



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES

TESIS

**“COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL TRABAJO
EN EQUIPO DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE
LA EMPRESA ATENTO PERÚ SEDE LA MOLINA, LIMA –
2021”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y NEGOCIOS
GLOBALES**

AUTORES:

Bach. SANDY YESSENIA MALPARTIDA ARROYO

Bach. GILDA GINA GOMEZ GOMEZ

LIMA – PERÚ

2021

ASESOR DE TESIS

Mg. MICHEL JAIME MENDEZ ESCOBAR.

JURADO EXAMINADOR

Dr. WILLIAM MIGUEL MOGROVEJO COLLANTES
Presidente

Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA
Secretario

Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE
Vocal

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis primero a Dios, por haber permitido llegar hasta aquí y por darme fuerza y salud para llevar a cabo mis metas y objetivos. Quiero darle las gracias por su amor infinito.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y haber sido mi apoyo durante todo este tiempo.

A mi tutor de tesis, por haberme guiado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera universitaria y haberme brindado, el apoyo para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores.

RESUMEN

La investigación titulada “Comunicación organizacional y trabajo en equipo del área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina - 2021”, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la comunicación organizacional y su relación con el equipo de trabajo. La población estuvo constituida por 40 trabajadores, de los cuales, al realizar la muestra, se tomó en su totalidad como muestra censal a los 40 trabajadores, a quienes se les aplicaron los instrumentos.

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, el tipo de investigación del presente estudio fue básica, de nivel descriptivo correlacional. El diseño de la investigación del presente estudio fue no experimental, correlacional de corte transversal, que recopiló los datos en un solo momento determinado el cual fue desarrollado al aplicar los cuestionarios: cuestionario sobre el comunicación organizacional con 12 ítems en la escala de Likert y el cuestionario sobre el trabajo en equipo, conformado por 23 ítems en la escala de Likert, mismos que consiguieron proporcionar información significativa y relevante sobre las variables de estudio, mediante la evaluación de cada una de sus dimensiones.

Asimismo, luego de haber procedido con el procesamiento de la información, y después de haber aplicado los instrumentos, se procedió al análisis estadístico de los datos, obteniendo el siguiente resultado y conclusión: que existe un nivel de correlación significativa fuerte ($r = 0.791^*$) siendo una correlación positiva entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede la Molina - 2021, con un nivel de significancia 0.01 y $p=0.000 < 0.05$.

Palabras clave: comunicación, trabajo en equipo, comunicación organizacional y fundamentos del trabajo en equipo

ABSTRACT

The research entitled " Organizational communication and teamwork in the customer service area of the company Atento Peru, La Molina headquarters- 2021", has the general objective of determining the relationship between leadership and its relationship with teamwork. The population consisted of 130 collaborators, of which, when making the sample, 80 workers will be taken as a whole as a census sample, and to which the study variables were applied.

The research approach was quantitative, the type of research of the present study was basic, descriptive and correlational. The research design of this study was non-experimental, correlational, cross-sectional, which collected data at a single point in time, which was developed by applying the questionnaires: questionnaire on leadership with 12 items on the Likert scale and the questionnaire on teamwork, consisting of 23 items on the Likert scale, which managed to provide significant and relevant information on the study variables, through the evaluation of each of its dimensions.

Also, after having proceeded with the processing of the information and after having applied the instrument, we proceeded to the statistical analysis of the data, obtaining the following result and conclusion: That there is a strong level of significant correlation ($r = 0.791^*$) being a positive correlation between leadership in the customer service area of the company Atento Peru, La Molina headquarters-2021, with a significance level of 0.01 and $p=0.000 < 0.05$.

Keywords: Communication, teamwork, organizational communication and fundamentals of teamwork.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. Planteamiento del problema	14
1.2. Formulación del problema	16
1.2.1. Problema General	16
1.2.2. Problemas Específicos	16
1.3. Justificación del Estudio	17
1.3.1. Justificación teórica	17
1.3.2. Justificación Metodológica	17
1.3.3. Justificación Práctica	17
1.3.4. Justificación Social	18
1.4. Objetivos de la investigación	18
1.4.1. Objetivo general	18
1.4.2. Objetivos específicos	18
II. MARCO TEÓRICO	19
2.1. Antecedentes de la Investigación	19
2.1.1. Antecedentes nacionales	19
2.1.2. Antecedentes Internacionales	23
2.2. Bases Teóricas de las Variables	27
2.2.1. Variable 01: Comunicación organizacional	27

2.2.2. Variable 02: Equipo de trabajo	36
2.3. Definición de términos básicos	43
III. METODOS Y MATERIALES	46
3.1. Hipótesis de la Investigación	46
3.1.1. Hipótesis General	46
3.1.2. Hipótesis Específicas	46
3.2. Variables de estudio	46
3.2.1. Definición conceptual	47
3.2.2. Definición de operacionalización	47
3.3. Tipo y nivel de la investigación	48
3.3.1. Tipo de investigación.....	48
3.3.2. Nivel de investigación.....	49
3.3.3. Método de Investigación	50
3.4. Diseño de la investigación	50
3.4.1. Diseño no experimental.....	50
3.4.2. Enfoque de la investigación	51
3.4.3. Corte transversal	51
3.5. Población y muestra de estudio.....	51
3.5.1. Población	51
3.5.2. Muestra Censal	51
3.5.3. Muestreo	52
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
3.6.1. Técnica de recolección de datos	52
3.6.2. Instrumento de recolección de datos.....	53
3.7. Métodos de análisis de datos	55
3.8. Aspectos éticos	55
IV. RESULTADOS	56
4.1. Análisis descriptivo	56
4.2. Prueba de Hipótesis.	63
V. DISCUSIÓN	68
VI. CONCLUSIONES	70
VII. RECOMENDACIONES.....	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73

ANEXOS	77
Anexo 1. Matriz de consistencia	78
Anexo 2. Matriz de operacionalización	80
Anexo 3. Instrumento.....	82
Anexo 4. Validación del instrumento.....	86
Anexo 5. Base de datos.....	92
Anexo 6. Propuesta de valor.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Valores de la prueba de correlación de Rho Spearman	49
Tabla 2.	Calificación y evaluación del cuestionario de comportamiento organizacional y trabajo en equipo	53
Tabla 3.	Validez del instrumento a través de expertos	54
Tabla 4.	Escala de interpretación de la confiabilidad	55
Tabla 5.	Variable Comunicación organizacional.....	56
Tabla 6.	Variable Trabajo en equipo	57
Tabla 7.	Dimensión Fase de iniciación	58
Tabla 8.	Dimensión Fase de clarificación	59
Tabla 9.	Dimensión Fase de lucha por el poder	60
Tabla 10.	Dimensión Fase de integración	61
Tabla 11.	Nivel de confiabilidad de la variable Comunicación organizacional.....	62
Tabla 12.	Nivel de confiabilidad de la variable Trabajo en equipo.....	62
Tabla 13.	Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo.	63
Tabla 14.	Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación	64
Tabla 15.	Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación	65
Tabla 16.	Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder	66
Tabla 17.	Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y la fase de integración.....	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Variable comunicación Organizacional	56
Figura 2. Variable trabajo en equipo	57
Figura 3. Dimensión fase de iniciación	58
Figura 4. Dimensión fase clasificación	59
Figura 5. Dimensión fase lucha por el poder	60
Figura 6. Dimensión fase de integración	61

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Comunicación organizacional y trabajo del área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina, Lima – 2021”; tuvo como objetivo principal determinar el grado de relación de la comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los colaboradores del área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina; la investigación está constituida por siete capítulos estructurados de la siguiente manera:

Primer capítulo, comprende la problemática de la investigación, el planteamiento del objetivo general y sus objetivos específicos, los mismos que permiten determinar la relación entre las variables de estudio; por último, este capítulo concluye con la justificación del problema de investigación.

Segundo capítulo, presenta el marco teórico, los antecedentes nacionales e internacionales, los mismos que respaldan a la investigación, así como las bases teóricas y la definición de términos básicos.

Tercer capítulo, se plantearon las hipótesis de la investigación y las variables del estudio; además, se presentó la metodología utilizada en la investigación, así como también las técnicas e instrumentos y el método de análisis de datos.

Cuarto capítulo, presenta los resultados obtenidos de la investigación, conformado por el análisis descriptivo e inferencial con la ayuda del software SPSS.

Quinto capítulo, constituye el análisis de los resultados encontrados en el desarrollo de la investigación.

Sexto capítulo, se presentan las conclusiones a las que se ha llegado en contraste con las hipótesis planteadas.

Séptimo capítulo, comprende las recomendaciones necesarias, las mismas que se dan después de haber realizado las investigaciones correspondientes.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Cuando hablamos de comunicación organizacional nos referimos a todos los mensajes, conversaciones e información que se generan dentro y fuera de una organización. Esta disciplina comienza a manifestarse en la década de los cincuenta, pero no es hasta los años setenta cuando adquiere un corpus independiente en el campo de las ciencias sociales, con la publicación del libro *Communication Within Organizations*, del especialista norteamericano Charles Redding, considerado el padre de la comunicación organizacional.

Su origen se vincula con la tendencia contemporánea a integrar áreas de comunicación que funcionaban de manera inconexa: en primer lugar, los grandes campos de acción de la comunicación interna y la externa; y, en segundo lugar, lenguajes y técnicas como publicidad, relaciones públicas, comunicación corporativa, entre otras. De campos aislados o acciones independientes, tales áreas pasan a convertirse en elementos integradores de un enfoque sinérgico de comunicación con un saldo positivo para la coherencia del discurso y el logro de mayor eficacia (Trelles, s.p).

A nivel mundial, podemos apreciar la evolución de la comunicación organizacional, en la que las empresas consideran que con ella se logra afrontar la globalización y así obtener, un mayor desarrollo organizacional. Con una buena comunicación la forma de pensar y de actuar a nivel interno y externo de la organización, genera un cambio en el comportamiento humano, actitudes positivas, decisiones acertadas, soluciones de problemas y trabajo colaborativo. Los principales encargados de la comunicación dentro de las organizaciones deben tener en cuenta una serie de elementos a la hora de iniciar un proceso de comunicación, que influyan en la percepción, la personalidad, las emociones de cada individuo, a su vez, que aporten aprendizaje, satisfacción laboral, etc. (Contreras, 2012). En Sudamérica la comunicación organizacional interna busca definir la realidad de las organizaciones, así como la identidad corporativa, por lo que esta se la define, como el repertorio de procesos, mensajes y medios

involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere solo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes. (Contreras, 2012).

Trelles (2001) sostiene que:

La comunicación organizacional, como disciplina del campo de las ciencias sociales, centra su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, a fin de mejorar la interacción entre sus miembros, y entre estos y el público externo; fortalecer la identidad y mejorar el desempeño de las entidades. (p.4).

Hoy en día el trabajo en equipo, es una competencia muy demandada por muchas empresas, debido al gran impacto que generan en los objetivos estratégicos empresariales como la mejora del rendimiento de los trabajadores y la mejora del clima laboral. En el Perú, caracterizado por tener un entorno en constante cambio y un enfoque de gestión centrado en el cliente, hace que esta competencia sea cada vez más demandada por las empresas. Si bien es cierto hay estudios sobre el tema, son pocos los que relacionan con el trabajo en equipo con la adaptación de los trabajadores dentro de un entorno laboral cambiante. Menos aún, las investigaciones que lo aplican a una empresa de servicios, particularmente en el rubro de consultoría.

En el ámbito nacional se han encontrado investigaciones que analizan el trabajo en equipo, haciendo hincapié en los factores e influencias en otras variables como en el desempeño. (Laredo, 2014).

A nivel local el trabajo en equipo, radica en ejecutar una labor determinada por medio de un grupo de personas, que conforman a su vez, un grupo de trabajo. En el trabajo en equipo es básico que haya cohesión y empatía entre los miembros, por lo que en más de una ocasión será inevitable entender a otro miembro, y asimismo, apoyar las diferentes ideas que emergen con el avance de la labor en cuestión para la mejoría y desarrollo de la compañía; de igual modo, estará constituido por individuos con capacidades y saberes específicos en distintas

materias, que se entrelazan para la obtención de las metas a lograr. Según Gonzales y Rodríguez (2015).

El trabajo en equipo se genera cuando nace una cultura de colaborar con todos, es por eso, en las organizaciones en las que impera el orden y el mando, no funciona el trabajo en equipo, debemos tener en claro que el trabajo en equipo hace que todos laboren con mucho más gusto. (p. 99).

Con relación al área de estudio, es necesario abordar y entender el estado actual de la comunicación organizacional del área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina, con el fin de proponer mejoras viables que garanticen el avance la organización; asimismo, el quebranto en el trabajo en equipo de los colaboradores del área de atención al cliente requieren de atención o propuestas de solución con el objetivo de generar ambientes de trabajo adecuados que viabilicen las condiciones de desarrollo de la empresa.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

PG. ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el equipo de trabajo en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1. ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?

PE 2. ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?

PE 3. ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?

PE 4. ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la fase de integración en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación teórica

El estudio sobre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021, ha buscado dar a conocer las hipótesis planteadas. Los resultados en esta investigación fueron de mucha utilidad para la adecuada comunicación organizacional de los trabajadores en sus puestos laborales; por lo cual, se planteó el motivo principal para el desarrollo de la investigación.

1.3.2. Justificación metodológica

En cada objetivo se emplearon métodos acordes a la investigación, como la herramienta técnica, la encuesta con su instrumento cuestionario, que ayudó a determinar el estudio realizado en la comunicación organizacional y su relación con el trabajo en equipo en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021; así como también la hipótesis y la estadística que contribuyeron en cuantificar y cualificar aquellos datos obtenidos para determinar y presentar los resultados.

1.3.3. Justificación práctica

La tesis que se ha desarrollado se debe a la necesidad de mejorar la comunicación organizacional de los colaboradores, con la finalidad de mejorar el trabajo en equipo en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina. La información que se proporciona en la investigación servirá para mejorar el problema que enfrenta la organización y la capacitación del factor humano, que representa un aspecto indispensable para el desarrollo y alcance de los objetivos económicos y mercantiles de la organización.

1.3.4. Justificación social

El presente estudio proporciona herramientas necesarias para una correcta toma de decisiones; que contribuyan a solucionar o mejorar situaciones negativas, que podrían afectar directa o indirectamente a toda la organización, el cual tiene un impacto social en el entorno relacionado al sector call center, la cual prueba la importancia de las variables estudiadas.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

OE. Establecer la relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.

1.4.2. Objetivos específicos

OE 1. Establecer la relación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.

OE 2. Establecer la relación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.

OE 3. Establecer la relación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.

