Número de Jueces |
| c | Numero de valores de la escala de valoración (2 en este caso) |

Experto 1: Talledo Sánchez, Rodolfo

Experto 2: Díaz Medina, Astrid Soine

Experto 3: Santivañez de Osambela, Javier

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN

Cuantitativo

| 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 | 1 | 1 | 1 | 3 | 100% |
| ITEM 8 | 1 | 1 | 1 | 3 | 100% |
| ITEM 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0% |
| ITEM 10 | 1 | 1 | 1 | 3 | 100% |
| ITEM 11 | 1 | 1 | 1 | 3 | 100% |
| | | | | | 91% |

1.4. Métodos de Análisis de Datos

En la investigación se utilizó el método descriptivo, cuantitativo de diseño no experimental, para medir la variable planteada en el problema de investigación. Para la ponderación de la escala de tipo Likert se utilizó el siguiente puntaje:

| PUNTAJE | |
|---------------|---|
| Nunca | 1 |
| Casi Nunca | 2 |
| Algunas Veces | 3 |
| Casi Siempre | 4 |
| Siempre | 5 |

Se utilizó el programa SPSS, el cual generó gráficos y tablas, las que permitieron presentar la frecuencia y el porcentaje de los datos recogidos, para poder realizar un análisis más exacto y fiable.

1.5. Aspectos Éticos

La Investigación tiene como base a la ética, ya que acata con todas las normas académicas al requerir los permisos adecuados a la empresa donde se realizó el estudio para brindar veracidad y confiabilidad de los resultados que se obtuvieron durante la investigación, asimismo este documento cumple con la norma APA.

III. RESULTADOS

Este capítulo tiene el objetivo de darnos a conocer en forma detallada los resultados que se obtuvieron a través de los cuestionarios aplicados en el área de prepago de la empresa Fortel, cabe mencionar que el presente estudio se realizó utilizando una estadística descriptiva y se determinó mediante el método sencillo. En base a los resultados obtenidos, cada gráfica muestra el porcentaje y frecuencia de cada pregunta evaluada a los colaboradores del área prepago.

GRAFICO 1

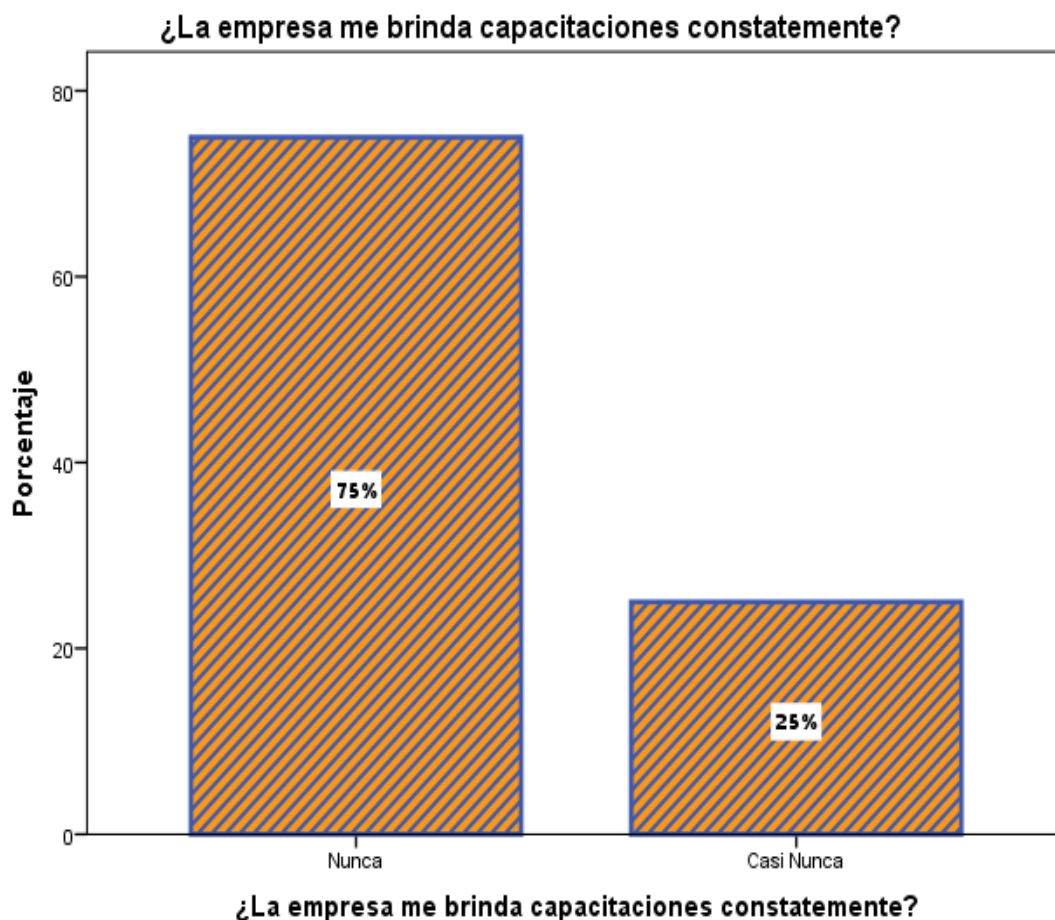


TABLA 1

¿La empresa me brinda capacitaciones constantemente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 36 | 75,0 | 75,0 | 75,0 |
| | Casi Nunca | 12 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 75,0% de los colaboradores del área de prepago consideran que nunca la empresa brinda capacitaciones constantemente. Asimismo, cabe precisar que el 25,0% de los encuestados respondieron casi nunca, es decir que el 75,0 % es negativo.

GRAFICO 2

¿La información que me brinda la empresa es suficiente para desarrollar mis funciones?

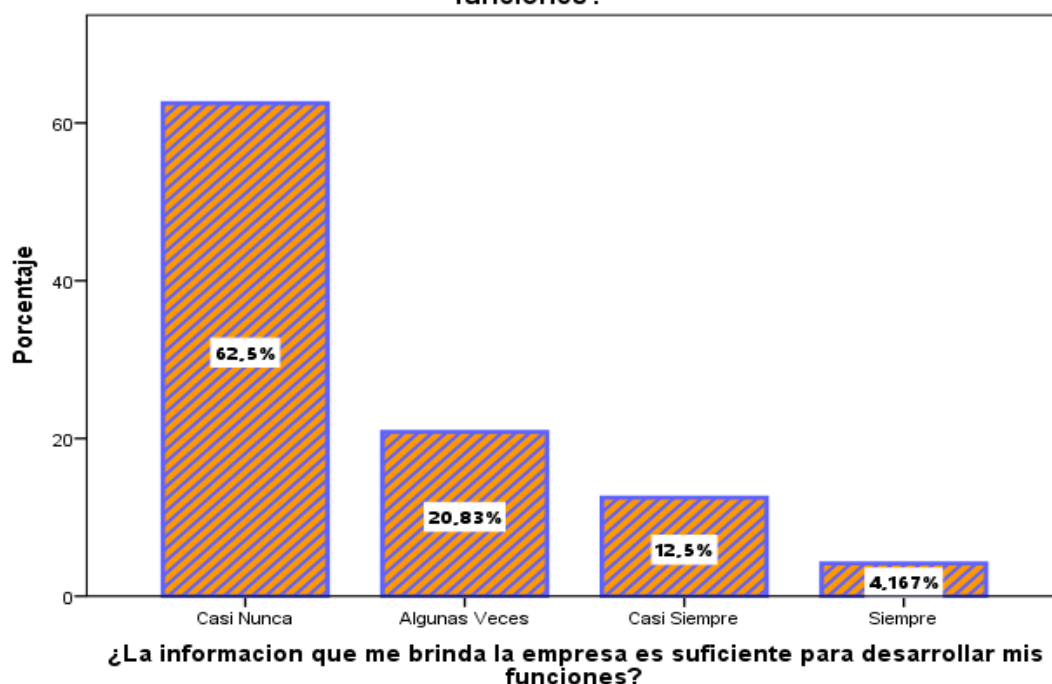


TABLA 2

¿La información que me brinda la empresa es suficiente para desarrollar mis funciones?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Casi Nunca | 30 | 62,5 | 62,5 | 62,5 |
| | Algunas Veces | 10 | 20,8 | 20,8 | 83,3 |
| | Casi Siempre | 6 | 12,5 | 12,5 | 95,8 |
| | Siempre | 2 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 62,5% de los colaboradores del área de prepago consideran que casi nunca la información que me brinda la empresa es suficiente para desarrollar sus funciones. Asimismo, cabe precisar que el 20,8% de los encuestados respondieron algunas veces y el 16,7% respondió entre casi siempre y siempre, es decir que el 60,0 % es bajo.

GRAFICO 3

¿Las decisiones tomadas en mi área de trabajo están basadas en la información recibida?

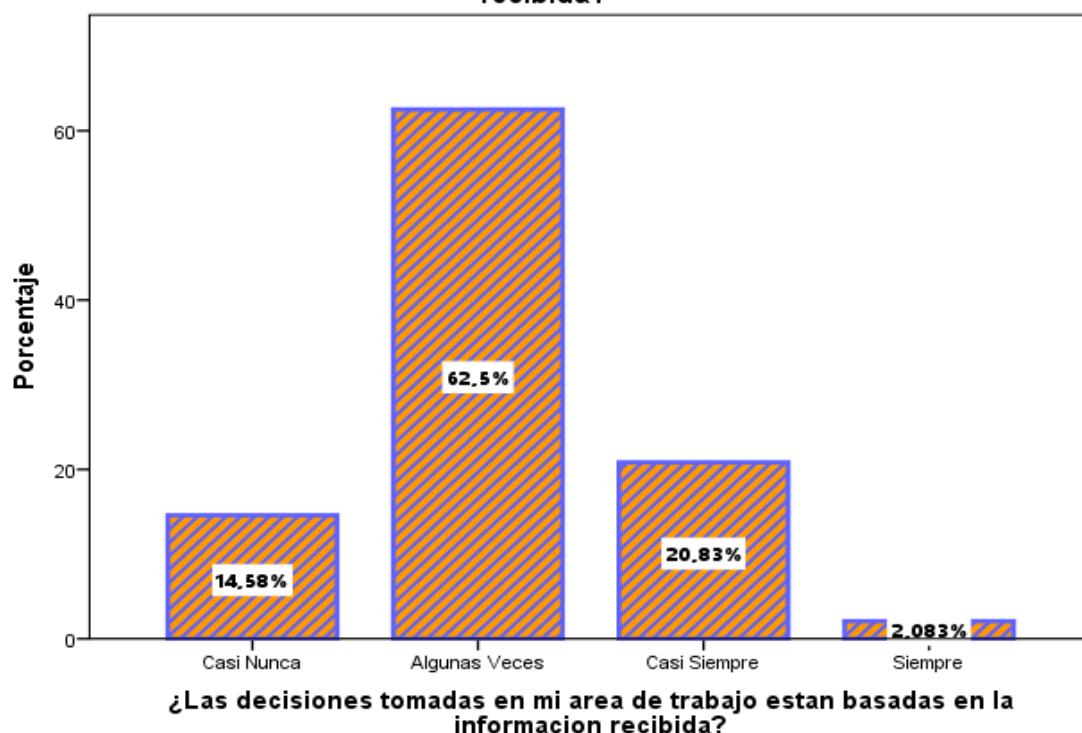


TABLA 3

¿Las decisiones tomadas en mi área de trabajo están basadas en la información recibida?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Casi Nunca | 7 | 14,6 | 14,6 | 14,6 |
| | Algunas Veces | 30 | 62,5 | 62,5 | 77,1 |
| | Casi Siempre | 10 | 20,8 | 20,8 | 97,9 |
| | Siempre | 1 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 62,5% de los colaboradores del área de prepago consideran que la organización algunas veces las decisiones tomadas en el área de trabajo están basadas en la información recibida. Asimismo, cabe precisar que el 14,6% de los encuestados respondieron casi nunca y el 22,9% respondió entre casi siempre y siempre, es decir que el 60,0 % es regular.

