



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos, San Borja, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Alegre Izaguirre, Judith Milagros (ORCID: 0000-0002-9450-9283)

ASESORA:

Dra. Luna Gamarra, Magaly Ericka (ORCID: 0000-0002-7543-9275)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

Lima - Perú

2019

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis hijos, ellos son mi fortaleza y mi mayor motivación.

Agradecimiento

A todos los maestros por sus enseñanzas y dedicación que ayudo en mi formación profesional.

Página del Jurado



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 15-12-2019
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(ña)

Judith Milagros, Alegre Izaguirre

Cuyo título es: Comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos repuesto, San Borja, 2019.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: ...*16*... (número) ...*Dieciséis*... (letras).

Los Olivos, 15 de diciembre de 2019

Dr. Severino Antonio Díaz Saucedo

PRESIDENTE

Msc. Petronila Liliana Mairena Fox

SECRETARIA

Dra. Magaly Ericka Luna Gamarra

VOCAL

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

Declaratoria de Autenticidad

Declaratoria de autenticidad

Yo, Judith Milagros Alegre Izaguirre con DNI N° 43023874 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 22 de noviembre del 2019



Judith Milagros Alegre Izaguirre

DNI 43023874

Índice

| | |
|--|------|
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Página del Jurado | iv |
| Declaratoria de Autenticidad | v |
| Índice | vi |
| Resumen | vii |
| Abstract | viii |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MÉTODO | 13 |
| 2.1 Tipo y diseño de investigación | 13 |
| 2.2 Operacionalización de variables | 16 |
| 2.3 Población, muestra y muestreo | 18 |
| 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 18 |
| 2.5 Procedimiento | 21 |
| 2.6 Método de análisis de datos | 21 |
| 2.7 Aspectos éticos | 21 |
| III. RESULTADOS | 23 |
| IV. DISCUSIÓN | 29 |
| V. CONCLUSIONES | 31 |
| VI. RECOMENDACIONES | 32 |
| REFERENCIAS | 33 |
| Anexos | 37 |

Resumen

La presente investigación titulada “Comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos, San Boja, 2019”, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la comunicación interna y la efectividad organizacional.

El tipo de investigación es aplicada, porque da un resultado a los problemas identificables y/o concretos.

El nivel de la investigación es correlacional y se miden las variables utilizando la estadística descriptiva para conocer hasta qué punto se relacionan las variables.

Se utiliza el enfoque cuantitativo por que recopila información y mide los datos obtenidos con respecto a la problemática de la investigación.

El diseño es no experimental por qué no hay modificación de las variables; además es de corte transversal debido que se aplica en un tiempo determinado.

En cuanto a los resultados obtenidos en base a la prueba de Rho-Spearman, se muestra una Correlación positiva considerable fue de 0.728; puesto que su valor de significancia de 0.00 Por tal motivo se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Concluyendo que existe relación significativa entre la comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos, San Borja, 2019.

Palabras claves: Comunicación interna, efectividad organizacional, compromiso.

Abstract

The present investigation “Internal communication and organizational effectiveness of a spare parts company, San Borja, 2019”, had as a general objective to determine the relationship between internal communication and organizational effectiveness.

The type of research is applied, because it gives a result to identifiable and / or concrete problems.

The level of research is correlational and the variables are measured using descriptive statistics to know to what extent the variables are related.

The quantitative approach is used because it collects information and measures the data obtained regarding the research problem.

The design is not experimental why there is no modification of the variables; It is also cross-sectional because it is applied in a certain time.

Regarding the results obtained based on the Rho-Spearman test, a considerable positive correlation was 0.728; since its significance value of 0.00 for this reason the alternate hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected.

Concluding that there is a significant relationship between internal communication and the organizational effectiveness of a spare parts company, San Borja, 2019.

Keywords: Internal communication, Organizational effectiveness, commitment.

I. INTRODUCCIÓN

La existencia de la comunicación interna se origina como la realidad del fenómeno corporativo y esta se establece como esencia de la organización humana, es inasequible que una organización no se comunique, ya que la intercomunicación entre sus integrantes es fundamental para el desarrollo y éxito de la misma y es encaminada como disciplina firme para las empresas.

Mundialmente la mejor empresa de comunicación interna es corporación de Heineken en España según ReasonWky se encuentra en el primer lugar, esta empresa ha sido premiada como la mejor en desarrollar una plataforma corporativa tipo Facebook donde todos los equipos están interrelacionados y los colaboradores puedan trabajar de manera conjunta y compartan información de manera libre y transparente siempre teniendo en cuenta la políticas de uso en línea con el código de conducta de la empresa. A nivel Nacional según MBA&EDUCATION EJECUTIVA la mejor empresa es la Asociación Sodexo indicada por la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham Perú), esta empresa desarrollo un programa de desarrollo en comunicación contribuyendo en iniciativas que desemboquen en la generación de una cultura de inclusión y diversidad, el objetivo es que los colaboradores se sientan libres y puedan ser ellos mismos, sintiéndose respetados por toda la organización. Según Corbetto (2017) publicado en el diario gestión indica que el Perú la comunicación interna de las empresas se define como sus principales pilares, la visión, misión y los valores, es decir si es una organización que se manifiesta como abierta y horizontal debería tener como prioridad el involucramiento de sus empleados ya que enriquecería el proceso de la comunicación dentro de la organización.

La opinión del empleado es importante en la organización y siempre tiene que tener una respuesta de parte la empresa de lo contrario se convertiría en un arma de doble filo, el proceso clave de involucramiento es la gestión del cambio ya que a veces resulta difícil y no muchos aceptan los cambios que se pueden generar, pero cuando se involucra a los empleados y se escuchan sus dudas e inquietudes se genera una adhesión entre la comunicación y la efectividad para alcanzar las metas establecidas de parte de la empresa. Los seres humanos nos caracterizamos porque nos comunicamos unos con otros, las organizaciones deben tener presente la importancia de como emiten los mensajes a los

empleados y estos los reciban de la mejor manera para lograr las metas trazadas y exista una permanencia en el mercado laboral. Por lo tanto la empresa de repuestos, se dedica a la distribución de partes de los productos de línea marrón como televisores, equipos de sonido, autorradios, cines en casa, dvd, etc. Dentro de la organización existe la problemática de la manera en que los mensajes son transmitidos, en otras palabras no se maneja una buena comunicación interna. Detallando los problemas identificados ya que la gerencia no es muy clara en informar los objetivos establecidos hacia sus colaboradores, generando una tensión entre ellos, la comunicación se ve limitada y no existe un sistema de comunicación entre los directores y/o empleados, al no tener una buena comunicación con los supervisores a los empleados les resulta difícil establecer un dialogo con ellos y no poder exponer sus inquietudes y dudas, además no se realizan reuniones donde expongan sus ideas que conlleven a mejoras en los procedimientos de sus actividades, no hay comunicación entre los colaboradores que puedan corregir los problemas que se presenten en sus actividades cotidianas, son muy reservados en sus procedimientos y no aceptan sugerencias de mejora en sus funciones diarias, no existe motivación de parte de los supervisores que incentive el trabajo de los colaboradores, la comunicación con las otras áreas para mejorar procesos no es frecuente y esto retrasa la atención en el servicio, no realizan reuniones con los talleres para conocer sus ideas y/o sugerencias que ayuden a los logros de los objetivos, no hay integración de confraternidad con las otras áreas donde se integren a los trabajadores y sean participe de la organización, la institución no realiza de manera oficial las actividades de integración y no envía a tiempo las capacitaciones que ofrece. En ese sentido, esta investigación busca implantar la relación entre la comunicación interna y efectividad organizacional de la institución distribuidora de repuestos.

De tal manera tenemos en cuenta investigaciones realizadas con la problemática similar a la que se está investigando, conformada por artículos, tesis nacionales e internacionales que aportaran a la investigación que se está desarrollando, según Lazo y Velásquez (2017) La comunicación interna y el desarrollo organizacional de la financiera QAPAQ agencia Huancayo, 2017 Licenciado en Administración de la UPA determinar la relación de las variables, tipo aplicada, diseño descriptivo correlacional de corte transversal y una población conformada de 50 personas y utilizo la encuesta, en su conclusión que la comunicación interna favorece al desarrollo porque tiene influencia en la identidad de los

colaboradores para alcanzar las metas establecidas por la misma. Los colaboradores se identifican con la organización cuando esta mantiene una buena comunicación con sus integrantes, ellos se sienten motivados por parte de los supervisores y se involucran en el crecimiento de la misma.

Mori (2018) Comunicación interna y su influencia en el engagement de la empresa la Paesana S.A.C Tarapoto, 2017. Licenciado en Administración de la UCV determinar la influencia entre las variables indicadas, diseño descriptivo correlacional causal y de corte transversal con 25 personas utilizando la encuesta, concluyendo que a mejor comunicación interna será el empeño con la empresa. El compromiso es generado cuando la organización toma en cuenta las opiniones de sus colaboradores para mejorar procesos en los servicios que ofrece, manteniendo el vínculo de empresa, trabajador.

Núñez (2017) Imagen corporativa y comunicación interna en la empresa Professionals On Line SAC 2016, obtener grado de Magister en Administración de Negocios Internacionales UCV, relacionando las variables, diseño no experimental de nivel descriptivo, correlacional encuestando a 77 personas, concluyendo que la comunicación interna favorece el desarrollo de empresa. Las empresas se desarrollan cuando existe la adhesión de colaboradores y organización, esta permite que los integrantes manifiesten sus opiniones, sugerencias, mejoras y dudas para alcanzar las metas establecidas y la permanencia en el mercado sea por más tiempo.

López (2016) Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un instituto de educación superior de la ciudad de Guayaquil, de la UCG Ecuador, las variables son relacionadas, de diseño no experimental transversal con muestra de 103colaboradores, uso la encuesta, concluyendo que si la comunicación interna y compromiso es mayor los empleados se sentirán más identificados con la organización. El compromiso de los colaboradores se origina porque los jefes saben comunicar los propósitos que la institución tiene, ellos se sienten comprometidos cuando existe una motivación de parte de la misma.

En el mismo sentido Oyarvide (2017) menciona que la comunicación interna es una estrategia principal para el éxito empresarial, mejorando la comunicación interna con los

jefes, los colaboradores y/o aéreas para el mejor desenvolvimiento de las funciones y desarrollo interno, permitiendo la interrelación entre los diferente públicos desde el análisis, planificación y evaluación de la realidad organizacional. Esta comunicación se considera como un conjunto de técnicas que permitan la facilidad de los mensajes que se dan entre los integrantes.

Gómez (2017) Comunicación interna y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores en la planta de producción de la empresa confecciones Robalino & Robalino en Ecuador de la UCE, determinar la relación entre las variables fue su objetivo, de diseño no experimental de corte transversal, tipo correlacional, población de 50 trabajadores, utilizaron las encuestas, concluyendo que la comunicación interna y satisfacción laboral mejora los procesos y aumenta la productividad con eficiencia y eficacia.

Velásquez (2018) Gestión del conocimiento y la efectividad organizacional en el centro de operaciones lima de la empresa Ecocentury S.A.C – Chorrillos, obtuvo el grado de Licenciado en Administración, su objetivo determinar la relación entre las variables con una muestra de 50 trabajadores, método descriptivo correlaciona, no experimental de corte transversal, concluyendo que al desarrollar un modelo de gestión todos los integrantes se involucren y se alcanzara la efectividad dentro de la organización. Una calificada dirección y el saber humano, para una gestión de información toma como capital intelectual al conocimiento, generando valor a la institución y alcanzando la efectividad.