OE 4. Establecer la relación entre la comunicación organizacional y la fase de integración en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

Reyes y Ayarsa (2018), en su tesis titulada “La comunicación organizacional y su influencia en el clima organizacional de los operarios de industrias San Miguel en el 2017”, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Pregrado, Lima. Cuyo objetivo fue determinar la influencia significativa de la comunicación organizacional en el clima organizacional de los operarios de Industrias San Miguel en el 2017. La investigación fue desarrollada bajo el enfoque cuantitativo, explicativo, aplicada, diseño no experimental de corte transversal. Cuya muestra fue obtenida por muestreo intencional siendo su muestra 154 operarios. Para recabar datos emplearon como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los autores llegan a las siguientes conclusiones: a) el coeficiente de relación r de Pearson es 0,648**, es decir existe una relación de influencia moderada entre la comunicación y el clima organizacionales en Industrias San Miguel 2017. Es decir, si la comunicación organizacional cambia afectará directamente el clima organizacional de un equipo, de acuerdo con el r de Pearson encontrado y los estudios previos mencionados en los antecedentes que afirman lo mismo. b) La primera hipótesis específica es confirmada la r de Pearson es 0,58 lo que quiere decir que, existe una relación directa y de influencia positiva entre la comunicación interna y el clima organizacional dentro de los equipos de operarios de Industrias San Miguel. c) La segunda hipótesis específica es confirmada, aunque con una moderación baja la r de Pearson es 0,498 lo que quiere decir que la red de comunicación formal tiene una influencia de baja a moderada en el clima organizacional de los operarios. Los resultados obtenidos del 53% de aceptación, reflejan que la red de comunicación formal no impacta positivamente en el clima organizacional de los operarios, debido a que no les brinda un adecuado nivel de información o es su preferencia. Para la muestra, los métodos que se aplican por la empresa como correos y presentaciones formales no son efectivos. d) La tercera hipótesis específica es confirmada la r de Pearson es 0,58 lo que quiere decir que, la red de comunicación informal tiene un impacto directo y positivo. Se identificó

que los colaboradores prefieren este canal de comunicación, evidenciado en el 76% de aceptación en los resultados de la encuesta. Esto ocurre, porque el 75% de los encuestados menciona que les brinda información suficiente y satisface su necesidad de información. Es efectivo para ellos (p.48). Los investigadores tuvieron el propósito medir la relación causal entre comunicación y clima organizacionales. Para lo cual plantearon una investigación explicativa de diseño no experimental y de corte transversal, cuya muestra estuvo compuesta por 154 operarios del rubro consumo masivo de la embotelladora Industrias San Miguel. Para recabar información usaron la técnica de la encuesta y un cuestionario elaborado en escala de Likert compuesta por 19 preguntas. El resultado de la investigación evidenció 0.648 de coeficiente de Pearson lo que indica influencia entre las variables de estudio.

Palma (2014) en su tesis titulada: "La comunicación organizacional y trabajo en equipo en docentes de las instituciones educativas estatales del distrito de Barranca - 2014", en la Universidad César Vallejo. Posgrado, Lima. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación organizacional y trabajo en equipo en docentes de las instituciones educativas estatales del nivel inicial del distrito de Barranca – 2014. La investigación fue de tipo básica, descriptivo correlacional, por otro lado, el diseño fue de tipo no experimental, de corte transversal y correlacional ya que no se manipuló ni sometió a pruebas las variables de estudio. La muestra fue probabilística aleatoria simple, conformada por una población de 95 docentes de las instituciones educativas estatales del nivel inicial del distrito de Barranca – 2014. Por otro lado, de acuerdo con los resultados obtenidos se evidencia que existe relación buena positiva entre las variables: comunicación organizacional y trabajo en equipo en docentes de las instituciones educativas estatales del nivel inicial del distrito de Barranca –2014. (sig. bilateral = $0.000 < 0.01$; $Rho = 0.767^{**}$).

Castillo (2020) en la tesis titulada: "La comunicación organizacional y trabajo en equipo en los trabajadores del Ministerio Público, Lima 2019", en la Universidad César Vallejo. Posgrado, Lima. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los funcionarios de la gerencia de observatorio de criminalidad del Ministerio Pública. El estudio aplicó

una metodología basada en tipo no experimental, de tipo descriptiva y un enfoque cuantitativo, donde la población estuvo conformada por 50 funcionarios, que fueron también la muestra que se les aplicaron dos cuestionarios uno para medir la comunicación organizacional y la otra de trabajo en equipo, luego se procesaron la información estadísticamente con el programa SPSS versión 25, entre los resultados obtenidos fueron que según los resultados obtenidos en la tabla 9, se puede inferir que no existe una relación significativa entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo de los funcionarios de la gerencia de observatorio de criminalidad del Ministerio Público (sig. bilateral = 0,891 > 0,01; Rho = 0,020**). Esto demuestra que existen otros factores que han provocado que dicha relación se haya obtenido un valor bajo.

Ramos (2017), en su tesis titulada “La comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte, Lima. 2016”, en la universidad César Vallejo. Pregrado, Lima. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte de Lima, durante el año 2016 (p.38). Desarrolló una investigación básica descriptiva, nivel correlacional, diseño no experimental, bajo el método hipotético deductivo. Trabajó con una muestra de 90 trabajadores, para recolectar datos usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados mostraron: a) Que existe relación directa y alta entre comunicación organizacional y gestión administrativa percibida por los trabajadores. Se determinó además que el 56.1 % de los trabajadores consideraban que la comunicación organizacional era aceptable y que el 56.8% percibió a la gestión administrativa buena. b) La comunicación ascendente se relaciona con la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte de Lima. Siendo esta relación directa y alta ($r= 0.785^{**}$), es decir que a medida que se mejore la comunicación ascendente, también se mejorará la percepción de la gestión administrativa en el Poder Judicial del Cono Norte de Lima. c) La comunicación descendente se relaciona con la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte de Lima. Siendo esta relación directa y alta ($r= 0.775^{**}$), es decir que a medida que se mejore la comunicación descendente, también se mejorará la percepción de la gestión administrativa en el Poder Judicial del Cono

Norte de Lima. d) La comunicación horizontal se relaciona con la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte de Lima. Siendo esta relación directa y alta ($r= 0.793^{**}$), es decir que a medida que se mejore la comunicación ascendente, también se mejorará la percepción de la gestión administrativa en el Poder Judicial del Cono Norte de Lima. Tuvo como finalidad establecer la relación entre las variables de estudio comunicación organizacional y gestión administrativa para ello se basó en un estudio de enfoque cuantitativo, tipo básica descriptiva correlacional no experimental y para la recoger datos usó dos cuestionarios en escala de Likert, ambos adoptados, dirigidos a los 90 trabajadores del Poder Judicial del cono norte de Lima. El primero de 25 preguntas para medir el nivel de comunicación y el segundo de 22 preguntas, para medir la percepción de la gestión administrativa. Reportando que el 56.1% de la comunicación organizacional era aceptable, el 40.32% bueno y el 10.3 % inadecuado. Con respecto a la percepción determinaron que el 56.8% era bueno, 35.8% regular y el 7.4% malo. Concluyendo que sí existe relación entre las variables de estudio desde la percepción de los trabajadores del Poder Judicial.

Sotero (2016), en su tesis titulada “Gestión de la comunicación organizacional y percepción de la calidad de servicio del colegio de abogados de la libertad en el año 2016”, de la Universidad Privada Antenor Orrego, pregrado, Trujillo. Tuvo como objetivo determinar en qué medida la gestión de la comunicación organizacional influye en la percepción de la calidad del servicio del Colegio de Abogados de La Libertad, en el año 2016. La investigación fue de diseño explicativa correlacional causal, para recabar datos aplicaron dos encuestas, para el análisis de la variable gestión de la comunicación dirigida a los trabajadores del Colegio de Abogados fue en físico y para el análisis de la percepción de la calidad dirigida a los agremiados fue digital. Su población de estudio estuvo compuesta por el total de los colaboradores del Colegio, es decir, 16 y 365 agremiados resultado del muestreo probabilístico. Reportaron que el 81% considera que sí favorece la gestión de comunicación a la imagen del Colegio, significando que apoyan su desempeño en la organización, y que han visto aspectos positivos y resaltantes que los hace tener una mejor perspectiva de su centro laboral, el 19% restante, aún está incrédulo, pero no se anima a afirmar ni desmentir la afirmación (p.49). El autor concluye: la gestión de la comunicación organizacional si influye en la percepción

de la calidad del servicio del Colegio de Abogados de La Libertad, durante el año 2016, considerando que las dos variables han sido percibidas por sus públicos como de buen desempeño, finiquitando que existe una relación entre ambos, entendiéndose que la variable dependiente de gestión de la comunicación organizacional tuvo un desenvolvimiento positivo, reflejando esto en la variable independiente de la calidad de servicio, que tiene un percepción de desempeño conforme a las expectativas de atención que se tiene del Colegio de Abogados de La Libertad. El propósito del investigador fue determinar la influencia de la gestión de la comunicación organizacional en la percepción de la calidad del servicio. Para lo cual preparó dos encuestas en escala de Likert una física y la otra digital. La primera fue aplicada a los trabajadores del Colegio y la segunda a los agremiados. Como resultado de ello reportaron que: existe influencia y relación entre las variables de estudio, asimismo la comunicación organizacional es adecuada y positiva.

2.1.2. Antecedentes internacionales

García (2017), en su tesis titulada “Análisis de comunicación organizacional para dar a conocer los servicios que brinda el Hospital Sagrado Corazón de Jesús, Cantón Quevedo 2017”, de la Universidad de Guayaquil. Pregrado, Guayaquil. Ecuador. La cual tuvo como objetivo analizar la comunicación organizacional que utiliza el Hospital “Sagrado Corazón de Jesús” para dar a conocer los servicios que brinda en el cantón Quevedo. La investigación fue de tipo exploratoria descriptiva, cuya muestra fueron 140 usuarios, para la recolección de datos se usó la encuesta y la entrevista y como instrumento cuestionarios con preguntas cerradas dirigidas a los usuarios de salud. Reportando El 47% de los usuarios del Hospital Sagrado Corazón de Jesús visita la institución 1 vez por mes, el 34% manifiesta que lo hace cada 6 meses y el 19% restante lo hace cada año, de esta manera se puede concluir que los usuarios llegan hasta el hospital de manera concurrida (p.41). Asimismo, el 91% de los usuarios manifiesta que no recibe ningún tipo de información al ingresar al Hospital Sagrado Corazón de Jesús, mientras que el 9% recibe información rara vez, de esta manera se evidencia la falta de información que existe en el centro de salud desde el ingreso (p.42). El autor concluye: a) De acuerdo con las encuestas realizadas a los usuarios del Hospital Sagrado Corazón

de Jesús el 53% no tiene conocimiento si existe un departamento de comunicación en la Institución. b) Al 58% de quienes utilizan cotidianamente el Hospital Sagrado Corazón de Jesús de Quevedo le gustaría informarse sobre los servicios que presta mediante una cuña comercial. c) La comunicación fundamental en las instituciones y más cuando nos referimos a una institución pública; de acuerdo con la encuesta realizada en el Hospital Sagrado Corazón de Jesús el 59% de ellos cree que la comunicación debe ser mejorada en este centro de salud. El tesista tuvo como finalidad establecer el rol de la comunicación externa del Hospital Sagrado corazón de Jesús, y desarrollar la problemática en curso para concienciar sobre cuán importante es saber dar información externamente al usuario.

Rodas (2017), en su tesis titulada “*Comunicación efectiva y trabajo en equipo*”, de la Universidad Rafael Landívar. Tesis de Grado, Quetzaltenango. México. Tuvo como objetivo el determinar la relación entre la comunicación efectiva y el trabajo en equipo de la empresa dedicada a eventos y convenciones de Quetzaltenango. La investigación fue de tipo descriptiva. Para recolectar datos se usó un instrumento elaborado en base a preguntas abiertas, cuya muestra fueron 35 trabajadores. Reportando que, de acuerdo con los datos estadísticos presentados, los colaboradores en su mayoría manifestaron que existe una correcta comunicación en la empresa, que las instrucciones que el jefe inmediato transmite en su mayoría son de manera verbal, y por lo tanto, es fácil entenderlas y seguirlas. La investigadora llegó a las siguientes conclusiones: a) Se determina que existe relación entre la comunicación efectiva y el trabajo en equipo en la empresa ya que se reconoce que el flujo de información es vital para el buen desempeño de los colaboradores en sus diferentes funciones, a pesar de que es necesario reforzar este proceso comunicativo se concluye que no representa una influencia negativa porque los equipos de trabajo desarrollan las actividades adecuadamente. b) Se logró determinar que la empresa si fomenta el trabajo en equipo entre sus colaboradores esto debido a los servicios que la misma ofrece, ya que al momento de cubrir eventos es indispensable la coordinación de las diferentes áreas para ofrecer un buen servicio. c) Se estableció que los colaboradores de la organización se enfocan en lograr las metas como un equipo, comparten responsabilidades a manera de hacer más efectivo el trabajo en las diferentes áreas en las cuales están asignados. La investigadora tuvo como objetivo establecer la relación entre las

variables comunicación efectiva y trabajo en equipo. El 97% de los colaboradores respondió que se sentían a gusto en su equipo de trabajo ya que existía confianza y apoyo entre ellos. Conforme a los resultados concluyó: Hay relación entre las variables de estudio. Asimismo, recomienda realizar un plan de mejora de los procesos comunicativos para reforzar el trabajo en equipo.

Balderas (2016), en su tesis titulada, “Aplicación de metodologías de formación de equipos de alto desempeño como base del desarrollo del personal operativo y sus beneficios en la operación de la planta Tisamatic S. de R. L. de C.V.”, de la Universidad Autónoma de San Luis de Potosí. Tesis de grado, San Luis Potosí. México. Tuvo como objetivo mejorar la eficiencia de las áreas productivas de Tisamatic S. de R. L. de C. V., mediante la creación e implementación de un programa de equipos de alto desempeño que genere un ambiente de micro administración. El presente trabajo fue una investigación longitudinal. El investigador concluyó: pasados 5 años del inicio de implementación del programa de equipos de alto desempeño en la empresa Tisamatic, se puede concluir que el avance en el cambio de cultura de trabajo es significativo, se ha mejorado no solo los indicadores operacionales y la situación financiera de la planta que eran dos de los objetivos principales, sino además, el ambiente de trabajo, pasando de un sistema muy individualista, y de alta tarea por parte de los supervisores, a uno de colaboración grupal y alta supervisión, permitiendo así, que los mandos medios ocupen su tiempo en planear y anticipar problemas en lugar de supervisar a supervisores, a su vez, la integración de los operarios en pequeñas células interconectadas ha permitido que las iniciativas y necesidades de mejora permeen más rápidamente y sean asimiladas de mejor manera, evitando largos periodos de adaptación, constantes rechazos a iniciativas y cambios de planes o personal que derivaban en costos para la planta. Para la operación eficiente afectando los indicadores de operación de la empresa, teniendo como principal indicador la eficiencia general de los equipos que en el momento del arranque del proyecto se encontraba en 65.5% con una meta del 81%. Concluyendo que: fue significativo el progreso en el cambio de cultura de trabajo, los indicadores operacionales y financieros mejoraron. Asimismo, mejoró el método de trabajo pasando de un método individualista a uno de colaboración grupal, permitiendo a los jefes usen su tiempo en planeación y anticipación de problemas.