GRAFICO 4

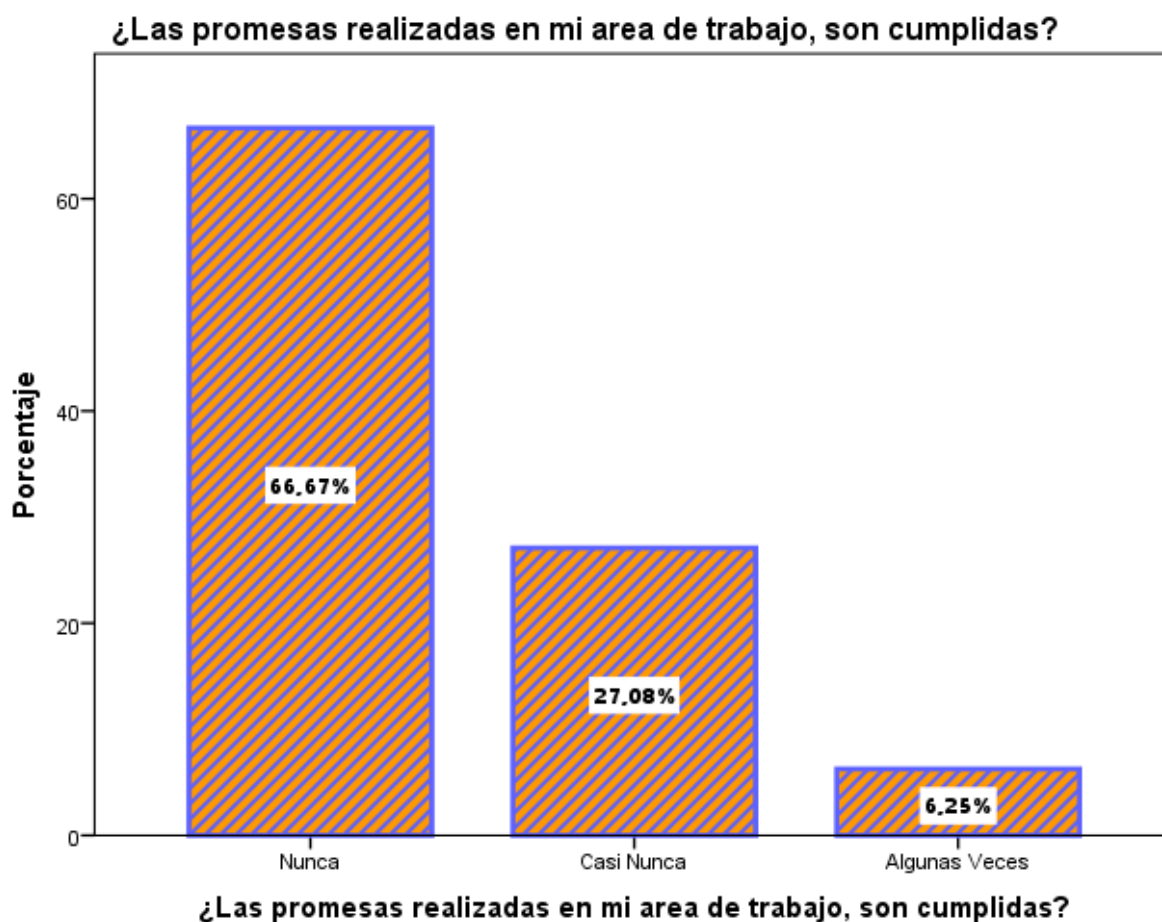


TABLA 4

¿Las promesas realizadas en mi área de trabajo, son cumplidas?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 32 | 66,7 | 66,7 | 66,7 |
| | Casi Nunca | 13 | 27,1 | 27,1 | 93,8 |
| | Algunas Veces | 3 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 66,7% de los colaboradores del área de prepago consideran que nunca las promesas realizadas en mi área de trabajo son cumplidas. Asimismo, cabe precisar que el 27,1% de los encuestados respondieron casi nunca y el 6,3% respondió algunas veces, es decir que el 60 % es bajo.

GRAFICO 5

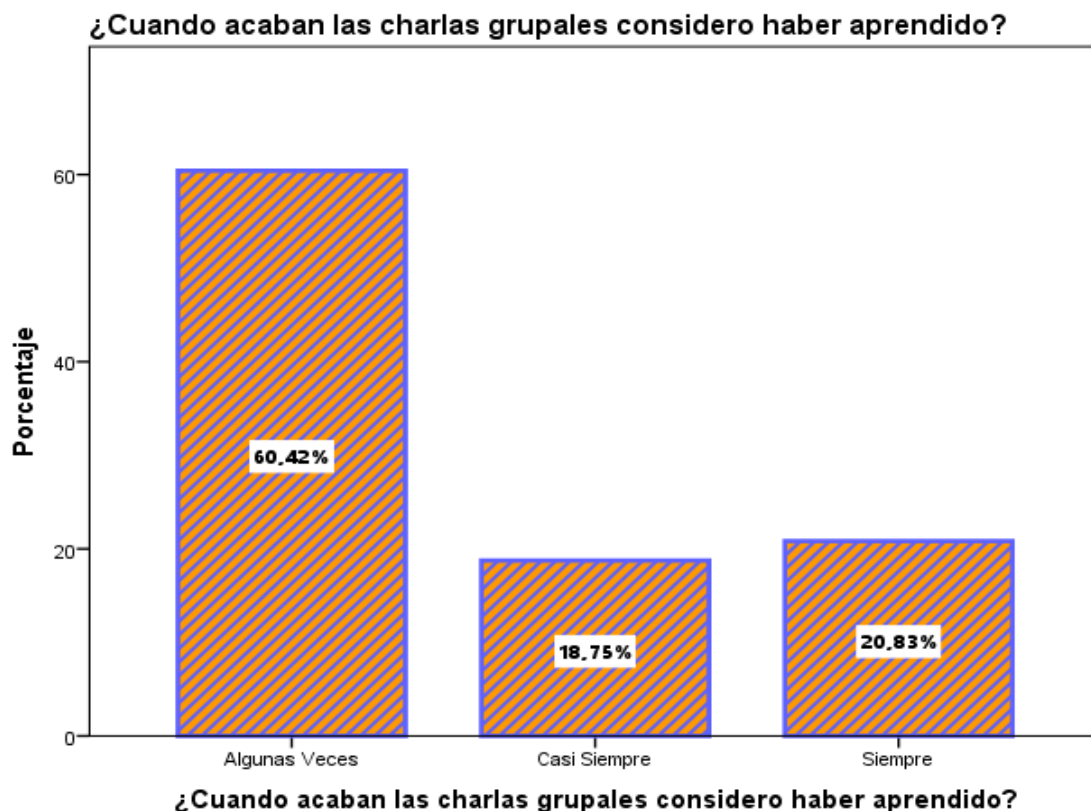


TABLA 5

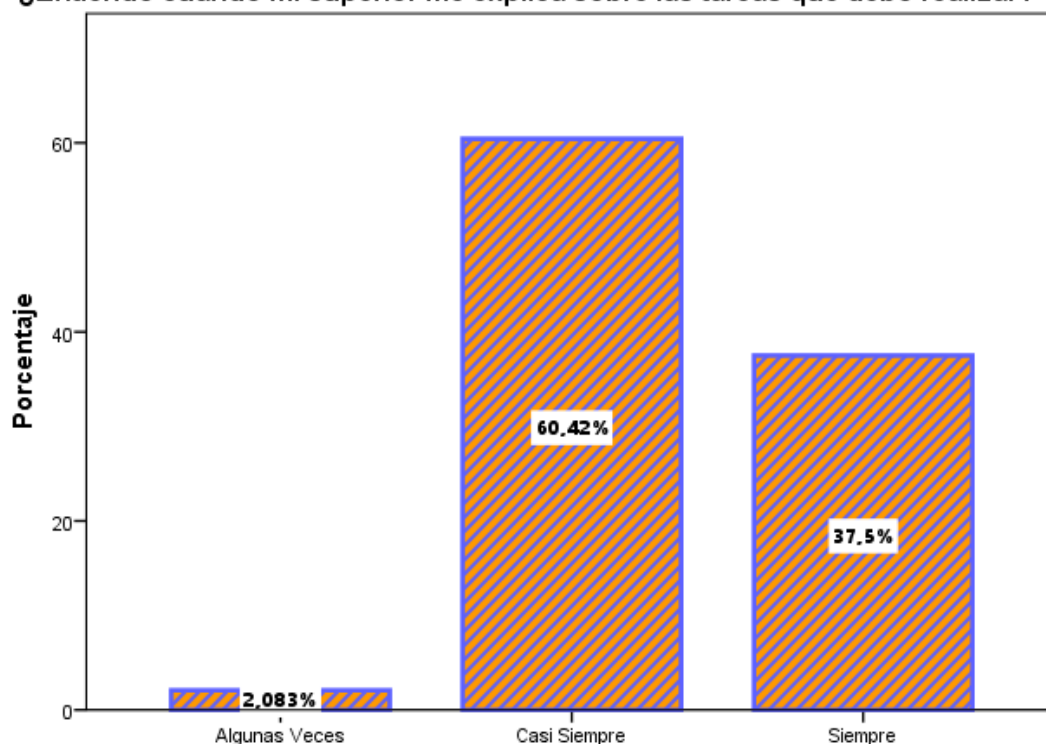
¿Cuándo acaban las charlas grupales considero haber aprendido?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Algunas Veces | 29 | 60,4 | 60,4 | 60,4 |
| | Casi Siempre | 9 | 18,8 | 18,8 | 79,2 |
| | Siempre | 10 | 20,8 | 20,8 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 60,4% de los colaboradores del área de prepago consideran que algunas veces cuando acaban las charlas grupales considero haber aprendido. Asimismo, cabe precisar que el 39,6% de los encuestados respondieron casi siempre y siempre, es decir que el 60,4 % es regular positivo.

GRAFICO 6

¿Entiendo cuando mi superior me explica sobre las tareas que debo realizar?



¿Entiendo cuando mi superior me explica sobre las tareas que debo realizar?

TABLA 6

¿Entiendo cuando mi superior me explica sobre las tareas que debo realizar?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Algunas Veces | 1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 |
| | Casi Siempre | 29 | 60,4 | 60,4 | 62,5 |
| | Siempre | 18 | 37,5 | 37,5 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 60,4% de los colaboradores del área de prepago consideran que casi siempre entienden cuando su superior explica sobre las tareas que deben realizar. Asimismo, cabe precisar que el 2,1% de los encuestados respondieron algunas veces y el 37,5% respondió siempre, es decir el 60% se considera alta.

GRAFICO 7

¿Con mis compañeros de trabajo compartimos información sobre las gestiones?

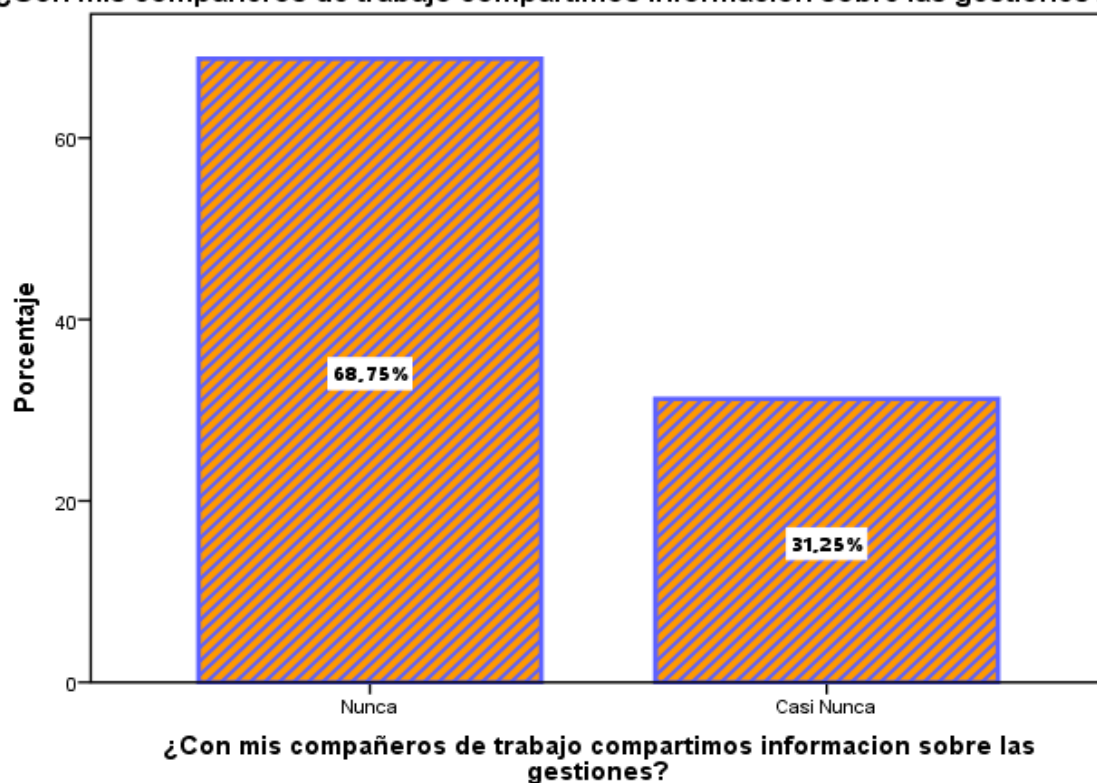


TABLA 7

¿Con mis compañeros de trabajo compartimos información sobre las gestiones?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 33 | 68,8 | 68,8 | 68,8 |
| | Casi Nunca | 15 | 31,3 | 31,3 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 68,8% de los colaboradores del área de prepago consideran que nunca con sus compañeros de trabajo comparten información sobre las gestiones. Asimismo, cabe precisar que el 31,3% de los encuestados respondieron casi nunca, es decir que el 60% es bajo.