Cherres (2017) El empowerment y su relación con la efectividad organizacional en instituciones educativas privadas de San Martín de Porres, 2017 de la UCV, indicar relación de las variables, con 50 personas, método fue descriptivo correlacional, de corte transversal no experimental y concluye la importancia de la delegación de funciones a los colaboradores y esto permitirá que los líderes de la organización puedan desenvolverse en otras funciones como la orientación y supervisión al logro de objetivos, conllevando a una efectividad organizacional con éxito. La efectividad en la empresa se genera por el compromiso de los trabajadores y el buen liderazgo de los supervisores existiendo una buena comunicación entre ellos y teniendo claro las funciones a realizar.

Licareo (2018) Gestión administrativa por competencias y la efectividad organizacional del personal en salud Huancavelica, año 2015 de la UNH Licenciado en Administración, investigación aplicada y empleó la encuesta a 36 trabajadores, no experimental, descriptivo correlacional, de corte transversal concluyendo que las habilidades, destrezas, competencias y actitudes que tiene cada trabajador influye en la efectividad organizacional. Es importante que los empleados desempeñen estas competencias ya que conlleva al beneficio personal y organizacional.

Delgado y Marcos (2018) Efectividad organizacional y gestión administrativa de los docentes de una Institución Educativa, Ica-2018, magister en administración de UCV, enfoque cuantitativa de diseño descriptivo-correlacional, población, se aplicó el cuestionario a 83 personas.

Se define las teorías ya existentes de diferentes autores en las variables principales como comunicación interna y efectividad organizacional que respaldan a esta investigación. Las teorías son fases de un aspecto principal en el crecimiento del intelecto científico, por tal motivo la ciencia necesita el desarrollo de la misma, en consecuencia esta se transforma en el marco teórico de toda investigación científica y se establece como base principal para determinar causa y efecto, a través de los modelos en los que se proponen enunciados conceptuales, se enlaza en el proceso de investigación y mide los indicadores de las variables con una vertiente empírica de la hipótesis, de tal manera el intelecto científico necesita de la unión del desarrollo de la teoría y de su comprobación en la existencia.

A continuación se mencionan algunas de las teorías que se relacionan con las variables a investigar. Con respecto a la Comunicación interna tenemos la Teoría de los sistemas sociales de Niklas, Luhmann, citado en Aguado (2004) refiere a la comunicación como un sistema social con opciones y distinciones realizadas por diversos subsistemas y/o sistemas, en consecuencia la comunicación es el cambio de información, realizando la factibilidad de una organización de todo sistema social dinámico. La comunicación dentro de la organización se ve como un sistema integrado, ya que todas las áreas y/o colaboradores son participes para lograr la integración y alcanzar la efectividad de la misma y pueda generar una armonía al comunicar los objetivos trazados, teniendo en claro hasta donde se puede llegar como empresa sólida y rentable; generando beneficios para los miembros y

rentabilidad como institución. A su vez tenemos la Teoría de la Aguja Hipodérmica donde Díaz (2012), nos indica los mensajes de comunicación, se penetran ‘bajo la piel’ e irán a atacar directamente a los integrantes del público exactamente como se hace con una inyección con aguja hipodérmica, sin ninguna alternativa de mediación o reelaboración por parte de los receptores. La influencia es un elemento necesario que deben de tener claro todos los jefes hacia los colaboradores y esta tiene que darse de manera positiva, comunicando los objetivos que la empresa tiene, haciéndole partícipe a los colaboradores de los logros alcanzados como área y/o institución, motivándolos e integrándolos en cada etapa de crecimiento institucional.

Es importante también indicar las teorías relacionadas de efectividad, como la teoría de la organización, Gareth (2013) nos indica la “teoría de la organización es el estudio de cómo funcionan las organizaciones y como afectan y se ven afectadas por el ambiente en el que operan” (p. 7). A medida en que los seres humanos aportan y utilizan los recursos de manera efectiva alcanzando las metas establecidas en la organización, motivando a los empleados e involucrándolos con la tecnología y medios que puedan obtener beneficios personales y organizacionales, formando una cultura organizacional que tenga valores y normas para la integración de los miembros y mejorando cada vez que su crecimiento sea mayor. Por otro lado la teoría de las relaciones humanas nos dice Dalton (2007) define como la interacción de las relaciones humanas y pueden relacionarse de manera formal e informal, antagónicas o corporativas, estrechas o distantes, colectivas o individuales, en la organización se da entre compañeros de trabajo, jefes, supervisores u otros superiores o clientes. Son importante las relaciones humanas dentro de la organización porque crea un vínculo de confianza con los integrantes, esto es resultado de la motivación y el buen liderazgo hacia los colaboradores generando un compromiso en el momento de realizar sus funciones. Al sentirse motivadas alcanzan sus satisfacciones primarias con el apoyo de los mismos que la integra. La influencia del supervisor es primordial en las relaciones humanas, debe existir influencia de los líderes hacia los trabajadores el líder tiene que tener la capacidad para influir en los colaboradores y exista una lealtad de parte de ellos y conseguir estándares elevados de desempeño y de compromiso en los objetivos ya establecidos.

La importancia de los conceptos de las variables a investigar permiten entender mejor el contexto sobre la investigación ya continuación se muestra que la Comunicación Interna según Arizcuren et al (2008) refiere que la comunicación interna “es un fenómeno que ocurre en todas organizaciones, ya sea de forma natural o intencionada. Se trata de un conjunto de pautas que determinan la relación entre todas las personas y grupos que componen las organizaciones” (p.19). Según Chiavenato (2009) define que la transmisión de información de un individuo a otra mediante la utilización la codificación común que puede ser verbales o no verbales, y la comprensión que existe. Por otro lado para Capriotti (2009) definió la comunicación interna como el vínculo entre acciones, mensajes y hechos de manera voluntaria y constante, logrando así integración significativa entre miembros de una organización brindando soluciones e ideas de forma diversa para el beneficio de la organización.

Así mismo para y Judge Robbins (2009) la comunicación interna en una institución, es el proceso donde se realiza el envío del mensaje de un individuo a otro; para que exista una adecuada comunicación es importante la emisión y entendimiento del significado del mensaje. Por otro lado Andrade (2005) “la comunicación es para la empresa el equivalente al sistema circulatorio del organismo animal o humano, lo cual permite que la información llegue de manera clara hacia la otra persona, con el cual se está interactuando” (p.9). Finalmente González y Brandolini (2009) definen que es una herramienta de gestión, donde el primordial objetivo es la eficacia con el que el entendimiento y recepción del mensaje sea claro y comprendido. La ventaja de la comunicación interna hace la organización más efectiva según como lo menciona Arizcuren et al (2008) nos indica que las organizaciones son más ventajosas cuando la comunicación interna se desarrolla de manera efectiva, permitiendo lo siguiente, el involucramiento de todos los integrantes en los procesos y acciones, la motivación tendrá resultados favorables cuando la organización las ponga en práctica, integración de los miembros y su entorno, empleados informados e formados en la intervención de la institución, empresa transparente y eficaz, más ética en la organización.

Se tiene como prioridad determinar la comunicación interna en su mínima expresión Arizcuren et al (2008) menciona los tipos de comunicación que se dimensionara en Comunicación formal donde nos indica que “es la comunicación planificada y estructurada”

(p.24). En la planificación de la comunicación formal intervienen diversos medios de comunicación como son el oral, escrito, electrónico, computarizado, cada uno de estos medios es un componente básico en la organización. Se medirán con los indicadores mencionados, comunicación descendente, menciona que es una comunicación procedente de los jefes hacia los colaboradores, es conocida por todos los integrantes y tiene resultado eficaz y es transmitida de manera correcta utilizando el canal adecuado para la recepción del mensaje. Esto genera confianza y respeto si es realizado de la manera que los receptores la conciben como real, comunicación ascendente, llega de los colaboradores hacia los jefes, aportando nuevas ideas y esto sirve como retroalimentación conociendo los posibles conflictos ocasionados, necesidades e inquietudes, mejoras que sirvan para una mejor gestión y calidad en el servicio que brinden. comunicación horizontal, se intercomunican los miembros que pertenecen al mismo nivel de la organización, en su mayoría los mensajes enviados crean coordinación y cohesión y esto permite incrementar un ambiente positivo que todos se integren y se trabaje en equipo. Comunicación transversal, se da entre los integrantes que no necesariamente desempeñen un mismo rol, esta comunicación es primordial ya que permite conocer las necesidades y/o sugerencias de otras áreas permitiendo la integración de los mismos. También dimensionaremos la comunicación informal que según Arizcuren et al (2008) nos indica que comunica a los miembros de la entidad y lo hace de forma espontánea. Esta comunicación es no planificada es abierta y sirve como herramienta muy útil para conocer los problemas de la empresa dándole una solución de manera rápida de lo contrario podría ser perjudicial para la organización y se medirá con el indicador comunicación personal, es una comunicación no regulada porque sirve para conocer las dificultades que puedan estar suscitando en la empresa, dándole solución de manera rápida de procedencia de la información.

Es importante conocer los diferente conceptos de la variable a investigar ya que permite comprender mejor el contexto sobre la investigación, a continuación algunos autores representativos de la variable Efectividad Organizacional como Medianero (2016) nos indica que la efectividad “es el producto de la eficacia y la eficiencia; se describe como la satisfacción de las necesidades reales de la empresa mediante el uso óptimo de sus recursos” (p.158). Según Gareth (2008) nos indica que la efectividad organizacional es el grado en el que una organización alcanza sus objetivos y metas. Así mismo Gallo (2015) nos menciona

que es la acción a realizar y tener un resultado verificable y controlado, teniendo en cuenta un factor relevante y de gran importancia que incide en su desempeño: el tiempo, como la medida de indicación y recurso universal. Por otro lado según Chiavenato (2002), la efectividad organizacional es basada en los principios y métodos de la ciencia del comportamiento, observa a la organización como un sistema total y se compromete a mejorar a largo plazo la eficacia de la empresa, mediante intervenciones constructivas en procesos y estructuras empresariales (p.448) finalmente Drucker (2002) menciona que para convertirse en un ejecutivo eficaz hay que tener en cuenta dos aspectos: la administración del tiempo y la priorización de actividades. Ambas se relacionan con el día a día de un ejecutivo actual, además de abordar una tarea tan importante como lo es la toma de decisiones.

Así mismo debemos tener en cuenta las características de la efectividad organizacional según Heibutzki (2017) nos dice que cada organización sigue un sendero diferente para conseguir su misión, al tiempo que comparte cinco características que incrementan las posibilidades de éxito como la planificación anticipada esta es fundamental para la eficacia. Esto quiere decir entablar estándares claros, medibles y alcanzables para contribuir a los trabajadores a obtener los objetivos de la institución. También las prioridades equilibradas se les asignan a los colaboradores con múltiples tareas, las empresas dividen en acciones definibles y establecen un camino para su implementación. Por otro lado el monitoreo continuo de los empleados es necesario para conocer si están cumpliendo con el desempeño planificado y los roles definidos cuando se realiza un proyecto, cada integrante debe conocer sus funciones para garantizar su éxito. Finalmente el reconocimiento del empleado ya que el éxito de las organizaciones se debe a sus empleados que aportan de manera colectiva e individual y por lo tanto deben ser recompensados.