Papic (2016), en su tesis titulada “*La comunicación organizacional en entidades educativas*”, de la Universidad de Málaga. Posgrado, Málaga-España. La cual tuvo como objetivo analizar la aplicación de la comunicación organizacional interna, entre los directivos y el profesorado, en el marco del incremento de la eficacia de la gestión escolar en el establecimiento educativo, adscrito a las comunas de Pudahuel y de la Cisterna. La presente investigación fue de diseño no experimental de tipo seccional exploratorio y descriptiva, de enfoque mixto o multimodal, para efectos de recoger datos se emplearon como técnica la encuesta y la entrevista abierta. Cuya muestra fueron los directores y profesores de la institución educativa, la autora concluye: a) Con relación a los tipos de comunicación organizacional interna que se aplican entre los directivos y el profesorado, en lo principal, se puede identificar la práctica de la clase ascendente dado que se percibe un 79,4% declara acuerdo y muy de acuerdo, con los profesores en el desarrollo de los procesos curriculares y pedagógicos ejecutan acciones de comunicación dirigidas a los directivos para entregar sus opiniones; un 77,7% de los informantes está de acuerdo y muy de acuerdo, con el profesorado realiza actividades de comunicación dirigidas a los directivos para expresarles sus problemas. b) En esta misma línea, se puede reconocer que se aplica el tipo horizontal porque un 88,5% está de acuerdo y muy de acuerdo, con las actividades de comunicación con sus pares les posibilita ejecutar, a través del intercambio de información la labor con los demás miembros de su nivel jerárquico; además, un 77,6% de los informantes está de acuerdo y muy de acuerdo, con la comunicación que se desarrolla entre pares, permite vincular a las personas y unidades entre sí para mejorar la unión de las áreas, de la institución educativa. El propósito de la investigadora fue analizar la práctica de la comunicación organizacional interna entre directores y profesores. Para su implementación se basó en el enfoque mixto, es decir enfoque cualitativo y cuantitativo, diseño no experimental, tipo seccional exploratorio. Para la fase cuantitativa se empleó el método de muestreo probabilístico y para la recolección de datos la encuesta. Asimismo, para la fase cualitativa usó el método de muestreo no probabilístico y para recoger datos utilizó la entrevista abierta. Reportando que los directivos y el profesorado aplican la comunicación organizacional interna, en orden descendente, horizontal y ascendente dirigido, con énfasis, a orientar la comprensión de ciertas materias de gestión y postulados.

Segredo (2017), con su artículo científico titulado: Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública, de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Objetivo: describir la comunicación como dimensión en el estudio del clima organizacional y las categorías que permiten su utilización en salud pública. Materiales y métodos: se realizó un análisis de contenido de la bibliografía revisada sobre el tema y se trabajó con un total de 13 expertos, en el campo de la salud pública y en la dirección en salud. Resultados: Como resultados se definieron para la dimensión comunicación cuatro categorías a través de las cuales se describe cómo se comporta esta dimensión en el clima organizacional; estas son: estímulo al desarrollo organizacional, aporte a la cultura organizacional, proceso de realimentación y estilos de comunicación. Conclusión: los estudios de clima organizacional aportan información valiosa para una adecuada gestión del cambio, ya que se orientan al análisis de las personas que componen la organización con un enfoque sistémico. Los autores consideran que la definición de las categorías en la dimensión comunicación, que se pone a consideración en este trabajo, contribuye a validar la misma para el estudio del clima organizacional en salud pública, en tanto permiten además orientar estudios y generar desarrollo en cuanto a las buenas relaciones interpersonales y la imagen de la organización.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Variable 01: comunicación organizacional

2.2.1.1. Definiciones

Castro (2014) define:

La comunicación organizacional es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo. (p.65).

Al respecto, Andrade (2014) señala:

Podemos entender a la comunicación organizacional como un proceso social, como una disciplina, como un conjunto de técnicas y actividades; Los conocimientos generados a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y entre la organización. (p.120).

Asimismo, Trelles (2014) sostiene:

La comunicación organizacional, como disciplina del campo de las ciencias sociales, centra su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, a fin de mejorar la interacción entre sus miembros, y entre estos y el público externo; fortalecer la identidad y mejorar el desempeño de las entidades. (p.4).

Para, Rebeil (2014) considera que “la comunicación organizacional como un proceso mediante el cual un individuo o una de las unidades de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra unidad” (p. 87).

Según Brown (2015), indica que “la comunicación organizacional ocurre en un sistema complejo y abierto que es influenciado e influencia al medio ambiente, implica mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y el medio empleado” (p. 18).

2.2.1.2. Teoría de la comunicación organizacional

Lemus (2014), indica que:

En los Estados Unidos de América, a mediados de la década de los años cuarenta, se comenzó a estudiar la comunicación organizacional, lo que llamó la atención de muchos investigadores, por lo que los teóricos en la comunicación lograron concluir que la comunicación en la organización, indica el intercambio de mensajes realizado entre los miembros de una organización. Al respecto, es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros

de la organización y su medio, que influyen en la opinión, actitud y conducta del público interno y externo de la organización, con el único propósito que esta última cumpla de una manera rápida y mejor con sus objetivos. Para efectos del tema, se dice es el flujo de la información, del intercambio de las informaciones, así como la transmisión de mensajes con sentido, dentro de la organización, a lo cual se ejecutan estrategias de comunicaciones adecuadas para su desarrollo. (p. 16).

2.2.1.3. Comunicación organizacional interna 2.0

Según Formanchuk (2014), manifiesta:

La cultura es comunicación en movimiento. Considerando que una comunicación organizacional 2.0 se mueve siguiendo varias de estas trayectorias:

- Acceso y disponibilidad: implica que la empresa le brinde al personal un amplio acceso a la información.
- Igualdad: reducir la asimetría entre los emisores y receptores, entre los que pueden generar contenido y los que sólo están habilitados para leerlo y aceptarlo.
- Participación: la gente tiene que abrir caminos propios dentro del monobloque comunicacional.
- Interacción: supone una comunicación interactiva donde el personal tenga la oportunidad de intervenir, originar y compartir contenidos
- Red e Interacción: un modo de organización participativo, más plano, donde la interacción no está encorsetada por jerarquías clásicas ni trayectorias unidireccionales.
- Reducción del control: todos estos lineamientos hacen que la empresa deba estar dispuesta a “perder” el control clásico sobre lo que se dice, piensa o decide
- Desintermediación y horizontalidad: es un “peer to peer”, una interconexión de igual a igual con un mínimo de intervención para facilitar el contacto. (p. 19)

2.2.1.4. Endomárketing

Según Regalado (2012), indica:

El endomárketing, conocido también como marketing interno. El endomárketing es el conjunto de estrategias y acciones propias del marketing que se planean y ejecutan al interior de las organizaciones con la finalidad de incentivar en los trabajadores, o clientes internos, actitudes que eleven la satisfacción de los clientes externos y, con ello, contribuyan a crear valor para la empresa. Se trata de motivar a los trabajadores a crear un mejor clima organizacional y obtener un mayor grado de lealtad y compromiso en la relación empresa-trabajador. El propósito del endomárketing debe ser no solo que el trabajador se sienta parte de la empresa, sino que tome conciencia de la importancia de su aporte al fortalecimiento de la empresa. De ejecutarse adecuadamente el endomárketing derivará, finalmente, en un mayor beneficio y mejores resultados para la organización. La aplicación de este modelo se complementa con el análisis de los factores claves de éxito para la acertada gestión de un modelo de endomárketing, y de las políticas que garanticen la implementación y la continuidad de este. (p.10).

2.2.1.5. La comunicación organizacional por medio de servicios de redes sociales

De acuerdo con Reyes (2016), indica:

Sin lugar a duda, el internet ha revolucionado la manera en que nos comunicamos, pues ofrece una amplia gama de servicios por medio de los que se puede intercambiar información de manera instantánea o diferida, tales como los servicios de mensajería, los chats o el correo electrónico. Cada servicio que se ha sumado a la red de internet, mediante sus diferentes protocolos, puertos y lenguajes de programación, ha sido aprovechado de algún modo por el ámbito empresarial para agilizar el intercambio de información, aumentar la productividad, reducir costos, fomentar el aprendizaje y la generación de nuevos conocimientos. Fuera de internet existen también agrupaciones o comunidades formadas por personas que se unen para intercambiar información sobre ciertos intereses mutuos; y

aunque pueden lograrse sin la ayuda de la tecnología, o solo con su apoyo, es gracias a ella, y en especial a internet y la Web 2.0, que se ha creado servicios y aplicaciones que permiten extender el alcance de las comunidades tradicionales. Lo anterior crea enlaces entre ellas y sus miembros para formar redes que no están limitadas a espacios físicos, distancias y diferencias de horario e incluso de idioma. (p. 35).

2.2.1.6. Cultura comunicativa en la organización

Valle (2015), manifiesta:

La cultura proporciona a los miembros de la organización identidad social, patrones de conducta y sentido de pertenencia. Es lo que caracteriza a la empresa o a un grupo social, y le distingue de otros por su modo de pensar, sentir, obrar y por las determinadas maneras de enfrentarse y de reaccionar a las influencias de su medio. En el contexto actual, la cultura comunicativa es de hecho una ventaja competitiva. Una cultura de comunicación abierta, espontánea, receptiva y empática es guía para tomar decisiones y para actuar en la organización. Por lo que es adecuado, deseable o preferible, para resolver los asuntos de la vida laboral, la comunicación a la incomunicación. La cultura, de acuerdo con la teoría social, se desarrolla por medio de la interacción humana, y es un resultado de la experiencia social. El aspecto básico de esta son las interpretaciones colectivas que se realizan acerca de las actividades y resultados propuestos. Una adecuada cultura comunicativa debe constituirse en el marco interpretativo de la organización que permita: La autonomía, la innovación, la productividad y la unanimidad en el espíritu y la acción. (p. 145).

2.2.1.7. Comunicación interna

Trelles (2014) nos indica:

Los procesos comunicativos realizados en el interior del sistema organizativo constituyen la comunicación interna, dirigida a conseguir una estabilidad en la organización con vistas a que se alcancen sus fines. Por medio de la comunicación, se logra crear y mantener la cultura de la organización.

Igualmente, la comunicación es el modo fundamental de transmitir la cultura y conseguir la socialización de los miembros. (p.42).

Definida de forma simple, "la comunicación interna es el patrón de mensajes compartidos por los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de estas" (Kreps, 24).

El estudio de la comunicación interna centra su interés en los procesos y subprocesos por medio de los que se procura que los miembros de la organización cumplan las tareas encomendadas y en como los canales de información la facilitan, de acuerdo con los objetivos propuestos para el grupo. (p.43).

2.2.1.8. Integración de la comunicación

Al respecto, Andrade (2014) señala:

Es el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación, que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (p.120).

2.2.1.9. Comunicación externa

Por otro lado, Trelles (2014) sostiene que:

La comunicación externa permite a los miembros de la organización coordinar sus actividades con los de su entorno relevante. El entorno está compuesto por todos los elementos externos a la organización que tienen algún grado de influencia en ella. (p.126).

Hay informaciones compartidas entre diferentes organizaciones. También hay procesos de comunicación de sus miembros con el exterior que tienen relevancia para ella. Por eso es muy importante considerar al conjunto de actores que, habitualmente, hay que tener en cuenta en la comunicación externa, que podríamos concretar en los siguientes: el departamento de

comunicación, los clientes, la comunidad local, el gobierno central, el gobierno local, las instituciones educativas, los proveedores de bienes y servicios, los grupos financieros, los medios de comunicación social, la otra institución del entorno, las organizaciones y la competencia. (p.130).

Al respecto, Andrade (2010) señala:

Conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. Abarca tanto lo que en términos generales se conoce como relaciones públicas, como la publicidad. (p.120).

2.2.1.10. Propósito de la comunicación

Asimismo, Trelles (2014) sostiene que:

Por propósito de la comunicación se entiende la intención o la razón por la cual se diseña, envía y recibe un mensaje. Es decir, el motivo que da lugar al flujo de comunicación. La comunicación dentro de la institución suele obedecer a tres propósitos básicos que se identifican con las funciones del sistema: producción, mantenimiento e innovación. Los mensajes llamados de producción son los que se refieren a la producción del sistema. Estos mensajes usualmente persiguen el objetivo de motivarla y realización de un trabajo. Se consideran bajo este rubro los mensajes que se refieren a los productos y servicios de la institución, a los que se dirigen al personal para indicarle como debe hacer su trabajo, a los referentes a actividades de capacitación, establecimiento de objetivos, etc. (p. 100).

2.2.1.11. Lenguaje de la comunicación

Asimismo, Trelles (2014) sostiene que:

El lenguaje de la comunicación se refiere al código que se emplea para comunicarse. Este conjunto de signos que transmiten mensajes que, a su vez, producen significados en los receptores, puede ser clasificado de acuerdo con sus características en verbal y no verbal. El código verbal está

formado por palabras que son el vehículo que empleamos para comunicarnos, y el no verbal está formado por toda una serie de indicios tales como gestos; movimientos; volumen, ritmo y tono de la voz; uso del tiempo y, del espacio, y expresiones. El lenguaje verbal, o sea a través de la palabra, puede a su vez subdividirse en oral y escrito. Los mensajes que emplean el lenguaje descrito son muy utilizados en las instituciones. Bajo este rubro se incluyen cartas, morando, informes, reportes, boletines, etc. El lenguaje no verbal, o sea el que no utiliza la palabra sino toda una serie de indicios extraverbales puede subdividirse en función de la (fuente que le da origen. En las instituciones existen dos fuentes de mensajes no verbales: las personas y los lugares a ambientes, entendiéndose por estos el manejo del espacio a través de la arquitectura, el mobiliario, la decoración, etc. En las personas, la comunicación no verbal se manifiesta fundamentalmente a través de la cara, el cuerpo (movimientos, posturas, vestuarios, etc. (p. 100).

2.2.1.12. Dimensiones

Dimensión 01: comunicación informal

Asimismo, Trelles (2014) sostiene que:

Las relaciones sociales informales tienen como consecuencia los grupos informales, así como la organización informal. La creación de esta es espontánea; surge de unas relaciones psicológicas y sociales no previstas, sin objetivos muy definidos, con una estructura elemental en la que se aprecian normas de conducta y situaciones de poder de ya que no hay una plena conciencia individual. En términos generales, la existencia de los grupos informales se considera positiva, pues la organización formal se manifiesta en unos planes de actuación demasiado esquemáticos, sin tener del todo en cuenta a las personas, y sus fallas y lagunas deben ser rellenados de alguna manera por la propia organización. Con frecuencia, se ha hablado también de las aportaciones disfuncionales que provienen de la existencia de los grupos informales en la industria. Podemos referirnos a las que facilitan el descontrol de la comunicación o del mando por parte de la jerarquía: los rumores y el problema del frenado de la producción. Es

indudable que la existencia de grupos informales facilita canales numerosos e incontrolados de comunicación por los que es fácil hacer llegar informaciones inexactas, inconvenientes o imprecisas; tema importante por las consecuencias que puede tener para la moral de la empresa y para la misma eficacia de la producción. El principal motivo de desarrollo de los sistemas de comunicación informal es la necesidad de información sentida por los miembros acerca de la organización y de cómo les afectan los cambios que se produzcan. La comunicación informal proporciona a los miembros una información que les interesa sobre lo que se está haciendo y sobre qué cambios se están produciendo dentro de la organización, que les pueda ayudar a comprender la en la organización y a dirigir estratégicamente sus propias actividades. (p.58).