GRAFICO 8

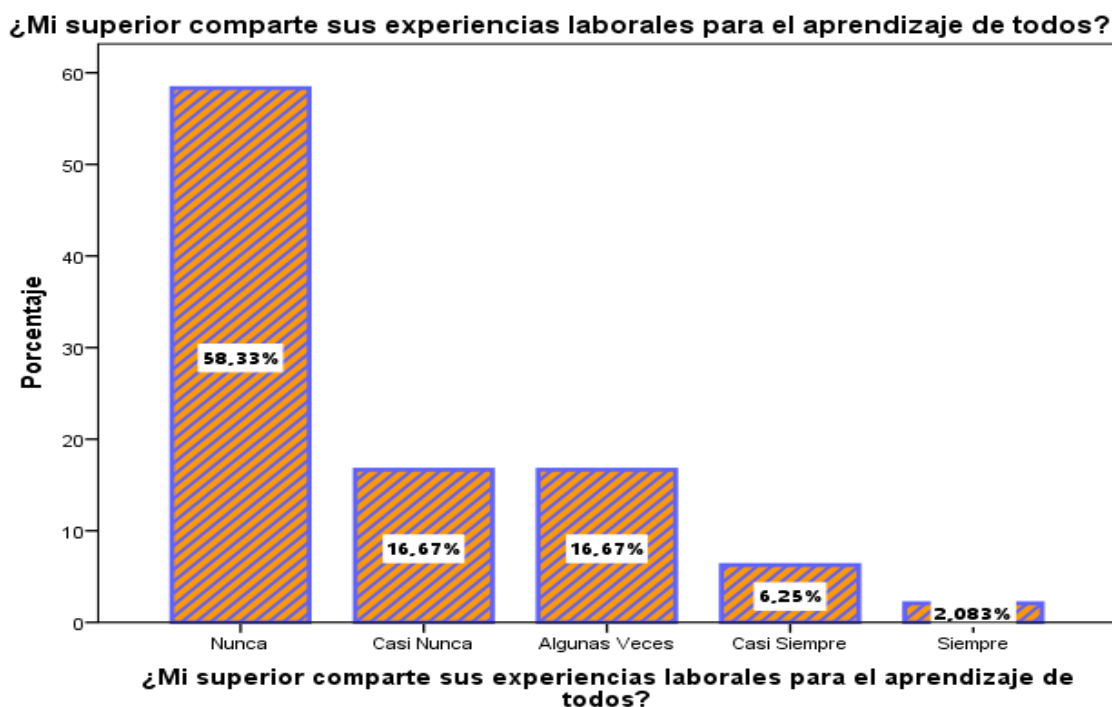


TABLA 8

¿Mi superior comparte sus experiencias laborales para el aprendizaje de todos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 28 | 58,3 | 58,3 | 58,3 |
| | Casi Nunca | 8 | 16,7 | 16,7 | 75,0 |
| | Algunas Veces | 8 | 16,7 | 16,7 | 91,7 |
| | Casi Siempre | 3 | 6,3 | 6,3 | 97,9 |
| | Siempre | 1 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 58,3% de los colaboradores del área de prepago consideran que nunca el superior comparte sus experiencias laborales para el aprendizaje de todos. Asimismo, cabe precisar que el 16,7% de los encuestados respondieron casi nunca, el 16,7% respondió algunas veces y 8,4% respondió entre casi siempre y siempre, es decir que el 58% es bajo.

GRAFICO 9

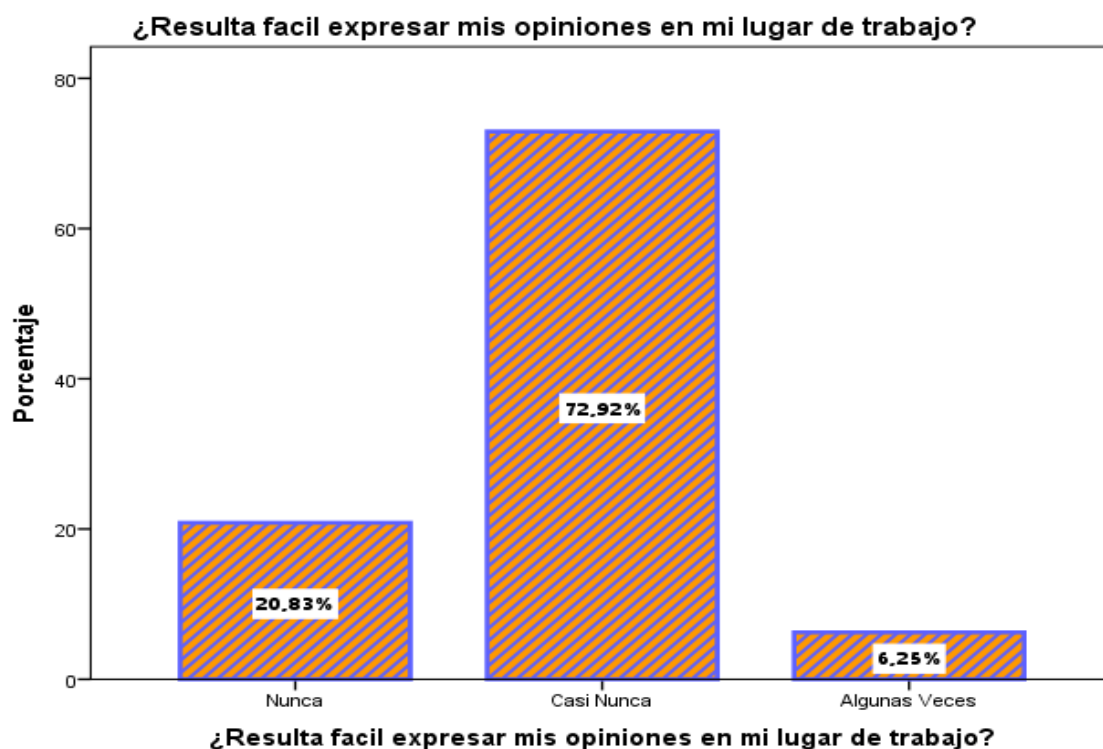


TABLA 9

¿Resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 10 | 20,8 | 20,8 | 20,8 |
| | Casi Nunca | 35 | 72,9 | 72,9 | 93,8 |
| | Algunas Veces | 3 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 72,9% de los colaboradores del área de prepago consideran que casi nunca resulta fácil expresar opiniones en el lugar de trabajo. Asimismo, cabe precisar que el 20,8% de los encuestados respondieron entre nunca y el 6,3% respondió algunas veces, es decir que el 70% es bajo.

GRAFICO 10

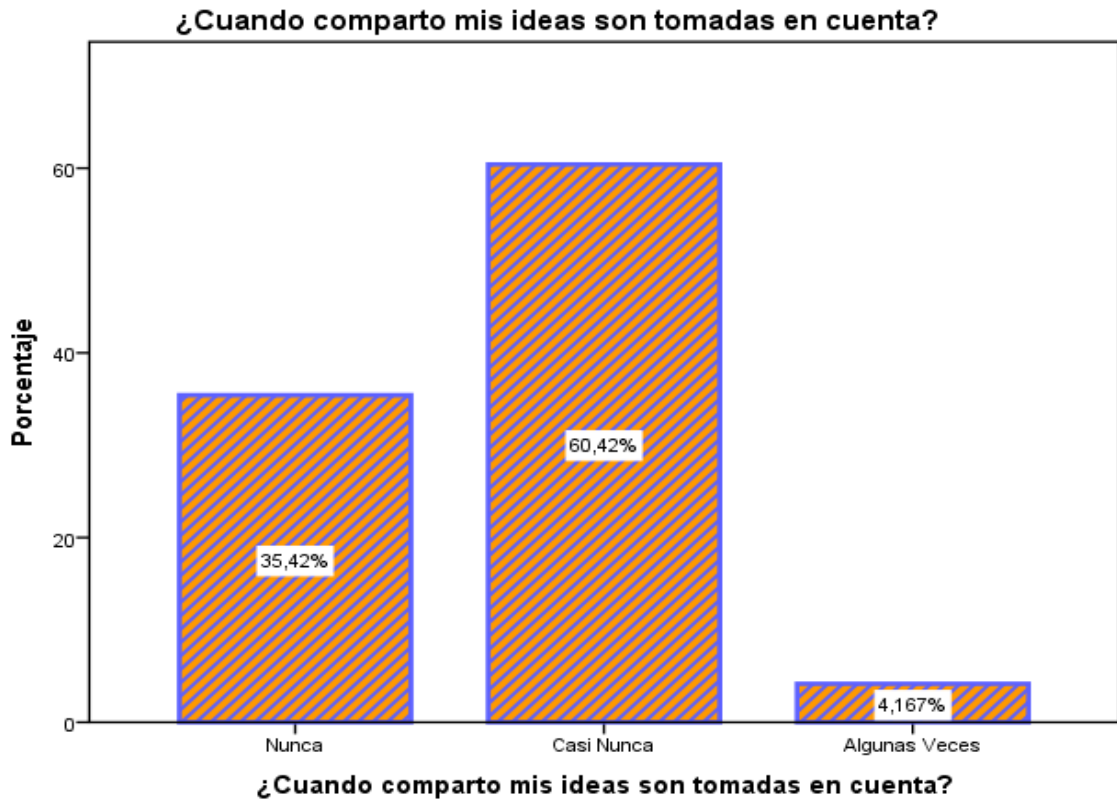


TABLA 10

¿Cuándo comparto mis ideas son tomadas en cuenta?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 17 | 35,4 | 35,4 | 35,4 |
| | Casi Nunca | 29 | 60,4 | 60,4 | 95,8 |
| | Algunas Veces | 2 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 60,4% de los colaboradores del área de prepago consideran que casi nunca cuando comparten sus ideas son tomadas en cuenta. Asimismo, cabe precisar que el 35,4% de los encuestados respondieron nunca y el 4,2% respondió algunas veces, es decir que el 60 % es bajo.