Se considerara la importancia de la efectividad organizacional según Talbot (2016) nos indica que el entorno empresarial actual está cambiando más rápido que nunca, impulsado por la transformación digital en todas las industrias y se considera que se involucre al personal ya que las empresas saben lo importante que es la participación de los empleados en sus resultados. El personal comprometido contribuye más, es más productivo y tiende a permanecer a más largo plazo, lo que reduce los costos generales de contratación, además alinear la cultura y la estrategia se considera el compromiso pero, pero necesita ser

canalizado para lograr el máximo impacto. Eso significa que los empleados deben centrarse en la estrategia de su empresa y trabajar en las áreas que se ajusten a sus objetivos comerciales, otra importancia es crear líderes en toda la organización que permitan impulsar la efectividad organizacional real, necesita que todos los gerentes se sientan capaces de actuar como líderes. Esto significa que pueden verificar su desempeño, así como colaborar con sus equipos para crear nuevas innovaciones y resolver cualquier problema que esté frenando el negocio.

Podemos mencionar los enfoques de la efectividad según Daft (2011) nos menciona los enfoques clásicos la efectividad se mide según los indicadores que tienen relación con la producción, los insumos y actividades internas, Daft dimensiona la variables según la rentabilidad que se refiere a las utilidades obtenidas luego de descontar los gastos. Además indica la participación de mercado mencionando que tan reconocida es con la competencia, por otro lado indica acerca del crecimiento que es el rendimiento en función a utilidades, ventas, obtenidas durante su operación, también menciona a la responsabilidad social como el compromiso de la organización para el bienestar de la sociedad y propia, finalmente la calidad del servicio es brindar servicios de calidad que satisfagan las expectativas del cliente.

Teniendo como principal prioridad determinar la efectividad organizacional en su mínima expresión Medianero (2016) nos da a conocer los enfoques de la efectividad y se dimensionara como Necesidades (Realidad) se refiere “a las necesidades (realidad) como la manera correcta de abordar la relación entre la empresa y el entorno y a las posibilidades reales” (p.158). utilizando el indicador empresa entorno, que comprende específicamente aquellos elementos externos a la empresa que tienen una relación directa con ella e influencia y el otro indicador será las posibilidades reales, comprende a la capacidad de liderazgo de parte de los jefes. También dimensiona a Objetivos (Resultados) y nos indica “Optimizar los recursos y obteniendo el máximo producto” (p.158).Midiendo con el indicador exigencias del mercado, que refiere a los estándares de exigencia que solicita el mercado para obtener una satisfacción en el servicio y permanencia de la misma. Finalmente dimensiona a Posibilidades (Recursos) Midiendo con el indicador Recursos – Costos, que se refiere a optimizar los recursos de la empresa para la obtención de mejores resultados y logrando la eficiencia y la eficacia.

Se formula los problemas de investigación de las variables a investigar siendo el problema general que está referido a ¿Cuál es la relación entre la comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019? teniendo como primer problema específico ¿Cuál es la relación entre la comunicación formal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019? y teniendo como segundo problema específico a ¿Cuál es la relación entre la comunicación informal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019?

Existen diferentes argumentos que justifiquen la investigación como la Justificación Teórica que según Bernal (2010) nos da a conocer que los principios teóricos dan soporte a la investigación que se está desarrollando, además con la teoría utilizada se genera reflexión y debate académico sobre el saber ya existente. Por tal motivo se justifica la investigación con las teorías que fundamenta los autores para las variables, comunicación interna Arizcuren et al (2008) refiere que la comunicación interna “es un fenómeno que ocurre en todas organizaciones, ya sea de forma natural o intencionada” (p.19) indicando que la comunicación interna es un sistema que se interrelaciona en toda la empresa sirviendo como herramienta principal para que esta se pueda encaminar y su permanencia en el mercado sea mayor, es primordial que las organizaciones involucren a sus colaboradores y exista motivación para que logren los objetivos que se propongan como institución. Por otro lado Medianero (2016) nos dice que la efectividad organizacional es el producto de la eficacia y la eficiencia mediante la optimización de los recursos. Permitiendo a la organización alcanzar el éxito y que sea capaz de cubrir sus necesidades con los recursos que tenga. Así mismo también tenemos la justificación práctica donde Bernal (2010) nos indica que se considera práctica porque ayuda a resolver un problema o propone estrategias que si se aplican deben contribuir a dar una solución, es por eso que la presente investigación aportara a la empresa de repuestos la identificación de los problemas en comunicación interna para que se pueda lograr la efectividad organizacional, permitiendo así desarrollar nuevas estrategias que involucren a los colaboradores y lograr el éxito de la misma. Por otro lado la justificación metodológica según Bernal (2010) nos da a conocer que esta justificación genera conocimiento confiable y válido por tal motivo se utilizaron las técnicas de investigación tales como la observación y las preguntas hechas a los miembros, usando la estadística

descriptiva para el procesamiento de los datos; logrando así conocer la relación existente entre las variables.

Se ha formulado los objetivos del presente estudio, por lo que el objetivo general se orienta a determinar la relación entre la comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019. Mientras que objetivo específico 1 busca determinar la relación entre la comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019 y objetivo específico 2 busca determinar la relación entre la comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

Como respuesta a cada una de las interrogantes que forman parte de los problemas de investigación se ha formulado las hipótesis de estudio teniendo como hipótesis general si existe relación significativa entre comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019. También se ha formulado como primera hipótesis específica 1 si existe relación significativa entre la comunicación formal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019. Y la segunda hipótesis específica si existe relación significativa entre comunicación informal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Arias (2012) nos indica que la finalidad de la investigación aplicada es dar un resultado a problemas inidentificables y/o concretos.

El problema es conocido por el investigador y se utilizó la investigación para facilitar respuestas o soluciones este tipo de investigación utiliza la solución práctica y se centra en la aplicación de los conocimientos obtenidos.

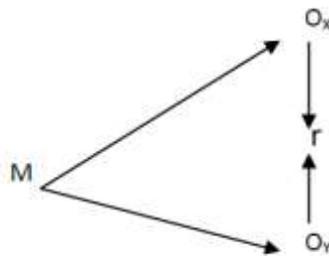
Por lo tanto es aplicada.

Diseño de investigación

La presente investigación es de diseño no experimental por qué no hay modificación de las variables; además es de corte transversal debido que se aplica en un tiempo determinado. Baptista et al. (2014) refieren los diseños no experimentales se limitan a la observación para su posterior análisis.

No tenemos control directo de las variables y utilizamos la observación de los escenarios como tal y su manifestación en su contexto natural para luego sean analizados.

Esquema del Diseño



En la formulación:

M: trabajadores de la empresa de repuestos

Ox: Comunicación interna

Oy: Efectividad organizacional

R: Relación de las variable

Nivel de investigación

Baptista,C., Hernández, R., &Fernández,M(2014) es correlacional, por la relación de las dos variables estudiadas.

Se midió las variables y se utilizó el coeficiente de correlación con el uso de la estadística y conocer hasta qué punto se relacionan, nivel descriptivo correlacional.

Enfoque de investigación

Baptista et al. (2014) nos dice que se tiene que recopilar cifras para corroborar la hipótesis midiendo numéricamente y analizando estadísticamente para probar las teorías.

Es cuantitativo porque recopiló información y midió los datos obtenidos con respecto a la problemática de la investigación.

Con la ayuda de la estadística se usó el método cuantitativo y se aplicó los resultados numéricos para dar una respuesta de causa y efecto. Este tipo de investigación tuvo como objetivo tener una respuesta de las preguntas específicas que se realizaron en la investigación.

2.2 Operacionalización de variables

Tabla 1:

Operacionalización de la variable Comunicación interna

| VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEM | ESCALA DE MEDICIÓN |
|--|--|---|-----------------------|--------------------------|---------|-----------------------|
| VARIABLE 1 Comunicación Interna | Arizcuren et al (2008) refiere que la comunicación interna “es un fenómeno que ocurre en todas organizaciones, ya sea de forma natural o intencionada. Se trata de un conjunto de pautas que determinan la relación entre todas las personas y grupos que componen las organizaciones” (p.19). | Se medirá la variable de la comunicación interna donde se identifica las dimensiones con sus respectivos indicadores, los mismos que permitirán la medición a través de las encuestas | Comunicación formal | Comunicación descendente | 1,2 | Likert Ordinal |
| | | | | Comunicación ascendente | 3,4,5 | |
| | | | | Comunicación horizontal | 6,7,8 | |
| | | | | Comunicación transversal | 9,10,11 | |
| | | | Comunicación informal | 12,13,14 | | |

Fuente: elaboración propia

Tabla 2:

Operacionalización de la variable efectividad organizacional

Fuente: elaboración propia

| VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEM | ESCALA DE MEDICIÓN |
|--|---|---|--|---|------------------------------|--------------------|
| | | | Necesidades (Realidad) | Empresa entorno Posibilidades reales | 15,16 17,18 | |
| VARIABLE 2 Efectividad Organizacional | Medianero (2016) la efectividad “es el producto de la eficacia y la eficiencia; se describe como la satisfacción de las necesidades reales de la empresa mediante el uso óptimo de sus recursos” (p.158). | Se medirá la variable efectividad organizacional donde se identifica las dimensiones con sus respectivos indicadores, los mismos que permitirán la medición mediante las encuestas. | Objetivos (Resultados) Posibilidades (Recursos) | Exigencias del mercado Recursos - Costos | 19, 20, 21, 22 23, 24 | Likert Ordinal |

2.3 Población, muestra y muestreo

Población

Baptista et al. (2014) es un grupo de personas y concuerden con especificaciones determinadas.

Son técnicos y/o administrativos con nivel técnico y/o universitario, trabajadores de la empresa de repuestos.

Muestra

Baptista et al. (2014) es esencia, de un subgrupo de elementos de la población.

Esta investigación se utilizó la muestra censal, integrada por los 40 colaboradores de la empresa de repuestos.

Muestreo

Para esta investigación no se utilizó el muestreo puesto que se consideró la muestra censal.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas de recolección de datos

Bernal (2010) refiere a la técnica que permite registrar la información de acuerdo al problema del estudio, siendo la encuesta uno de ellas.

Encuesta

Bernal (2015) es una técnica de recolección de datos a través de la interrogación de los sujetos con el objetivo de obtener de manera sistemática, medidas sobre los conceptos derivados de la problemática de la investigación a realizar.

Para medir la comunicación interna y efectividad organizacional se usó como técnica la encuesta.

Instrumentos de recolección de datos

Para la recopilación de información se utiliza los cuestionarios. Hernández et al. (2014) indican que son preguntas detalladas con el objetivo de medición.

Cuestionario

Bernal (2010) indica que es un grupo de interrogantes formuladas para obtener la información requerida del tema de investigación, permitiendo la medición de las variables de estudio.

El cuestionario fue elaborado para los trabajadores de la empresa de repuestos consta de 14 preguntas para la variable comunicación interna y 10 preguntas para la variable efectividad organizacional, teniendo como alternativas nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

Validez

Bernal (2010) nos da a conocer que la validez del instrumento de recolección será aprobada si cumple con la medida para la cual fue creada.

El instrumento para medir las variables, están validados por los expertos en la línea de investigación.

Cuadro 1:

Juicio de Expertos

| Especialista | Calificación del instrumento |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Dra. Luna Gamarra, Magaly Ericka | Aplicable |
| Dra. Zavala Alfaro, Fanny Esperanza | Aplicable |
| Dr. Vásquez Espinoza, Juan Manuel | Aplicable |
| Msc.Larroche Cueto, Benito Armando | Aplicable |

Fuente: Elaboración propia.