Indicadores

- Informalidad del mensaje
- Interacción espontánea
- Rumor

Dimensión 02: comunicación formal

Asimismo, Trelles (2014) sostiene que:

En la práctica la comunicación formal, viene perfectamente definida, incluso dibujada, ya que es la que sigue las líneas del organigrama, que nos da una visión clara de los cauces de traslado de información planeados para la organización. Si llamamos comunicación formal a la que siguen los cauces establecidos por la organización formal, necesariamente tendremos que referirnos a este tipo de organización e intentar entenderla en profundidad. Para ello, se hace necesario elevar nuestro grado de abstracción, al hablar de las organizaciones y considerar que están constituidas no tanto por personas como por un conjunto de posiciones sociales que las personas ocupan ocasionalmente.

Al fijarnos en las diferentes posiciones existentes en la organización o empresa nos planteamos, en primer lugar, la necesidad de conseguir su combinación adecuada que permita la eficacia en el objetivo propuesto. Esta

combinación planeada es lo que se denomina organización formal y tiene siempre el carácter de voluntaria e intencional. La organización formal funcional se basa, pues, en la división del trabajo, en la necesidad existente en cualquier organización moderna de que se realicen separadamente, diferentes tareas para conseguir un funcionamiento óptimo. Es, pues, consecuencia de unas necesidades técnicas. A partir de la organización formal es posible analizar una parte fundamental y decisiva de las formas de comportamiento de la empresa y de las relaciones sociales de sus diversos grupos; están profundamente arraigados en ella, tanto los motivos y la moral del trabajo, como la jerarquía del prestigio social en la empresa, las dificultades de la relación entre la fábrica y la oficina, o las posibilidades de la autoadministración de la empresa, o la codeterminación del personal. (p.44).

Indicadores:

- Canales de comunicación
- Relaciones sociales
- Flujo informativo

2.2.2. Variable 02: equipo de trabajo

2.2.2.1. Definiciones

Fernández y Manzanares (2015), indican que:

El trabajo en equipo se trata de que cada uno de los miembros que son parte de un grupo a quienes se les asignó una tarea trabajen de manera coordinada, puesto que todos tienen carencias las cuales son suplidas por el resto del grupo. (p. 39).

Según Gonzales y Rodríguez (2015), nos manifiestan que:

El trabajo en equipo se genera cuando nace una cultura de colaborar con todos, es por eso, en las organizaciones en donde impera el ordeno y mando, no funciona el trabajo en equipo, debemos tener en claro que el trabajo en equipo hace que todos laboren con mucho más gusto. (p. 99).

Según Newton (2018), indica:

En el trabajo en equipo está compuesto de personas que tienen un conjunto de creencias en común y que se han unido por propia voluntad, teniendo objetivos claros acordados de manera mutua y unánime, en muchos casos el líder es quien elige a las personas para la conformación de los equipos de trabajo. (p. 9).

Por otro lado, Fernández (2015), sostiene que “Es la habilidad de colaborar con un grupo de compañeros a través de la coordinación y el esfuerzo para alcanzar un objetivo en común” (p.11).

Según Acosta (2014) un equipo es “Un pequeño número de personas, con habilidades complementarias, comprometidas a un objetivo común, con metas de rendimiento, y un enfoque por el que se sienten mutuamente responsables (p.75).

Del mismo modo, Palomo (2014), indica que trabajo en equipo “Es algo más que un grupo de individuos que colaboran en la realización de una serie de tareas para alcanzar unos objetivos comunes” (p. 129).

Según Newstrom (2014), indica “El trabajo en equipo. Incluye un amplio arsenal de conductas: energizar a los individuos, retroalimentar, entrenar, interesarse por ellos, demostrar empatía y sensibilidad, y mostrar compasión y apoyo para las personas que lo requieren” (p. 172).

2.2.2.2. Teorías de Trabajo en equipo

De acuerdo con Newstrom (2014), sostiene:

Cada empleado efectúa tareas operativas, pero la gran mayoría trabaja en pequeños grupos regulares en los que sus actividades deben acoplarse como las piezas del rompecabezas de un paisaje. Cuando su trabajo es interdependiente, actúan como un equipo de tareas y desarrollan una situación de colaboración denominada trabajo en equipo. Un equipo de tareas es un pequeño grupo colaborativo que tiene contacto regular y participa en una acción coordinada. La frecuencia de la interacción entre los miembros del equipo y su existencia continua distingue con claridad a un

equipo de tarea de un grupo de toma de decisiones de corto plazo (comité) o de un equipo de proyectos de una estructura matricial. Cuando los miembros de un equipo de tareas conocen sus objetivos, participan de manera responsable y entusiasta en ellas y se apoyan entre sí, realizan un trabajo en equipo. Los nuevos equipos suelen atravesar una serie de etapas de desarrollo, que se describen en la siguiente sección. (p. 331).

Barroso (2014), manifiesta que:

Se relaciona principalmente para compartir información y tomar decisiones para ayudar a cada miembro a desenvolverse dentro de su área de responsabilidad; no se tiene entonces la necesidad ni la oportunidad de participar del trabajo colectivo que requeriría de un esfuerzo conjunto y, por lo tanto, el desempeño del grupo es solo la suma de la contribución de cada miembro del grupo. El equipo de trabajo genera sinergia positiva, es decir, que a través de una debida coordinación los esfuerzos individuales resultan con un nivel de desempeño mayor que la suma de las contribuciones personales. Es decir que se logra más juntos, que por separado.

Lo anterior quiere decir, que en un grupo se tiene la suma de esfuerzos, mientras que en un equipo se debe favorecer la integración de los esfuerzos. El trabajo en equipo genera sinergia, es decir, que el resultado sea mayor que la suma de las partes. Un equipo es un grupo, pero un grupo no es necesariamente un equipo. El que un grupo sea equipo va a depender de que se genere dicha sinergia. (p. 85).

2.2.2.3. Equipos de trabajo

Del mismo modo, Chiavenato (2014) argumenta que:

Una fuerte tendencia en el diseño moderno de puestos es la creación de equipos de trabajo autónomos o autoadministrados. Son grupos de personas cuyas tareas son rediseñadas para crear un alto grado de interdependencia y que tienen autoridad para tomar decisiones respecto a la realización del trabajo. Los equipos de trabajo operan mediante un proceso participativo de toma de decisiones, tareas compartidas y responsabilidad por el trabajo

“administrativo” de nivel superior. Un aspecto fundamental es la habilidad multifuncional: cada miembro del grupo debe poseer todas las habilidades para desempeñar diferentes tareas. Los miembros son responsables del logro de resultados y metas y deciden entre sí la distribución de las tareas, programan el trabajo, capacitan a los demás, evalúan la contribución de cada uno y son responsables de la calidad del trabajo grupal y de la mejora continua. (p. 221).

2.2.2.4. Equipos virtuales

Newstrom (2014), indica:

La tecnología de la información ha tenido efectos poderosos en el comportamiento individual en las organizaciones, así como en las redes sociales del equipo. La tecnología permitió el surgimiento de equipos virtuales, es decir, grupos que se reúnen por medio de apoyos tecnológicos sin que todos los miembros estén presentes en el mismo lugar. Estos equipos, según un observador, pueden ser “éxitos rotundos o terribles fracasos”. Con frecuencia, los equipos virtuales atraviesan un proceso de desarrollo semejante al de otros equipos, que comienza con un optimismo desmedido, prosigue con el choque con la realidad hasta que reenfoca sus esfuerzos para lograr un alto desempeño. La proliferación de los equipos virtuales ocurrió debido a varias razones importantes. Por ejemplo, el mercado global creó la necesidad de colocar a los empleados (por ejemplo, representantes de atención al cliente) cerca de sus clientes. Además, los miembros más competentes del equipo pueden localizarse a miles de kilómetros unos de otros, y los costos y restricciones de tiempo para viajar a un solo lugar serían prohibitivos. (p. 345).

2.2.2.5. Fases de trabajo en equipo

En palabras de Bureau, (2015) manifiesta:

Es la acción individual dirigida, con el propósito de lograr objetivos compartidos, la cual no ponga en peligro la cooperación, la cual permite robustecer y cohesionar el trabajo en equipo, por consiguiente un verdadero

equipo, es distinguible en tres fases: fase uno; una persona solo puede muy poco, pero con otras personas logra mucho más, siendo los cimientos sobre los que se apoya; fase dos, convencer y convencerse tanto personal como a los demás que el trabajo en equipo trae beneficios personales, grupales y a la organización, siendo el producto de una merma a la libertad personal de hacer por cuenta propia; fase tres, en la parte operativa, el trabajo en equipo es un grupo de personas cohesionados que progresan en la medida en que se equilibran en el seno de movimientos de conformidad y control. en el trabajo en equipo tienden a complementarse. (p. 65)

El papel de un equipo

Para Acosta (2014), indica:

Los equipos de trabajo juegan un papel decisivo al reducir la ansiedad de sus componentes lo desconocido, satisfacen las necesidades de afiliación o pertenencia y ayudan a incrementar el sentido de identidad, para poder lograr un compromiso por parte de todos es necesario:

- Hay que asegurar que la persona adecuada ocupe el puesto correcto.
- Pperfeccionar continuamente las habilidades de cada uno planificando adecuadamente los programas de formación y desarrollo.
- Basar los incentivos económicos en el rendimiento y en la actuación.
- Centrarse en los procesos para alcanzar metas.
- Ttolerar a los que piensan diferente, pero coinciden en las mismas metas. (p. 56).

2.2.2.6. Ventajas de trabajar en equipo

Según Acosta (2014), manifiesta:

Es difícil encontrar alguien que trabaje solo, en la actualidad, prácticamente todos trabajamos en equipo. no es una moda ni un capricho, sino simplemente, cuestión de eficacia, sin embargo, no es tan fácil como parece convertir un grupo en un equipo un grupo no es un equipo, el equipo tiene y debe tener sinergia, sus miembros pueden alcanzar juntos lo que no serían capaces de alcanzar por separado. en las organizaciones, los equipos

desempeñan una doble e importante función, entre sus miembros como para la propia organización. (p. 48).

2.2.2.7. Dimensiones

Dimensiones 01: fase de iniciación

Según Acosta (2014) sostiene que:

Los miembros del grupo se muestran inseguros en esta fase. No tienen claro qué hacer. Hay cierta perplejidad, cierta ansiedad. Para ellos parece una situación nueva. Reina la incertidumbre esperan instrucciones del jefe o del posible líder. En este momento, no se puede hablar de la existencia de un verdadero grupo. (p.38).

En este período gobierna la incertidumbre la inseguridad, la ansiedad, esperan órdenes del jefe. Aquí no existe aún el grupo. (p. 45).

Indicadores

- Incertidumbre
- Ansiedad

Dimensiones 02: fase de clarificación

Según Acosta (2014) nos indica:

Los miembros del grupo comienzan a buscar formas o procedimientos que les saquen de la incertidumbre inicial. Se buscan salidas, se intentan resolver los problemas que aparecen. Se busca seguridad. Se aportan ideas, aunque todavía no haya conciencia de grupo. Aun no aparecen roles personales, pero se va planteando su necesidad. Alguno de los miembros pretende ya afirmarse como individuo. Se empieza a prestar atención a la satisfacción de las necesidades personales. Se empieza a percibir un cambio, aunque no se tenga todavía conciencia de ser un grupo. (p.38).

Indicadores:

- Procedimientos
- Resolución de problemas

Dimensiones 03: fase de lucha por el poder

Acosta (2014) refiere:

En el grupo aparecen luchas por el poder. Y surgen algunas situaciones de agresividad contra otros miembros. Esta agresividad propicia la aparición de chivos expiatorios, blancos perfectos para asumirla, aunque el líder o el coordinador deberán cuidar este punto. Para ello, deberán apoyarse en los roles de solidaridad que, a la vez, tranquilizarán las tensiones. Cada vez aparecerán más actitudes que acabarán favoreciendo la cohesión del grupo. (p.39).

En este período, en el grupo se manifiestan conflictos por el poder. Brotan ciertas posiciones de agresividad contra otros individuos. Esta provocación favorece la aparición de chivos expiatorios, tema que debe cuidar el líder del grupo apoyándose en roles de solidaridad que sosieguen las presiones, favoreciendo la cohesión del grupo. (p.56).

Indicadores

- Líder
- Roles
- Cohesión

Dimensiones 04: fase de integración

De acuerdo con Acosta (2014) sostiene que:

Se empiezan a ver resultados. Algunos miembros del grupo sienten que los primeros objetivos están a su alcance. Esta es una fase de euforia. El grupo comienza a olvidar o negar los problemas pasados. Es una fase que propicia buscar el consenso. Pero para hablar de un verdadero grupo participativo hay que dar otro paso: aceptar las dificultades y los problemas, en lugar de negarlos. Y prepararse para afrontarlos. Ya se puede hablar, ahora, de la existencia de un verdadero grupo participativo. Ya se ha aceptado la necesidad de evaluar los fracasos y los logros. El grupo ha llegado a una verdadera toma de conciencia de que la situación es distinta. Se saben diferentes. Con derecho a opinar libremente, sin que eso suponga

enfrentamiento: solo diferencia de pareceres; es decir, un posible enriquecimiento. Y han encajado las relaciones interpersonales. Se emplean las habilidades de comunicación interpersonal. Se intenta respetar y comprender al otro. Empieza a haber un compromiso. Hay factores que favorecen la aparición o el fortalecimiento de dicho compromiso. Otros, por el contrario, lo pueden debilitar. (p.40).

Favorecen el compromiso factores como la capacidad de analizar la solución elegida, el hábito de fijar objetivos nuevos o revisar los existentes. Pero lo pueden debilitar el miedo al fracaso, la indecisión, la inseguridad. Es importante que se planifiquen las reuniones. Que se les marquen objetivos, tiempos y reglas. Sobre todo, para resolver los conflictos. Debe haber también un papelógrafo donde las personas puedan plantear lo que proponen para facilitar el debate en el grupo. (p.40).

En este período, se comienza a ver resultados. Algunos individuos del grupo perciben que las primeras metas están a su alcance. Es una fase de satisfacción, de búsqueda de consenso. Ya se puede afirmar la aparición de un grupo participativo. Se usan capacidades de comunicación interpersonal. Se pretende obedecer y entender al otro. Comienza a haber una responsabilidad.

Indicadores

- Consenso
- Comunicación interpersonal
- Compromiso

2.3. Definición de términos básicos

Informalidad del mensaje: son comunicaciones de una persona con poca información o confusa que son transmitidas sin mantener un orden o proceso adecuado llegando a ser informal el contenido o la forma.

Interacción espontánea: cuando dos o más organismos interactúan o actúan de manera recíproca entre sí, sin ningún tipo de condicionante o forzado, siendo esta de manera casual y natural.

Rumor: es toda información cuyo contenido o veracidad aún se encuentra en duda o no corroborada, de fácil propagación en una organización.

Canales de comunicación: es toda información transmitida por un medio en la que existe un emisor y un receptor.

Relaciones sociales: diversos tipos de interacción que existen entre dos o más persona, que se encuentran normadas o reguladas por su entorno.

Flujo informativo: es la cantidad de informaciones que son transmitidos por un medio de comunicación.

Incertidumbre: ausencia de información sobre un asunto determinado.

Ansiedad: la ansiedad es una manifestación esencialmente afectiva. Se trata de una vivencia, de un estado subjetivo o de una experiencia interior, que podemos calificar de emoción.

Objetivos al alcance: son las metas que deberían ser alcanzadas que permitan obtener un resultado satisfactorio que sintonice con lo planificado y este se encuentre dentro de los límites permitido para su logro.

Euforia: es todo estado emocional, alegre o de bienestar que se son manifestados al entorno de una manera intensa.