GRAFICO 11

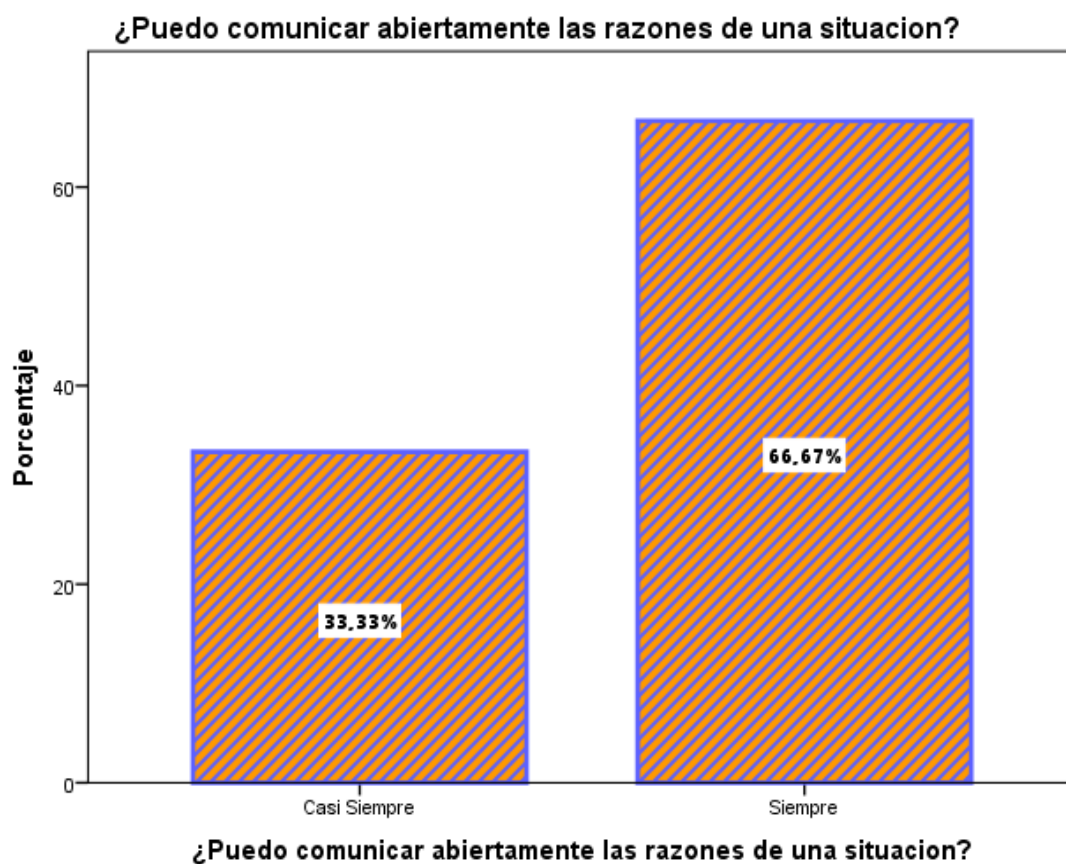


TABLA 11

¿Puedo comunicar abiertamente las razones de una situación?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Casi Siempre | 16 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | Siempre | 32 | 66,7 | 66,7 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 66,7% de los colaboradores del área de prepago consideran que siempre pueden comunicar abiertamente las razones de una situación. Asimismo, cabe precisar que el 33,3% de los encuestados respondieron casi siempre, es decir que el 60% es alto.

GRAFICO 12

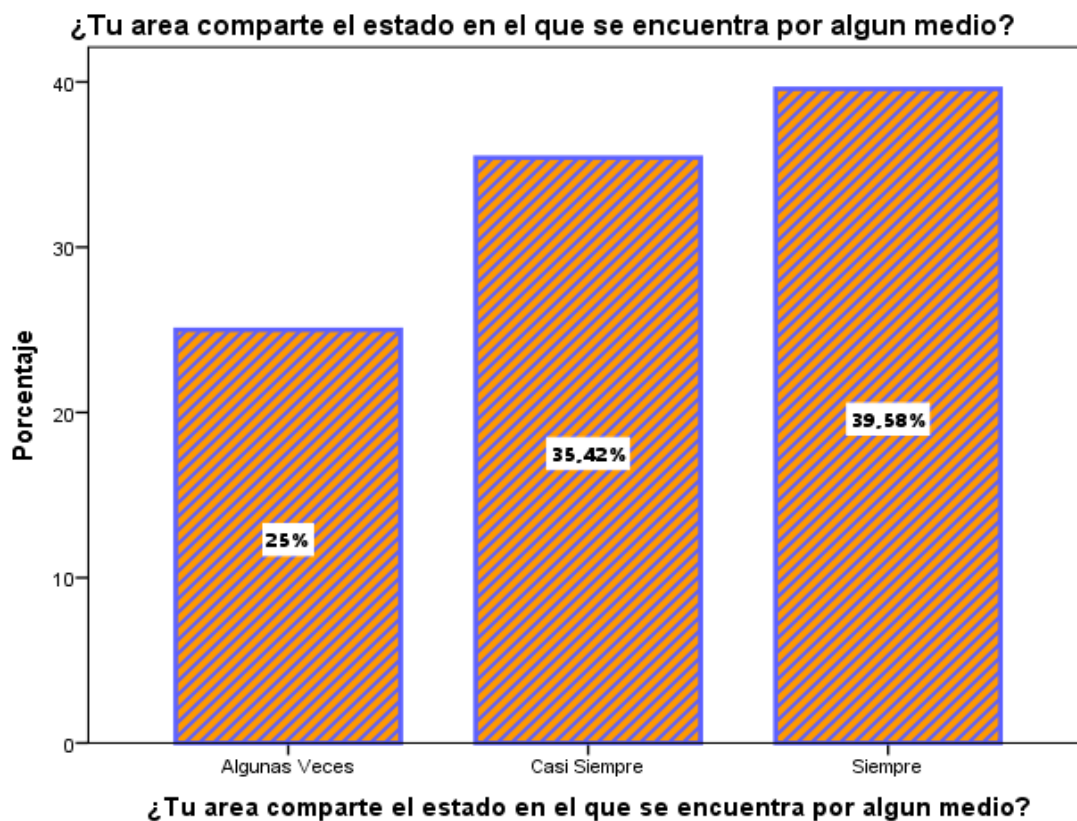


TABLA 12

¿Tu área comparte el estado en el que se encuentra por algún medio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Algunas Veces | 12 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| | Casi Siempre | 17 | 35,4 | 35,4 | 60,4 |
| | Siempre | 19 | 39,6 | 39,6 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 39,6% de los colaboradores del área de prepago consideran que siempre el área comparte el estado en el que se encuentra por algún medio. Asimismo, cabe precisar que el 25,0% de los encuestados respondieron algunas veces y el 35,4% respondió casi siempre, es decir que el 60% es positivo.

GRAFICO 13

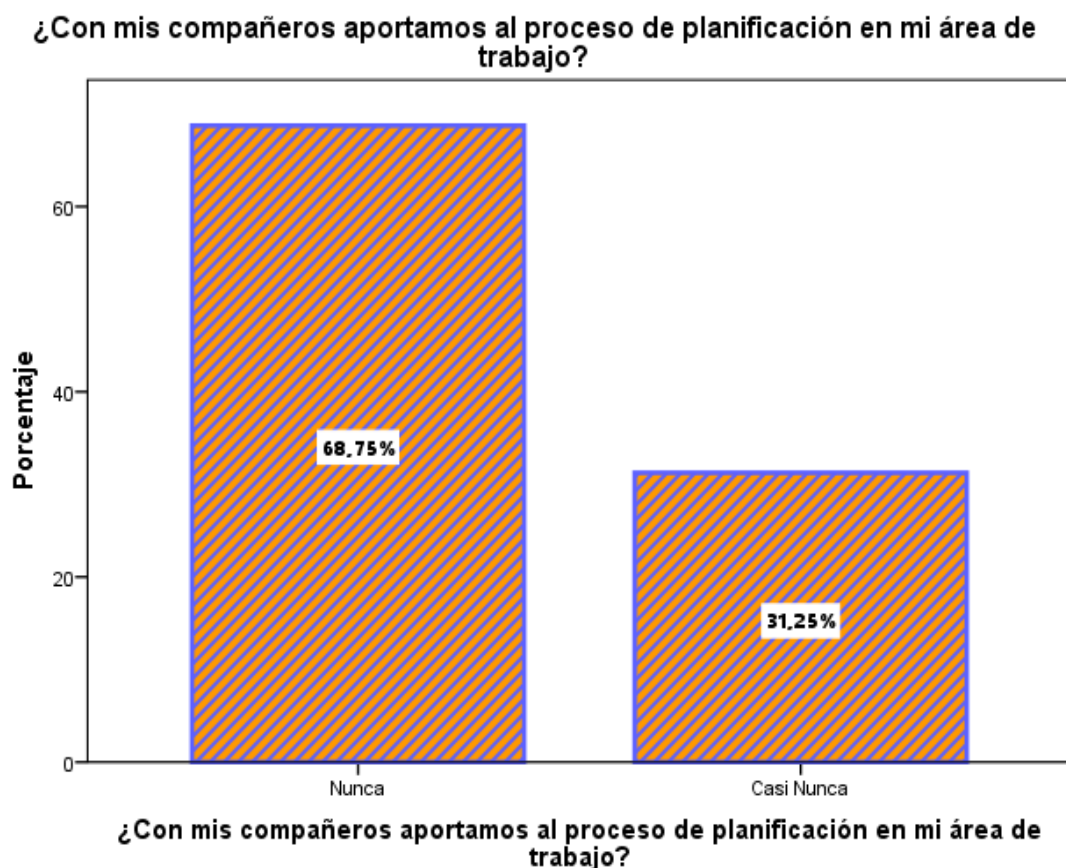


TABLA 13

¿Con mis compañeros aportamos al proceso de planificación en mi área de trabajo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 33 | 68,8 | 68,8 | 68,8 |
| | Casi Nunca | 15 | 31,3 | 31,3 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 68,8% de los colaboradores del área de prepago consideran que nunca con mis compañeros aportamos al proceso de planificación en mi área de trabajo. Asimismo, cabe precisar que el 31,3% de los encuestados respondieron casi nunca, es decir que el 60% es bajo.

GRAFICO 14



TABLA 14

¿Me siento motivada para realizar mi trabajo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 6 | 12,5 | 12,5 | 12,5 |
| | Casi Nunca | 28 | 58,3 | 58,3 | 70,8 |
| | Algunas Veces | 11 | 22,9 | 22,9 | 93,8 |
| | Casi Siempre | 2 | 4,2 | 4,2 | 97,9 |
| | Siempre | 1 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 58,3% de los colaboradores del área de prepago consideran que casi nunca se sienten motivados para realizar su trabajo. Asimismo, cabe precisar que el 12,5% de los encuestados respondieron nunca, el 22,9% respondió algunas veces y el 6,3% respondió entre casi siempre y siempre, es decir que el 58% es bajo.

GRAFICO 15

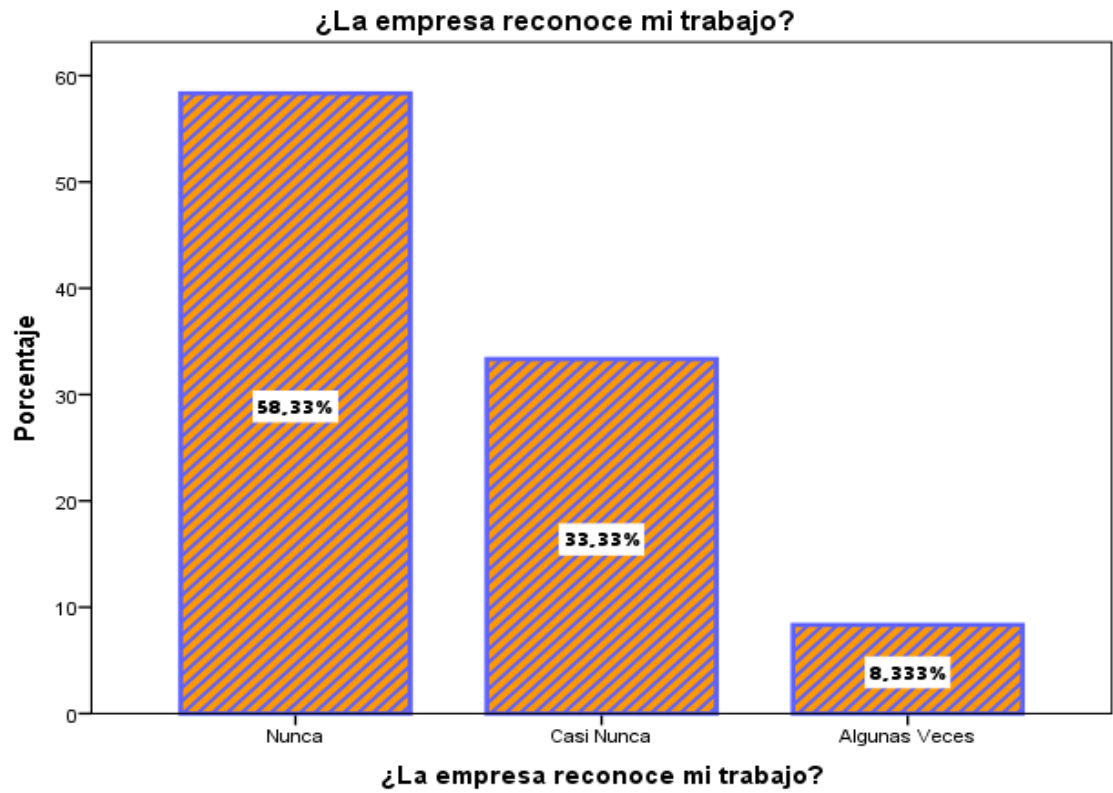


TABLA 15

¿La empresa reconoce mi trabajo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 28 | 58,3 | 58,3 | 58,3 |
| | Casi Nunca | 16 | 33,3 | 33,3 | 91,7 |
| | Algunas Veces | 4 | 8,3 | 8,3 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 58.3% de los colaboradores del área de prepago consideran que nunca la empresa reconoce su trabajo. Asimismo, cabe precisar que el 33.3% de los encuestados respondieron casi nunca y el 8,3% respondió algunas veces, es decir que el 58% es bajo.