Confiabilidad

Bernal (2010) la confiabilidad del instrumento se obtiene cuando los resultados de la aplicación del instrumento son iguales o similares a la escala que lo determina.

Tabla3:

Escala de coeficientes de Alpha de Cronbach

| Coeficiente | Criterio |
|-------------|--------------------|
| Alfa = 0.25 | Baja confiabilidad |
| Alfa = 0.50 | Media o regular |
| Alfa > 0.75 | Aceptable |
| Alfa > 0.90 | Elevada |

Fuente: Hernández et al. (2010)

Para analizar la fiabilidad del instrumento se utilizó Cronbach:

Tabla4:

Total de casos procesados de Comunicación Interna

| | N | % |
|-----------------------|----|-------|
| Casos Válido | 20 | 100,0 |
| Excluido ^a | 0 | ,0 |
| Total | 20 | 100,0 |

Tabla 5:

Alfa de Cronbach: Comunicación interna

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,754 | 14 |

De acuerdo al resultado fiabilidad, el alfa de cronbach es 0.754 e indicando que la prueba es aceptable ya que se encuentra dentro del rango de 0,7 a 1.00, validando su uso para la recopilar datos.

Se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach con la segunda variable efectividad organizacional

Tabla 6:

Casos realizados en Efectividad Organizacional

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 20 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Tabla 7:

Alfa de Cronbach -Efectividad Organizacional

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,775 | 10 |

Como se muestra en la tabla el resultado de fiabilidad, el alfa de cronbach es 0.775 e indico que la prueba es aceptable ya que se encuentra dentro del rango de 0,7 a 1.00, se determinó uso valido para recopilar datos.

2.5 Procedimiento

Se realizó la técnica de la encuesta para recolectar la información necesaria y luego se procesó en el programa de estadístico de SPSS versión 25, de los resultados obtenidos se puede analizar las debilidades y realizar recomendaciones que beneficien a la institución.

2.6 Método de análisis de datos

Se utilizó la estadística descriptiva e inferencial para la interpretación de los datos.

2.7 Aspectos éticos

Este estudio de investigación cumplió con los estándares de ética de la UCV donde indica que la honestidad es fundamental en toda investigación científica, respetando el derecho de

propiedad intelectual de otros investigadores evitando el plagio de forma total o parcial de otras investigaciones.

Además esta investigación se ha realizado de manera estricta y cumple con los requisitos legales, éticos y de seguridad, respetando las condiciones y términos planteados en los proyectos de investigación.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis inferencial de los resultados

Contrastación de Hipótesis

La contrastación de hipótesis se indica lo siguiente

$p > \alpha 0.05$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p < \alpha 0.05$ se acepta la hipótesis alterna H_1

Tabla8:

Escala de coeficiente de correlación de Rho Sperman

| RANGO | RELACION |
|--------|--|
| -1.00 | Correlación negativa perfecta |
| -0.90 | Correlación negativa muy fuerte |
| -0.75 | Correlación negativa considerable |
| -0.50 | Correlación negativa media |
| -0.25 | Correlación negativa débil |
| -0.10 | Correlación negativa muy débil |
| 0.00 | No existe correlación alguna entre las variables |
| + 0.10 | Correlación positiva muy débil |
| +0.25 | Correlación positiva débil |
| + 0.50 | Correlación positiva media |
| + 0.75 | Correlación positiva considerable |
| + 0.90 | Correlación positiva muy fuerte |
| + 1.00 | Correlación positiva perfecta |

Fuente: Hernández, Fernández & Baptista (2010, pág.132)

Contrastación de Hipótesis general

H_1 : Existe relación significativa entre comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

H_0 : No existe relación significativa entre comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

Tabla 9:

Correlación de Spearman y nivel de significancia entre la variable comunicación interna y efectividad organizacional

| | | | Comunicación Interna | Efectividad Organizacional |
|-----------------|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación Interna | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,728** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 40 | 40 |
| | Efectividad Organizacional | Coefficiente de correlación | ,728** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 40 | 40 |

Según la correlación de Rho Spearman indica el coeficiente de 0,728 mostrando una correlación positiva considerable con una sig. de 0.00 menor a 0.05 aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula por tal motivo si existe relación entre comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

Contrastación de Hipótesis específica 1

Contrastación de Hipótesis

La contrastación de hipótesis se indica lo siguiente

$p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna H_1

H_1 : Existe relación significativa entre comunicación formal y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

H_0 : No existe relación significativa entre comunicación formal y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

Tabla 10:

Correlación de Spearman y nivel de significancia entre la dimensión comunicación formal y la variable efectividad organizacional

| | | | Comunicación Formal | Efectividad Organizacional |
|-----------------|----------------------------|-----------------------------|------------------------|-------------------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación Formal | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,717** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 40 | 40 |
| | Efectividad Organizacional | Coefficiente de correlación | ,717** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 40 | 40 |

Según la correlación de Rho Spearman se muestra el coeficiente de 0,717 mostrando una correlación positiva considerable con una sig. de 0.00 menor a 0.05 rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna se indica que hay relación entre comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

Contrastación de Hipótesis específica 2

Contrastación de Hipótesis

La contrastación de hipótesis se indica lo siguiente

$p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna H_1

H_1 : Existe relación significativa entre comunicación informal y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

H_0 : No existe relación significativa entre comunicación informal y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

Tabla 11:

Correlación de Spearman y nivel de significancia entre la dimensión comunicación informal y la variable efectividad organizacional

| | | | Comunicación Informal | Efectividad Organizacional |
|-----------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación Informal | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,618** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 40 | 40 |
| | Efectividad Organizacional | Coefficiente de correlación | ,618** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 40 | 40 |

Según la correlación de Rho Spearman se muestra el coeficiente de 0,618 mostrando una correlación positiva considerable con una sig. de 0.00 menor a 0.05 aceptando la hipótesis alterna en consecuencia existe relación entre comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

3.2 Análisis descriptivo

Tabla 12:

Distribución de frecuencia de la variable comunicación interna de una empresa de repuestos.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NUNCA | 3 | 7,5 | 7,5 | 7,5 |
| | CASI NUNCA | 22 | 55,0 | 55,0 | 62,5 |
| | A VECES | 11 | 27,5 | 27,5 | 90,0 |
| | CASI SIEMPRE | 3 | 7,5 | 7,5 | 97,5 |
| | SIEMPRE | 1 | 2,5 | 2,5 | 100,0 |
| | Total | 40 | 100,0 | 100,0 | |

Según la tabla 12, se muestra que el 55% de los colaboradores encuestados perciben que casi nunca existe una buena comunicación interna, mientras que el 2.5% indica que siempre realiza la comunicación interna.

Tabla 13:

Distribución de frecuencia de la dimensión comunicación formal de una empresa de repuestos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NUNCA | 4 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | CASI NUNCA | 21 | 52,5 | 52,5 | 62,5 |
| | A VECES | 9 | 22,5 | 22,5 | 85,0 |
| | CASI SIEMPRE | 5 | 12,5 | 12,5 | 97,5 |
| | SIEMPRE | 1 | 2,5 | 2,5 | 100,0 |
| | Total | 40 | 100,0 | 100,0 | |

Según la tabla 13 figura 2, se muestra que el 52.5% perciben que casi nunca se realiza la comunicación formal, mientras que el 2.5% de los colaboradores indican que siempre se realiza la comunicación formal.

Tabla 14:

Distribución de frecuencia de la dimensión comunicación informal de una empresa de repuestos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NUNCA | 9 | 22,5 | 22,5 | 22,5 |
| | CASI NUNCA | 16 | 40,0 | 40,0 | 62,5 |
| | A VECES | 7 | 17,5 | 17,5 | 80,0 |
| | CASI SIEMPRE | 6 | 15,0 | 15,0 | 95,0 |
| | SIEMPRE | 2 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 40 | 100,0 | 100,0 | |

Según la tabla 14, se muestra que el 40% de los colaboradores encuestados perciben que casi nunca se da la comunicación informal, mientras que el 5% de los colaboradores indican que siempre se realiza la comunicación informal.

Tabla 15:

Distribución de frecuencia de la variable efectividad organizacional de una empresa de repuestos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | NUNCA | 17 | 42,5 | 42,5 | 42,5 |
| | CASI NUNCA | 9 | 22,5 | 22,5 | 65,0 |
| | A VECES | 3 | 7,5 | 7,5 | 72,5 |
| | CASI SIEMPRE | 6 | 15,0 | 15,0 | 87,5 |
| | SIEMPRE | 5 | 12,5 | 12,5 | 100,0 |
| | Total | 40 | 100,0 | 100,0 | |

Según la tabla15, se muestra que el 42.50% de los colaboradores encuestados perciben un mal nivel en la comunicación interna, mientras que el 5% indica un buen nivel.

IV. DISCUSIÓN

Los datos utilizados en la investigación y su debido procesamiento estadístico se muestra la existencia de relación que existe teniendo un grado de correlación positiva considerable de $r = 0.728$ y un nivel de significancia de $p = 0.000$ aceptando la hipótesis alterna, indicando que la comunicación interna se relaciona significativamente con la efectividad organizacional. Este resultado se contrasta con la investigación desarrollada por Lazo y Velásquez (2017) La comunicación interna y el desarrollo organizacional de la financiera QAPAQ agencia Huancayo, haciendo la comparación con su hipótesis que tiene un sig. de 0.00 y una correlación positiva media de 0,539 acepta la hipótesis alterna. La comunicación interna favorece el crecimiento de la organización donde existe el proceso de buenas relaciones entre los colaboradores. Asemejándose a esta investigación donde la importancia es favorable para la empresa porque sus colaboradores pueden alcanzar un alto nivel de comunicación entre ellos.

Según Nuñez (2017) Imagen corporativa y comunicación interna en la empresa Professionals On Line SAC, se compara con su hipótesis teniendo un nivel de significancia de 0.00 con una correlación positiva media 0,653 donde se acepta la hipótesis alterna. Existiendo adhesión de los colaboradores y organización de la empresa permitiendo que los miembros expresen sus opiniones y sugerencias.

Por otro lado López (2016) Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un instituto de educación superior de la ciudad de Guayaquil, se realiza la comparación de su hipótesis tiene una correlación positiva considerable de 0.69 con una significancia de 0.01. Los empleados se sentirán más identificados con la organización si la comunicación interna es mayor.

Aguado (2004) nos indica que la comunicación es un sistema integrado entre todas las aéreas logrando la integración de los mismos para alcanzar la efectividad de la organización.

Al respecto de la dimensión de la comunicación formal se relaciona significativamente con la efectividad organizacional un nivel de significancia de 0.00 con una correlación positiva considerable de 0.717y, se rechaza la nula este resultado es

contrastado con la investigación realizada por Mori (2018) Comunicación interna y su influencia en el engagement de la empresa la Paesana S.A.C Tarapoto, con una correlación positiva media de 0.68 y sig de 0.00 donde indica que la comunicación formal dentro de la empresa no se realiza al momento de comunicarse con los superiores, impidiendo el crecimiento de la misma.

Por tal motivo según Andrade (2005) nos indica la comunicación es equivalente al sistema circulatorio de un ser vivo, permitiendo que la información llegue de forma clara hacia la otra persona con la que se está interactuando.

Con respecto a la dimensión comunicación informal se relaciona significativamente con la efectividad organización al sig. de 0.00 donde aceptamos la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, esa investigación y una correlación positiva considerable de 0.618 contrastada con Mori (2018) correlación positiva media 0.52 y sig. 0.00 y acepta la hipótesis alterna y rechaza la nula, indicando en unas de sus preguntas que el 52 % indica que la comunicación informal es inadecuada interpretando incorrectamente la información brindada por sus supervisores no es la correcta, afectando a la organización directamente e indirectamente, porque gira internamente.

Por lo indicado por Arizcuren et al (2008) nos indica que la comunicación informal es un tipo de comunicación que se da en la espontaneidad según la necesidad de comunicar a los miembros de la organización.

V. CONCLUSIONES

Primera

Se muestra que la comunicación interna se relaciona con la efectividad organizacional con un sig. de 0.00 y el grado de relación de 0.728.

El proceso estadístico de las encuestas realizadas a 40 colaboradores ratificaron la aceptación de la hipótesis general, probando la existencia de la correlación positiva considerable entre la variable 1 comunicación interna y variable 2 efectividad organizacional.

Segunda

De los resultados de la hipótesis específica 1, se observa que comunicación formal tiene relación con la efectividad organizacional con una sig de 0.00 y el grado de relación de 0.717

Se acepta la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula, este proceso estadístico es resultado de las encuestas realizadas a los 40 colaboradores donde se llega a probar la existencia de la relación.

Tercera

De los resultados obtenidos en la hipótesis específica 2, se observa que la comunicación informal tiene relación con la efectividad organizacional con un grado de relación de 0.618 y sig. de 0.00.

Los resultado estadísticos comprobaron la aceptación de la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula, mostrando un relación posita considerable entre la dimensión 2 y la variable 2.

VI. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda a la gerencia que debe comunicar a sus colaboradores de manera clara los objetivos de la organización, esto permitirá que los integrantes conozcan el propósito de empresa y se sentirán participes del éxito que obtenga, también se recomienda que los supervisores realicen reuniones para conocer las sugerencias, dudas y/o mejoras en los procesos que realicen los colaboradores.

Segunda

Se recomienda que los supervisores promuevan el trabajo en equipo con los colaboradores y los puedan promover en nuevas áreas en las cuales puedan dar sus ideas y mejoras para lograr la efectividad que la organización se proponga y el éxito de la empresa sea mayor.

Tercera

Se recomienda que la empresa realice reuniones de confraternidad para que exista la integración de todas áreas de la institución, este proceso comunicativo beneficiara a la empresa a fin de conseguir los objetivos concretos, este método habitual de trabajo solucionara numerosos problemas que puedan existir dentro de la organización.

REFERENCIAS

Aguado, J. (2004) Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación, Universidad de Murcia. Recuperado de:

[https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)

Arias, F. (2012). Introducción a la metodología científica 6ta edición, Editorial Episteme, recuperado de: <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACI%C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Arizcuren, A. (2008). Guía de Buenas Prácticas de Comunicación Interna. Madrid. España: Editorial PEAPS. Recuperado de:

http://www.feaps.org/biblioteca/libros/documentos/comunicacion_interna.pdf

http://sid.usal.es/idocs/F8/FDO20565/comunicacion_interna.pdf

Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación, Colombia: Pearson Education, recuperado de: <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Cherres (2017) El empowerment y su relación con la efectividad organizacional en instituciones educativas privadas de San Martín de Porres, 2017 de la UCV

Chiavenato, I. (2009). Introducción a la Teoría general de administración, Rio de Janeiro: Elsevier Ltda.

Daft, R. (2011). Teoría y diseño organizacional décima edición. Cenegage Learning Editores.

Delgado y Marcos (2018) Efectividad organizacional y gestión administrativa de los docentes de una Institución Educativa, Ica-2018.

Díaz, L. (2012). Teorías de la comunicación. México: Tercer Milenio S.C.

Gareth, R (2008). Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones, México, quinta edición. Pearson education México.

Grayson, Lee. (Dakota del Norte). Rasgos y características de una organización eficaz. Pequeña empresa - Chron.com. Recuperado de: <http://smallbusiness.chron.com/traits-characteristics-effective-organization-42512.html>

Gómez (2017) Comunicación interna y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores en la planta de producción de la empresa confecciones Robalino & Robalino en Ecuador de la UCE

González, M. Brandolini, A. (2009). Comunicación interna, Argentina, Dircom, recuperado en: <https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/view/978/965/3193-1>

Heibutzki, Ralph. (2019) Características de la efectividad organizativa. bizfluent.com. Obtenido de <https://bizfluent.com/info-8615070-characteristics-organizational-effectiveness.html>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación, México Mc Graw – Hill.

Judge, T. Robbins, S. (2009). Comportamiento organizacional, México: Pearson education recuperado en: https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf

Lazo y Velásquez (2017) La comunicación interna y el desarrollo organizacional de la financiera QAPAQ agencia Huancayo, 2017 Licenciado en Administración de la UPA.

Licareas (2018) Gestión administrativa por competencias y la efectividad organizacional del personal en salud Huancavelica, año 2015 de la UNH.

López (2016) Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un instituto de educación superior de la ciudad de Guayaquil, de la UCG Ecuador

Medianero, D. (2016). Productividad total, Perú: Macro.

Mori (2018) Comunicación interna y su influencia en el engagement de la empresa la Paesana S.A.C Tarapoto, 2017. Licenciado en Administración de la UCV

Núñez (2017) Imagen corporativa y comunicación interna en la empresa Professionals On Line SAC 2016, obtener grado de Magister en Administración de Negocios Internacionales UCV

Mba & education, (2019). Tendencias en comunicación interna. Recuperado de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/foro-en-peru-abordo-las-tendencias-en-comunicacion-interna> 17.06.2019 fecha 26.10.2019

Omoyza Icha, Edwin Agwu (2015) Effectiveness of Social Media Networks as a Strategic Tool for Organizational Marketing Management. Internet Bank Commer S2: 006. doi:10.4172/1204-5357.S2-006 recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920579>

Reason Why (2019). Communication internal: Recupérate de: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/mejores-empresas-comunicacion-interna-2019> redaction 08-05-2019 fecha 26.10.2019

Salazar Merchán, A. M. (2017). La comunicación interna como desafío en las PYMES comerciales de Guayaquil.

Velásquez (2018) Gestión del conocimiento y la efectividad organizacional en el centro de operaciones lima de la empresa EcoCenturyS.A.C – Chorrillos

Zhang (2016) The Impact of Human Resource Management on Organizational Effectiveness Henan University of Animal Husbandry and Economy, Zhengzhou, Henan, China.

Anexos

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN BORJA, 2019 | | | | | | | |
|--|--------------------------|--|--|---|-------------------------------------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Alegre Laguarda, Judith Milagros | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: DR. VAISQUE ESTAYADA JUAN MANUEL | | | | | | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM PREGUNTA | ESCALA | OPINIÓN DEL EXPERTO | | |
| | | | | | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| COMUNICACIÓN INTERNA | COMUNICACIÓN FORMAL | Comunicación descendente | La gerencia da a conocer los objetivos de la organización hacia sus colaboradores | 1 = Nunca 2 = Casi Nunca 3 = A veces 4 = Casi Siempre 5 = Siempre | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Existe un sistema de comunicación de los directivos hacia sus colaboradores | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | Comunicación ascendente | Te resulta fácil comunicar a tus supervisores propuestas de cambio en los procedimientos diarios | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Se realizan reuniones entre el personal y los jefes inmediatos | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Se evalúan las ideas que proporciona el personal para la mejora de los procesos | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Existe la comunicación entre los colaboradores para resolver problemas que se presentan en la organización | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | Comunicación horizontal | Acepta con facilidad nuevas ideas y métodos de tus compañeros para realizar tus funciones | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | Existe la iniciativa de parte de sus supervisores en promover el trabajo en equipo en el área donde realizan las funciones | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | Comunicación transversal | Se realizan reuniones con los talleres para conocer sus ideas y/o sugerencias | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | Es frecuente la comunicación con las otras áreas para agilizar los requerimientos | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| Se realizan reuniones de confraternidad con las otras áreas de la empresa | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | |
| | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | |
| COMUNICACIÓN INFORMAL | Comunicación personal | Se informa de manera extraroficial las actividades de integración que ofrece la empresa | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | Recibes información no oficial a tiempo sobre las capacitaciones que ofrece la empresa | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | La información que se obtiene por los rumores son efectivas | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| Firma del experto:  | | | Fecha: 10/10/19 | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN BORJA, 2019 | | | | | | | | |
|--|------------------------|--------------------------|---|---|---|-------------------------------------|-----------------------------|--|
| Apellidos y nombres del investigador: Alegre Laguarda, Judith Milagros | | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: DR. VAISQUE ESTAYADA JUAN MANUEL | | | | | | | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM PREGUNTA | ESCALA | OPINIÓN DEL EXPERTO | | | |
| | | | | | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS | |
| EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL | NECESIDADES (REALIDAD) | Empresa estono | Existe capacidad de organización para competir con las demás empresas del mismo rubro y obtener resultados favorables para la misma | 1 = Nunca 2 = Casi Nunca 3 = A veces 4 = Casi Siempre 5 = Siempre | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | | La empresa cuenta con proveedores altamente seleccionados de acuerdo a la alianza de negociación y participación | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | Posibilidades reales | Existe actitud positiva de parte de los empleados para reducir los conflictos del área generados por los malos procedimientos | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | | Los supervisores realizan un feedback continuo con los integrantes de los talleres, para mejorar el servicio | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | OBJETIVOS (RESULTADOS) | Exigencias del mercado | La empresa muestra conciencia en el cuidado del medio ambiente | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | | Las garantías asignadas a los repuestos son mayores a cinco meses después de su fecha de compra, según la exigencia del mercado. | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | | Existe control del servicio y cumplimiento con los estándares de calidad | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | POSIBILIDADES (RECURSOS) | Recursos - Costos | | Existe un plan de seguimiento para reducir el tiempo de llegada de las importaciones de los repuestos | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | | | Existe control sobre el uso de los recursos que garantice su óptima distribución para la producción | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | | | Los supervisores incentivan a los talleres reduciendo el costo de venta de los repuestos canalizados de los productos innovados | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Firma del experto:  | | | Fecha: 10/10/19 | | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN BORJA, 2019 | | | | | | | |
|--|--------------------------|--|--|---|-------------------------------------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Alegre Izaguirre, Judith Milagros | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: <u>Dña. Nagaly Ericka Luna Gamarras</u> | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM/PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| COMUNICACIÓN INTERNA | COMUNICACIÓN FORMAL | Comunicación descendente | La gerencia de a: conocer los objetivos de la organización hacia sus colaboradores | 5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Existe un sistema de comunicación de los directivos hacia sus colaboradores | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | Comunicación ascendente | To resulta fácil comunicar a sus supervisores propuestas de cambio en los procedimientos diarios | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Se realizan reuniones entre el personal y los jefes inmediatos | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Se evalúan las ideas que proporciona el personal para la mejora de los procesos | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | Comunicación horizontal | Existe la comunicación entre los colaboradores para resolver problemas que se presentan en la organización | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | Acepta con facilidad nuevas ideas y métodos de sus compañeros para realizar sus funciones | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | Comunicación transversal | Existe la iniciativa de parte de sus supervisores en promover el trabajo en equipo en el área donde realizan las funciones | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | Se realizan reuniones con los talleres para conocer sus ideas y/o sugerencias | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | Es frecuente la comunicación con las otras áreas para agilitar los requerimientos | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| COMUNICACIÓN INFORMAL | Comunicación personal | Se realizan reuniones de confraternidad con las otras áreas de la empresa | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | Se informa de manera extraoficial las actividades de integración que genera la empresa | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| Firma del experto: | | | Fecha: <u>07/10/19</u> | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN BORJA, 2019 | | | | | | | |
|--|--------------------------|------------------------|---|---|-------------------------------------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Alegre Izaguirre, Judith Milagros | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: <u>Dña. Luna Gamarras Nagaly Ericka</u> | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM/PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL | NECESIDADES (REALIDAD) | Empresa entorno | Existe capacidad de organización para competir con las demás empresas del mismo rubro y obtener resultados favorables para la misma | 1 = Nunca 2 = Casi Nunca 3 = A veces 4 = Casi Siempre 5 = Siempre | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | La empresa cuenta con proveedores altamente seleccionado de acuerdo a la alianza de negociación y participación | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | Posibilidades reales | Existe actitud positiva de parte de los empleados para reducir los conflictos del área generados por los malos procedimientos | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Los supervisores realizan un feedback continuo con los integrantes de los talleres, para mejorar el servicio | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | OBJETIVOS (RESULTADOS) | Exigencias del mercado | La empresa muestra conciencia en el cuidado del medio ambiente | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Las garantías asignadas a los repuestos son mayores a cinco meses después de su fecha de compra, según la exigencia del mercado. | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Existe control del servicio y cumplimiento con los estándares de calidad | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Existe un plan de seguimiento para reducir el tiempo de llegada de las importaciones de los repuestos | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | POSIBILIDADES (RECURSOS) | Recursos - Costos | Existe control sobre el uso de los recursos que garantice su óptima distribución para la producción | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | Los supervisores incentivan a los talleres reduciendo el costo de venta de los repuestos canalizados de los productos innovados | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Firma del experto: | | | Fecha: <u>07/10/19</u> | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la Investigación: COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN BORJA, 2019 | | | | | | |
|--|---|------------------------|---|---------------------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Alegre Izaguirre, Judith Milagros | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: <u>Luis J. Arroyo Escobar Alfaro</u> | | | | | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ASPECTO POR EVALUAR | | | |
| | | | ITEM / PREGUNTA | ESCALA | | |
| EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL | NECESIDADES (REALIDAD) | Empresa entorno | Existe capacidad de organización para competir con las demás empresas del mismo rubro y obtener resultados favorables para la misma | ✓ | | |
| | | Posibilidades reales | La empresa cuenta con proveedores altamente seleccionado de acuerdo a la alianza de negociación y participación | ✓ | | |
| | Existe actitud positiva de parte de los empleados para reducir los conflictos del área generados por los malos procedimientos | | ✓ | | | |
| | OBJETIVOS (RESULTADOS) | Exigencias del mercado | Los supervisores realizan un feedback continuo con los integrantes de los talleres, para mejorar el servicio | ✓ | | |
| | | | La empresa muestra conciencia en el cuidado del medio ambiente | ✓ | | |
| | POSIBILIDADES (RECURSOS) | Recursos - Costos | Las garantías asignadas a los repuestos son mayores a cinco meses después de su fecha de compra, según la exigencia del mercado. | ✓ | | |
| | | | Existe control del servicio y cumplimiento con los estándares de calidad | ✓ | | |
| | Firma del experto: | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | |
| |  | | | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| | Fecha: <u>21/10/19</u> | | | ✓ | ✓ | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

| MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS | | | | | | | | |
|--|---------------------|--------------------------|--|--|--|---------------------|-----------------------------|--|
| Título de la investigación: COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN BORJA, 2019 | | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del Investigador: <u>Alvira Izaguirre, Judith Milagros</u> | | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: <u>DILY TARY ZAVALA ALFARO</u> | | | | | | | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ASPECTO POR EVALUAR | ITEM IPREGUNTA | ESCALA | OPINIÓN DEL EXPERTO | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS | |
| | | | | | | SI CUMPLE | NO CUMPLE | |
| COMUNICACIÓN INTERNA | COMUNICACIÓN FORMAL | Comunicación descendente | La gerencia da a conocer los objetivos de la organización hacia sus colaboradores | Existe un sistema de comunicación de los directivos hacia sus colaboradores | 5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca | ✓ | | |
| | | | Se realiza fácil comunicar a sus supervisores propuestas de cambio en los procedimientos diarios | Se realizan reuniones entre el personal y los jefes inmediatos | | ✓ | | |
| | | Comunicación ascendente | Se evalúan las ideas que proporciona el personal para la mejora de los procesos | Existe la comunicación entre los colaboradores para resolver problemas que se presentan en la organización | | ✓ | | |
| | | | Acepta con facilidad nuevas ideas y métodos de los compañeros para realizar sus funciones | Existe la iniciativa de parte de sus supervisores en promover el trabajo en equipo en el área donde realizan las funciones | | ✓ | | |
| | | Comunicación transversal | Se realizan reuniones con los talleres para conocer sus ideas y/o sugerencias | Es frecuente la comunicación con las otras áreas para agilizar los requerimientos | Se realizan reuniones de coordinación con las otras áreas de la empresa | | ✓ | |
| | | COMUNICACIÓN INFORMAL | Comunicación personal | Se informa de manera extraradical las actividades de integración que ofrece la empresa | Recibes información no oficial a tiempo sobre las capacitaciones que ofrece la empresa | | ✓ | |
| | | | La información que se obtiene por los rumores son efectivas | | | ✓ | | |
| | Firma del experto: | | | Fecha <u>16/10/19</u> | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPÚBLICA DEL CAJÓN, SAN BORJA, 2019

Flora de la investigación: COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPÚBLICA DEL CAJÓN, SAN BORJA, 2019
 Apellidos y nombres del investigador: Alfaro Sanguino, Judith Miguels
 Apellidos y nombres del experto: Alfaro Sanguino, Judith Miguels Arroyave

| VARIABLE | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OPINIÓN DEL EXPERTO |
|----------------------|---------------------|--------------------------|--|--|-----------|-----------|---------------------|
| COMUNICACIÓN INTERNA | COMUNICACIÓN FORMAL | Comunicación descendente | La gerencia da a conocer las órdenes de la organización hacia sus colaboradores. Existe un sistema de comunicación de los directivos hacia los colaboradores. Se realiza fácil comunicar a los supervisores proqueles de cambios en los procedimientos, flujos. Se realizan reuniones entre el personal y las jefes inmediatas. | 1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A veces 4. Casi Siempre 5. Siempre | ✓ | | |
| | | Comunicación ascendente | Se evalúan las ideas que proporcione el personal para la mejora de los procesos. Existe la comunicación entre los colaboradores para resolver problemas que se presenten en la organización. | | ✓ | | |
| | | Comunicación horizontal | Acepta con facilidad tareas nuevas y métodos de los compañeros para realizar las funciones. Existe la iniciativa de parte de sus supervisores en promover el trabajo en equipo en el área donde realizan las funciones. | | ✓ | | |
| | | Comunicación transversal | Se realizan reuniones con los talleres para conocer sus ideas y/o sugerencias. Es frecuente la comunicación con las otras áreas para agilizar los requerimientos. Se realizan reuniones de colaboración con las otras áreas de la empresa. | | ✓ | | |
| | | | Se informa de manera estructural las actividades de integración que ofrece la empresa. Reciben información no oficial a tiempo sobre las capacitaciones que ofrece la empresa. | | ✓ | | |
| | | Comunicación personal | La información que se obtiene por los rumores son efectivos. | | ✓ | | |
| | | | Fecha <u>14 / 10 / 2019</u> | | | | |
| na del experto: | | | <u>Arroyave</u> | | | | |

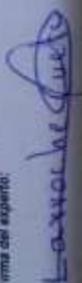
Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN CARLOS, 2019**

Apellidos y nombres del investigador: **Angie Saguiris, Janet Milagro**

Apellidos y nombres del experto: **Valeria B. Bata Calderon**

| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ASPECTO POR EVALUAR | ITEM PREGUNTA | ESCALA | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | | | | | | | | |
|----------------------------|------------------------|------------------------|---|--|---|--|--|--|--|---|---|--|---|---|---|---|
| | | | | | SI CUMPLE | NO CUMPLE | SI CUMPLE | NO CUMPLE | | | | | | | | |
| EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL | NECESIDADES (REALIDAD) | Empresa exitosa | Existe capacidad de organización para competir con las demás empresas del mismo rubro y obtener resultados favorables para la misma | La empresa cuenta con proveedores altamente seleccionados de acuerdo a la alianza de negociaciones y participación | Existe actitud positiva de parte de los empleados para reducir los conflictos del área generados por los malos procedimientos | Los supervisores realizan un feedback continuo con los integrantes de los talleres, para mejorar el servicio | La empresa muestra conciencia en el cuidado del medio ambiente | Las garantías asignadas a los repuestos son mayores a cinco meses después de su fecha de compra, según la exigencia del mercado. | Existe control del servicio y cumplimiento con los estándares de calidad | Existe un plan de seguimiento para reducir el tiempo de llegada de las importaciones de los repuestos | Existe control sobre el uso de los recursos que garantiza su óptima distribución para la producción | Los supervisores incentivan a los talleres reduciendo el costo de venta de los repuestos canalizados de los productos innovados. | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | | Pasadas las reales | Exigencia del mercado | Objetivos (RESULTADOS) | Recursos - Costos | a = Nunca b = Casi Nunca c = A veces d = Casi Siempre e = Siempre | <input type="checkbox"/> SI CUMPLE <input type="checkbox"/> NO CUMPLE | <input type="checkbox"/> SI CUMPLE <input type="checkbox"/> NO CUMPLE | | | | | | | | |
| | Objetivos (RESULTADOS) | Recursos - Costos | <input type="checkbox"/> SI CUMPLE <input type="checkbox"/> NO CUMPLE | <input type="checkbox"/> SI CUMPLE <input type="checkbox"/> NO CUMPLE | | | | | | | | | | | | |
| | Pasadas las reales | Objetivos (RESULTADOS) | <input type="checkbox"/> SI CUMPLE <input type="checkbox"/> NO CUMPLE | <input type="checkbox"/> SI CUMPLE <input type="checkbox"/> NO CUMPLE | | | | | | | | | | | | |
| Firma del experto: | | | |  | | Fecha: <u>17/10/2019</u> | | | | | | | | | | |

Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo el presidente, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN BORJA, 2019

OBJETIVO: Determinar la relación entre la comunicación interna y la efectividad organizacional en una empresa de repuestos San Borja, 2019

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

| | | | | |
|--------------|-------------------|----------------|---------------------|----------------|
| NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| ÍTEM | PREGUNTA | VALORACIÓN | | | | |
|------|--|------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | La gerencia da a conocer los objetivos de la organización hacia sus colaboradores | | | | | |
| 2 | Existe un sistema de comunicación de los directivos hacia sus colaboradores | | | | | |
| 3 | Te resulta fácil comunicar a tus supervisores propuestas de cambio en los procedimientos diarios | | | | | |
| 4 | Se realizan reuniones entre el personal y los jefes inmediatos | | | | | |
| 5 | Se evalúan las ideas que proporciona el personal para la mejora de los procesos | | | | | |
| 6 | Existe la comunicación entre los colaboradores para resolver problemas que se presenten en la organización | | | | | |
| 7 | Acepta con facilidad nuevas ideas y métodos de tus compañeros para realizar tus funciones | | | | | |
| 8 | Existe la iniciativa de parte de sus supervisores en promover el trabajo en equipo en el área donde realizan las funciones | | | | | |
| 9 | Se realizan reuniones con los talleres para conocer sus ideas y/o sugerencias | | | | | |
| 10 | Es frecuente la comunicación con las otras áreas para agilizar los requerimientos | | | | | |
| 11 | Se realizan reuniones de confraternidad con las otras áreas de la empresa | | | | | |
| 12 | Se informa de manera extraoficial las actividades de integración que ofrece la empresa | | | | | |
| 13 | Recibes información no oficial a tiempo sobre las capacitaciones que ofrece la empresa | | | | | |
| 14 | La información que se obtiene por los rumores son efectivas | | | | | |

**COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE
REPUESTOS, SAN BORJA, 2019**

OBJETIVO: Determinar la relación entre la comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

| | | | | |
|--------------|-------------------|----------------|---------------------|----------------|
| NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| ÍTEM | PREGUNTA | VALORACIÓN | | | | |
|------|---|------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | Existe capacidad de organización para competir con las demás empresas del mismo rubro y obtener resultados favorables para la misma | | | | | |
| 16 | La empresa cuenta con proveedores altamente seleccionado de acuerdo a la alianza de negociación y participación | | | | | |
| 17 | Existe actitud positiva de parte de los empleados para reducir los conflictos del área generados por los malos procedimientos. | | | | | |
| 18 | Los supervisores realizan un feedback continuo con los integrantes de los talleres, para mejorar el servicio | | | | | |
| 19 | La empresa muestra conciencia en el cuidado del medio ambiente | | | | | |
| 20 | Las garantías asignadas a los repuestos son mayores a cinco meses después de su fecha de compra, según la exigencia del mercado. | | | | | |
| 21 | Existe control del servicio y cumplimiento con los estándares de calidad | | | | | |
| 22 | Existe un plan de seguimiento para reducir el tiempo de llegada de las importaciones de los repuestos | | | | | |
| 23 | Existe control sobre el uso de los recursos que garantice su optima distribución para la producción | | | | | |
| 24 | Los supervisores incentivan a los talleres reduciendo el costo de venta de los repuestos canibalizados de los productos innovados | | | | | |

Gracias por su colaboración

VARIABLE COMUNICACIÓN INTERNA

| COMUFORM AL | COMUNIINF ORM | COMUNICAI NTERNA | EFECTIORG A | V1.1 | V1.2 | V1.3 | V2.1 | |
|----------------|------------------|---------------------|----------------|------|------|------|------|--|
| 17 | 3 | 20 | 17 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 15 | 4 | 19 | 16 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 16 | 4 | 20 | 18 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 15 | 4 | 19 | 17 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 16 | 3 | 19 | 19 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 16 | 4 | 20 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 17 | 3 | 20 | 20 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 15 | 4 | 19 | 18 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 14 | 4 | 18 | 17 | 1 | 2 | 1 | 1 | |
| 19 | 5 | 24 | 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 15 | 4 | 19 | 17 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 21 | 4 | 25 | 25 | 4 | 2 | 3 | 5 | |
| 16 | 4 | 20 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 16 | 4 | 20 | 18 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 11 | 3 | 14 | 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| 16 | 3 | 19 | 17 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 20 | 6 | 26 | 24 | 3 | 4 | 3 | 4 | |
| 20 | 5 | 25 | 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 16 | 3 | 19 | 20 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 19 | 6 | 25 | 23 | 3 | 4 | 3 | 4 | |
| 17 | 3 | 20 | 18 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 15 | 4 | 19 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | |

EXCEL VARIABLE COMUNICACIÓN INTERNA

| VARIABLE 1: COMUNICACIÓN INTERNA | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|-------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----------|---------------------------|-----|-----|-----------|-------|
| N | D1: Comunicación formal | | | | | | | | | | | Sub Total | D2: comunicación informal | | | Sub Total | Total |
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | | p12 | p13 | p14 | | |
| 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 17 | 1 | 1 | 1 | 3 | 20 |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 15 | 2 | 1 | 1 | 4 | 19 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 16 | 2 | 1 | 1 | 4 | 20 |
| 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 15 | 1 | 1 | 2 | 4 | 19 |
| 5 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 16 | 1 | 1 | 1 | 3 | 19 |
| 6 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 16 | 2 | 1 | 1 | 4 | 20 |
| 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 17 | 1 | 1 | 1 | 3 | 20 |
| 8 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 15 | 1 | 2 | 1 | 4 | 19 |
| 9 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 14 | 2 | 1 | 1 | 4 | 18 |
| 10 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 19 | 2 | 2 | 1 | 5 | 24 |
| 11 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | 2 | 1 | 1 | 4 | 19 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 21 | 1 | 2 | 1 | 4 | 25 |
| 13 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 16 | 1 | 2 | 1 | 4 | 20 |
| 14 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 16 | 2 | 1 | 1 | 4 | 20 |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 | 1 | 1 | 1 | 3 | 14 |
| 16 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 16 | 1 | 1 | 1 | 3 | 19 |
| 17 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 20 | 2 | 2 | 2 | 6 | 26 |
| 18 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 20 | 2 | 1 | 2 | 5 | 25 |
| 19 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 16 | 1 | 1 | 1 | 3 | 19 |
| 20 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 19 | 2 | 2 | 2 | 6 | 25 |

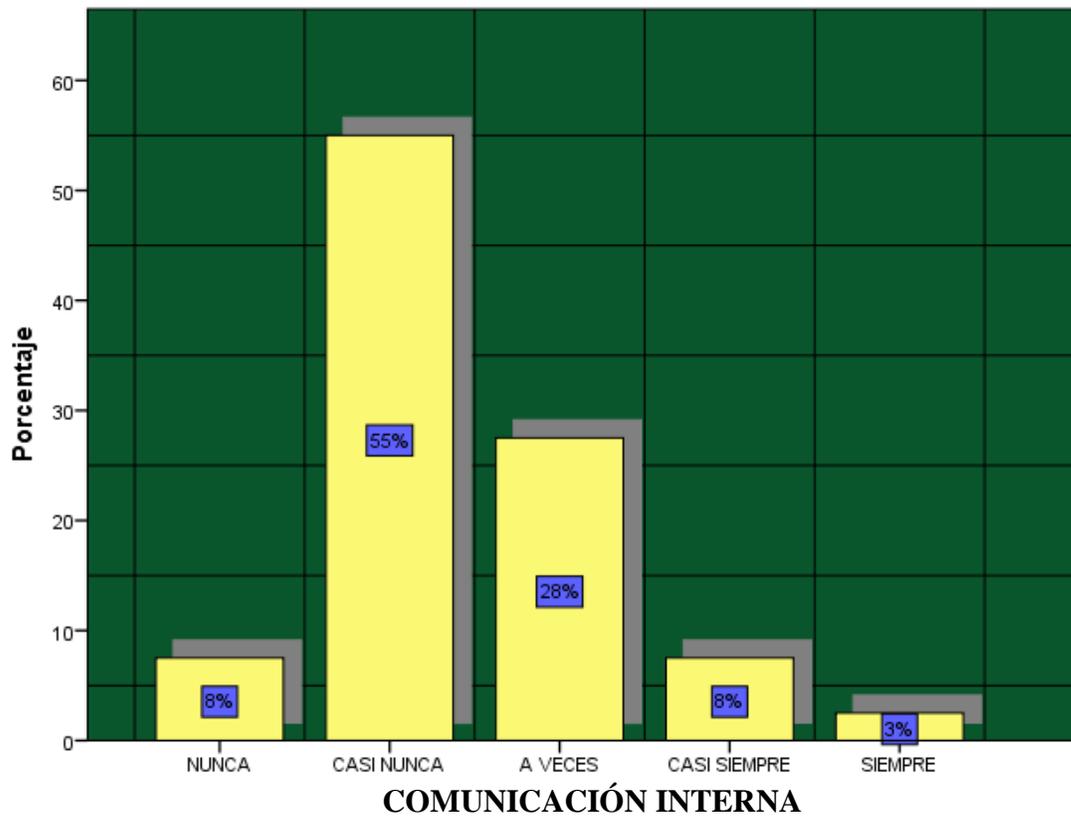
VARIABLE EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL

| COMUFORM AL | COMUNIINF ORM | COMUNICAI NTERNA | EFECTIORG A | V1.1 | V1.2 | V1.3 | V2.1 | |
|----------------|------------------|---------------------|----------------|------|------|------|------|--|
| 17 | 3 | 20 | 17 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 15 | 4 | 19 | 16 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 16 | 4 | 20 | 18 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 15 | 4 | 19 | 17 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 16 | 3 | 19 | 19 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 16 | 4 | 20 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 17 | 3 | 20 | 20 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 15 | 4 | 19 | 18 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 14 | 4 | 18 | 17 | 1 | 2 | 1 | 1 | |
| 19 | 5 | 24 | 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 15 | 4 | 19 | 17 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 21 | 4 | 25 | 25 | 4 | 2 | 3 | 5 | |
| 16 | 4 | 20 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 16 | 4 | 20 | 18 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 11 | 3 | 14 | 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| 16 | 3 | 19 | 17 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 20 | 6 | 26 | 24 | 3 | 4 | 3 | 4 | |
| 20 | 5 | 25 | 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 16 | 3 | 19 | 20 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 19 | 6 | 25 | 23 | 3 | 4 | 3 | 4 | |
| 17 | 3 | 20 | 18 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 15 | 4 | 19 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | |

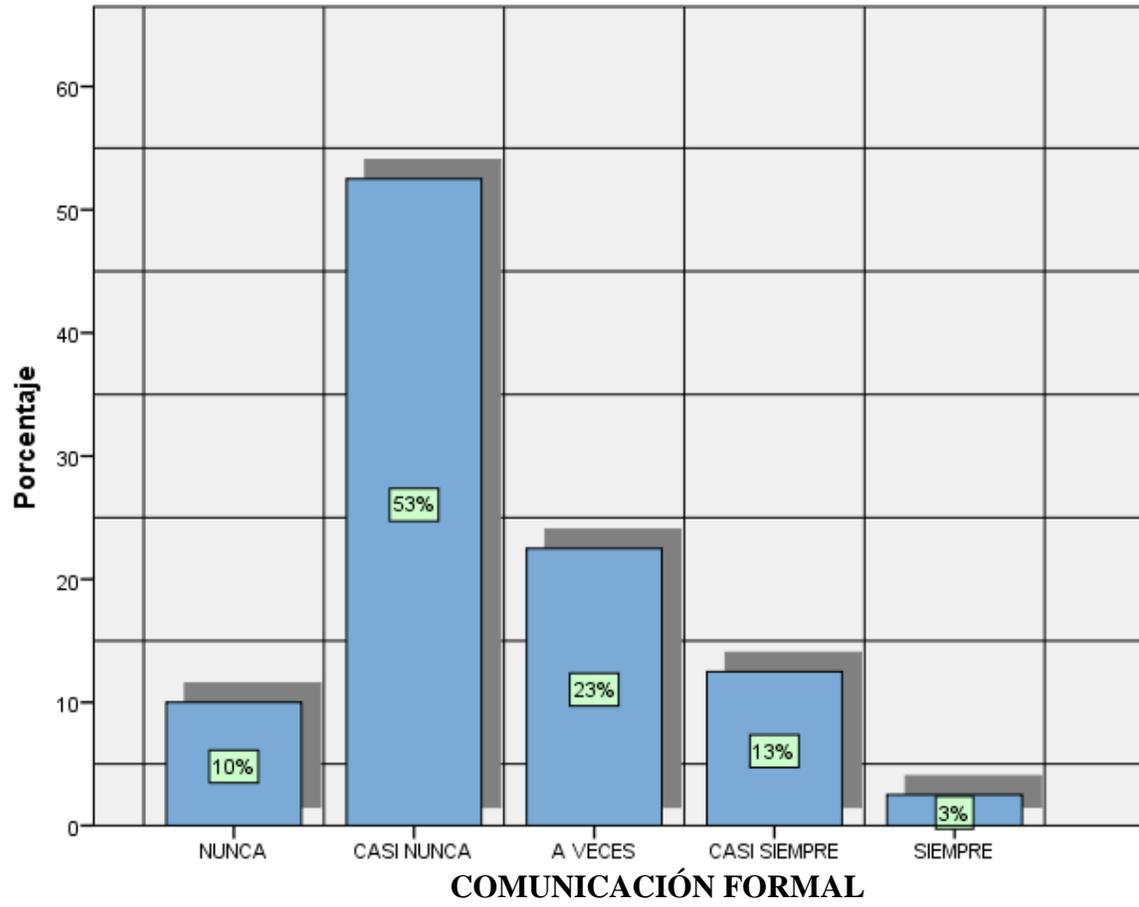
EXCEL EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL

| 1 VARIABLE 2: EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----|--------------------------|-----|-----|-----|-----------|----------------------------|-----|-----|-----|-----------|------------------------------|-----|-----------|-------|
| 2 | N | D1: Necesidades-Realidad | | | | | D2: Objetivos - Resultado: | | | | | D3: Posibilidades - Recursos | | | Total |
| 4 | | P15 | P16 | P17 | P18 | Sub Total | p19 | p20 | p21 | p22 | Sub Total | p23 | p24 | Sub Total | |
| 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | 2 | 2 | 1 | 2 | 7 | 2 | 1 | 3 | 17 |
| 6 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | 2 | 1 | 1 | 2 | 6 | 1 | 2 | 3 | 16 |
| 7 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | 1 | 2 | 3 | 18 |
| 8 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 6 | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | 2 | 2 | 4 | 17 |
| 9 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 1 | 3 | 19 |
| 10 | 6 | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 2 | 4 | 19 |
| 11 | 7 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 | 1 | 2 | 3 | 20 |
| 12 | 8 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 2 | 4 | 18 |
| 13 | 9 | 2 | 2 | 1 | 2 | 7 | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | 2 | 1 | 3 | 17 |
| 14 | 10 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 2 | 3 | 5 | 22 |
| 15 | 11 | 1 | 2 | 2 | 2 | 7 | 2 | 2 | 1 | 2 | 7 | 2 | 1 | 3 | 17 |
| 16 | 12 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 | 2 | 3 | 2 | 3 | 10 | 2 | 3 | 5 | 25 |
| 17 | 13 | 2 | 3 | 2 | 1 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 1 | 3 | 19 |
| 18 | 14 | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | 1 | 2 | 2 | 2 | 7 | 2 | 2 | 4 | 18 |
| 19 | 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 1 | 2 | 2 | 2 | 7 | 2 | 1 | 3 | 18 |
| 20 | 16 | 1 | 1 | 2 | 2 | 6 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 1 | 3 | 17 |
| 21 | 17 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 3 | 2 | 5 | 24 |
| 22 | 18 | 2 | 3 | 2 | 3 | 10 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 1 | 2 | 3 | 22 |
| 23 | 19 | 1 | 2 | 2 | 2 | 7 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 2 | 2 | 4 | 20 |
| 24 | 20 | 2 | 3 | 2 | 3 | 10 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 2 | 2 | 4 | 23 |

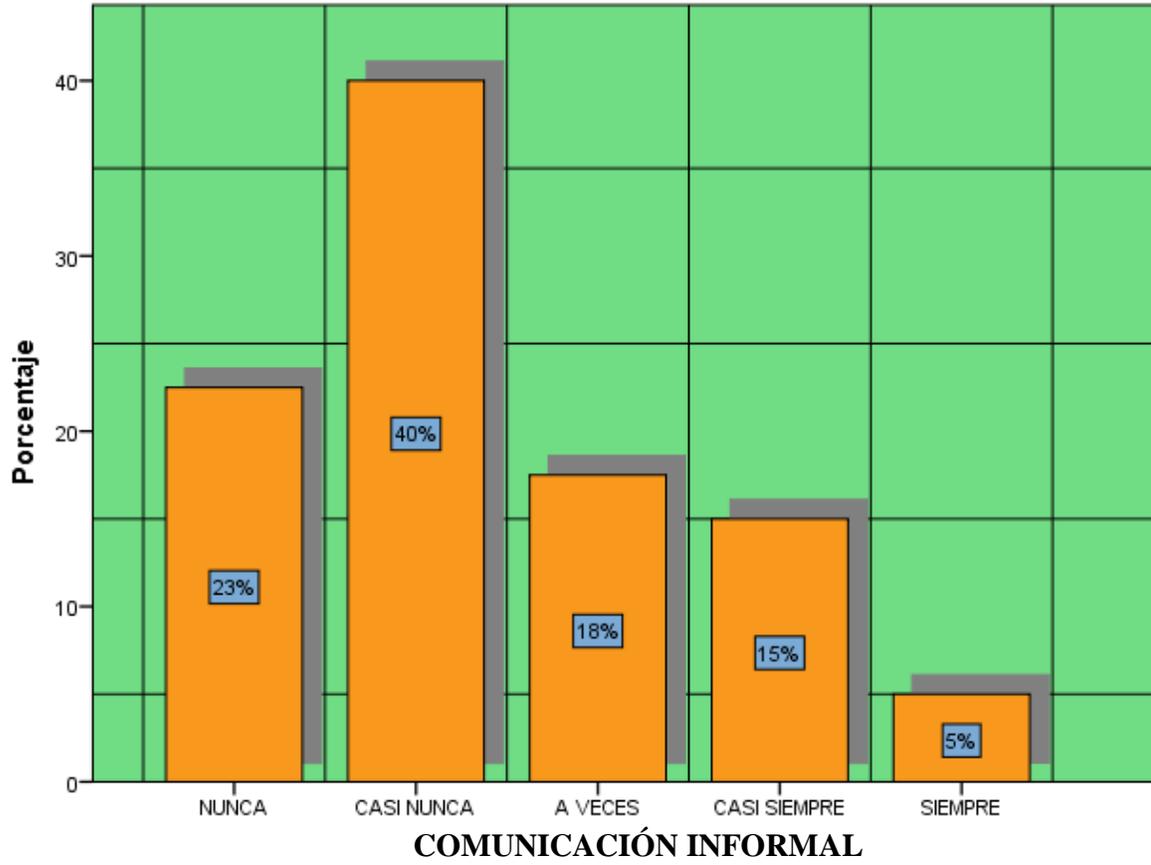
COMUNICACIÓN INTERNA



COMUNICACIÓN FORMAL



COMUNICACIÓN INFORMAL



MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos, San Borja, 2019

| PROBLEMA | OBJETIVO | HIPÓTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS | ESCALA DE VALORES |
|---|--|---|-----------------------------|------------------------------|--------------------------|----------|-------------------|
| GENERAL ¿Cuál es la relación entre la comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019? | GENERAL Determinar la relación entre la comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019. | GENERAL Existe relación significativa entre la comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019? | | | Comunicación descendente | | |
| ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación entre la comunicación formal y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019? | ESPECÍFICOS Determinar la relación entre la comunicación formal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019. | ESPECÍFICOS Existe relación significativa entre la comunicación formal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019? | Comunicación Interna | | Comunicación ascendente | 1,2 | Likert Ordinal |
| ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación entre la comunicación informal y efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019? | ESPECÍFICOS Determinar la relación entre la comunicación informal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019. | ESPECÍFICOS Existe relación significativa entre la comunicación informal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019? | | | Comunicación horizontal | 3,4,5 | |
| | | | | | Comunicación transversal | 6,7,8 | |
| | | | | | Comunicación personal | 9,10,11 | |
| | | | | Comunicación informal | | 12,13,14 | |

| HIPÓTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS | ESCALA DE VALORES |
|---|--|--|--|------------------------------|-----------------------|
| <p>GENERAL</p> <p>Existe relación significativa entre la comunicación interna y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>Existe relación significativa entre la comunicación formal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019?</p> <p>Existe relación significativa entre la comunicación informal y la efectividad organizacional de una empresa de repuestos San Borja, 2019?</p> | <p>Efectividad Organizacional</p> | <p>Necesidades (Realidad)</p> | <p>Empresa entorno</p> <p>Posibilidades reales</p> | <p>15,16</p> <p>17,18</p> | <p>Likert Ordinal</p> |
| | | <p>Objetivos (Resultados)</p> | <p>Exigencias del mercado</p> | <p>19, 20,</p> <p>21, 22</p> | |
| | | <p>Posibilidades (Recursos)</p> | <p>Recursos - Costos</p> | <p>23, 24</p> | |

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

| | | |
|--|--|---|
|  UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO | ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS | Código : FD6-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-05-2019 Página : 1 de 1 |
|--|--|---|

Yo, Dr. Carlos Alberto Delgado Céspedes, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Coordinador de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Filial - Lima Los Olivos, revisor de la tesis titulada:

“COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN BORJA, 2019”, de la estudiante JUDITH MILAGROS ALEGRE IZAGUIRRE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **28%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **EL INFORME DE INVESTIGACIÓN** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 01 de julio de 2020



Dr. Carlos Alberto Delgado Céspedes
Coordinador de la EP de Administración
DNI: 43694979

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

PANTALLAZO DEL SOFTWARE TURNITIN

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document area shows a document from Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración. The document title is 'Comunicación Interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos, San Borja, 2019'. A large blue signature is visible over the document text.

On the right side, a 'Resumen de coincidencias' (Similarity Summary) panel shows a 28% similarity score. Below the score, a list of sources is provided:

| Rank | Source | Percentage |
|------|-----------------------------|------------|
| 1 | regulatorio.upv.edu.pe | 11 % |
| 2 | Exposición a Universidad... | 10 % |
| 3 | Exposición a Universidad... | 1 % |
| 4 | Entregado a Universida... | 1 % |
| 5 | reportorio.upla.edu.pe | 1 % |

At the bottom of the interface, there is a status bar with the following information: 'Página: 1 de 85', 'Número de palabras: 7527', 'Text-only Report', 'High Resolution', and 'Apagado'.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

| | | |
|--|--|--------------------------|
|  UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO | AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV | Código : F05-PP-PR-02.02 |
| | | Versión : 10 |
| | | Fecha : 15-12-2019 |
| | | Página : 1 de 1 |

Yo Judith Milagros, Alegre Izaguirre identificado con DNI N° 43.23874,

Egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado

"Comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos, San Borja, 2019"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

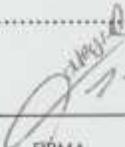
.....

.....

.....

.....

.....



FIRMA

DNI: 43023874

FECHA: 15 de diciembre del 2019

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

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Conste por el presente documento, el visto bueno que otorga el encargado del Área de Investigación de la Escuela Profesional de Administración – Filial Lima Norte, a la versión final del Trabajo de Investigación que presenta el estudiante:

Srta. JUDITH MILAGROS ALEGRE IZAGUIRRE

Trabajo de Investigación titulado:

COMUNICACIÓN INTERNA Y EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DE REPUESTOS, SAN BORJA, 2019

Para obtener el Título Profesional de:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 15 de diciembre de 2019

NOTA O MENCIÓN: 16 (Dieciseis)

Los Olivos, 01 de julio del 2020

Dr. CARLOS ALBERTO DELGADO CÉPEDES
Coordinador de la EP de Administración