Líder: es la persona que trata de facilitar la comunicación y la participación de todos los miembros del grupo. Conviene que sea buen integrador, buen comunicador, experto en el uso de la inteligencia emocional.

Roles: conjunto de normas, comportamientos y derechos definidos que se esperan que una persona cumpla o ejerza de acuerdo con su estatus.

Cohesión: la cohesión se refiere al grado de atracción que sienten los miembros entre sí y a su motivación para permanecer en el grupo.

Consenso: si varias personas muestran la misma reacción ante un hecho similar se presenta un comportamiento de consenso.

Comunicación interpersonal: el proceso es evidentemente más complejo porque cada persona tiene percepciones, valores y motivos personales, todo lo cual constituye una pauta personal de referencia para interpretar las cosas.

Compromiso: el compromiso involucra el deseo de invertir grandes dosis de esfuerzo para provecho de la organización y la intención de permanecer en ella mucho tiempo.

Comunicación: transmisión de mensaje e información de un emisor hacia un receptor, de manera grupal, social o personal.

Organizacional: es referente a organización, en el campo administrativo conformado por un grupo de personas con un mismo fin, organizados para conformar una empresa.

Trabajo: es toda acción realizada por la persona de manera independiente de sus características o las circunstancias, las cuales realiza según su objetivo.

Equipo: conjunto de personas organizados que realizan alguna actividad o trabajo de manera conjunta.

Trabajador: es la persona física que presta servicios a una organización o persona, siendo subordinados por estos para llevar a cabo tareas específicas.

Empresa: es una organización conformada por individuos dedicada a la producción, prestación de servicios o bienes para recibir una contribución económica.

Procedimientos: formas de ejecutar o realizar los programas. Son planes que prescriben una secuencia de tareas para realizar el trabajo. Son planes relacionados con los métodos de trabajo.

Resolución de problemas: es el proceso a través del cual se reconoce las señales que identifican la presencia de una dificultad, anomalía, recolectar la información necesaria para resolver los problemas detectados y escoger e implementar las mejores alternativas de solución.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

HG. Existe relación entre la comunicación organizacional y el equipo de trabajo en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021.

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1. Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021.

HE 2. Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021.

HE 3. Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021.

HE 4. Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de integración en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021

3.2. Variables de estudio

En opinión de Centty (2006), agrega que:

Las variables son características, atributos que permiten distinguir un hecho o fenómeno de otro (persona, objeto, población, en general de un objeto de Investigación o análisis), con la finalidad de poder ser analizados y cuantificados, las variables son un recurso metodológico, que el investigador utiliza para separar o aislar las partes del todo y tener la comodidad para poder manejarlas e implementarlas de manera adecuada. (p. 64).

Por lo tanto, una variable se refiere a un objeto o fenómeno de estudio observable y con la cualidad de ser medible.

3.2.1. Definición conceptual

Variable 01. Comunicación organizacional

Castro (2014) define:

La comunicación organizacional es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información, entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo. (p.65).

Variable 02. Trabajo en equipo

Fernández y Manzanares (2015), indican que:

El trabajo en equipo se trata de que cada uno de los miembros que son parte de un grupo a quienes se les asignó una tarea trabajen de manera coordinada, puesto que, todos tienen carencias las cuales son suplidas por el resto del grupo. (p. 39).

3.2.2. Definición de operacionalización

De acuerdo con Hernández et al (2014) refieren que:

El paso de una variable teórica a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems o equivalentes se le denomina operacionalización se fundamenta en la definición conceptual y operacional de la variable. Por ahora se comenta que cuando se construye un instrumento, el proceso más lógico para hacerlo, es transitar de la variable a sus dimensiones o componentes, luego a los indicadores, finalmente a los ítems y sus categorías. (p.211)

Por consiguiente, la definición operacional representa el fundamento conceptual de la variable acompañado con las dimensiones que son parte de la estructura de preguntas del cuestionario como instrumento para el recojo de datos e información.

Variable 01. Comunicación organizacional

La variable “comunicación organizacional” la cual es de naturaleza cualitativa se encuentra conformada por las dimensiones de “comunicación informal” y “comunicación formal” las cuales son los atributos del instrumento llamado cuestionario.

Variable 02. Trabajo en equipo

La variable “trabajo en equipo” la cual es de naturaleza cualitativa se encuentra conformada por las dimensiones de “fase de iniciación”, “fase de clarificación” y “fase de lucha por el poder” y “fase de integración” las cuales son los atributos del instrumento llamado cuestionario.

3.3. Tipo y nivel de la investigación

3.3.1. Tipo de investigación

Aplicada

Valderrama (2013) manifiesta que:

Este tipo de investigación al ser aplicada, el objetivo de la investigación es resolver problemas prácticos. Se centra específicamente en cómo se pueden poner en práctica las teorías generales. Su motivación es resolver los problemas que surgen en un momento dado (p.4).

El presente estudio fue una investigación que ayudó a desarrollar y aprobar el objetivo determinado y que buscó la aplicación del conocimiento adquirido con la idea de consolidar el saber para resolver una situación.

3.3.2. Nivel de investigación

3.3.2.1. Nivel descriptivo

Hernández (2014), menciona el nivel descriptivo de la investigación como la descripción de las características y propiedades del objeto de estudio, de esa manera el investigador recoge la información detallada de sus variables de estudio.

Por consiguiente, las variables de estudio comunicación organizacional y trabajo en equipo, son descritas en su totalidad con la ayuda de fuentes bibliográficas y de la información proporcionada con la ayuda de los instrumentos.

3.3.2.2. Nivel correlacional

Según Hernández (2014, p. 93), sostiene que una investigación de tipo correlacional representa el análisis de la relación de las categorías, variables o conceptos de un determinado contexto.

La presente investigación es correlacional porque mide el grado de relación entre las variables comunicación organizacional y trabajo en equipo.

Tabla 1.

Valores de la prueba de correlación de rho Spearman

Valores	Lectura
De -0,90 a -1	Correlación muy alta
De -0.71 a -0.90	Correlación alta
De -0.41 a -0.70	Correlación moderada
De -0.21 a -0.40	Correlación baja
De 0 a -0.20	Correlación prácticamente nula
De 0 a 0.20	Correlación prácticamente nula
De +0.21 a 0.40	Correlación baja
De +0.41 a 0.70	Correlación moderada
De +0.71 a 0.90	Correlación alta
De +0.91 a 1	Correlación muy alta

Fuente: Tomado de Bisquerra, R. (2004). Metodología de la investigación Educativa. Madrid: Muralla.

3.3.3. Método de Investigación

Para este trabajo de investigación el método que se ha empleado fue el método hipotético deductivo. Según Hurtado y Toro (2007), la característica principal del método hipotético deductivo se basa en la formulación de hipótesis, presentando los supuestos de la investigación, los mismos que deben ser aprobados o rechazados de acuerdo con el desarrollo de la investigación.

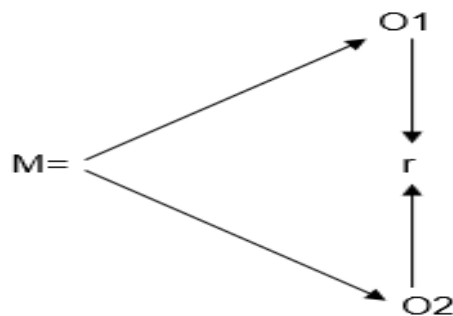
Dentro del proceso investigativo se presentaron cuatro hipótesis relacionadas con las variables de estudio comunicación organizacional y trabajo en equipo, las cuales fueron rechazadas o aceptadas.

3.4. Diseño de la investigación

3.4.1. Diseño no experimental

Según Hernández (2010) (citado en Valderrama 2014) sostiene que una investigación no experimental se realiza sin la manipulación deliberada de las variables, el objeto de estudio se observa tal y como se dan en su contexto natural.

La investigación se ha basado en el diseño no experimental, por lo que representa que el investigador observa el fenómeno de estudio en su estado natural sin la manipulación de este.



Donde

M= muestra de estudio

O₁ = observación de la variable comunicación organizacional

O₂ = observación de la variable trabajo en equipo

r= indica la interrelación de las variables

3.4.2. Enfoque de la investigación

Según Gómez (2012), señala que el enfoque cuantitativo se centra en obtener los resultados en datos numéricos que se obtienen por cada respuesta generalizada cuando se ha realizado la codificación” (p. 82).

Nos enfocamos en lo cuantitativo, debido a que nuestras hipótesis establecidas tuvieron que ser respaldadas por análisis estadísticos, los cuales se han obtenido cuando se aplicaron los instrumentos, obteniendo certeza para afirmar nuestras hipótesis.

3.4.3. Corte transversal

Según Hernández (2010) (citado en Valderrama (2014) “los diseños de investigación transversal recopilan los datos o información en un solo momento y tiempo.

Por lo manifestado, la recolección de datos se ha dado en su solo momento y espacio, por lo cual, fue en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú, sede La Molina.

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

Según Bernal (2010) la población representa el conjunto total de individuos pertenecientes a un área total de estudio.

La población de la presente investigación estuvo compuesta por 40 trabajadores de La empresa.

3.5.2. Muestra censal

Según López (1998), indica que “La muestra censal es todo aquel conjunto que representa la población es un determinado grupo elegido por sus fines en común” (p. 123).

Valderrama (2014) menciona la muestra censal como una parte representativa de la población de estudio. La determinación de la muestra censal puede conocerse a través de diversos procedimientos.

En el desarrollo investigativo como muestra censal se ha tomado en cuenta a los 40 trabajadores del área de servicio al cliente de la empresa Atento Perú, sede La Molina.

3.5.3. Muestreo

Valderrama (2014) argumenta el muestreo no probabilístico como la selección de las unidades de análisis por conveniencia del investigador.

Por consiguiente, la presente investigación ha empleado el método de muestreo no probabilístico en la empresa Atento Perú, sede La Molina.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnica de recolección de datos

Según Arias (2012), indica que “la técnica es un procedimiento de investigación de forma particular para obtener datos o información” (p.67).

Técnica: la encuesta

De acuerdo con Carrasco (2013), señala que la encuesta “es un sistema apropiado para la averiguación, inspección y recolección de datos, por medio de interrogantes formuladas directas o indirectas a los individuos que constituyen la unidad de análisis” (p. 330).

Bernal (2010) define la encuesta como una técnica que permite la recopilación de información y datos a través de preguntas estructuradas y validadas.

Para la recolección de datos se ha usado la técnica de la encuesta misma que está estructurada con preguntas relacionadas con las variables de estudio con sus respectivas dimensiones e indicadores.

3.6.2. Instrumento de recolección de datos

Instrumento: cuestionario

Del mismo modo, Bernal (2010) sostiene el instrumento como un conjunto de preguntas estructuradas y sistemáticas que contribuye a recoger datos a fin de responder los objetivos de la investigación.

De acuerdo con lo manifestado, las preguntas del instrumento de la investigación fueron validadas por juicio de expertos para posteriormente aplicarlo al objeto de estudio.

Escala de Likert

Según Cozby (2005) manifestó que “el alfa de Cronbach se basa en calcular la correlación de cada una de las reacciones o ítems; resultando gran cantidad de coeficientes” (p. 98).

Este método optado en la investigación para determinar reacciones a las repuestas fueron en 5 niveles de repuestas los cuales nos permitieron obtener una mejor interpretación para cada ítem.

Tabla 2.

Calificación y evaluación del cuestionario de comportamiento organizacional y trabajo en equipo

Alternativas	Puntuación	Afirmación
N	1	Nunca
CN	2	Casi nunca
A	3	A veces
CS	4	Casi siempre
S	5	Siempre

Fuente: elaboración Propia

Validez del instrumento

Según Bernal (2010), la validez significa la eficacia y eficiencia que representa el conjunto de preguntas del instrumento, y así evaluar la confiabilidad de la facilidad de medición que este puede representar.

Los instrumentos fueron validados por dos juicios de expertos para que tenga un grado óptimo de aplicabilidad.

De acuerdo con, Hernández et al (2014) indican que la validez por juicio de expertos representa el grado de eficacia del instrumento para la recopilación de información. Un grupo seleccionado de especialistas presentaron su criterio sobre la valuación de los instrumentos utilizados.

A continuación, se presenta la tabla de expertos con el grado académico que garantiza la experticia de cada uno de ellos.

Tabla 3.
Validez del instrumento a través de expertos

Grado académico	Nombres y apellidos	Apreciación
Magister	Mg. Jhon Hayrol Falconi Atoche	Aplicada
Magister	Mg. Michel Jaime Méndez Escobar	Aplicada

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad del instrumento

Para Bernal (2010), la confiabilidad del instrumento cuestionario representa la capacidad de medición de este ante las variables de estudio.

La confiabilidad fue medida con el coeficiente del alfa de Cronbach, cuya fórmula se presenta a continuación:

Dónde:

α = Alfa de Cronbach

k = Número de ítems

S_i^2 = Varianza de cada ítem

S_T^2 = Varianza total.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

Análisis de fiabilidad:

Tabla 4.
Escala de interpretación de la confiabilidad

Interpretación	Escala		
Alta confiabilidad	0.9	a	1
Fuerte confiabilidad	0.76	a	0.89
Moderada confiabilidad.	0.5	a	0.75
Baja confiabilidad	0.01	a	0.49
No es confiable	-1	a	0

Fuente: Pino (1982). Estadística. Lima: INIDE

3.7. Métodos de análisis de datos

Según Hernández (2014), señala que el análisis estadístico del proceso investigativo se da con la finalidad de relacionar las variables, y considerar las técnicas utilizadas con rigor científico. La estadística es un instrumento para examinar los datos.

Para el análisis de datos del presente estudio investigativo se ha utilizado el software SPSS, alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad y para aceptar o rechazar las hipótesis del estudio se utilizó el coeficiente de correlación rho de Spearman.

3.8. Aspectos éticos

En acuerdo con el cumplimiento de las normas, condiciones y directivas de la conducta y ética para el desarrollo de los trabajos de investigación se tomaron en cuenta las orientaciones ofrecidas por la universidad, respetando así la recopilación de datos de otras fuentes, presentando información verídica y original sin alterar su contenido, asimismo, se respetó la autoría de las diversas teorías utilizadas en este estudio; además, el cuestionario aplicado a los contribuyentes fue de manera anónima, solicitando el consentimiento previo de estos para su ejecución.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Tabla 5.
Variable comunicación organizacional

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	17	42,5
	Medio	15	37,5
	Alto	8	20,0
	Total	40	100,0

Nota: Datos obtenidos de cuestionario

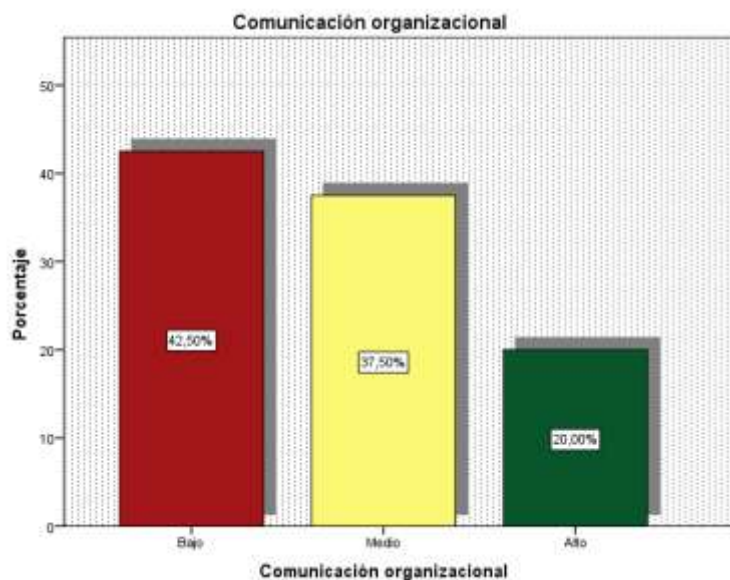


Figura 1. Variable comunicación Organizacional
Nota: Datos obtenidos de software SPSS

En la tabla 5 y figura 1 se observa que, de los 40 colaboradores, 17 colaboradores manifiestan presentar bajos niveles (42,50%) de comunicación organizacional, en contraste 8 de ellos (20,00%) manifiestan un nivel alto de comunicación organizacional en la empresa Atento Perú, sede La Molina-2021.