GRAFICO 16

¿El desempeño general de su superior lo motiva a permanecer en la empresa?

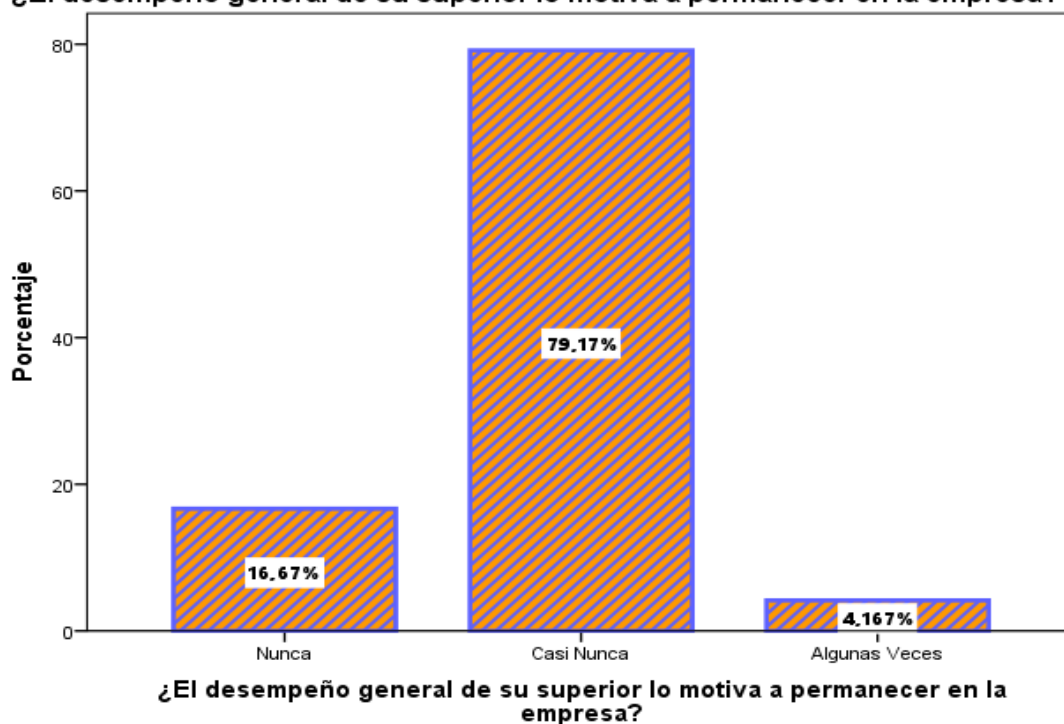


TABLA 16

¿El desempeño general de su superior lo motiva a permanecer en la empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 8 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| | Casi Nunca | 38 | 79,2 | 79,2 | 95,8 |
| | Algunas Veces | 2 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 79,2% de los colaboradores del área de prepago consideran que casi nunca el desempeño general de su superior lo motiva a permanecer en la empresa. Asimismo, cabe precisar que el 16,7% de los encuestados respondieron nunca y el 4,2% respondió algunas veces, es decir que el 70% es bajo.

GRAFICO 17

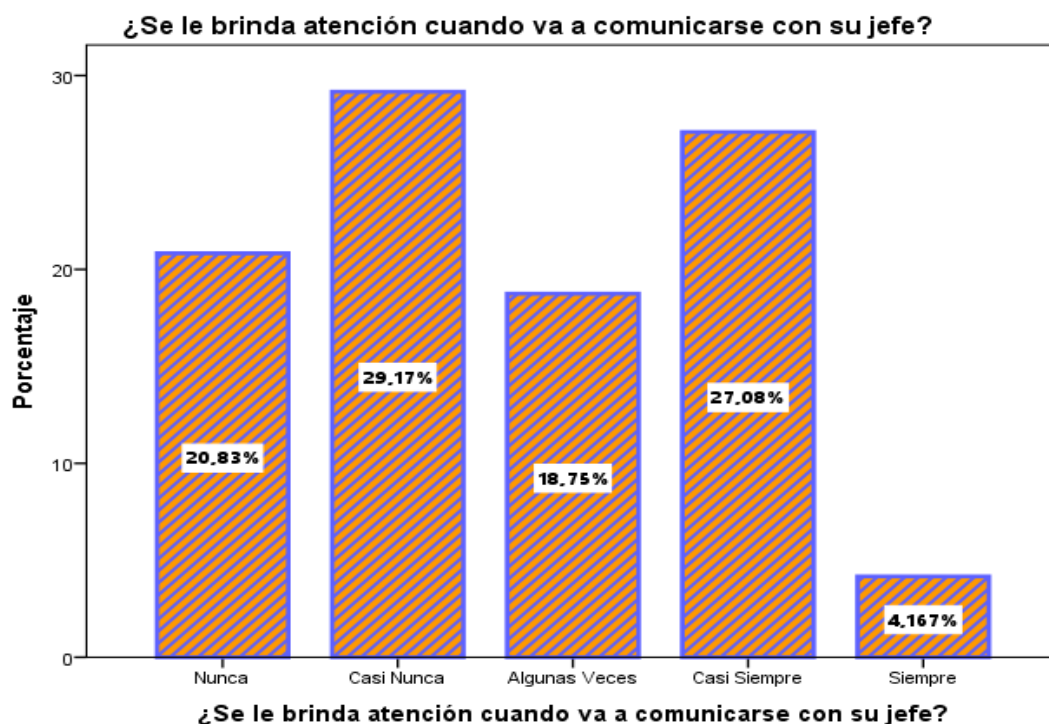


TABLA 17

¿Se le brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 10 | 20,8 | 20,8 | 20,8 |
| | Casi Nunca | 14 | 29,2 | 29,2 | 50,0 |
| | Algunas Veces | 9 | 18,8 | 18,8 | 68,8 |
| | Casi Siempre | 13 | 27,1 | 27,1 | 95,8 |
| | Siempre | 2 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 29,2% de los colaboradores del área de prepago consideran que casi nunca el superior tiene control de sus emociones. Asimismo, cabe precisar que el 20,8% de los encuestados respondieron nunca, el 18,8% respondió algunas veces y el 31,3% respondió entre casi siempre y siempre, es decir que el 50% es bajo.

GRAFICO 18

¿Sus superiores le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo?

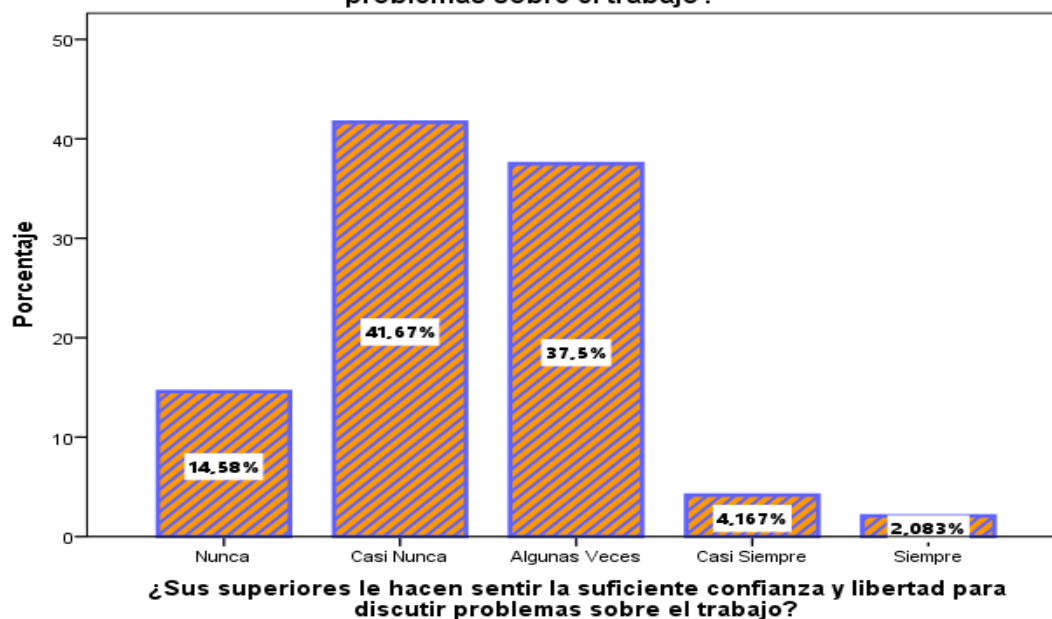


TABLA 18

¿Sus superiores le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 7 | 14,6 | 14,6 | 14,6 |
| | Casi Nunca | 20 | 41,7 | 41,7 | 56,3 |
| | Algunas Veces | 18 | 37,5 | 37,5 | 93,8 |
| | Casi Siempre | 2 | 4,2 | 4,2 | 97,9 |
| | Siempre | 1 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 41,7% de los colaboradores del área de prepago consideran que casi nunca sus superiores le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo. Asimismo, cabe precisar que el 14,6% de los encuestados respondieron nunca, el 37,5% respondieron algunas veces y el 6,8% respondió entre casi siempre y siempre, es decir que el 56% es bajo.

GRAFICO 19

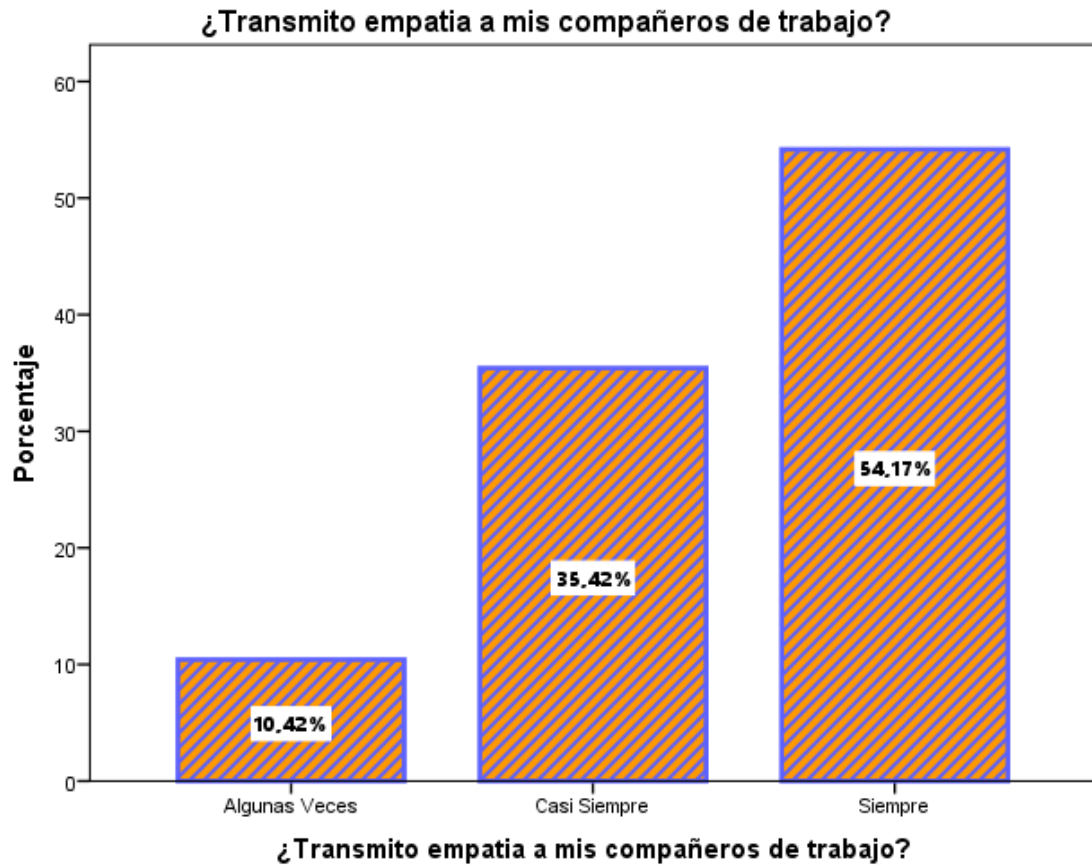


TABLA 19

¿Transmito empatía a mis compañeros de trabajo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Algunas Veces | 5 | 10,4 | 10,4 | 10,4 |
| | Casi Siempre | 17 | 35,4 | 35,4 | 45,8 |
| | Siempre | 26 | 54,2 | 54,2 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 54,2% de los colaboradores del área de prepago consideran que siempre transmiten empatía a sus compañeros de trabajo. Asimismo, cabe precisar que el 10,4% de los encuestados respondieron algunas veces y el 35,4% respondió casi siempre, es decir que el 80% es positivo.

GRAFICO 20

¿En mi area las personas invierten tiempo para crear un ambiente de confianza entre ellos?

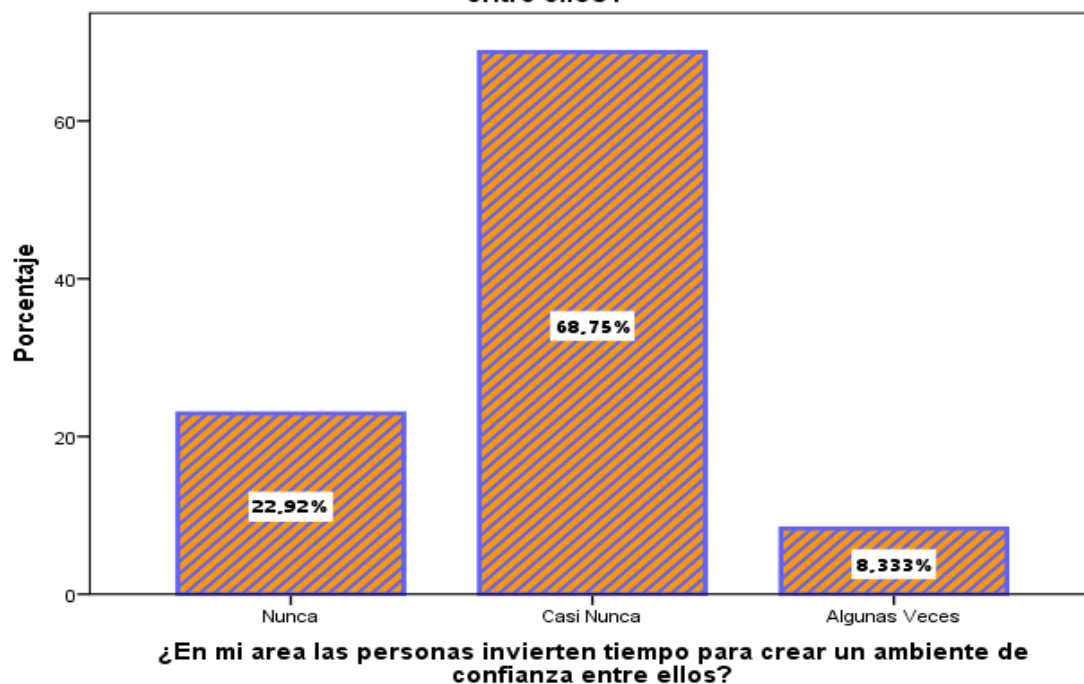


TABLA 20

¿En mi área las personas invierten tiempo para crear un ambiente de confianza entre ellos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 11 | 22,9 | 22,9 | 22,9 |
| | Casi Nunca | 33 | 68,8 | 68,8 | 91,7 |
| | Algunas Veces | 4 | 8,3 | 8,3 | 100,0 |
| | Total | 48 | 100,0 | 100,0 | |

Descripción: En los resultados obtenidos indican que el 68.8% de los colaboradores del área de prepago consideran que casi nunca existe en mi área las personas invierten tiempo para crear un ambiente de confianza entre ellos. Asimismo, cabe precisar que el 22,9% de los encuestados respondieron casi nunca y el 8,3% respondieron algunas veces, es decir que el 70% es bajo.

GRAFICO 21

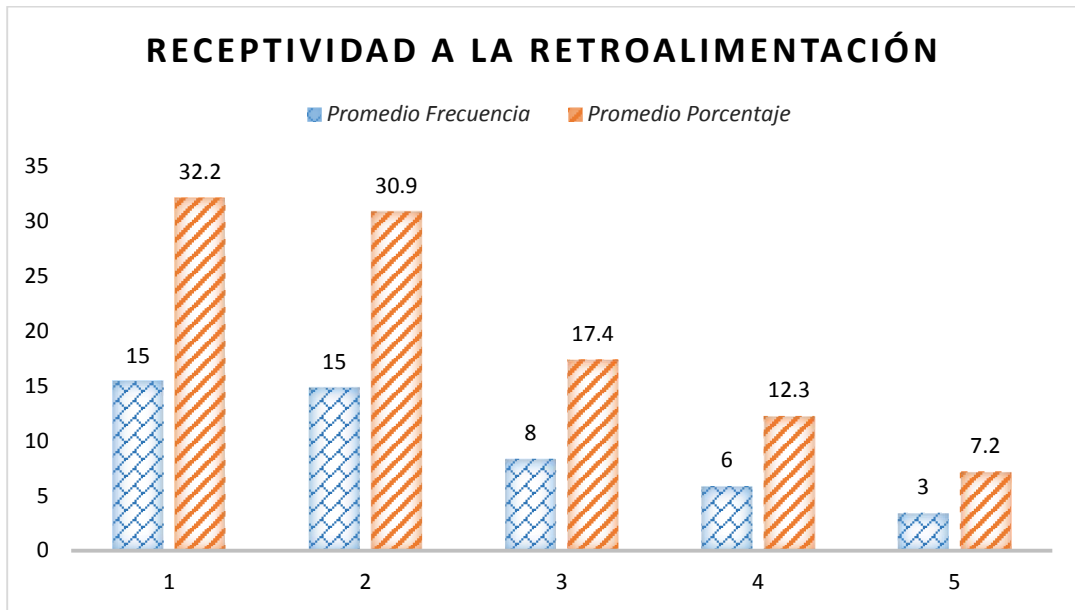


TABLA 21

| RECEPTIVIDAD A LA RETROALIMENTACIÓN | | Indicador 1 | | Indicador 2 | | Indicador 3 | | Promedio Frecuencia | Promedio Porcentaje |
|-------------------------------------|----------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------------|---------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | | |
| Válidos | <i>Nunca</i> | 17 | 35.4 | 11 | 22.9 | 18 | 38.2 | 15 | 32.2 |
| | <i>Casi Nunca</i> | 16 | 32.3 | 5 | 10.4 | 24 | 50.0 | 15 | 30.9 |
| | <i>Algunas Veces</i> | 11 | 22.4 | 10 | 20.8 | 4 | 9.1 | 8 | 17.4 |
| | <i>Casi Siempre</i> | 4 | 8.3 | 13 | 26.4 | 1 | 2.1 | 6 | 12.3 |
| | <i>Siempre</i> | 1 | 1.6 | 9 | 19.4 | 0 | 0.7 | 3 | 7.2 |
| | Total | 48 | 100.0 | 48 | 100.0 | 48 | 100.0 | 48 | 100.0 |

Descripción: La dimensión de Receptividad a la Retroalimentación dentro de la empresa Fortel se da, de manera baja en un 63.1%, eso quiere decir que la empresa no toma medidas para que haya una buena reciprocidad de la comunicación e interacción.

Los trabajadores de la empresa Fortel valoran a la dimensión en un 32.2% nunca, en un 30.9% casi nunca, 17.4% algunas veces, 12.3 % casi siempre y un 7.2% siempre; es decir que la receptividad a retroalimentación se encuentra en un nivel bajo.

GRAFICO 22

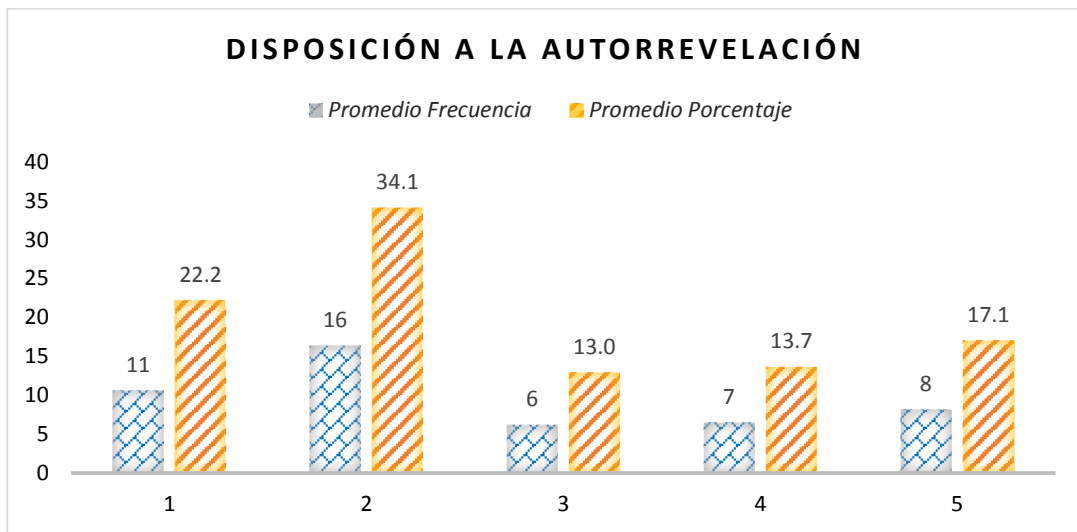


TABLA 22

| DISPOSICIÓN A LA AUTORREVELACIÓN | | Indicador 4 | | Indicador 5 | | Indicador 6 | | Promedio Frecuencia | Promedio Porcentaje |
|----------------------------------|----------------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|---------------------|---------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | | |
| Válidos | <i>Nunca</i> | 11 | 22.9 | 14 | 29.2 | 7 | 15 | 11 | 22.2 |
| | <i>Casi Nunca</i> | 5 | 10.4 | 27 | 56.9 | 17 | 35 | 16 | 34.1 |
| | <i>Algunas Veces</i> | 4 | 8.3 | 6 | 11.8 | 9 | 19 | 6 | 13.0 |
| | <i>Casi Siempre</i> | 11 | 22.9 | 1 | 1.4 | 8 | 17 | 7 | 13.7 |
| | <i>Siempre</i> | 17 | 35.4 | 0 | 0.7 | 7 | 15 | 8 | 17.1 |
| | Total | 48 | 100 | 48 | 100 | 48 | 100 | 48 | 100.0 |

Descripción: La dimensión de Disposición a la Autorrevelación dentro de la empresa Fortel se da, de manera baja en un 56.3%, eso quiere decir que la empresa no toma conciencia sobre la importancia de la autorrevelación del trabajador, que a su vez esto puede ayudar a obtener información sobre cómo se siente y cuáles son sus sugerencias sobre las gestiones del área.

Los trabajadores valoran a la dimensión en un 22.2% nunca, en un 34.1% casi nunca, 13.0% algunas veces, 13.7 % casi siempre y un 17.1% siempre; es decir la dimensión se encuentra en un nivel bajo.