Tabla 6.

Variable trabajo en equipo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	17	42,5
	Medio	12	30,0
	Alto	11	27,5
	Total	40	100,0

Nota: Datos obtenidos de cuestionario

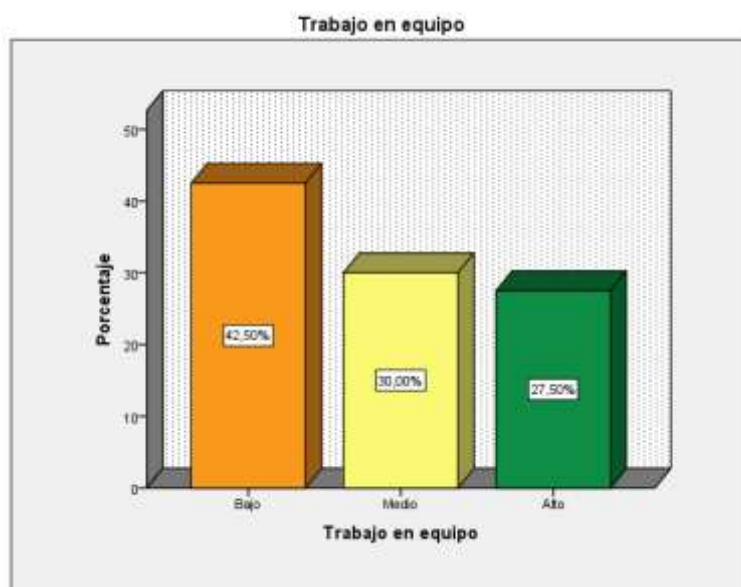


Figura 2. Variable trabajo en equipo

Nota: Datos obtenidos de software SPSS

En la tabla 6 y figura 2 se observa que, de los 40 colaboradores, 17 colaboradores manifiestan presentar bajos niveles (42,50%) de trabajo en equipo, en contraste 11 colaboradores (27,50%) manifiestan un nivel alto de liderazgo en la empresa Atento Perú, sede La Molina-2021.

Tabla 7.
Dimensión fase de iniciación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	13	32,5
	Medio	17	42,5
	Alto	10	25,0
	Total	40	100,0

Nota: Datos obtenidos de cuestionario

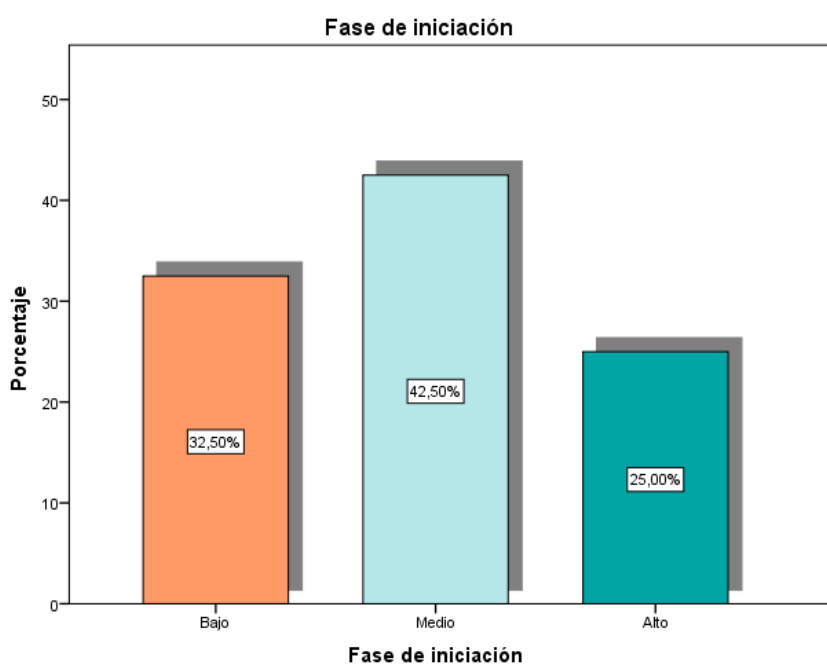


Figura 3. Dimensión fase de iniciación
Nota: Datos obtenidos de software SPSS

En la tabla 7 y figura 3 se observa que, de los 40 colaboradores, 13 colaboradores manifiestan presentar bajos niveles (32,50%) de fase de iniciación, en contraste 10 colaboradores (25,00%) manifiestan un nivel alto de fase de iniciación en la empresa Atento Perú, sede La Molina-2021.

Tabla 8.

Dimensión fase de clarificación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	20	50,0
	Medio	12	30,0
	Alto	8	20,0
	Total	40	100,0

Nota: Datos obtenidos de cuestionario

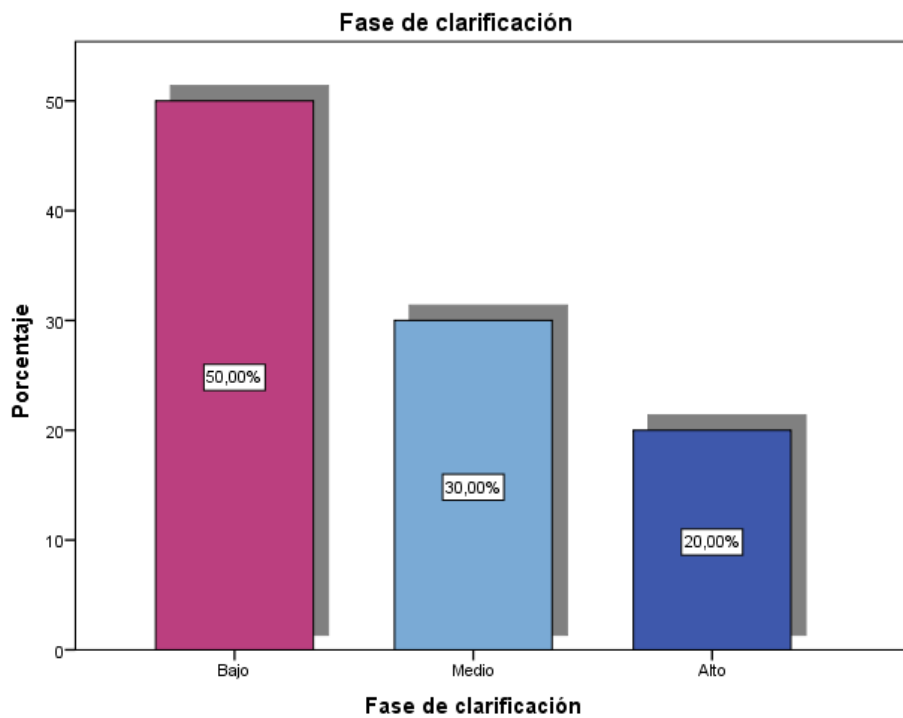


Figura 4. Dimensión fase clasificación

Nota: Datos obtenidos de software SPSS

En la tabla 8 y figura 4 se observa que, de los 40 colaboradores, 20 colaboradores manifiestan presentar bajos niveles (50,00%) de fase de clarificación, en contraste 8 colaboradores (20,00%) manifiestan un nivel alto de fase de clarificación en la empresa Atento Perú, sede La Molina-2021.

Tabla 9.
Dimensión fase de lucha por el poder

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	17	42,5
	Medio	13	32,5
	Alto	10	25,0
	Total	40	100,0

Nota: Datos obtenidos de cuestionario

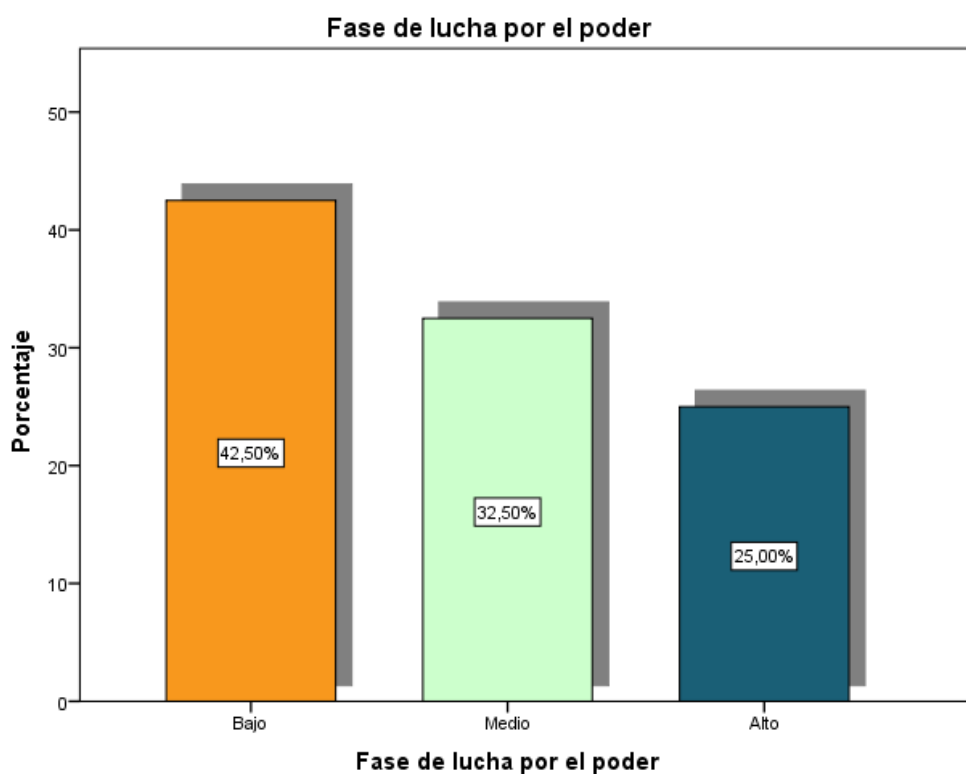


Figura 5. Dimensión fase lucha por el poder
Nota: Datos obtenidos de software SPSS

En la tabla 9 y figura 5 se observa que, de los 40 colaboradores, 17 colaboradores manifiestan presentar bajos niveles (42,50%) de fase de lucha por el poder, en contraste 10 colaboradores (25,00%) manifiestan un nivel alto de fase de lucha por el poder en la empresa Atento Perú, sede La Molina-2021.

Tabla 10.
Dimensión fase de integración

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	15	37,5
	Medio	9	22,5
	Alto	16	40,0
	Total	40	100,0

Nota: Datos obtenidos de cuestionario

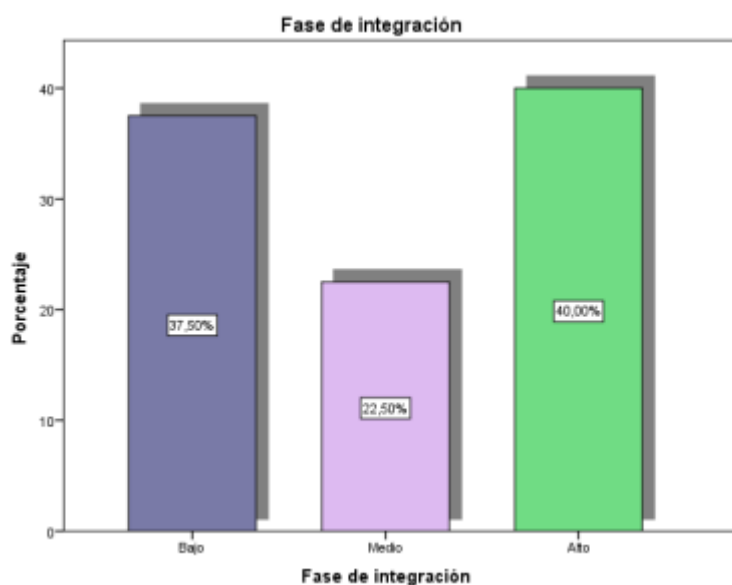


Figura 6. Dimensión fase de integración
Nota: Datos obtenidos de software SPSS

En la tabla 10 y figura 6 se observa que, de los 40 colaboradores, 15 colaboradores manifiestan presentar bajos niveles (37,50%) de fase de integración, en contraste 16 colaboradores (40,00%) manifiestan un nivel alto de fase de integración en la empresa Atento Perú, sede La Molina-2021.

Prueba de confiabilidad

Tabla 11.

Nivel de confiabilidad de la variable comunicación organizacional

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	12

Nota. Datos obtenidos de SPSS

La herramienta utilizada para determinar la confiabilidad de la escala para la variable comunicación organizacional a los trabajadores fue el alpha de Cronbach. Con esta prueba realizada a 40 colaboradores, obteniendo 0,901 y evidenciando que la escala aplicada fue una prueba de muy fuerte confiabilidad.

Tabla 12.

Nivel de confiabilidad de la variable trabajo en equipo

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,892	20

Nota. Datos obtenidos de SPSS

La herramienta utilizada para determinar la confiabilidad de la escala para la variable trabajo en equipo fue alpha de Cronbach. Con una prueba realizada a 40 colaboradores, obteniendo 0,892 y evidenciando que la escala aplicada fue una prueba de fuerte confiabilidad.

4.2. Prueba de hipótesis.

Prueba de hipótesis general.

H0: No existe relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

H1: Existe relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

Tabla 13.

Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo.

			Correlaciones	
			Comunicación organizacional	Trabajo en equipo
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,791**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Trabajo en equipo	Coefficiente de correlación	,791**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 13, se observa la relación entre las variables determinada por el rho de Spearman $\rho = 0.791$, lo cual significa que existe una correlación moderada entre las variables, frente al $p = 0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: existe relación entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en la empresa Atento Perú sede La Molina-2021.

Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1:

H0: No existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

H1: Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

Tabla 14.

Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación

		correlaciones	
		Comunicación organizacional	Fase de iniciación
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	1,000	,824**
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
Fase de iniciación	Comunicación organizacional	,824**	1,000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 14, se observa la relación entre las variables determinada por el rho de Spearman $\rho = 0.824$, lo cual significa que existe una correlación fuerte entre las variables, frente al $p = 0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

Hipótesis específica 2:

H0: No existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

H1: Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

Tabla 15.

Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación

			Correlaciones	
			Comunicación organizacional	Fase de clarificación
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	de 1,000	,805
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Fase de clarificación	de Coeficiente de correlación	de ,805	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 15, se observa la relación entre las variables determinada por el rho de Spearman $\rho = 0.805$, el cual significa que existe una correlación fuerte entre las variables, frente al $p = 0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

Hipótesis específica 3:

H0: No existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

H1: Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

Tabla 16.

Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder

			Correlaciones	
			Comunicación organizacional	Fase de lucha por el poder
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	Coefficiente de correlación	de 1,000	,625**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Fase de lucha por el poder	Coefficiente de correlación	de ,625**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 16, se observa la relación entre las variables determinada por el rho de Spearman $\rho = 0.625$, lo cual significa que existe una correlación moderada entre las variables, frente al $p = 0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

Hipótesis específica 4:

H0: No existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de integración en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

H1: Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de integración en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

Tabla 17.

Nivel de correlación y significación entre la comunicación organizacional y la fase de integración

		Correlaciones	
		Comunicación organizacional	Fase de integración
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,514**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	40	40
	Fase de integración	Coefficiente de correlación	,514**
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	40	40

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 18, se observa la relación entre las variables determinada por el rho de Spearman $\rho = 0.514$, lo cual significa que existe una correlación moderada entre las variables, frente al $p = 0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de integración en la empresa Atento Perú sede La Molina- 2021.

V. DISCUSIÓN

Análisis de discusión los resultados

De acuerdo con los resultados encontrados, en la prueba estadística de alfa de Cronbach, para medir el nivel de confiabilidad de los cuestionarios de 18 preguntas cada una, el cual se aplicó a 40 trabajadores del área de atención de clientes de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021, el cual halló como resultado una correlación alta entre las variables comunicación organizacional y equipo de trabajo, con un nivel de confiabilidad respectivamente de 0.901 y 0.892, del resultado de los cuestionarios, la cual ha servido como una base de datos confiable para hacer los análisis respectivos a las respuestas encontradas para los objetivos en la tesis.

Con la base de datos se elaboró un cuadro resumen general a nivel de frecuencias y porcentajes de las respuestas que se hallaron, que rechazan las hipótesis nulas y se aceptan las hipótesis alternas del presente estudio.

Lo que reconoce hacer un aporte al estudio de la variable comunicación organizacional y sus dos dimensiones: comunicación informal y comunicación formal. Asimismo, la segunda variable equipo de trabajo y sus cuatro dimensiones: fase iniciación, fase clarificación, fase de lucha por el poder y fase de integración, las cuales fueron objeto de estudio 40 trabajadores del área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina, en el que se hallaron resultados altos de correlación entre las variables capacitación y productividad, con una significancia relación positiva de 0.791 siendo su correlación fuerte y con una significancia que le permite aceptar la hipótesis alterna trazada en el trabajo de investigación ejecutado. Asimismo, todas las relaciones entre la variable comunicación organizacional con las dimensiones de la variable equipo de trabajo, también cuentan con una relación significativa positiva que acepta las hipótesis alternas de aquellas relaciones.

Castro (2014) define:

La comunicación organizacional es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo. (p.65)

Tomando en cuenta que la comunicación organizacional es primordial para que los trabajadores realicen su trabajo con menores riesgos y fallas, potenciando sus capacidades en bienestar del trabajador del área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021, lo que permitirá mayor eficiencia en los trabajadores y mayores beneficios para la empresa, refirió que:

Considerando lo que manifiesta el autor principal el cual fue base y mis antecedentes referenciales realizados para comprobar mi estudio, se puede afirmar que la comunicación organizacional fue una herramienta fundamental en las relaciones laborales hoy en día, ya que ha dado lugar a la transmisión de la información dentro de las organizaciones para identificar los requerimientos y logros de las mismas y de sus trabajadores, a través del buen uso de los diferentes medios de comunicación existentes en la organización.

VI. CONCLUSIONES

- Primera.** Con relación al objetivo general y en contestación de la hipótesis general, se concluye que existe un nivel de correlación significativa fuerte ($r=0.791^*$) siendo una correlación positiva entre comunicación organizacional y equipo de trabajo en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021, con un nivel de significancia de 0.01 y $p=0.000 < 0.05$.
- Segunda.** Respecto al objetivo específico 1 y en contestación de la hipótesis específica 1, se concluye que existe un nivel de correlación significativa fuerte ($r=0.824^*$) siendo una correlación positiva entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021, con un nivel de significancia de 0.01 y $p=0.000 < 0.05$.
- Tercera.** Respecto al objetivo específico 2 y en contestación de la hipótesis específica 2, se concluye que existe un nivel de correlación significativa fuerte ($r=0.805^*$) siendo una correlación positiva entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021, con un nivel de significancia de 0.01 y $p=0.000 < 0.05$.
- Cuarta.** Respecto al objetivo específico 3 y en contestación de la hipótesis específica 3, se concluye que existe un nivel de correlación significativa fuerte ($r=0.625^*$) siendo una correlación positiva entre la comunicación organizacional y la fase de lucha de poder en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021, con un nivel de significancia de 0.01 y $p=0.000 < 0.05$.
- Quinta.** Respecto al objetivo específico 4 y en contestación de la hipótesis específica 4, se concluye que existe un nivel de correlación significativa fuerte ($r=0.514^*$) siendo una correlación positiva entre la comunicación organizacional y la fase de integración en el área de

atención al cliente de la empresa Atento Perú sede La Molina-2021,
con un nivel de significancia de 0.01 y $p=0.000 < 0.05$.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera.** La empresa Atento Perú sede La Molina deberá fortalecer la comunicación en el área de atención al cliente a manera que sea más fluida y efectiva, a través de un plan de mejoramiento por medio de distintas ideas que deben gestionarse e implementarse, con el fin de identificar la importancia de la transferencia de información para reforzar el trabajo en equipo, ya que es una herramienta de suma importancia para el desarrollo de sus actividades.
- Segunda.** La empresa Atento Perú sede La Molina además de mejorar los canales comunicativos dentro del área de atención al cliente, se sugiere que la empresa programe más actividades recreativas que permitan a los trabajadores compartir más tiempo e intercambiar ideas, para así consolidar las relaciones personales y trasciendan a nivel laboral, lo cual favorecerá la productividad, y por supuesto, evitará subculturas o rumores dentro de la misma.
- Tercera.** Es necesario que dentro de la empresa evalúen los beneficios que les representa contar con los equipos de trabajo y seguir reforzándolos a través de la capacitación y creación de estímulos, puesto que es importante reconocer los méritos cada vez que alcanzan un objetivo.
- Cuarta.** Tener presente todos los beneficios que brinda el trabajo en equipo y transmitir dicha información al personal que lo conforma, para obtener buenos resultados en el desempeño laboral.
- Quinta.** Que los jefes de unidad mantengan una buena relación con los trabajadores ya que esto ha generado un ambiente laboral ameno, comprometido, responsable, donde los colaboradores se han identificado con la misma y con sus superiores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altamirano, G. (2016), con la tesis “*La comunicación organizacional en la satisfacción laboral en el área administrativa del hospital IESS*”, Universidad técnica de Ambato, Ecuador.
- Anónimo. (2021). *Plan estratégico de comunicación para mejorar la calidad del servicio en los procesos y en la gestión humana de asesorías de tránsito*. Library.
- Arias F. (2012). *El proyecto de investigación* (6ta. Ed.), Venezuela: Editorial Episteme, C.A.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra Ed). Colombia, editorial Pearson Educación.
- Bisquerra, R. (2004). *Metodología de la investigación Educativa*. (1ra. Ed.), Madrid: Muralla
- Caicedo, J. (2019). *Trabajo en equipo: clave del éxito de las organizaciones*. Revista científica, 4(10), 58-76.
- Carrasco, J. (2013). *Técnicas y Recursos para el Desarrollo de las Clases*. 3ª Edición. Ediciones RIALP S.A.
- Castillo, D. (2017), con la tesis “*Trabajo en equipo Trabajo en equipo y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores – Banco de Crédito del Perú, Ate – 2017*”. Universidad Cesar Vallejo, Lima-Peru.
- Castillo, G. (2020), con la tesis “*La comunicación organizacional y trabajo en equipo en los trabajadores del Ministerio Público, Lima 2019*”. Universidad Cesar Vallejo, Lima-Peru.
- Centty, D. (2006). *Manual Metodológico para el investigador científico*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa Facultad de Economía.
- Cozby P. (2005). *Métodos de investigación del comportamiento* (8 octava Ed.), México: McGraw-Hill/Interamericana editores S.A. DE C.V.

- Cuadros, J., et al. (2021). *Análisis y diseño de puesto*. Scribd.
- Florez, M. (2014). *La investigación en comunicación organizacional en Antioquía-Colombia*. Revista luciérnaga, 7(13), 55-65.
- Gantiva, P. et al. (2019), con la tesis “*Trabajo en equipo para mejorar la calidad laboral*”. Universidad católica de Colombia, Bogota-Colombia.
- García, G. (2014). *Influencia del trabajo en equipo en la adaptación a entornos laborales cambiantes: caso Adecco Peru*. Revista de ciencias empresariales de la universidad de San Martin de Porres, 5(1), 35-48.
- García, J. (2018), con la tesis “*Trabajo en equipo como estrategia en el desarrollo de habilidades técnicas en estudiantes del segundo ciclo de la carrera de topografía, Sencico – Piura, 2017*”. Universidad Católica de los ángeles de Chimbote, Piura-Peru.
- Gomez S. (2012). *Metodología de la investigación* (1era Ed.), México: Editorial Red tercer milenio S.C.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta Ed). México, Editorial McGraw-Hill.
- Hurtado, I. y Toro, J. (2007). *Paradigmas y Métodos de investigación*. (2da. Ed.), Sucre. Venezuela: Editorial CEC
- Lopez, R. H. (1998). *La Metodología de la Encuesta*. México: Consejo Nacional de Cultura y Artes.
- Palma, S. (2014), con la tesis “*La comunicación organizacional y trabajo en equipo en Docentes de las Instituciones Educativas Estatales del distrito de Barranca - 2014*”. Universidad Cesar Vallejo, Lima-Peru.
- Papic, A. (2016), con la tesis “*La Comunicación Organizacional en Entidades Educativas*”. Universidad de Málaga, Málaga-España.
- Pino (1982). *Metodología de la investigación*. Lima. Editorial san Marcos.
- Quintana, V., y Marín, A. (2001). *La construcción de las organizaciones: La cultura de la empresa* (1era ed.). Madrid, España: Ediciones educación permanente.

- Ramos, D. et al. (2017). *Comunicación organizacional* (1era ed.). Lima, Peru: Ediciones grupo compas 2017.
- Ramos, M. (2017), con la tesis "*La comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte, Lima. 2016*". Universidad Cesar Vallejo, Lima-Peru.
- Regalado, O., Allpacca, R., y Gerónimo, L. (2011). *Endomarketing: estrategias de relacion con el cliente interno* (1era ed.). Lima, Peru: Esan ediciones.
- Reyes, C. & Ayarza, A. (2018), con la tesis "*La comunicación organizacional y su influencia en el clima organizacional de los operarios de industrias San Miguel en el 2017*". Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú.
- Reyes, E. (2017), con la tesis "*Análisis de comunicación organizacional para dar a conocer los servicios que brinda el hospital Sagrado Corazón de Jesús, Cantón Quevedo 2017*", Universidad de Guayaquil, Guayaquil-Ecuador.
- Rodas, E. (2017), con la tesis "*Comunicación efectiva y trabajo en equipo*". Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango-México.
- Romero, R. (2019), con la tesis "*Comunicación organizacional y trabajo en equipo de los trabajadores de la empresa motores Diesel Andinos S.A., Lurín, 2018*". Universidad Cesar Vallejo, Lima-Peru.
- Sotero, J. (2016), con la tesis "*Gestión de la comunicación organizacional y percepción de la calidad de servicio del colegio de abogados de la libertad en el año 2016*". Universidad Privada Antenor Orrego, Pregrado, Trujillo-Perú.
- Tacuchi, G. (2017), con la tesis "*La comunicación interna y el clima organizacional, en la municipalidad provincial de Lauricocha, Huánuco – 2017*". Universidad de Huánuco, Peru.
- Valderrama, S. (2014). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Perú, Editorial San Marcos.

Valdés, M. (2015). *Web de comunicación organizacional para la gestión del conocimiento en la formación inicial y permanente*. Revista cubana de ciencias informáticas, 9(1), 1-11.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Metodología
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el equipo de trabajo en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?	Establecer la relación entre la comunicación organizacional y el equipo de trabajo en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.	Existe relación entre la comunicación organizacional y el equipo de trabajo en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.	Comunicación organizacional	Comunicación informal	Formalidad del mensaje	P1, P2	<u>Tipo de investigación</u> Aplicada, descriptiva, cuantitativa y correlacional <u>Diseño</u> No experimental de corte transversal
					Interacción espontánea	P3, P4	
					Rumor	P5, P6	
				Comunicación formal	Canales de comunicación	P7, P8	
					Relaciones sociales	P9, P10	
					Flujo informativo	P11, P12	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Equipo de trabajo	Fase de iniciación	Incertidumbre	P13, P14	<u>Población</u> Muestra censal de 40 trabajadores <u>Técnica</u> Encuesta
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?	Establecer la relación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.	Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de iniciación en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.			Ansiedad	P15, P16	
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?	Establecer la relación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.	Existe relación entre la capacitación Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de clarificación en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.		Fase de clarificación	Procedimientos	P17, P18	
					Resolución de problemas	P19, P20	

¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?	Establecer la relación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.	Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de lucha por el poder en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021.		Fase de lucha por el poder	Líder	P21, P22	<u>Instrumento</u> Cuestionario validado por juicio de expertos <u>Análisis de datos</u> Programa SPSS v.24
				Roles	P23, P24		
				Cohesión	P25, P26		
Fase de integración	Consenso	P27, P28					
	Comunicación interpersonal	P29, P30					
	Compromiso	P31, P32					
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la fase de integración en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021?	Establecer la relación entre la comunicación organizacional y la fase de integración en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021	Existe relación entre la comunicación organizacional y la fase de integración en área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021					

Anexo 2. Matriz de operacionalización

Operacionalización de la variable Comunicación organizacional

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala Ordinal
Comunicación organizacional	<p>Castro (2014) define: La Comunicación Organizacional como uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo. (p.65)</p>	<p>La variable comunicación organizacional es de naturaleza cuantitativa, la misma que se operacionaliza en 2 dimensiones, las cuales son: comunicación informal y comunicación formal, las cuales son los atributos del cuestionario llamado cuestionario.</p>	<p>1. Comunicación Informal</p> <p>2. Comunicación formal</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informalidad del mensaje - Interacción espontanea - Rumor - Canales de comunicación - Relaciones sociales - Flujo informativo 	<p>1=Nunca</p> <p>2=Casi Nunca</p> <p>3=A veces</p> <p>4=Casi siempre</p> <p>5=Siempre</p>

Fuente: Elaboración Propia

Operacionalización de la variable Equipo de trabajo

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala Ordinal
Equipo de trabajo	<p>Fernández y Manzanares (2015), indican que:</p> <p>El trabajo en equipo se trata de que cada uno de los miembros que son parte de un grupo a quienes se les asigna una tarea trabajen de manera coordinada puesto que, todos tienen carencias las cuales son suplidas por el resto del grupo. (p. 39)</p>	<p>La variable equipo de trabajo es de naturaleza cuantitativa, la misma que se operacionaliza en 4 dimensiones, las cuales son: Fase de iniciación, Fase de clarificación, Fase de lucha por el poder y Fase de integración, las cuales son los atributos del cuestionario llamado cuestionario.</p>	<p>1. Fase de iniciación</p> <p>2. Fase de clarificación</p> <p>3. Fase de lucha por el poder</p> <p>4. Fase de integración</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Incertidumbre - Ansiedad - Procedimientos - Resolución de problemas - Líder - Roles - Cohesión - Consenso - Comunicación interpersonal - Compromiso 	<p>1=Nunca</p> <p>2=Casi Nunca</p> <p>3=A veces</p> <p>4=Casi siempre</p> <p>5=Siempre</p>

Fuente: *Elaboración Propia*

Anexo 3. Instrumentos

INSTRUCCIONES: La encuesta busca recoger información respecto a la comunicación organizacional y equipo de trabajo en el área de atención al cliente de la empresa Atento Perú Sede La Molina-2021. A continuación, se encontrará una serie de preguntas sobre las cuales debe afirmar marcando con una X según corresponda. Lee con atención; responde las preguntas con la verdad.

Nunca = 1

Casi nunca = 2

A veces. = 3

Casi siempre. = 4

Siempre. = 5

Variables 01. Comunicación organizacional

Dimensión 01. Comunicación informal						
Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Indicador 01. Informalidad del mensaje						
1.	¿Considera usted que existe mucha informalidad al momento de dar un mensaje de parte de sus colaboradores?					
2.	¿Cree usted que la informalidad en los mensajes afecta su desempeño laboral dentro de la empresa?					
Indicador 02. Interacción espontanea						
3.	¿Piensa usted que la interacción espontanea de parte de la empresa es importante para la atención a los clientes?					
4.	¿Supone usted que en las reuniones dentro de la empresa se toma en cuenta la interacción espontáneamente?					
Indicador 03. Rumor						
5.	¿Considera usted que los rumores dentro de la empresa pueden ser confiables para ser tomadas en cuenta?					
6.	¿Cree usted que los rumores pueden condicionar pensamientos en la conducta de sus compañeros hacia la empresa?					

Dimensión 02. Comunicación formal					
Indicador 01: Canales de comunicación					
7.	¿Piensa usted que la empresa cuenta con un buen canal de comunicación al momento de transmitir los mensajes a su personal?				
8.	¿Supone usted la empresa le brinda herramientas adecuadas en la comunicación hacia sus clientes?				
Indicador 02. Relaciones sociales					
9.	¿Cree usted que tiene una buena relación social con la empresa donde labora?				
10.	¿Considera usted que las relaciones sociales dentro de la empresa le pueden brindar conocimientos para desempeñar mejor su trabajo?				
Indicador 03: Flujo informativo					
11.	¿Piensa usted que los flujos de información que maneja la empresa son importantes para la atención a los clientes?				
12.	¿Supone usted que si la empresa cuenta con un sistema informativo puede mejorar la productividad laboral de su personal?				

Variables 02. Equipo de Trabajo

Dimensión 01. Fase de iniciación						
Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Indicador 01. Incertidumbre						
13.	¿Piensa usted que el miedo por el futuro dentro de la empresa afecta su desempeño laboral así como a sus compañeros?					
14.	¿Supone usted que la empresa debería tener decisiones claras frente a la incertidumbre que se pueden presentar a futuro?					
Indicador 02: Ansiedad						
15.	¿Considera usted que tiene un buen control de sus ansiedades al momento de realizar sus labores dentro la empresa?					
16.	¿Cree usted que la empresa debería identificar el origen de las angustias de su equipo de trabajo para mejorar su desempeño?					
Dimensión 02. Fase de clarificación						
Indicador 01. Procedimientos						
17.	¿Supone usted que la empresa cumple con los procedimientos de clarificación al momento de captar su personal?					
18.	¿Piensa usted que su área debería contar con buenas programaciones de parte de la empresa?					
Indicador 02: Resolución de problemas						
19.	¿Considera usted que su equipo de trabajo es capaz de cumplir con las metas planeadas por la empresa?					
20.	¿Cree usted que con la resolución de problemas los equipos que conforman la empresa pueden encontrar soluciones?					
Dimensión 03. Fase de lucha por el poder						
Indicador 01. Líder						
21.	¿Piensa usted que su líder toma decisiones acertada para resolver diferencias con su equipo de trabajo dentro de la empresa?					

22.	¿Supone usted que su líder busca influir y motivar para lograr los objetivos de su equipo dentro de la empresa?					
Indicador 02. Roles						
23.	¿Considera usted que los roles de equipo dentro de su área están bien definidos por parte de la empresa?					
24.	¿Cree usted que la empresa debería considerarlo para asumir roles con mayores responsabilidades dentro de su equipo?					
Indicador 03. Cohesión						
25.	¿Piensa usted que la cohesión logra un trabajo en equipo más eficiente al momento cumplir con los objetivos para con la empresa?					
26.	¿Supone usted que en su equipo de trabajo hay unión entre sus compañeros al momento de cumplir sus metas dentro de la empresa?					
Dimensión 04. Fase de integración						
Indicador 01. Consenso						
27.	¿Considera usted que al momento de tomar decisiones en grupo dentro de la empresa existen consensos entre sus compañeros?					
28.	¿Cree usted que sus ideas que plantea logran tener una buena aceptación de parte de su equipo con respecto a los objetivos de la empresa?					
Indicador 02. Comunicación interpersonal						
29.	¿Piensa usted que la empresa tiene una buena comunicación interpersonal con sus equipos de trabajo que laboran en cada una de sus áreas?					
30.	¿Supone usted que una buena comunicación con los miembros de la empresa puede motivarla para lograr un mejor desempeño?					
Indicador 03. Compromiso						
31.	¿Considera usted que su compromiso con la empresa debería ser tomada en cuenta por sus empleadores?					
32.	¿Cree usted que se siente suficientemente motivada por parte de la empresa para cumplir con su compromiso?					

Anexo 4. Validación del instrumento

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: Comunicación organizacional							
	DIMENSIÓN 1: Comunicación informal	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Considera usted que existe mucha informalidad al momento de dar un mensaje de parte de sus colaboradores?	X						
2	¿Cree usted que la informalidad en los mensajes afecta su desempeño laboral dentro de la empresa?	X						
3	¿Piensa usted que la interacción espontánea de parte de la empresa es importante para la atención a los clientes?	X						
4	¿Supone usted que en las reuniones dentro de la empresa se toma en cuenta la interacción espontáneamente?	X						
5	¿Considera usted que los rumores dentro de la empresa pueden ser confiables para ser tomadas en cuenta?	X						
6	¿Cree usted que los rumores pueden condicionar pensamientos en la conducta de sus compañeros hacia la empresa?	X						
	DIMENSIÓN 2: Comunicación formal	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Piensa usted que la empresa cuenta con un buen canal de comunicación al momento de transmitir los mensajes a su personal?	X						
8	¿Supone usted la empresa le brinda herramientas adecuadas en la comunicación hacia sus clientes?	X						
9	¿Cree usted que tiene una buena relación social con la empresa donde labora?	X						

10	¿Considera usted que las relaciones sociales dentro de la empresa le pueden brindar conocimientos para desempeñar mejor su trabajo?	X						
11	¿Piensa usted que los flujos de información que maneja la empresa son importantes para la atención a los clientes?	X						
12	¿Supone usted que si la empresa cuenta con un sistema informático puede mejorar la productividad laboral de su personal?	X						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir ()
 No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg. Michel Jaime Mendez Escobar
MBA - Administrador

DNI: 10797162

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. Metodólogo

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

07 de Noviembre del 2020



Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

SÍ, HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg

JHON HAYROL FALCONI ATOCHE

DNI: 43460177.....

Especialidad del validador: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Experto Informante.



Firma del

¹Pertinencia:

El ítem corresponde al concepto teórico formulado.....

²Relevancia:

El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad:

Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota:

Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 EQUIPO DE TRABAJO

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: Equipo de trabajo							
	DIMENSIÓN 1: Fase de iniciación	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Piensa usted que el miedo por el futuro dentro de la empresa afecta su desempeño laboral así como a sus compañeros?	X						
2	¿supone usted que la empresa debería tener decisiones claras frente a la incertidumbre que se pueden presentar a futuro?	X						
3	¿Considera usted que tiene un buen control de sus ansiedades al momento de realizar sus labores dentro la empresa?	X						
4	¿Cree usted que la empresa debería identificar el origen de las angustias de su equipo de trabajo para mejorar su desempeño?	X						
	DIMENSIÓN 2: Fase de clarificación	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿Supone usted que la empresa cumple con los procedimientos de clarificación al momento de captar su personal?	X						
6	¿Piensa usted que su área debería contar con buenas programaciones de parte de la empresa?	X						
7	¿Considera usted que su equipo de trabajo es capaz de cumplir con las metas planeadas por la empresa?	X						
8	¿Cree usted que con la resolución de problemas los equipos que conforman la empresa pueden encontrar soluciones?	X						
	DIMENSIÓN 3: Fase de lucha por el poder	Si	No	Si	No	Si	No	
9	¿Piensa usted que su líder toma decisiones acertada para resolver diferencias con su equipo de trabajo dentro de la empresa?	X						
10	¿Supone usted que su líder busca influir y motivar para lograr los objetivos de su equipo dentro de la empresa?	X						
11	¿Considera usted que los roles de equipo dentro de su área están bien definidos por parte de la empresa?	X						
12	¿Cree usted que la empresa debería considerarlo para asumir roles con mayores responsabilidades dentro de su equipo?	X						
13	¿Piensa usted que la cohesión logra un trabajo en equipo más eficiente al momento cumplir con los objetivos para con la empresa?	X						
14	¿Supone usted que en su equipo de trabajo hay unión entre sus compañeros al momento de cumplir sus metas dentro de la empresa?	X						
	DIMENSIÓN 4: Fase de integración	Si	No	Si	No	Si	No	
15	¿Considera usted que al momento de tomar decisiones en grupo dentro de la empresa existen consensos entre sus compañeros?	X						
16	¿Cree usted que sus ideas que plantea logran tener una buena aceptación de parte de su equipo con respecto a los objetivos de la empresa?	X						
17	¿Piensa usted que la empresa tiene una buena comunicación interpersonal con sus equipos de trabajo que laboran en cada una de sus áreas?	X						
18	¿Supone usted que una buena comunicación con los miembros de la empresa puede motivarla para lograr un mejor desempeño?	X						
19	¿Considera usted que su compromiso con la empresa debería ser tomada en cuenta por sus empleadores?	X						
20	¿Cree usted que se siente suficientemente motivada por parte de la empresa para cumplir con su compromiso?	X						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir ()
No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg. Michel Jaime Mendez Escobar
MBA - Administrador

DNI: 10797162

Especialidad del validador:
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado..... Metodologo

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

SÍ, HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg

JHON HAYROL FALCONI ATOCHE

DNI: 43460177

Especialidad del validador: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Experto Informante.

¹Pertinencia:

El ítem corresponde al concepto teórico formulado.....

²Relevancia:

El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad:

Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota:

Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del

Anexo 5. Base de datos

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15	y16	y17	y18	y19	y20		
Trabajador 01	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2		
Trabajador 02	1	1	1	2	1	2	2	1	2	3	3	1	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	3	2	3	3	3	1	2	3		
Trabajador 03	1	1	2	1	2	2	1	1	1	4	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	3	3	2	1	2	2		
Trabajador 04	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	3	1	1	2	2	2	3	2	1	3	1	3	2	3	2	2	3	2	2		
Trabajador 05	2	2	3	2	2	3	2	2	3	4	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3		
Trabajador 06	2	2	3	3	2	3	2	2	3	4	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2		
Trabajador 07	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	1	3	1	1	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2		
Trabajador 08	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	3		
Trabajador 09	3	3	3	2	3	3	2	1	3	4	3	2	3	1	1	1	2	3	3	2	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	1	3	
Trabajador 10	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	
Trabajador 11	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
Trabajador 12	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	3	1	1	1	2	2	2	1	1	3	1	3	2	2	2	2	1	3	1	2	
Trabajador 13	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	3	3	4	5	4	5		
Trabajador 14	3	2	3	5	2	3	3	1	2	5	1	4	3	3	2	4	3	2	5	1	2	2	1	3	3	2	3	4	4	4	2		
Trabajador 15	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5		
Trabajador 16	4	3	5	2	2	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
Trabajador 17	3	4	4	5	3	3	3	4	3	5	5	5	4	5	4	5	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	5	3		
Trabajador 18	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3		
Trabajador 19	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4		
Trabajador 20	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	
Trabajador 21	3	2	3	3	2	3	2	2	3	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3		
Trabajador 22	1	1	1	2	2	2	2	2	2	4	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Trabajador 23	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	
Trabajador 24	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	
Trabajador 25	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	
Trabajador 26	2	1	2	1	3	4	1	1	2	5	1	1	4	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	
Trabajador 27	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1
Trabajador 28	2	2	3	2	3	3	2	1	3	4	3	2	3	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	1	3	3	
Trabajador 29	2	2	2	2	2	2	2	3	2	5	2	2	4	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Trabajador 30	3	2	2	2	2	3	2	2	2	4	1	2	3	2	2	3	2	3	3	5	2	3	2	3	3	3	3	5	2	3	3	3	
Trabajador 31	2	1	1	1	3	4	2	2	2	5	2	2	5	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	4	2	1	2	2	
Trabajador 32	2	3	1	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	1	2	1	3	3	3	2	1	3	1	3	3	3	4	3	3	1	3	3	
Trabajador 33	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1
Trabajador 34	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Trabajador 35	1	2	1	2	3	3	1	2	2	1	2	3	2	1	1	1	2	3	3	2	1	2	2	3	2	1	2	3	2	1	3	3	
Trabajador 36	1	2	2	1	3	2	2	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	3	2	2	1	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	
Trabajador 37	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1
Trabajador 38	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	5	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	
Trabajador 39	2	2	1	1	2	2	1	2	1	5	1	2	5	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	3	2	1	2	2	
Trabajador 40	3	1	1	3	3	3	1	1	3	3	1	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	1	1	3	3	3	

Anexo 6. Propuesta de valor

Dentro de la empresa que desarrollamos nuestro proyecto, recomendamos tener un departamento unificado de comunicación, donde estén las relaciones publicas de la empresa y de sus diferentes áreas y el departamento de la comunicación interna, para así establecer mejores relaciones dentro de los comunicadores que trabajan para la empresa, generar un proyecto que unifique el sistema de trabajo, brindar más confianza a los empleados y realizar propuestas que serán difundidas por los diferentes canales pero al mismo tiempo logrando una comunicación unificada.

Para mejorar el clima laboral de la empresa y lograr que el trato sea equitativo, recomiendo tomar una iniciativa desarrollando un desayuno para cada colaborador por áreas donde cada departamento tenga un desayuno con el gerente general y directivos, pero no hablar de trabajo solamente sociabilizar y conocerse entre compañeros.

Dentro del ámbito comunicacional, se sugiere que la información sea inmediata y equitativa, por lo que en el mural siempre debe haber un espacio para poner las notas de urgencias de última hora que no hayan sido posibles

Luego de la propuesta realizada, veo que es factible sugerir a todas las empresas tener un departamento de comunicación interna, para mejorar el clima laboral y el conocimiento de los colaboradores, logrando un mejor desenvolvimiento y rendimiento de los integrantes de la organización.