GRAFICO 23

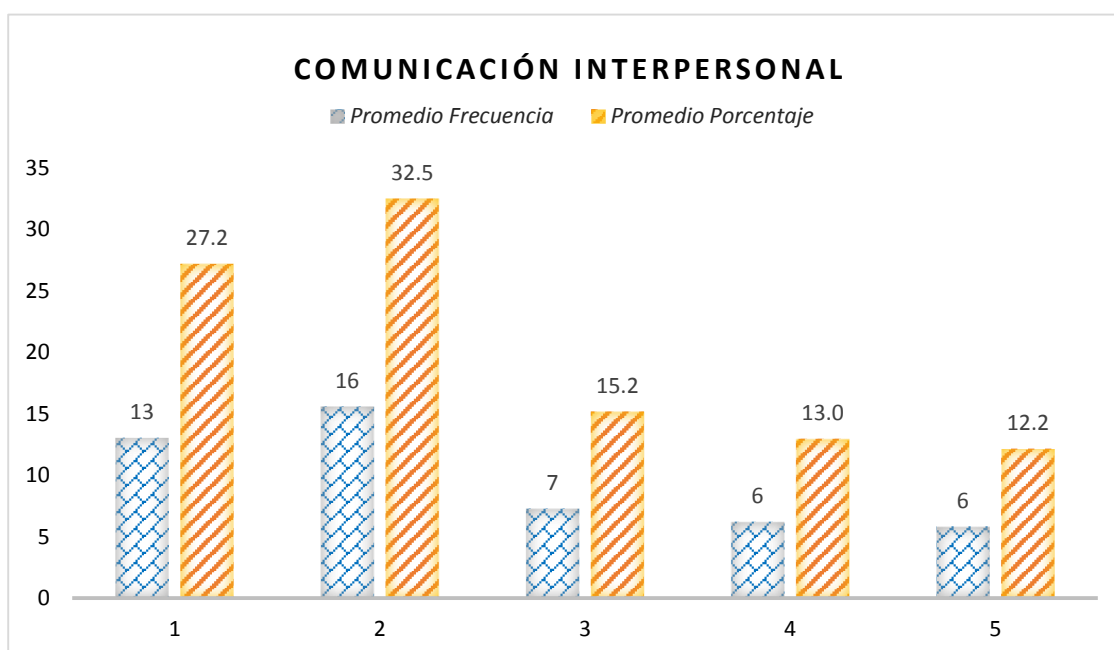


TABLA 23

| COMUNICACIÓN INTERPERSONAL | | Dimensión 1 | | Dimensión 2 | | Promedio Frecuencia | Promedio Porcentaje |
|----------------------------|----------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------------|---------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | | |
| Válidos | <i>Nunca</i> | 11 | 22.2 | 15 | 32.2 | 13 | 27.2 |
| | <i>Casi Nunca</i> | 16 | 34.1 | 15 | 30.9 | 16 | 32.5 |
| | <i>Algunas Veces</i> | 6 | 13.0 | 8 | 17.4 | 7 | 15.2 |
| | <i>Casi Siempre</i> | 7 | 13.7 | 6 | 12.3 | 6 | 13.0 |
| | <i>Siempre</i> | 8 | 17.1 | 3 | 7.2 | 6 | 12.2 |
| | Total | 48 | 100.0 | 48 | 100.0 | 48 | 100.0 |

Descripción: La variable de Comunicación Interpersonal dentro de la empresa Fortel se da, en un 59.7%, es decir se encuentra en un nivel bajo, ya que la empresa no toma conciencia sobre lo importante que es utilizar esta variable en la gestión del área.

Los trabajadores de la empresa Fortel valoran a la dimensión en un 27.2% nunca, en un 32.5% casi nunca, 15.2% algunas veces, 13.0 % casi siempre y un 12.2% siempre; es decir que el nivel de la comunicación interpersonal es bajo.

IV. DISCUSIÓN

El propósito de la presente investigación fue determinar el nivel de comunicación interpersonal en los colaboradores del área de prepago de la empresa Fortel, 2018. Se recopiló las respuestas de nuestra unidad de análisis, en este caso 48 trabajadores mediante una encuesta.

En esta investigación se confirma la teoría información en las organizaciones, ya que de acuerdo a los resultados los colaboradores valoran a la comunicación interpersonal en un bajo nivel, y se da por que la empresa no toma como prioridad a la comunicación compartida y al no estar está presente genera en el clima laboral un ambiente de incertidumbre, que se convierte en una barrera de comunicación en los colaboradores al momento de compartir información. Según Berger en una de sus verdades básicas, describe que el crecimiento en el nivel de incertidumbre genera un descenso en la asociación; el descenso de la incertidumbre induce un crecimiento de la asociación, es decir que para evitar un ambiente de incertidumbre, se tendría que generar en los colaboradores una cultura de comunicación interpersonal en ellos.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Castellanos y Ushiñahua (2016), “Relaciones interpersonales y el clima organizacional en el gimnasio World light – Chiclayo” en su investigación considera como dimensión a la comunicación interpersonal y como indicador a la eficacia; y determinó que el nivel de comunicación interpersonal en el gimnasio World Ligth señala que un 55 % está en acuerdo, por lo que se mantiene una comunicación eficaz y estable entre los colaboradores y señala que si se mejoran las relaciones interpersonales poco a poco mejorara el clima organizacional y reducir los malos entendidos. Ello es acorde con lo que en este estudio halla.

Pero en lo que no concuerda el estudio de Díaz (2014) en “Comunicación organizacional y trabajo en equipo” es que señalan que las empresas que no tienen una buena comunicación no desarrollan la colaboración en los trabajadores, lo cual es importante ya que ellos conforman parte del recurso humano y sin eso no hubiera trabajo en equipo, en este estudio no se encuentra estos resultados.

A diferencia de Díaz, en la presente investigación no solo pretendemos que la comunicación solo se base en informar si no buscamos que la comunicación interpersonal forme parte de una estrategia interna y que esta llegue hacer parte de una cultura para que ayude a mejorar el clima organizacional y reducir la incertidumbre en las áreas de trabajo.

Por otro lado, en los resultados obtenidos Gonzalo (2014), en la “Comunicación efectiva factor determinante en el desempeño laboral del personal de la dirección de recursos humanos de la policía del estado Carabobo” considera que tanto las organizaciones estatales como particulares, tienen problemas a efecto de la falta de comunicación efectiva que existe entre sus miembros y afirma que para obtener una productividad sobresaliente, es que se lleve a cabo importantes y distintos cambios en la organización, con el fin de mejorar el rendimiento general de las personas.

En la presente investigación pretendemos que para que haya comunicación eficaz se ponga como prioridad a la comunicación interpersonal y que este contenga como elementos a la Retroalimentación y la Autorrevelación de esa forma la comunicación será cada vez más eficaz y se lograrán los objetivos.

En la empresa Fortel de Lince no se maneja estas dimensiones es por esa razón que los niveles son bajos, el 62,5% de los colaboradores afirmaron que la información que me brinda la empresa casi nunca es suficiente para desarrollar sus funciones (tabla 2) y el 60,4% Cuándo acaban las charlas grupales algunas veces consideran haber aprendido y el 20,8% lo suficiente (tabla 5).

En diferencias a los resultados obtenidos en la investigación López (2015), señala en su tesis titulada: “la comunicación organizacional como ventaja competitiva en la municipalidad provincial de Andahuaylas, 2014”. Demostró que se debe mejorar aspectos de la comunicación organizacional para que sea una ventaja competitiva, uno de estos aspectos estos serían los mecanismos que llevan a la toma de decisiones, el flujo de información, las relaciones interpersonales; muy aparte de los procesos administrativos que son planear, organizar, dirigir, y controlar de manera correcta los recursos de la institución.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, aplicar las pruebas estadísticas respectivas y, según la teoría asumida en la presente investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

En los resultados encontrados se comprueba la hipótesis general que establece que existe un nivel bajo (59.7%) de comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de lince, 2018.

A su vez se confirma que existe un 59.7% de nivel bajo de comunicación interpersonal, la organización no le da valor a los vínculos con sus trabajadores, esto implica que los trabajadores no se sientan identificados con la empresa, ya que la empresa no toma en cuenta sus opiniones al momento de haber algún cambio. Se ratifica que el 72,9% respondió entre nunca y casi nunca resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo (ver tabla 9) y el 60.4% considera que casi nunca cuando comparto mis ideas son tomadas en cuenta (Tabla 10).

A su vez se concluye que la receptividad a la retroalimentación se da en un 63.1%, es decir se da en un nivel bajo, ya que la empresa no mantiene bien informados a sus colaboradores en el desarrollo de su gestión, ya que el 62,5% de los colaboradores indicaron que casi nunca la información que brinda la empresa es suficiente para desarrollar mis funciones (ver tabla 2). El 62,5% de los colaboradores indicaron que algunas veces las decisiones tomadas en mi área de trabajo están basadas en la información recibida. (Ver tabla 3). A su vez los colaboradores consideran que no existe una buena comunicación con reciprocidad. El 68,8% de los trabajadores consideran que nunca los compañeros de trabajo comparten información sobre las gestiones (ver tabla 7) y el 58,3% considera que nunca el superior comparte sus experiencias laborales para el aprendizaje de todos (ver tabla 8).

También se concluye que la Disposición a la Autorrevelación se da en un 56.3%, es decir se da en un nivel bajo, ya que la empresa no genera que sus colaboradores y sus superiores se integren y puedan compartir información; y a su vez un mejor

ambiente laboral de confianza. El 79,2% de los colaboradores indicaron que casi nunca el desempeño general de su superior lo motiva a permanecer en la empresa (ver tabla 16). El 29,2% de los colaboradores indicaron que casi nunca brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe. (Ver tabla 17). El 58,3% de los colaboradores indicaron que casi nunca se sienten motivada para realizar su trabajo (ver tabla 14) y el 58,5% de los colaboradores indicaron que nunca la empresa reconoce mi trabajo (ver tabla 15). Finalmente el 68,8% de los colaboradores indicaron que casi nunca en su área las personas invierten tiempo para crear un ambiente de confianza entre ellos (ver tabla 20).

VI. RECOMENDACIONES

La comunicación es más importante cuando sucede entre las personas que trabajan en conjunto en una organización, pero no todos lo realizan como debería ser, teniendo en cuenta esta realidad y los resultados de la encuesta que se aplicó a los colaboradores de la Empresa Fortel S.A., a continuación se mencionaran algunas recomendaciones que refuercen la comunicación interpersonal y las relaciones laborales dentro de la empresa.

En la Empresa Fortel S.A., debe ponerse en práctica charlas donde se oriente y enfatice a los colaboradores la importancia que tiene la comunicación en una interacción frente a frente en donde lo que se comunica se comunique eficazmente y en su proceso exista retroalimentación de la información, como también brindar charlas de motivación y relaciones humanas en donde se distinga y se dé mérito a su desempeño laboral y sus relaciones interpersonales a todos los niveles jerárquicos. Así mismo en las charlas debe de mostrarse las estrategias de comunicación interpersonal.

La Empresa debe de aplicar la retroalimentación como parte elemental del proceso de la comunicación interpersonal, y apreciar la interrelación entre las personas; tanto los educadores como el grupo de trabajo; también deben sentirse en la libertad de comunicarse y usar una comunicación prudente que aporte y ayude a la organización.

El liderazgo también tiene mucho valor aquí, se debe infundir en los supervisores la capacidad de paciencia y escucha, además de sensibilizar que no todos comprendemos con la misma celeridad o facilidad. En otros casos existen personas que necesitan más tiempo y explicaciones para poder comprender la información. De igual manera, tiene que realizarse reuniones en donde estén presentes todos los colaboradores para que sean reconocidos por su rendimiento y valorar su opinión. Es elemental preocuparse y apoyar a todos, ya que son ellos quienes conforman la empresa y la sacan adelante.

REFERENCIAS

- Castallano, L. y Ushiñahua, Y. (2016) Relaciones interpersonales y el clima organizacional en el gimnasio world light – Chiclayo (tesis de licenciado) Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4215/Castellanos%20Orrego%20%20Ushi%20F1ahua%20Briones.pdf?sequence=1>
- Chávez, L. (2014). Modelo de comportamiento organizacional en la educación superior tecnológica, para los institutos tecnológicos descentralizados del estado de Michoacán (tesis de doctorado) Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2016/lcc/comunicacion.htm>
- Comunicación Organización (noviembre, 2009) Mi espacio, Recuperado de https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/La-Comunicacion-Organizacional.html#.WwEc4fkvztS
- Cortes S., C. (2017) Teoría de la Comunicación: Enfoques sistémico-Cibernauta, Ecuador: Razón y Palabra
- Díaz C., S. (2014). Comunicación Organizacional y Trabajo en equipo (Tesis de Licenciado) Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Diaz-Susana.pdf>
- Florido, J. (2012). Habilidades Directivas y de Gestión para Ingenieros: Comunicación-Feedback y Retroalimentación. Recuperado de <http://ariel-amadio.com/docencia/wp-content/uploads/2013/08/Comunicaci%C3%B3n-Feedback-y-Retroalimentaci%C3%B3n.pdf>

Gonzales, A. (14 de mayo 2008). Patrones de Comunicación (disfuncionales) [mensaje en un blog]. Recuperado de <http://consultoriointegral.blogspot.pe/2008/05/patrones-de-comunicacion-disfuncionales.html>

Gonzales, E. (2014). Comunicación efectiva factor determinante en el desempeño laboral del personal de la dirección de recursos humanos de la policía del estado Carabobo (Tesis de Magister). Recuperado de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2454/egonzalez.pdf?sequence=1>

Grandes Pymes: la estrategia de comunicación interna en 6 pasos. (2015, Mayo 7). Recuperado de: <http://www.grandespymes.com.ar/2015/05/06/la-estrategia-de-comunicacion-interna-en-6-pasos/>

Guzmán P., V. (2012). Comunicación Organizacional. México: Tercer Milenio

Hughes, R., Ginnett, R., Gordon, C.(2007).Liderazgo.(5.^aed.).México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Lelia zapata. (2011, Septiembre 28). Talentos reunidos: Comunicación interna 2.0. Recuperado de <https://talentosreunidos.com/2011/09/28/funciones-de-la-comunicacion-interna/>

López, L. (2014). La comunicación organizacional como ventaja competitiva en la municipalidad provincial de Andahuaylas, 2014 (Tesis de Licenciado)

Recuperado de <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/193/04-2015-EPAELopez%20Alarcon%20Comunicacion%20organizacional%20como%20ventaja%20competitiva%20en%20la%20Municipalidad%20Provincial%20de%20Andahuaylas%20C%202014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Manzano, H.(2017). la comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador agencias puno y juliaca-2016 (Tesis de Licenciado).Recuperado de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4840/Manzano_Chura_Hilda_Beatriz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Prado L. (s.f). Liderazgo y gestión del personal.
Recuperado de <https://www.fundacionosde.com.ar/pdf/biblioteca/liderazg.pdf>

Ríos, Rubiano, Chinchilla (2014). Liderazgo y cultura organizacional (Tesis de Grado)
Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/8678/1022359792-2014.pdf>

Santos G., D. (2012). Fundamentos de la Comunicación. México: Tercer Milenio

Vásquez Aguilar Javier. (2010, Agosto 24). Gestipolis: *La comunicación interna*.
Recuperado de <https://www.gestipolis.com/comunicacion-interna/>

Zayas A., P. (2016). La Comunicación Interpersonal.

Recuperado de http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf

ANEXOS

Anexo N° 1 Matriz de Consistencia

Tema: La Comunicación Interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018.

| Problema | Objetivos | Hipótesis | Metodología | Variable | Dimensiones | Indicadores | ITEMS |
|--|--|--|--|-------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| ¿Cuál es el nivel de Comunicación Interpersonal en los colaboradores del área prepago de La Empresa Fortel de Lince, 2018? | <p>Objetivo General: Determinar cuál es el nivel de Comunicación Interpersonal en los colaboradores del área prepago de La Empresa Fortel de Lince, 2018</p> <p>Objetivo Específico: 1. Describir cómo se presenta la Receptividad a la retroalimentación de la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de La Empresa Fortel de Lince, 2018. 2. Describir cómo se presenta la Disposición a la autorrevelación de la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de La Empresa Fortel de Lince, 2018</p> | <p>Hipótesis general: Existe un bajo nivel de Comunicación Interpersonal en los colaboradores del área prepago de La Empresa Fortel de Lince, 2018.</p> | <p>Tipo de Estudio: Simple</p> <p>Nivel: Investigación descriptiva</p> <p>Diseño: No Experimental</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> | La Comunicación Interpersonal | Receptividad a la Retroalimentación | <ul style="list-style-type: none"> Recibe Información | 1.- ¿La empresa me brinda capacitaciones constantemente? 2.- ¿La información que me brinda la empresa es suficiente para desarrollar mis funciones? 3.- ¿Las decisiones tomadas en mi área de trabajo están basadas en la información recibida? 4.- ¿Las promesas realizadas en mi área de trabajo, son cumplidas? |
| | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Comprensión de la información transmitida. | 5.- ¿Cuándo acaban las charlas grupales considero haber aprendido? 6.- ¿Entiendo cuando mi superior me explica sobre las tareas que debo realizar? 7.- ¿Con mis compañeros de trabajo compartimos información sobre las gestiones? |
| | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Comparte Información. | 8.- ¿Mi Superior comparte sus experiencias laborales para el aprendizaje de todos? 9.- ¿Resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo? 10.- ¿Cuándo comparto mis ideas son tomadas en cuenta? |
| | | | | | Disposición a la Autorrevelación | <ul style="list-style-type: none"> Transmite la información | 11.- ¿Puedo comunicar abiertamente las razones de una situación? 12.- ¿Tu área comparte el estado en el que se encuentra por algún medio? 13.- ¿Con mis compañeros aportamos al proceso de planificación en mi área de trabajo? |
| | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Expresa sus sentimientos o emociones. | 14.- ¿Me siento motivada para realizar mi trabajo? 15.- ¿La empresa reconoce mi trabajo? 16.- ¿El desempeño general de su superior lo motiva a permanecer en la empresa? |
| | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Transmite confianza | 17.- ¿Se le brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe? 18.- ¿Sus superiores le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo? 19.- ¿Transmito empatía a mis compañeros de trabajo? 20.- ¿En mi área las personas invierten tiempo para crear un ambiente de confianza entre ellos? |

Anexo N° 2 Cuestionario

Cuestionario para medir La Comunicación Interpersonal en los Colaboradores del Área Prepago de la Empresa Fortel de Lince, 2018

Generalidades

El presente cuestionario es totalmente confidencial y anónima, se sugiere responder con la mayor sinceridad posible, ya que solo así serán realmente útiles para presente investigación.

Lee los enunciados detenidamente y marque un aspa (X) un casillero por pregunta.

| N° | Ítems | Nunca | Casi Nunca | Algunas Veces | Casi Siempre | Siempre |
|---|---|-------|------------|---------------|--------------|---------|
| <i>Receptividad a la Retroalimentación</i> | | | | | | |
| 1 | ¿La empresa me brinda información sobre cuáles son mis derechos laborales? | | | | | |
| 2 | ¿La información que me brinda la empresa es suficiente para desarrollar mis funciones? | | | | | |
| 3 | ¿Las decisiones tomadas en mi área de trabajo están basadas en la información recibida? | | | | | |
| 4 | ¿Las promesas realizadas en mi área de trabajo, son cumplidas? | | | | | |
| 5 | ¿Cuándo acaban las charlas grupales considero haber aprendido? | | | | | |
| 6 | ¿Entiendo cuando mi superior me explica sobre las tareas que debo realizar? | | | | | |
| 7 | ¿Con mis compañeros de trabajo compartimos información sobre las gestiones? | | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| 8 | ¿Mi Superior comparte sus experiencias laborales para el aprendizaje de todos? | | | | | |
| 9 | ¿Resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo? | | | | | |
| 10 | ¿Cuándo comparto mis ideas son tomadas en cuenta? | | | | | |
| <i>Disposición a la Autorrevelación</i> | | | | | | |
| 11 | ¿Puedo Comunicar abiertamente las razones de una situación? | | | | | |
| 12 | ¿Tu área comparte el estado en el que se encuentra por algún medio? | | | | | |
| 13 | ¿Con mis compañeros aportamos al proceso de planificación en mi área de trabajo? | | | | | |
| 14 | ¿Me siento motivada para realizar mi trabajo? | | | | | |
| 15 | ¿La empresa Reconoce mi trabajo? | | | | | |
| 16 | ¿El desempeño general de su superior lo motiva a permanecer en la empresa? | | | | | |
| 17 | ¿Se le brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe? | | | | | |
| 18 | ¿Sus superiores le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo? | | | | | |
| 19 | ¿Transmito empatía a mis compañeros de trabajo? | | | | | |
| 20 | ¿En mi área las personas invierten tiempo para crear un ambiente de confianza entre ellos? | | | | | |

Anexo N° 3 Coeficiente de Alpha de Cronbach

| VARIABLE : Comunicación Interpersonal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| items | p1 | p2 | p3 | p4 | p5 | p6 | p7 | p8 | p9 | p10 | p11 | p12 | p13 | p14 | p15 | p16 | p17 | p18 | p19 | p20 | suma |
| 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 5 | 1 | 34 |
| 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 39 |
| 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 5 | 1 | 38 |
| 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 37 |
| 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 1 | 2 | 5 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 2 | 49 |
| 6 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 41 |
| 7 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 5 | 3 | 46 |
| 8 | 1 | 4 | 3 | 1 | 4 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 5 | 2 | 46 |
| 9 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 47 |
| 10 | 2 | 3 | 4 | 1 | 5 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 48 |
| 11 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 | 43 |
| 12 | 1 | 4 | 3 | 1 | 5 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 5 | 2 | 51 |
| 13 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 5 | 2 | 50 |
| 14 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 2 | 37 |
| 15 | 2 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 42 |
| 16 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 | 1 | 2 | 1 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 38 |
| 17 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 40 |
| 18 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 40 |
| 19 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 40 |
| 20 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 41 |

3.5

sumatoria de la varianza de los ítems

varianza de la suma de los ítems

23

alfa de cronbach 0.89

Anexo N° 4 Evaluación de Expertos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Astrid Soine Díaz Medina

Título y/o Grado: _____

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

Universidad que labora: USMP / Grupo La República

Fecha: 25-09-18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

.....

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? | | X | |
| 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: _____

NOMBRE Y APELLIDOS:



 FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Talledo Sánchez, Rodolfo

Título y/o Grado: Magister en Gestión Pública y Comunitaria Social

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

Universidad que labora: Universidad César Vallejo - Lima Este

Fecha: _____

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

.....

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? | X | | |
| 2 | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación? | X | | |
| 3 | ¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación? | X | | |
| 4 | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio? | X | | |
| 5 | ¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente? | X | | |
| 6 | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores? | X | | |
| 7 | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos? | X | | |
| 8 | ¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos? | X | | |
| 9 | ¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta? | | X | |
| 10 | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio? | X | | |
| 11 | ¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos? | X | | |
| TOTAL | | | | |

SUGERENCIAS: _____

NOMBRE Y APELLIDOS: Rodolfo Talledo Sánchez



 FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Santibáñez de Arambala Javier

Título y/o Grado: _____

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

Universidad que labora: UCSUR

Fecha: 25/09/2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

.....

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: _____

NOMBRE Y APELLIDOS:



 FIRMA

Anexo N° 5 Turnitin

Feedback Studio - Mozilla Firefox
https://es.turnitin.com/app/delta/res/oa/1172364385/oa/10815282765/lang/es/en/1

feedback studio Wendy Rodríguez "la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018."

Resumen de coincidencias 30 %

De están viendo fuentes estándar
Ver fuentes en inglés (Beta)

| Coincidencias | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|
| 1 Entregado a Universidad ... | 6 % |
| 2 repositorio.ucv.edu.pe | 4 % |
| 3 docplay.es | 2 % |
| 4 www.buenestareas.com | 1 % |
| 5 repositorio.unajma.edu... | 1 % |
| 6 repositorio.unajma.edu... | 1 % |
| 7 241d8275ea1x2915.j... | 1 % |
| 8 Entregado a Pontificia ... | 1 % |
| 9 101.224.246.201 | 1 % |
| 10 prezi.com | 1 % |
| 11 aneyarapodelavega.wd... | 1 % |

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

"la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018."

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:
Rodríguez Sobezón, Wendy

ASESOR:
Castillo Hilario, Mario

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
UCV
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LIMA

Text-only Report High Resolution Activado 6:59 p.m. 10/09/2019

Anexo N° 6 Acta de Originalidad de Tesis

| | | |
|---|--|---|
|  | 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

“LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LOS COLABORADORES DEL ÁREA PREPAGO DE LA EMPRESA FORTEL DE LINCE, 2018.” del (de la) estudiante WENDY INDIRA RODRIGUEZ SOBERON, 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, 18 de septiembre de 2019.




Firma

Mg. Mario Buenaventura Castillo Hilario

DNI: 20063201

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

Anexo N° 7 Autorización de Publicación de Tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O LA TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: RODRIGUEZ SOBERON, WENDY INDIRA
D.N.I. : 74526522
Domicilio : Mz. H Lt.15 Urb. Portales de chavín 2etapa S.M.P
Teléfono : Móvil :994761345
E-mail : wendyfolklore@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Trabajo de Investigación de Pregrado

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias de la Comunicación

Escuela : Ciencias de la Comunicación

Carrera : Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Grado

Título

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

RODRIGUEZ SOBERON, WENDY INDIRA

Título del trabajo de investigación o de la tesis:

"la comunicación interpersonal en los colaboradores del área prepago de la empresa Fortel de Lince, 2018."

Año de publicación : 2019

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

A través del presente documento, Autorizo a publicar en texto completo mi trabajo de investigación o tesis.

Firma :

Fecha :

14/09/2019



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:

RODRÍGUEZ SOBERÓN, WENDY INDIRA

INFORME TITULADO:

**“LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LOS COLABORADORES
DEL ÁREA PREPAGO DE LA EMPRESA FORTTEL DE LINCE, 2018”**

PARA OBTENER EL GRADO DE:

BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 05 de diciembre de 2018.

NOTA O MENCIÓN: 11



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN