

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y
ADMINISTRATIVAS**
Carrera Profesional de Administración de Empresas

**RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y TRABAJO EN
EQUIPO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MOTOCORP
CAJAMARCA, 2020.**

Bach. Juan Quiroz Llovera

Bach. María Leiddy Vásquez Ramos

Asesor:

Dr. Isaías Armando Montenegro Cabrera

Cajamarca-Perú

2021

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y
ADMINISTRATIVAS**

Carrera Profesional de Administración de Empresas

**RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y TRABAJO EN
EQUIPO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MOTOCORP
CAJAMARCA, 2020.**

Tesis para presentar el título profesional de:

Licenciado en Administración de Empresas

Bach. Juan Quiroz Llovera

Bach. María Leiddy Vásquez Ramos

Asesor:

Dr. Isaías Armando Montenegro Cabrera

Cajamarca – Perú

2021

COPYRIGHT © 2021 by

Bach. Juan Quiroz Llovera

Bach. María Leiddy Vásquez Ramos

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TITULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y TRABAJO EN
EQUIPO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MOTOCORP
CAJAMARCA, 2020

Presidente : Dr. Isaías Armando Montenegro Cabrera

Secretario : Dr. Luis Felipe Velasco

Vocal : Mg. Carlos Andrés Gil Jáuregui

Asesor : Dr. Isaías Armando Montenegro Cabrera

DEDICATORIA

A Dios por guiar y acompañar cada uno de mis pasos, cuidándome y dándome fortaleza para continuar y con todo mi amor y cariño a mi madre por su sacrificio y esfuerzo, por creer en mi capacidad, por su apoyo para salir adelante y cumplir con mis ideas y a todas aquellas personas que de una u otra manera ha contribuido para el logro de mis objetivos.

María Leiddy

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han dado conmigo hasta el día de hoy. A mis padres Mercedes y Francisca quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Juan Quiroz

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo por habernos abierto sus puertas, brindándonos la oportunidad de formarnos y formar parte de además agradecer mucho por la ayuda a todos los profesores, compañeros y en especial a nuestro asesor Dr. Isaías Armando Montenegro Cabrera por su apoyo, comprensión, tolerancia y habernos brindado los conocimientos necesarios para terminar nuestra tesis.

Para finalizar, también agradecemos a todo los compañeros de clase durante todo los niveles de la universidad ya que gracias al compañerismo, amistad apoyo moral han aportado en un alto porcentaje de seguir en nuestra carrera profesional, y lograr los objetivos obtenidos.

Los autores

RESUMEN

La presente investigación titulada relación entre la comunicación interna y trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca, 2020; tiene por objetivo determinar la relación entre la comunicación interna y trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020. La investigación de tipo aplicada de nivel correlacional y diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó el método deductivo inductivo de investigación. La población y muestra estuvo conformada por 19 colaboradores a quienes se les aplicó los instrumentos de recolección de datos y se utilizó el coeficiente de Pearson para correlacionar las variables. Obteniendo como resultados que en general la comunicación interna y el trabajo en equipo es muy eficiente, además la correlación entre la comunicación descendente con el trabajo en equipo es de $r = 0.781$, la correlación entre la comunicación ascendente con el trabajo en equipo es de $r = 0.896$, la correlación entre la comunicación horizontal con el trabajo en equipo es de $r = 0.853$ y finalmente, la correlación entre la comunicación interna con el trabajo en equipo es de $r = 0.924$. Concluyendo que existe una correlación significativa directa, con un nivel alto entre la comunicación interna y el trabajo equipo.

Palabra clave. Comunicación interna, trabajo en equipo.

ABSTRAC

The present investigation entitled relationship between internal communication and teamwork in the employees of the company MOTOCORP Cajamarca, 2020; Its objective is to determine the relationship between internal communication and teamwork in the employees of the MOTOCORP Cajamarca Company in the year 2020. The research is of an applied type, correlational level and non-experimental cross-sectional design. The inductive deductive method of research was used. The population and sample consisted of 19 collaborators to whom the data collection instruments were applied and the Pearson coefficient was used to correlate the variables. Obtaining as results that in general internal communication and teamwork is very efficient, in addition the correlation between descending communication with teamwork is $r = 0.781$, the correlation between ascending communication with teamwork is $r = 0.896$, the correlation between horizontal communication with teamwork is $r = 0.853$ and finally, the correlation between internal communication with teamwork is $r = 0.924$. Concluding that there is a significant, direct correlation with a high level between internal communication and teamwork.

Keywords. Internal communication, teamwork.

ÍNDICE

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	3
ABSTRAC	4
ÍNDICE	5
LISTA DE FIGURAS	8
LISTA DE TABLAS	9
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	11
1.1. Descripción de la realidad problemática	11
1.2. Definición del problema	13
1.2.1. Problema general	13
1.2.2. Problemas específicos	13
1.3. Objetivos.....	13
1.3.1. Objetivos generales	13
1.3.2. Objetivos específicos.....	14
1.4. Justificación e importancia	14
1.4.1. Justificación teórica	14
1.4.2. Justificación metodológica	14
1.4.3. Justificación práctica	15
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	16
2.1. Antecedentes de la investigación.....	16
2.1.1. A nivel internacional	16
2.1.2. A nivel nacional.....	17
2.1.3. A nivel local	19
2.2. Bases teóricas	19

2.2.1. La comunicación interna	19
2.2.2. Trabajo en equipo	29
2.3. Definición de términos básicos.....	35
2.4. Hipótesis	37
2.4.1. Hipótesis general	37
2.4.2. Hipótesis específicas	37
2.4.3. Operacionalización de Variables	38
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	39
3.1.1. Tipo de investigación	39
3.1.2. Nivel de investigación	39
3.2. Diseño de investigación.....	40
3.3. Población	40
3.4. Muestra	41
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
3.5.1. Técnicas de recolección de datos	41
3.5.2. Instrumentos de recolección de datos.....	41
3.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos.....	43
3.7. Interpretación de datos.....	43
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
4.1 Resultados.....	45
4.2 Discusión de resultados	62
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
5.1. Conclusiones.....	69
5.2. Recomendaciones	70
REFERENCIAS	71
ANEXOS	77
Anexo 01 Cuestionario para la variable comunicación interna.....	77

Anexo 02 Cuestionario para la variable trabajo en equipo.....	79
Anexo 03 Propuesta de comunicación interna	81
Anexo 03 Validación de los instrumentos de recolección de datos	92
Anexo 04 Evidencia fotográfica	98
Anexo 05 Matriz de resultados	100
Anexo 06 Resultados	103
Anexo 07 Matriz de correlaciones	1077

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Evaluación general de la dimensión comunicación descendente.....	50
Figura 2 Evaluación general de la dimensión comunicación ascendente.....	52
Figura 3 Evaluación de la dimensión comunicación horizontal.....	54
Figura 4 Resumen variable comunicación interna	54
Figura 5 Evaluación de la dimensión tenencia de metas	56
Figura 6 Evaluación de la dimensión gerencia y equipo	57
Figura 7 Resultados de la dimensión definición de prioridades.....	58
Figura 8 Evaluación de la dimensión atención a los miembros	60
Figura 9 Dimensión valoración de las contribuciones.....	61
Figura 10 Evaluación en la variable trabajo en equipo	61
Figura 11 Fotografía n°1 en la empresa MOTOCORP	98
Figura 12 Fotografía n°2 en la empresa MOTOCORP	98
Figura 13 Fotografía n°3 en la empresa MOTOCORP	99
Figura 14 Fotografía n°4 en la empresa MOTOCORP	99

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	38
Tabla 2 Forma de evaluación de cada dimensión.....	44
Tabla 3 Grado de relación según coeficiente de correlación.....	44
Tabla 4 Relación entre la comunicación interna y trabajo en equipo.....	45
Tabla 5 Relación que existe entre la descendente y el trabajo en equipo.....	46
Tabla 6 Relación entre la comunicación ascendente y el trabajo en equipo	47
Tabla 7 Relación entre la comunicación horizontal y el trabajo en equipo.....	48
Tabla 8 Resultados de la dimensión comunicación descendente	49
Tabla 9 Resultados dimensión comunicación ascendente.....	51
Tabla 10 Resultados dimensión comunicación horizontal	53
Tabla 11 Resultados dimensión tenencia de metas	55
Tabla 12 Resultados dimensión gerencia y equipo	56
Tabla 13 Resultados dimensión definición de prioridades.....	58
Tabla 14 Resultados dimensión atención a los miembros.....	59
Tabla 15 Resultados dimensión valoración de las contribuciones	59
Tabla 16 Resultados de comunicación interna y trabajo en equipo	100
Tabla 17 Resultados de la dimensión comunicación descendente y trabajo en equipo .	62
Tabla 18 Resultados de la dimensión comunicación ascendente y trabajo en equipo ...	63
Tabla 19 Resultados de la dimensión comunicación horizontal y trabajo en equipo.....	64
Tabla 20 Encuesta de comunicación interna	99
Tabla 21 Encuesta de trabajo en equipo	101
Tabla 22 Resultados variable comunicación interna.....	102

Tabla 23 Resultados variable trabajado en equipo	103
Tabla 24 Matriz de correlaciones	106

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática

Las personas son por naturaleza seres comunicativos, ya que es una necesidad relacionarse e interactuar con las demás personas por el simple hecho de vivir en sociedad. Las empresas no se encuentran exclusividad de este fenómeno, cada vez es más necesario promover y reforzar las relaciones de los colaboradores dentro de las empresas para mejorar la estructura de la organización en sus diferentes niveles, como lo menciona Chiavenato (2007), el autor también señala que toda empresa debe construir una base sólida de comunicación e información, esta comunicación que conecta a todas personas dentro de una organización o empresas se le denomina comunicación interna.

Aún, con los nuevos conocimientos sobre la administración de empresas, en la actualidad las organizaciones, principalmente las pequeñas y medianas empresas, no le prestan la atención requerida a la comunicación interna, que es la responsable de viabilizar el trabajo en equipo, según Robbins (2004) este desinterés por parte de las organizaciones ocasiona incomprensión, poco compromiso, irresponsabilidad e intolerancia en sus colaboradores que trae como resultado bajos niveles de producción.

Las interrupciones o deficientes flujos comunicativos alteran el orden y generan conflictos que afectan el clima laboral, la eficiencia y la productividad, si no se resuelve este problema los colaboradores no podrán conformar un equipo de trabajo sólido y estar alineados a los objetivos de la empresa y con el tiempo puede haber consecuencias

irreversibles en los resultados del negocio (Becker, 1960). Por lo tanto, resolver los problemas de comunicación dentro de una organización debe ser una de las prioridades.

Se entiende por comunicación interna en el enfoque organizacional, cuando dos o más personas interactúan e intercambian información, ideas, sentimientos y comparten principios sobre la empresa en la cual trabajan. Pizzolante (2004) señala que las organizaciones necesitan desarrollar estrategias de comunicación interna en todos sus niveles jerárquicos, ya que este contribuye a mejorar la empatía y confianza entre sus trabajadores.

En el Perú, las organizaciones cada día van tomando conciencia de la importancia de la comunicación interna para lograr trabajar en equipo y saber utilizar este factor para alcanzar el éxito, por eso frecuentemente se observa como las empresas van diseñando programas o talleres con el objetivo de mejorar y reforzar la comunicación de sus colaboradores (Herzberg, 1959).

Por lo tanto, esta investigación se centra en explicar lo importante que es la comunicación interna en el fomento y consolidación del trabajo en equipo en la empresa MOTOCORP Cajamarca, ya que por experiencia y observación directa se ha detectado problemas de comunicación entre los colaboradores de diferentes niveles, que por teoría esto genera problemas de trabajo en equipo.

Conocer el tipo, nivel y significancia de la relación de las variables de estudio en la empresa MOTOCORP surgen de la necesidad de mejorar el nivel de comunicación entre los colaboradores y en base a los resultados y conclusiones se tomen decisiones

para que la empresa sea más competente y como consecuencia de solucionar el problema, la empresa pueda mejorar.

1.2. Definición del problema

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la comunicación interna y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020?

1.2.2. Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la comunicación interna en la dimensión de comunicación descendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020?

¿Qué relación existe entre la comunicación interna en la dimensión de comunicación ascendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020?

¿Qué relación existe entre la comunicación interna en la dimensión de comunicación horizontal y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivos generales

Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar la relación que existe entre la comunicación interna en la dimensión comunicación descendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

Determinas la relación que existe entre la comunicación interna en la dimensión comunicación ascendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

Determinar la relación que existe entre la comunicación interna en la dimensión comunicación horizontal y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

1.4. Justificación e importancia

1.4.1. Justificación teórica

La presente investigación se fundamenta en un marco teórico que explica el comportamiento de las variables de estudio, considerando las teorías de desarrollo de equipos, la teoría bifactorial en equipo, así mismo teorías que fundamenten el rol de la comunicación, los canales y las funciones principales. La finalidad de las teorías en esta investigación es ayudar a comprender mejor la situación problemática.

1.4.2. Justificación metodológica

La investigación sigue el método científico para la recolección, análisis y procesamiento de datos, como todo descubrimiento científico empieza por una pregunta de estudio y se establece una metodología para llevar a cabo la investigación. Además, la metodología usada, así como los instrumentos de

recolección y procesamiento de datos, sirven de base para futuras investigaciones relacionadas al tema de estudio que se apliquen en otras empresas.

1.4.3. Justificación práctica

El presente estudio se justifica en querer conocer la relación e influencia que existe entre la comunicación interna y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca, ya que la fluidez de la comunicación ascendente, descendente y horizontal entre los colaboradores de la empresa indicará las formas de comunicación que han establecido los directivos o quienes administran la empresa. Conocer el nivel de correlación entre las variables en la empresa MOTOCORP Cajamarca permitirá reducir conflictos internos, mejorar la participación de los colaboradores, fortaleciendo el trabajo en equipo.

Una vez conocidos los resultados se podrán a disposición de la parte gerencial de la empresa MOTOCORP Cajamarca, para que tomen decisiones con respecto a la comunicación interna como elemento esencial para el trabajo en equipo, por lo tanto, la importancia de esta investigación es que sentará las bases para un futuro plan de comunicaciones en la empresa MOTOCORP Cajamarca, para que como organización lideren y sean ejemplo para otras organizaciones.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. A nivel internacional

Romero (2013) es su tesis de pre grado La Comunicación Interna y el Trabajo en Equipo en la empresa Constructora Alvarado de la Ciudad de Ambato, realizado en la Universidad Técnica de Ambato en la ciudad de Ambato, Ecuador. Se planteó el objetivo determinar de qué manera la comunicación interna influye en el trabajo en equipo de la empresa Constructora Alvarado. La metodología usada tuvo un enfoque cuantitativo y cualitativo, de tipo exploratoria, descriptiva – correlacional, en la investigación se aplicó la modalidad bibliográfica, para conocer las contribuciones científicas que se han realizado a la temática propuesta; y de campo donde se pudo contar con la participación de los empleados de la constructora para lograr los objetivos planteados. Llegó a la conclusión que en la empresa Constructora Alvarado el trabajo en equipo es deficiente, lo que supone una debilidad, por tanto, se debe eliminar el individualismo al trabajar y lograr que todos se sientan conformes en su área de trabajo. Se debe crear estrategias de comunicación interna para el flujo correcto de la información y así tener en claro lo que se tiene que hacer e ir mejorando con ello hacia la productividad de la empresa.

Endara (2015) en su tesis de maestría La Comunicación Interna como estrategia para el fortalecimiento del trabajo en equipo en la facultad de ciencia e ingeniería en alimentos realizada en la Universidad Regional Autónoma de los Andes en la ciudad de Ambato, Ecuador. Se planteó el objetivo elaborar un plan de comunicación interna como estrategia para el

fortalecimiento del trabajo en equipo en la Facultad de Ciencia e Ingeniería en Alimentos. La metodología usada es analítica – sintético, inductivo – deductivo. Llegó a la conclusión que dentro de la Facultad de Ciencia e Ingeniería en Alimentos n existe un plan de comunicación que fortalezca el trabajo en equipo desde autoridades hasta el personal de servicio, se desconoce los fundamentos teóricos de comunicación interna y trabajo en equipo, y por último la información no llega de manera eficiente debido a la inexistencia de una adecuada selección de canales de información.

2.1.2. A nivel nacional

Estupiñan, (2019) en su tesis de pre grado Comunicación interna y el trabajo en equipo del personal en la empresa Agrileza, distrito de Huaral, 2018. Realizado en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en la ciudad de Huacho, Perú. Se planteó establecer de qué manera la comunicación interna influye en el trabajo en equipo del personal en la empresa Agrileza, distrito de Huaral, 2018. La metodología utilizada está bajo un enfoque mixto de nivel explicativo, tipo transversal, correlacional causal, donde se recolecta la información para culminar con la comprobación de las hipótesis. Para la confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Llegando a la conclusión que la comunicación interna influye significativamente en el trabajo en equipo del personal en la empresa Agrileza, la existencia de la correlación positiva es muy alta y muy significativa ($p=0,00 < 0,05$; $r = 0,979$).

Urbina (2019) en su tesis titulada Comunicación interna y trabajo en equipo de los colaboradores administrativos del hospital Huacho Huaura Oyón y

servicios básicos de salud, Huacho, 2017 realizado en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en la ciudad de Huacho, Perú. Se planteó el objetivo determinar la relación existente entre la comunicación interna y el trabajo en equipo de los colaboradores administrativos del Hospital Huacho Huaura Oyón y Servicios Básicos de Salud, Huacho, 2017. La metodología usada es de tipo correlacional no experimental, de corte transversal, tipo básica, enfoque cuantitativo. Llegó a la conclusión de que el 52% de los colaboradores que presentan mala comunicación interna, el 99% de colaboradores realizan muy bajo trabajo en equipo, generando el trabajo de manera individual, además con coeficiente de correlación de 0.864 y un nivel de significación de 0.000 se demuestra que si existe relación significativa entre la comunicación interna y el trabajo en equipo.

Ccasa y Mamani (2019) en su tesis de pregrado Comunicación interna en el trabajo en equipo de los empleados administrativos de la unidad de gestión educativa local (UGEL) Sur Arequipa, 2019 realizado en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa en la ciudad de Arequipa, Perú. Se planteó como objetivo analizar cómo influye la Comunicación interna en los equipos de trabajo en los empleados administrativos de la UGEL Sur Arequipa 2019. La metodología usada está bajo enfoque cuantitativo, de tipo no experimental transversal, tipo correlacional causal. Llega la conclusión que la comunicación ascendente interfiere negativamente en los equipos de trabajo, afectando el cumplimiento de objetivos por desconocimiento, en cuanto a las barreras del proceso de comunicación en los equipos de trabajo

interfieren negativamente, obstaculizando el cumplimiento de objetivos trazados de la institución

2.1.3. A nivel local

Abanto y Tamay (2019) en su investigación de pregrado La relación de la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en la Municipalidad Distrital de Gregorio Pita, San Marcos 2019, realizado en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo en la ciudad de Cajamarca, Perú. Se planteó el objetivo determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en la Municipalidad distrital de Gregorio Pita, San Marcos 2019. La metodología corresponde a una investigación de tipo básico, de nivel correlacional y descriptivo, de diseño no experimental, utilizo el método hipotético deductivo, se aplicó una encuesta para recolectar información, llegando a la conclusión que mediante el coeficiente de variación de Spearman que existe una correlación directa y significativa entre la comunicación organizacional y el trabajo en equipo.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. La comunicación interna

Para Torvá (2003) la comunicación interna es aquella que se desarrolla al interior de la empresa, institución u organización, es el mecanismo por medio del cual se procura que el personal que trabaja en ella sepa cómo y porque hace su trabajo contribuyendo de esta manera al logro de objetivos organizacionales.

Por otro lado, Chiavenato (2007), sostiene que, para un correcto funcionamiento de la empresa, la buena toma de decisiones que conlleven a

alcanzar las metas y objetivos, es clave la creación de un sistema de comunicación interna, que proporcione el conocimiento y herramientas necesarias permitiendo al trabajador desempeñar eficazmente su trabajo motivado, en equipo y satisfacción. Una comunicación interna sólida es aquella que involucre de manera activa e informada a todo el personal de la empresa.

Sin embargo, otros expertos como Antonio Lucas, señalada con respecto a la comunicación, en su libro “La comunicación en la empresa y en las organizaciones” que existe peligro al considerar que todo acto social, humano es comunicación; según esta teoría es imposible no comunicarse ya que la comunicación es un proceso social permanente y circular en la vida de las personas que participan constantemente, al margen de desearlo o no; ello conlleva a la muestra de múltiples modos de comportamientos. Por tanto, la comunicación sería un hecho intencional que va más allá de la transmisión de un simple mensaje (Borrini, 1997)

2.2.1.1. Funciones principales de la comunicación interna

Borrini (1997) explica que la comunicación interna va desde la organización hacia el mundo exterior, para ello la institución parte por una programación de comunicación eficiente y eficaz para sus empleados como primer público. Entre las principales funciones que destaca su importancia, tenemos: Ayuda a cumplir con las políticas y objetivos de la empresa, así como la misión y visión, crea espacios de información, opinión de los miembros y participación en la organización.

Gary Kreps, afirma que son 4 las funciones principales de la comunicación interna; pero para Villafane (1993) son tres las más relevantes:

A. Información. - Es de vital importancia contar con una buena información que les permita a los colaboradores desarrollar sus actividades de manera, correcta, motiva y eficiente.

B. Explicación. – En todos los departamentos debe existir un conocimiento claro del funcionamiento y marcha puntual de tareas, donde las personas puedan identificarse con los objetivos que ambiciona la empresa, acoger las discusiones que se toman dentro de ella y comprender las razones de las órdenes recibidas.

C. Interrogación. - Establecer el hábito de hacer preguntas para aclarar, da apertura al dialogo, la comunicación y permite el intercambio de información entre los miembros pertenecientes a los diversos departamentos o modalidades organizativas. Entre las funciones de la comunicación interna, tenemos:

Diseminar. Hacer extensivo las regulaciones de la organización, así como las metas y reglas.

Coordinar. Para el cumplimiento de las tareas de la organización, se debe sistematizar las actividades de los miembros.

Proporcionar. Realimentar a los líderes sobre impartir la capacidad comunicativa a su cargo y el estado de actividades de la organización.

Socializar. Según Robbins (2004) la comunicación abarca la transmisión y comprensión de significados, cumpliendo cuatro funciones primordiales en una organización. Se debe socializar a todos los miembros hacia una cultura de la organización.

Control. Las empresas hacen uso de la comunicación para dar a conocer y seguir cuáles son los lineamientos formales y jerarquías de autoridad a los empleados, de esta forma también controlar su conducta.

Motivación. La motivación permite a los trabajadores conocer algunos aspectos importantes sobre su trabajo, como: que se debe hacer, que tan bien se lo desarrolla y como puede mejorarse el desempeño, en caso no sea el óptimo. La comunicación fomenta la motivación, que implica retroalimentar el proceso para el alcance de la meta y potenciamiento de una conducta deseada.

Expresión emocional de sentimientos y de la satisfacción de necesidades sociales. Fomentar la comunicación al interior del grupo facilita un escape para expresarse; esto supone un mecanismo que ayuda a exteriorizar frustraciones y sentimientos de satisfacción de los miembros del grupo.

2.2.1.2. Planificación de la comunicación interna

Al momento de planificar la comunicación interna debe tenerse en cuenta también la externa ya que están relacionadas, por tanto, la planificación debe contemplar y desarrollar ambas, puesto que los logros y fracasos de una influirán sobre la otra. El plan de

comunicación interna debe reunir el conjunto de estrategias organizacionales y acciones claras que serán llevadas a cabo en un tiempo determinado. Para realizarlo este debe ser coherente con el plan estratégico, la cultura organizacional y los objetivos de la empresa. Su realización debe ser un proceso en cascada, donde todos los implicados de los niveles de la organización participen y trabajen en pro de un proyecto comunicacional de calidad.

2.2.1.3. Rol del comunicador

Según Brandolini, Gonzales, y Hopkins (2009) todo comunicador respecto a la comunicación interna de la empresa tiene como fin identificar los problemas de comunicación entre los miembros de las diferentes áreas y niveles de mando, así como desarrollar estrategias integrales para la organización.

La realidad de las organizaciones se encuentra en constante cambio, de allí que el comunicador interno tiene como rutina desarrollar un plan que se ajuste a las modificaciones del entorno; para esto necesita de cuatro pasos primordiales: el diagnóstico, la planificación comunicacional, la ejecución del plan y seguimiento.

2.2.1.4. Canales de la comunicación interna

Son los que contribuyen a tener a los miembros de la organización bien informados acerca de las actividades que realiza una institución, para Ritter (2008) existen dos tipos de canales de comunicación interna: canal formal y canal informal.

Canal formal. Conformado por una serie de vías por donde circula el flujo de información respecto al trabajo entre los diferentes públicos de la empresa. Los canales de comunicación formal son la revista interna o intranet, los reglamentos y manuales, los memorandos, correos electrónicos.

Canal informal. No hace uso de ningún medio institucionalizado, Ritter pone como ejemplo ir a la casa del jefe por invitación de la esposa(o).

2.2.1.5. Características de la comunicación efectiva

Para Palomo (2012) las siguientes características son necesarias para que la comunicación sea eficaz:

Comunicación adaptada. La comunicación debe guardar relación con la cultura organizacional, el equipo de trabajo y valores de la empresa. Es importante que sea adecuada a las características de los colaboradores que recibirán la información, tenga presente las necesidades, intereses y expectativas.

Interés. Se trata generar información efectiva, fomentar la comunicación, trabajo en equipo y participación eficaz entre colaboradores, para ello la dirección es la que dará el ejemplo, siendo la primera en mostrar el interés y voluntad en el desarrollo de actividades.

Transparencia. En la comunicación la información debe transmitirse con precisión, calidad y claridad al margen de las

consecuencias que este proceso conlleva. Esto promueve el incremento de la comunicación descendente como la ascendente.

Simplicidad. Se necesita conocer que se desea transmitir y a quién para que, en función a esto, se determine el canal idóneo para enviar la información. Para evitar la distorsión en la comunicación, se necesitan mensajes concretos y simples.

Variedad de medios. La utilización de varios canales de comunicaciones como reuniones, entrevistas, correos electrónicos y demás, asegura que la información llegue en condiciones más óptimas.

2.2.1.6. Dimensiones de la comunicación interna

Los autores Robbins (2004) y Ritter (2008) consideran que las herramientas de comunicación interna, es de vital importancia conocer los tipos de comunicación.

A. Comunicación descendente

Consiste en decidir e influenciar sobre los empleados, aquí la comunicación va de arriba abajo, es decir de directivos a las jerarquías inferiores.

Transmitir instrucciones. Robbins (2004) explica que, en este tipo de comunicación los directivos fijan metas, facilitan normas de trabajo, señalan existentes y proveen retroalimentación para un mejor desempeño.

Información. Se les proporciona a los miembros de la organización todos los datos relacionados con el trabajo, un

análisis del desempeño, así como un resumen del trabajo realizado; se enseña a los integrantes a conocer y acojan los objetivos de la organización.

Motivación. Un personal motivado permanentemente, trae beneficio para la empresa pues hace que tenga más credibilidad, al personal le genera más confianza en la empresa, realizando un buen trabajo. En este tipo de comunicación descendente, se utiliza el proceso vía mando (instrucciones de forma oral al personal) que se da por medio de reuniones con el personal, vía telefónica o discursos. Respecto a este tipo de comunicación es que la información se vuelve imprecisa y dispersa conforme va descendiendo hacia los demás niveles jerárquicos.

Del mismo modo, no existe una garantía absoluta para el cumplimiento y logro de procedimientos, objetivos, donde administración de a conocer y solicite el cumplimiento de políticas de trabajo, ya que puede haber fallas en la comunicación y difusión de la información, por situaciones imprevistas o el descuido de los empleados involucrados. Es así que se necesita de un sistema que retroalimente la información recibida.

B. Comunicación ascendente

En este tipo de comunicación se da la participación activa de los diferentes niveles y áreas de la organización. Se conoce las necesidades de la empresa y los posibles conflictos, se impulsa el aporte de ideas, lo que sirve como retroalimentación, mejorando

así las relaciones laborales. Aquí la comunicación va desde los miembros de la organización a la dirección de la misma.

Interacción con los superiores. Según Robbins (2004) va de un nivel superior en la organización para brindar la retroalimentación necesaria a los superiores, para informar de algún problema o hacer del progreso del grupo.

Retroalimentación. La dirección no debe premiar la retroalimentación positiva, para conseguir una dinámica que permita el ascenso tanto de la comunicación positiva como negativa, aproximándose a la realidad de la organización en cualquier de sus departamentos, áreas o lugares de trabajo. Se debe resaltar la importancia de recibir información altamente precisa.

Interacción con los colaboradores. Robbins (2004), señala que los directivos a menudo reciben de parte de sus empleados información de los que desean y ellos pueden eliminar mensajes que desagraden o perjudiquen a sus superiores. Según Villafañe (1993) los medios de comunicación ascendentes implican reuniones periódicas, jornadas de despachos abiertos, entrevistas personales, encuestas, métodos de sugerencias como cartas al director, correos, etc. Este tipo de comunicación persigue objetivos como fomentar el diálogo social dentro de la empresa, donde todos los involucrados se sientan protagonistas de la actividad y futuro de la empresa, aprovechar al máximo sus

comentarios e ideas, impulsar el autoanálisis, se descubran habilidades y potencialidades ocultas de los participantes y estimular el consenso.

Logro de objetivos. Las empresas que aplican la comunicación interna la reconocen como un aliado para alcanzar objetivos estratégicos en contexto cambiante y un factor clave para la rentabilidad.

C. Comunicación horizontal

Los mensajes de comunicación creados entre los miembros de la empresa que se encuentran en mismo nivel generar coordinación, trabajo en equipo y por ende se tiene como resultado un ambiente laboral más positivo.

Relación interpersonal. Permite a los miembros de una organización reunirse para organizar sus tareas, forjando relaciones interpersonales efectivas, a través del cual se puede compartir información importante entre colegas, establecer acuerdos, siendo un canal adecuado para fomentar el apoyo mutuo entre colegas y solucionar conflictos de dirección.

Toma de decisiones. En la búsqueda de resultados esperados y frente a la limitación de recursos se hace una elección entre varias opciones para la puesta en marcha.

Relación cooperativa. Villafañe (1993) afirma que favorece la comunicación de personas entre las distintas áreas o

departamentos y facilita los intercambios entre departamentos. También favorece la toma de decisiones.

Agilizar los procesos de gestión. Un proyecto empresarial basado en la participación activa de sus integrantes, aumenta la conexión interna, optimiza el desarrollo organizativo, y acelera los procesos de gestión.

2.2.2. Trabajo en equipo

Para Katzenbach y Douglas (20002) viene a ser un pequeño grupo de personas con habilidades complementarias, que comparten un plan común y están comprometidas mutuamente con el propósito y objetivos de su trabajo.

Salvador (2014) en su tesis nos menciona que el Instituto Peruano de Acción Empresarial – IPAE afirma que viene a ser el conjunto de individuos con experiencias y capacidades reunidas para lograr metas claras, tomar cargos gerenciales, asignar prioridades, valorar los aportes y dedicar tiempo a los grupos.

2.2.2.1. Teorías de trabajo en equipo

A. Teoría bifactorial de Herzberg

La teoría de la motivación más conocida como la teoría de los factores o teoría de la higiene motivacional, considera que las actitudes y tipo de relación de las personas con su trabajo es la que determina el éxito o fracaso del mismo. Herzberg explica que el sentirse bien, satisfecho con el trabajo está relacionado con los factores motivacionales, intrínsecos como la participación, autonomía, progreso profesional, satisfacción por el

reconocimiento, y los causantes de la insatisfacción en el trabajo son los factores externos a las que nombra factores higiénicos, por constituir el ambiente de trabajo como las políticas y normas laborales, salarios, estilos de supervisión entre otros (Herzberg, 1959).

B. Desarrollando equipos

Para mantener un equipo, se pueden tomar en cuenta las siguientes técnicas: todos deben saber que su presencia tiene valor y su contribución es vital, las personas tímidas tienen que ser convencidas para participar. Todos deben aportar con sus ideas y registrar estrategias para obtener un resultado. Posteriormente se reúne a todos para discutir opiniones y llegar a un plan común, lo importante es tener una circulación continua de información. Para desarrollar equipos se debe iniciar por ser abierto y honesto con todos los involucrados, pues el trabajo en equipo sería el alma misma de una empresa. (Maslow, 2011)

C. Técnicas de trabajo en equipo

Son los que facilitan el logro de objetivos, pues orientan al equipo a saber cómo se debe trabajar, e indican el camino a seguir. Son los procedimientos o medios sistematizados más adecuados para buscar la interacción, identificar problemas, buscar soluciones y desarrollar actividades más óptimas para el logro de un fin.

a. Estrategias que fomentan el trabajo en equipo

Debe proporcionarse toda la información necesaria que el equipo de trabajo funciones. La información debe ser auténtica y práctica. Para crear un clima laboral agradable se debe tener en cuenta aspectos psicológicos como físicos (Lencioni, 2002).

En lo físico. Los equipos se reúnen para comunicar los avances individuales, por tanto, debe existir un ambiente cómodo, sin interferencias, que cuente con todos los elementos para realizar el trabajo desde una pizarra, cartulina para estimular la discusión grupal.

En lo psicológico. Se debe promover una planificación de reuniones y establecer el uso de habilidades de comunicación interpersonal donde se promuevan el respeto, atención y empatía.

b. Rol del líder en el trabajo en equipo:

El líder es la persona que conforma a los equipos de trabajo, ingeniosamente logra un consenso de objetivos con el personal a su cargo haciendo que ellos confíen en sí mismos y en él, construyendo así una identidad entre los miembros. Un líder es el que modela la estructura de cada grupo.

2.2.2.2. Dimensiones del trabajo en equipo

A. Tenencia de metas

La tenencia de metas se refiere a las aspiraciones de los colaboradores de una empresa, las metas se refieren a acciones encaminadas a la consecución de un objetivo. Las metas en un colaborador pueden ser personales y relacionadas a la empresa.

Según Brandolini, Gonzales y Hopkins (2009) las metas propias de un colaborador están relacionadas a conseguir el crecimiento profesional y como persona, en cuanto a metas empresariales se refiere a destacar en el desempeño para ser reconocido, además de cumplir con las metas que se han propuesto en la empresa.

Los empresarios deben establecer metas a corto y largo plazo, las metas deben ser específicas y pertinentes, además quien plantea las metas debe considerar que se necesita de paciencia y persistencia para conseguirlas (Brandolini, Gonzales y Hopkins, 2009).

B. Gerencia del equipo

Viene a ser la habilidad para controlar a los miembros del equipo, dar ejemplo, impulsar estructuras horizontales y eliminar barrera en la comunicación. Es la medida como los líderes gestionan una forma de estimulación, control a fin de que el equipo de trabajo tenga un desempeño constante en un determinado tiempo.

Clima de trabajo idóneo. Según sea el clima laboral en una empresa se crea un determinado grupo de trabajo. Por ese motivo se procura crear un clima en el que las personas se sientan libres

para pensar, crear, participar, es decir se sienta valorado, de esta manera se aprovecharan las oportunidades generando un crecimiento rentable para la empresa. Entonces el elemento más importante para tener un buen grupo de trabajo es crear un excelente clima de trabajo (Robbins, 20004).

Liderazgo. Es la habilidad de un individuo que crea una visión de futuro teniendo en cuenta los intereses de los integrantes de la empresa, crea estrategias objetivas para desarrollar la visión, consigue ayuda de los centros de poder e incentiva a las personas a realizar los trabajos claves para la puesta en marcha de la estrategia.

Proactividad en quehaceres cotidianos. La proactividad implica hacerse responsable de algo, donde se busca el cómo, dónde y porqué para el cumplimiento de objetivos. Es una actitud en las personas que no consienten que una situación negativa los afecte, pues toman la iniciativa de su propia vida y se esfuerzan por aquello que coadyuva a su bienestar.

Compromiso. Surge el compromiso cuando una persona por la ejecución de inversiones para el sustento de algunos intereses, persiste con una sólida línea de acción según Becker (1960).

C. Definición de prioridades

Viene a ser el grado en el que se identifica lo que realmente es prioritario o esencial para el funcionamiento y unión de equipos eficazmente, donde la promoción del trabajo compartido es parte

de sus obligaciones individuales. Así también es tener claro tanto en grupo como individualmente las prioridades de la organización con el propósito de ser más proactivos en el día a día.

Acciones pertinentes. - Se requiere la realización de actividades de forma coordinada y oportuna.

Responsabilidades. - Estas deben ser compartidas entre los miembros del equipo para una correcta ejecución.

D. Atención a los miembros

Cuando una organización tiene en cuenta y reconoce los aportes, éxitos y avances de algún integrante de la organización lo premia a través de sus líderes o gerente. Esto hace que el trabajador se sienta valioso, generando una identidad para con su organización.

Es el acto de retribución, mediante el reconocimiento y agradecimientos públicos e incentivos.

Saber reconocer los avances individuales como grupales es importante, se debe expresar corporalmente o verbalmente la satisfacción con el trabajo realizado por los trabajadores.

E. Valorización de las contribuciones

Según Barón (2006), la valorización de las contribuciones está relacionada a la cultura organizacional, que abarca las formas de pensar de un grupo, así como el conjunto de valores, prácticas, costumbres y creencias que comparten a medida de su convivencia y trabajo.

También influye la identidad organizacional que está dada por los agentes internos de la empresa, quienes tienen la percepción de que es lo más importante, duradero, constitutivo y carácter distintivo de la organización (Albert y Whetten, 1985).

Finalmente, la identidad de los trabajadores resulta ser determinante, ya que viene a ser la imagen característica y ligada a su producción estética, se convierte en el elemento encargado de generar la imagen que se quiere poseer y mostrar, desde el interior de la organización (Schmitt, 1996).

2.3. Definición de términos básicos

Atención a los miembros. Se refiere a la vigilancia y preocupación por los colaboradores de la organización, es importante porque de esta manera se crea fidelidad y lealtad en los colaboradores por la organización, de esta manera los colaboradores pueden contribuir mejor a los proyectos institucionales.

Comunicación ascendente. Es el tipo de comunicación que transmite información desde la parte jerárquica más baja de una organización hacia la parte jerárquica superior, por este tipo de comunicación.

Comunicación descendente. Es el tipo de comunicación dentro de una empresa institución, que lleva mensajes o información de los niveles jerárquicos superiores a los inferiores, por este tipo de comunicación se informa o comparte los objetivos, la misión y visión de las organizaciones.

Comunicación horizontal. Es el tipo de comunicación que establece dentro de los colaboradores del mismo nivel jerárquico dentro de una organización. Este tipo de

comunicación permite intercambiar información para coordinar tareas cotidianas para el mejor desempeño de los colaboradores.

Comunicación interna. Es aquella comunicación que se desarrolla en el interior de una determinada organización, la misma que va a permitir que la interrelación entre los miembros de una entidad a fin que esta tenga una fluidez de la mejor manera con el fin de posibilitar una integración entre todos los participantes (Robbins, 2004)

Definición de prioridades. Se refiere a la forma de determinar y ordenar algo con respecto a otra de acuerdo a su importancia, tiempo y espacio.

Gerencia del equipo. Es la capacidad de los colaboradores para liderar un equipo a través de la reflexión y el aprendizaje, y direccionar a los colaboradores hacia el logro de objetivos.

Tenencia de metas. Se refiere a las aspiraciones personales y profesionales que tienen los colaboradores dentro de una empresa, la tenencia de metas es importante motiva e incentiva a los colaboradores a realizar mejor su trabajo y los vuelve más productivos.

Trabajo en equipo. Actividad que desarrollan un numero determinad de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito. Las organizaciones modernas, le prestan mucha atención a este asunto considerando el trabajo de las personas de manera coordinada y complementaria es una de las condiciones que permite el crecimiento empresarial (Salvador, 20014)

Valoración de las contribuciones. Se refiere a la consideración y estima por los aportes e iniciativas de los colaboradores. Psicológicamente, valorar las

contribuciones de los colaboradores de una organización mejora su desempeño laboral y su productividad.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe una relación directa y significativa entre la comunicación interna y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

2.4.2. Hipótesis específicas

Existe una relación significativa entre la comunicación interna en la dimensión de comunicación descendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

Existe una relación significativa entre la comunicación interna en la dimensión de comunicación ascendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

Existe una relación significativa entre comunicación interna en la dimensión comunicación horizontal y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

2.4.3. Operacionalización de Variables

Tabla 1 Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Variable 1 Comunicación interna	Es aquella comunicación que se desarrolla en el interior de una determinada organización, la misma que va a permitir que la interrelación entre los miembros de una entidad a fin que esta tenga una fluidez de la mejor manera con el fin de posibilitar una integración entre todos los participantes (Robbins, 20004)	Se refiere a la comunicación entre los colaboradores de diferentes niveles que interactúan en la empresa MOTOCORP, Cajamarca.	Comunicación descendente	Transmitir instrucciones Información Motivación	Ítems: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
			Comunicación ascendente	Interacción con los superiores. Retroalimentación Interacción con los colaboradores Logro de objetivos	Ítems: 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20
			Comunicación horizontal	Relación interpersonal Toma de decisiones Relación cooperativa	Ítems: 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
Variable 2 Trabajo en equipo	Actividad que se desarrollan un número determinado de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito. Las organizaciones modernas, le prestan mucha atención a este asunto considerando el trabajo de las personas de manera coordinada y complementaria es una de las condiciones que permite el crecimiento empresarial (Salvador, 2014).	Se refiere a la forma de trabajar, interacción y compañerismo de los colaboradores de la empresa MOTOCORP, Cajamarca.	Tenencia de metas	Terminar bien la jornada laboral Mantener un ambiente en armonía	Ítem: 1, 2, 3, 4, 5
			Gerencia del equipo	Clima de trabajo idóneo Liderazgo Proactividad en quehaceres cotidianos Compromiso	Ítem: 6, 7, 8, 9, 10
			Definición de prioridades	Acciones pertinentes Responsabilidades	Ítem: 11, 12, 13, 14, 15
			Atención a los miembros	Reconocer los aportes, éxitos y avances Reconocer los aportes individuales Reconocer los aportes grupales	Ítem: 16, 17, 18, 19, 20
			Valoración de las contribuciones	Cultura organizacional Identidad organizacional Identidad de los trabajadores.	Ítem: 21, 22, 23, 24, 25

Nota: Elaboración en base a la investigación

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación es de tipo aplicada, según Velázquez y Rey (1999) las investigaciones aplicadas utilizan los conocimientos generados por la investigación básica para resolver problemas concretos, tal como es el caso de esta investigación donde se determinó que tipo relación existía entre la comunicación interna y el trabajo en equipo en la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

3.1.2. Nivel de investigación

La investigación es de nivel correlacional, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) las investigaciones de tipo correlacional establecen una relación estadística entre las variables de estudio si necesidad de incluir o considerar variables externas a la investigación para llegar a conclusiones determinantes.

Una de las principales razones por las que se hace una investigación correlacional en lugar de una investigación experimental es por la existencia de una relación causal entre sus variables, como en esta investigación donde se pretendió determinar solo la relación entre la variable comunicación interna y variable trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

Los estadísticos de correlación indicaron que tan fuerte es la relación de estas dos variables en esta empresa, previa medición de cada variable.

3.2. Diseño de investigación

Investigación no experimental de corte transversal. Las investigaciones no experimentales no permiten manipular arbitrariamente las variables, si no observa, analiza y registra las características de las variables en su ambiente natural, sin la necesidad de un ambiente controlado, en este caso el investigador cumple con el rol de observador (Bernal, 2010).

En este estudio se observó y recolectó información acerca de las variables comunicación interna y trabajo en equipo, que se han conceptualizado y dimensionado previamente en el marco teórico, para lo cual se utilizó técnicas e instrumentos de recolección de información. Se eligió este tipo de diseño de investigación ya que por la naturaleza de las variables es imposible alterarlas, además es impráctico y poco ético.

Por otro lado, Bernal (2010) considera que, dentro de los tipos de investigación no experimental, están las investigaciones de diseño transversal, que son las investigaciones que recolectan información es un momento único, tal como se desarrolló este estudio, el cual recopiló información en un momento exacto para describir las variables y analizar su incidencia.

3.3. Población

La población según Velázquez y Rey (1999) es el conjunto de individuos u objetos que comparten características comunes observables, en una lugar geográfico o límite de tiempo. La población en esta investigación está representada por 19 colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca.

3.4. Muestra

La muestra según Bernal (2010) es un subconjunto representativo de la población. La muestra en esta investigación será no probabilística, ya que al ser la población pequeña y teniendo la probabilidad de llegar a cada uno de ellos, la muestra será el mismo número de la población. Por lo tanto, la muestra será no probabilística, es decir será 19 colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnicas de recolección de datos

Se utilizó la técnica denominada encuesta para recolectar información, según Velázquez y Rey (1999) la encuesta es un método de recolección de datos que se aplica para comprobar una hipótesis o resolver un problema concreto.

3.5.2. Instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se aplicó el cuestionario como instrumento de recolección de datos, para Velázquez y Rey (1999) el cuestionario es un formulario diseñado para que los individuos conformantes de la muestra respondan, para obtener información necesaria para el desarrollo de una investigación.

Se elabora dos cuestionarios, el cuestionario N°1 para la comunicación efectiva y el cuestionario N°2 para el trabajo en equipo; los cuestionarios fueron respondidos por todos los colaboradores de la empresa MOTOCORP, marcando con un aspa (x) una sola respuesta, dentro de un rango de posibilidades, ya que para las respuestas se ha considerado la escala de Likert:

- Nunca : 1 punto
- Rara vez : 2 puntos

- A veces : 3 puntos
- Frecuentemente : 4 puntos
- Siempre : 5 puntos

El cuestionario N°1 consta de 30 ítems, alcanzando un valor mínimo de 30 puntos y un valor máximo de 150 puntos, así mismo, el cuestionario N°2 consta de 25 ítems, alcanzando un valor mínimo de 25 puntos y un valor máximo de 125 puntos. Es necesario mencionar que para el diseño de los cuestionarios se ha considerado las dimensiones e indicadores de cada variable de estudio, con la finalidad de que los instrumentos puedan recolectar a la información necesaria para desarrollar los objetivos de la presente investigación. La forma de evaluación de cada dimensión se presenta a continuación:

Tabla 2
Forma de evaluación de cada dimensión

Variable	Dimensiones	Calificación por puntos				
		Muy malo	Malo	Regular	Eficiente	Muy eficiente
Comunicación efectiva	Comunicación descendente	10 – 17	18 – 25	26 – 33	34 – 41	42 – 50
	Comunicación ascendente	10 – 17	18 – 25	26 – 33	34 – 41	42 – 50
	Comunicación horizontal	10 – 17	18 – 25	26 – 33	34 – 41	42 – 50
Trabajo en equipo	Tenencia de metas	5 – 8	9 – 12	13 – 16	17 – 20	21 – 25
	Gerencia del equipo	5 – 8	9 – 12	13 – 16	17 – 20	21 – 25
	Definición de prioridades	5 – 8	9 – 12	13 – 16	17 – 20	21 – 25
	Atención a los miembros	5 – 8	9 – 12	13 – 16	17 – 20	21 – 25
	Valoración de las contribuciones	5 – 8	9 – 12	13 – 16	17 – 20	21 – 25

Nota Elaboración en base a la evaluación de cada dimensión

Los cuestionarios se presentan en el anexo 01 y 02 y fueron validados por juicio de expertos (anexo 03).

3.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

Luego de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos se utilizó conjuntamente los softwares estadísticos Microsoft Excel 2019 y SPSS V25 para el procesamiento, ordenamiento, sistematización y análisis de resultados, estos softwares informáticos permitieron calcular los estadísticos de correlación y la elaboración de gráficos y tablas. Finalmente se utilizó el procesador de textos Microsoft Word 2019 para ordenar toda la información y elaborar el informe final de tesis.

3.7. Interpretación de datos

Para las pruebas de hipótesis se calculó el coeficiente de Spearman, el que es considerado como una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden, de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos. Este coeficiente es muy útil cuando el número de pares de sujetos (n) que se desea asociar es pequeño (menor de 30). Aparte de permitir conocer el grado de asociación entre ambas variables, con Rho de Spearman es posible determinar la dependencia o independencia de dos variables aleatorias (Elorza y Medina, 1999).

Además, se considera que los rangos establecidos de -1,0 hasta +1,0, de lo que se puede interpretar que los valores correspondientes a +1,0, van a indicar que existe una fuerte relación y claro está que los valores de -1,0 que la correlación se torna negativa

El coeficiente de correlación de rangos de Spearman puede puntuar desde -1.0 hasta +1.0 y se interpreta así: los valores cercanos a +1.0, indican que existe una fuerte asociación entre las clasificaciones, o sea que a medida que aumenta un rango el otro también aumenta; los valores cercanos a -1.0 señalan que hay una fuerte, y a considerar 0,0 n existe correlación alguna.

La explicación se fortalece con la siguiente tabla, muestra el grado de relación de acuerdo al coeficiente de Rho Spearman.

Tabla 3 Grado de relación según coeficiente de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Elaboración basada en Hernández Sampieri & Fernández Collado (1998)

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados en base a la estadística inferencial

De acuerdo al análisis de los resultados se puede afirmar que los resultados obtenidos y de acuerdo a la encuesta que se aplica a los colaboradores de la empresa MOTOCORP.

Tabla 4

Relación entre la comunicación interna y trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020

Correlaciones			
		V1	V2
		Comunicación interna	Trabajo en equipo
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,854**
	V1 Sig. (bilateral)	.	,000
	N	19	19
	Coeficiente de correlación	,854**	1,000
	V2 Sig. (bilateral)	,000	.
	N	19	19

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

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Al considerar la comprobación de la respectiva hipótesis general, de acuerdo al objetivo planteado y en base a la prueba estadística de Correlación de Rho Spearman (Rho = 0.854) presentando una correlación positiva muy fuerte y su significación aproximada (Sig. Aprox. = 0.000) es menor que el nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, existió evidencia para afirmar que existe relación entre la comunicación interna y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP.

Tabla 5

Relación que existe entre la comunicación interna en la dimensión comunicación descendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

		Correlaciones		
			D1 Comunicación descendente	V2 Trabajo en equipo
Rho de Spearman	D1	Coeficiente de correlación	1,000	,679**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	19	19
	V2	Coeficiente de correlación	,679**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	19	19

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

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Al considerar la comprobación de la respectiva hipótesis general, de acuerdo al objetivo planteado y en base a la prueba estadística de Correlación de Rho Spearman (Rho = 0.679) presentando una correlación positiva considerable y su significación aproximada (Sig. Aprox. = 0.001) es menor que el nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, existió evidencia para afirmar que existe relación entre la comunicación descendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP.

Tabla 6

Relación que existe entre la comunicación interna en la dimensión comunicación ascendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

		Correlaciones		
		D2	V2	
		Comunicación ascendente	Trabajo en equipo	
Rho de Spearman	D2	Coeficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,900**	
		N	,000	
	V2	Coeficiente de correlación	19	19
		Sig. (bilateral)	,900**	1,000
		N	,000	.

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

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Al considerar la comprobación de la respectiva hipótesis general, de acuerdo al objetivo planteado y en base a la prueba estadística de Correlación de Rho Spearman (Rho = 0.900) presentando una correlación positiva perfecta y su significación aproximada (Sig. Aprox. = 0.000) es menor que el nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, existió evidencia para afirmar que existe relación entre la comunicación ascendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP.

Tabla 7

Relación que existe entre la comunicación interna en la dimensión comunicación horizontal y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

		Correlaciones		
			D3	V2
			Comunicación horizontal	Trabajo en equipo
Rho de Spearman	D3	Coeficiente de correlación	1,000	,766**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	19	19
	V2	Coeficiente de correlación	,766**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	19	19

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

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Al considerar la comprobación de la respectiva hipótesis general, de acuerdo al objetivo planteado y en base a la prueba estadística de Correlación de Rho Spearman (Rho = 0.766) presentando una correlación positiva muy fuerte y su significación aproximada (Sig. Aprox. = 0.000) es menor que el nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, existió evidencia para afirmar que existe relación entre la comunicación horizontal y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Luego se tiene en cuenta las siguientes tablas que tienen relación con las dimensiones de la primera y segunda variable:

Tabla 8

Resultados de la dimensión comunicación descendente (%)

Estadísticas de elemento						Media
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
1. Mis jefes nos comunican que existe el Manual de Organización y Funciones	0.0	0.0	5.3	36.8	57.9	4.53
2. Mis jefes nos entrenan sobre las políticas de trabajo de la institución	0.0	0.0	5.3	52.6	42.1	4.37
3. Mis jefes refuerzan frecuentemente nuestros conocimientos.	0.0	0.0	5.3	42.1	52.6	4.47
4. Mis jefes motivan el trabajo que realizo.	0.0	0.0	0.0	36.8	63.2	4.63
5. Existe adecuada comunicación con mis jefes.	0.0	0.0	15.8	21.1	63.2	4.47
6. Se hace uso adecuado de los periódicos murales para informar sobre las disposiciones y normas que establece el hospital.	0.0	0.0	15.8	52.6	31.6	4.16
7. Existe un buzón de sugerencias y se toma en cuenta nuestras opiniones.	5.3	5.3	36.8	31.6	21.1	3.58
8. Los directivos toman en cuenta nuestras sugerencias.	0.0	0.0	26.3	31.6	42.1	4.16
9. Los jefes inmediatos nos brindan un resumen del trabajo realizado.	0.0	0.0	5.3	47.4	47.4	4.42
10. Los jefes organizan la información de tu trabajo.	0.0	0.0	0.0	57.9	42.1	4.42

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada los colaboradores de la empresa MOTOCCORP

En la tabla 8 se presentan los resultados obtenidos sobre la comunicación descendente, en el que se observa según las medias obtenidas en la empresa MOTOCORP es que los jefes constantemente motivan el trabajo que realizan los colaboradores de la empresa (4.63), además los jefes refuerzan frecuente mente los conocimientos de los colaboradores (4.47), otro de los puntos de vista es que existe una adecuada comunicación de los jefes con los colaboradores, sin embargo, una media de 3.58, que es el puntaje más bajo, indican que no siempre se toma en cuenta sus opiniones.

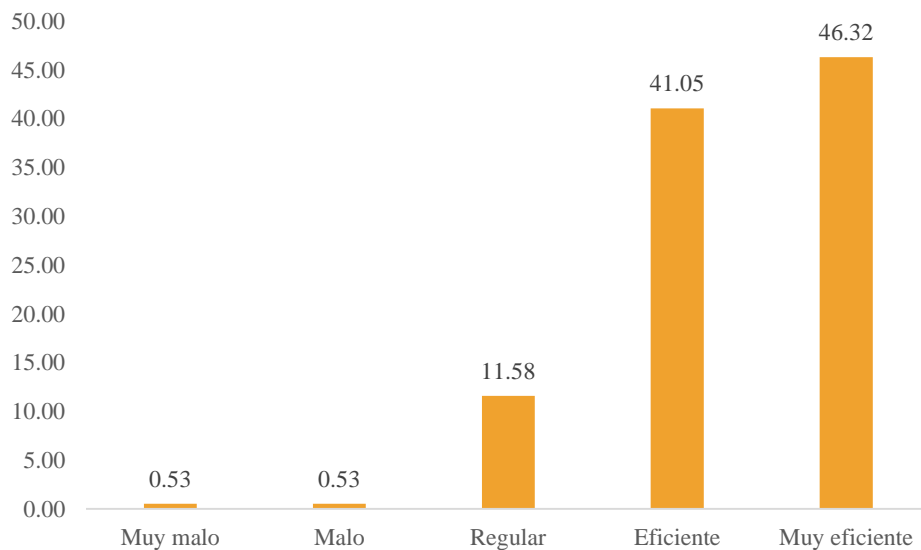


Figura 1 Evaluación general de la dimensión comunicación descendente

En la figura 1 se presenta el resumen de los resultados de la dimensión comunicación descendente, el 46.32% de colaboradores señala que la comunicación es muy eficiente, el 41.05% considera que la comunicación descendente es eficiente, luego un porcentaje mejor (11.58%) considera que la comunicación descendente es regular y un total de 1.06% de colaboradores señala que la comunicación es mala o muy mala. Observándose que en general, los colaboradores de la empresa MOTOCORP tienen una apreciación positiva de la comunicación descendente.

Tabla 9

Resultados dimensión comunicación ascendente

Estadísticas de elemento	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Media
11. Mantenemos comunicación empática con los jefes.	0.0	0.0	15.8	36.8	47.4	4.32
12. La comunicación con los jefes inmediatos es efectiva.	0.0	0.0	15.8	26.3	57.9	4.42
13. La dirección enfatiza la necesidad de brindar y recibir informaciones.	0.0	5.3	10.5	36.8	47.4	4.26
14. Informamos a los superiores sobre el progreso en el trabajo.	0.0	0.0	15.8	31.6	52.6	4.37
15. Informamos a los superiores sobre algún problema que surge en la institución.	0.0	0.0	31.6	36.8	31.6	4.00
16. Los directivos se preocupan por conseguir sus objetivos estratégicos en situaciones de cambio.	0.0	0.0	10.5	36.8	52.6	4.42
17. Me siento protagonista de los objetivos corporativos.	0.0	0.0	15.8	36.8	47.4	4.32
18. Logramos el máximo aprovechamiento de las ideas.	0.0	5.3	5.3	47.4	42.1	4.26
19. La dirección estimula el consenso en la institución.	0.0	0.0	26.3	26.3	47.4	4.21
20. La dirección estimula el autoanálisis y la reflexión.	0.0	0.0	0.0	68.4	31.6	4.32

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

En cuanto a la comunicación ascendente se presenta la tabla 9, en el cual destacan que los directivos se preocupan por conseguir sus objetivos estratégicos en situaciones de cambio (4.42), además, la comunicación con los jefes inmediatos es efectiva (4.42), sin embargo, la mayoría de empleados coincide en que la dirección estimula el autoanálisis y la reflexión, sin embargo en esta dimensión los puntos más flojos son que los colaboradores no siempre informan a los superiores sobre algún problema que surge en la institución (4.00) y que la dirección no siempre estimula el consenso en la institución (4.21).

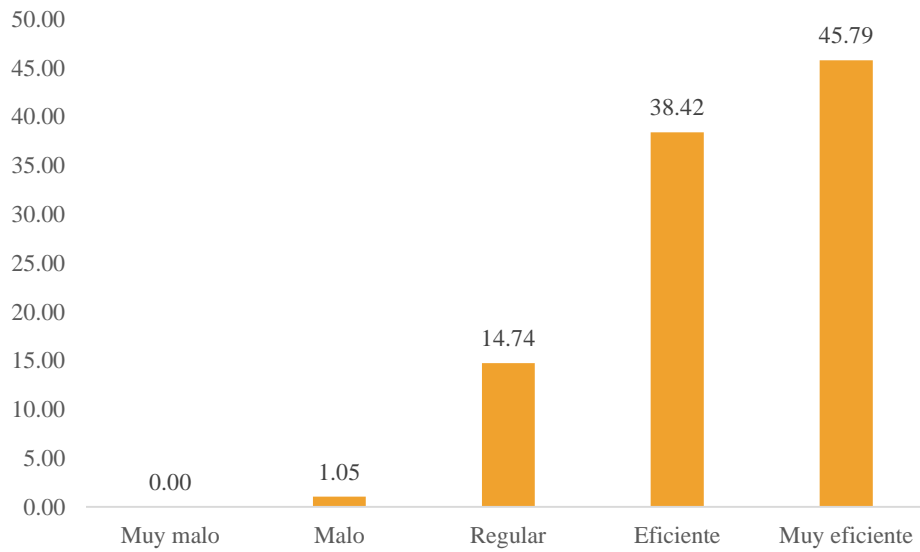


Figura 2 Evaluación general de la dimensión comunicación ascendente

En resumen, en la figura 2 se presenta la dimensión de la comunicación descendente en la empresa MOTOCORP se encuentra en buen nivel, ya que el 45.79% de colaboradores de la empresa considera que la comunicación ascendente es muy eficiente, el 38.42% piensa que es eficiente y el 14.74% piensa que es regular y el 1.05% cree que es mala. Sin embargo, la opinión mayoritaria de los colaboradores es que se mantienen una comunicación eficaz e inmediata con los jefes, los colaboradores informan sobre sus avances y son estimulados.

Tabla 10

Resultados dimensión comunicación horizontal

Estadísticas de elemento						
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Media
21. La dirección toma decisiones asertivas y adecuadas en el trabajo.	0.0	5.3	5.3	52.6	36.8	4.21
22. Los jefes toman en cuenta las opiniones de los colaboradores.	0.0	0.0	31.6	21.1	47.4	4.16
23. La dirección se preocupa permanentemente por mejorar el desarrollo organizativo de sus colaboradores.	0.0	5.3	21.1	42.1	31.6	4.00
24. La dirección promueve la integración en los procesos de gestión	0.0	0.0	21.1	57.9	21.1	4.00
25. La dirección coordina permanentemente con las demás áreas.	0.0	5.3	21.1	42.1	31.6	4.00
26. Trata de ser empático con mis compañeros.	0.0	5.3	15.8	15.8	63.2	4.37
27. Soy capaz de ayudar en el trabajo si alguien me lo pide.	0.0	5.3	5.3	36.8	52.6	4.37
28. La solidaridad siempre está presente en nuestros actos.	0.0	0.0	10.5	21.1	68.4	4.58
29. La opinión del resto si me importa.	0.0	0.0	15.8	21.1	63.2	4.47
30. Si alguien maneja mejor los conocimientos nos orienta.	0.0	0.0	15.8	47.4	36.8	4.21

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Con respecto a la comunicación horizontal (tabla 9), que los colaboradores indican que la solidaridad siempre está presente en cada uno de sus actos (4.58), por lo tanto, se promueve la práctica de valores entre compañeros de trabajo, otro punto a rescatar es que los colaboradores consideran la opinión del resto de sus compañeros de trabajo (4.47) y que tratan de ser empáticos (0.437) y ayudar si es que alguien se los pide (0.437), sin embargo en estos dos últimos criterios la opinión es dispersa. Mientras que los puntos más flojos dentro de la empresa MOTOCORP es que la dirección no siempre se preocupa permanentemente por mejorar el desarrollo organizativo de sus colaboradores, a veces la dirección promueve la integración en los procesos de gestión y la dirección no siempre coordina permanentemente con las demás áreas, ya que estos criterios obtuvieron un puntaje promedio de 4.00, menor que todos los demás ítems.

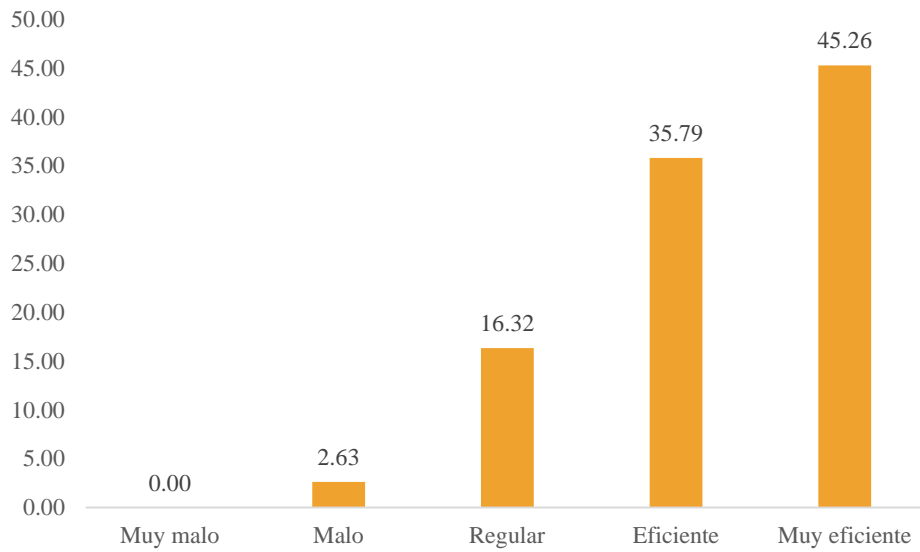


Figura 3 Evaluación de la dimensión comunicación horizontal

En resumen, la figura 3 muestra el nivel de comunicación horizontal que existe en la empresa MOTOCORP, en el que se aprecia que existe una buena comunicación horizontal, ya que el 45.26% señala que la comunicación horizontal es muy eficiente, el 35.79% indica que es eficiente, el 16.32% de colaboradores señala que la comunicación es regular y solo el 2.63% señala que la comunicación horizontal es mala.

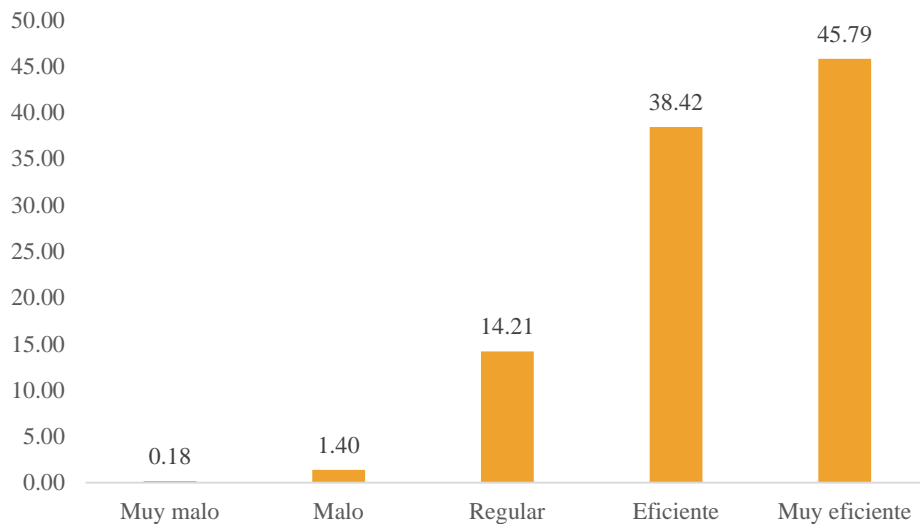


Figura 4 Resumen variable comunicación interna

Finalmente, agrupando los resultados obtenidos del instrumento de recolección de datos, el resumen de la calificación en base a la opinión de los colaboradores de la empresa MOTOCORP, es que el 45.79% señala que la comunicación interna es muy eficiente, el 38.42% indica que es eficiente, el 14.21% opina que es regular y menos del 2% señala que es mala y muy mala.

Tabla 11

Resultados dimensión tenencia de metas

Estadísticas de elemento	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Media
1. Cuando alguien hace muy bien un trabajo voy y lo felicito.	0.00	0.00	21.05	47.37	31.58	4.11
2. El trabajo de cada uno de nosotros ayuda a que la municipalidad tenga una buena imagen.	0.00	0.00	10.53	26.32	63.16	4.53
3. Todos los trabajadores de limpieza queremos terminar bien nuestra jornada.	0.00	0.00	15.79	21.05	63.16	4.47
4. Somos generosos entre todos al decirnos que cumpliremos con nuestro trabajo.	0.00	0.00	0.00	57.89	42.11	4.42
5. Nos reunimos y hablamos con los compañeros antes de iniciar la jornada.	0.00	0.00	15.79	52.63	31.58	4.16

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

En referencia a la dimensión tenencia de metas (tabla 10), se observa que los trabajadores están preocupados y se esfuerzan por cuidar la imagen de la empresa y son conscientes de que cada uno aporta a la empresa (4.53) además los colaboradores tienen deseos por terminar bien su jornada laboral (4.47), el punto más débil es que cuando alguno de los colaboradores hace algo bien los compañeros no siempre van y lo felicitan, pero aun así la media obtenida es mayor a 4 puntos, señalando que esto no ocurre con frecuencia.

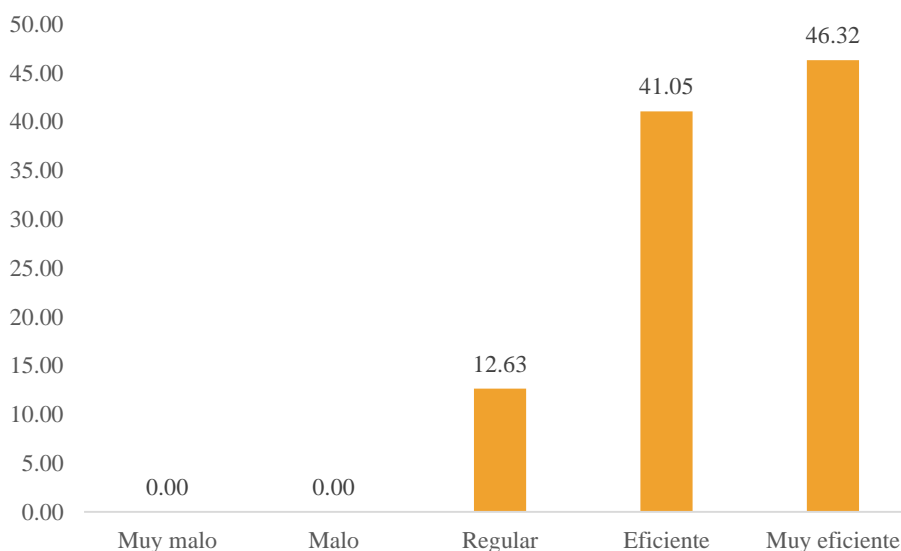


Figura 5 Evaluación de la dimensión tenencia de metas

El resumen de la dimensión tenencia de metas (figura 5), tomando en cuenta la evaluación de las opiniones de los encuestados, se obtiene que aproximadamente el 87.37% (46.32% muy eficiente y 41.05% eficiente) de los encuestados tienen una opinión favorable acerca de la tenencia de metas en la empresa MOTOCORP.

Tabla 12

Resultados dimensión gerencia y equipo

Estadísticas de elemento						Media
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
6. La jefe conversa con nosotros sobre los trabajos a realizar.	0.00	0.00	5.26	42.11	52.63	4.47
7. El jefe vigila, nos orienta para hacer mejor el trabajo.	0.00	0.00	5.26	31.58	63.16	4.58
8. Antes de salir a recorrer a limpiar las calles conversamos del trabajo.	0.00	0.00	26.32	31.58	42.11	4.16
9. Todos confiamos en todos y trabajamos con confianza como compañeros que somos.	0.00	0.00	5.26	31.58	63.16	4.58
10. Para todos nosotros, todo lo que se haga como parte del trabajo es importante.	0.00	0.00	0.00	36.84	63.16	4.63

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

En cuanto a la dimensión gerencia y equipo (tabla 11), las opiniones de los colaboradores han dado mayor puntaje a que el jefe vigila y está constantemente orientándoles a hacer un buen trabajo (4.58), además los colaboradores de la empresa MOTOCORP también rescatan que existe una buena confianza entre todos (4.58), pero lo que más valoran los colaboradores dentro de la gerencia y equipo es que todo lo que se haga como parte del trabajo es importante (4.63).

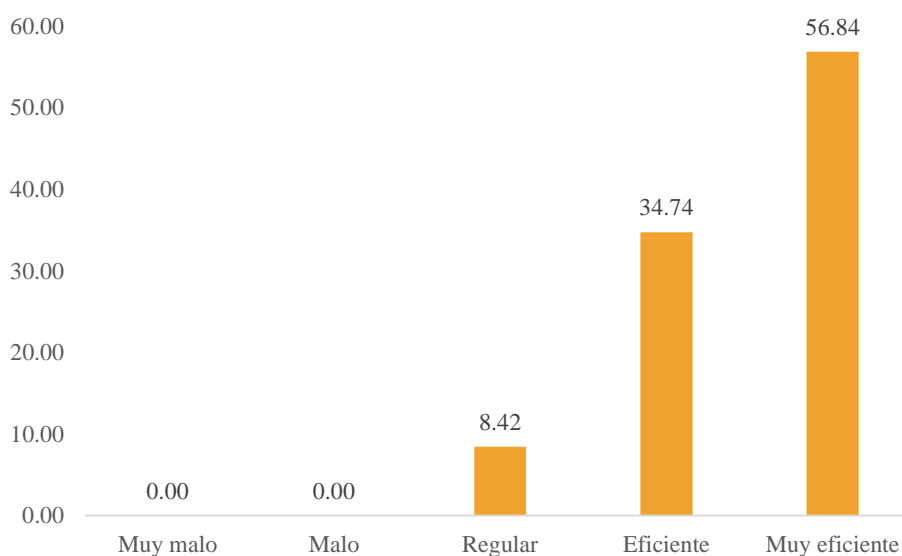


Figura 6 Evaluación de la dimensión gerencia y equipo

En recapitulación, la valoración de la dimensión gerencia y equipo, según las valoraciones de los colaboradores de la empresa MOTOCORP, es que más de la mitad de ellos considera que es muy eficiente y el 34.74% piensa que es eficiente y solo el 8.42 señala le ha dado una calificación de regular.

Tabla 13

Resultados dimensión definición de prioridades

Estadísticas de elemento	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Media
11. Hay casos y labores que tienen más importancia que otros y eso lo conversamos.	0.00	0.00	10.53	47.37	42.11	4.32
12. Todos somos importantes, en el puesto correspondiente; nadie es más que otro.	0.00	0.00	10.53	31.58	57.89	4.47
13. Cuando alguien da una buena idea para mejorar el trabajo tenemos que reconocerlo.	0.00	0.00	5.26	31.58	63.16	4.58
14. Hay dibujos y señales que están colocados para ver cuando hicimos un mejor trabajo.	10.53	0.00	26.32	36.84	26.32	3.68
15. Cuando hay trabajo de última hora todos ponemos de nuestra parte y lo resolvemos.	0.00	0.00	31.58	21.05	47.37	4.16

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

En relación a la dimensión definición de prioridades (tabla 12), los ítems con mayor valoración son que cuando alguien da una buena idea para mejorar el trabajo se le es reconocido, además los colaboradores de la empresa MOTOCORP consideran que nadie es más importante que el otro. Sin embargo, una de las fallas más importantes dentro de la empresa hasta el momento es que no existen señales que indiquen cuando alguien hizo un buen trabajo.

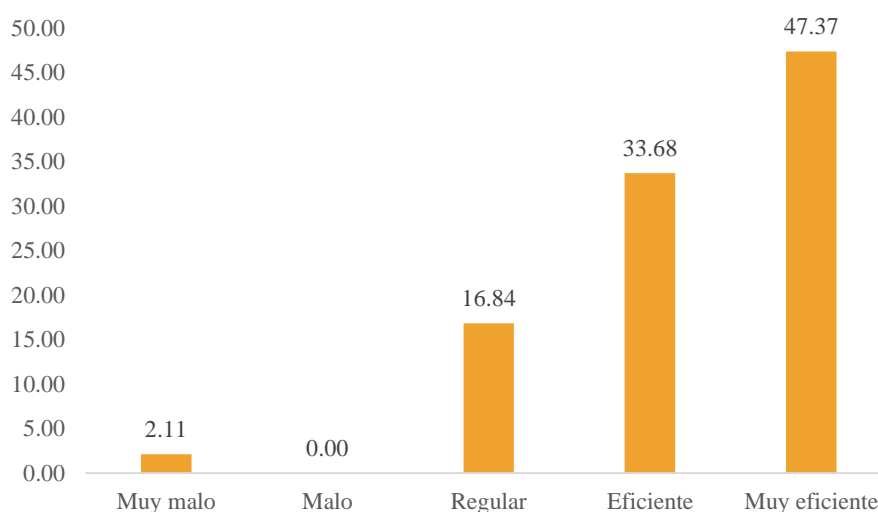


Figura 7 Resultados de la dimensión definición de prioridades

Finalmente, resumiendo la valoración asignada por los colaboradores de la empresa MOTOCORP con respecto a la dimensión definición de prioridades es que el 47.37% señala que esta dimensión se desenvuelve muy eficiente, el 33.68% señala que es eficiente, el 16.84% indica que es regular y el 2.11% que es muy malo.

Tabla 14

Resultados dimensión atención a los miembros

Estadísticas de elemento						Media
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
16. Los jefes son buenos y reconocen quien hizo mejor el trabajo.	0.00	5.26	21.05	26.32	47.37	4.16
17. Nos dicen que todos tenemos que colaborar entre todos en las tareas.	0.00	0.00	10.53	31.58	57.89	4.47
18. Es bueno reconocer el trabajo de los compañeros de trabajo.	0.00	5.26	10.53	42.11	42.11	4.21
19. Es bueno que reconozcan nuestro trabajo el resto de compañeros.	0.00	5.26	15.79	42.11	36.84	4.11
20. Nuestros jefes le dan valor a cada cosa que hagamos en el trabajo	0.00	5.26	10.53	31.58	52.63	4.32

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Los resultados dimensión atención a los miembros (tabla 13), indican que los colaboradores frecuentemente reciben mensajes de que todos deben colaborar entre todos y que los jefes siempre le dan valor y toman en cuenta a cada cosa que hacen en el trabajo. El punto más débil en esta dimensión es quizá el aspecto competitivo de los colaboradores ya que hay una calificación de 4.11 a considerar que es bueno que se reconozca el trabajo de sus compañeros.

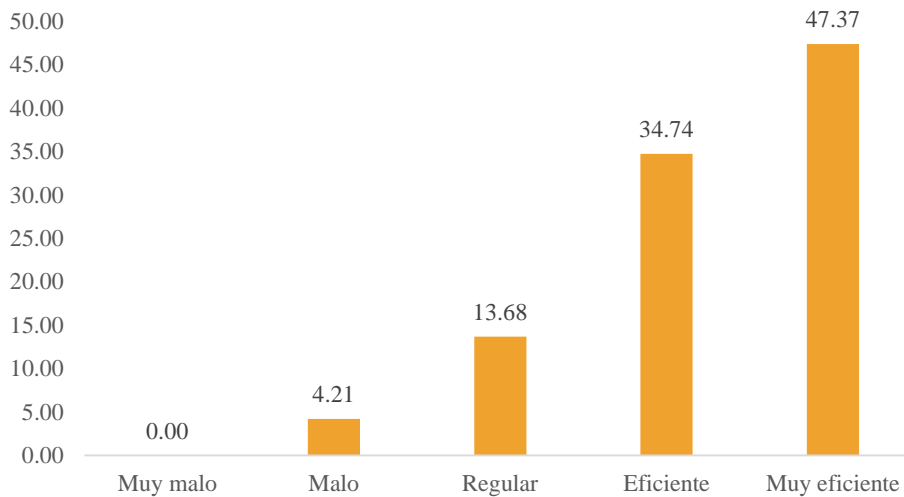


Figura 8 Evaluación de la dimensión atención a los miembros

En síntesis, la valoración de los colaboradores de la empresa MOTOCORP es que cerca de la mitad (47.37%) piensa que la atención a los miembros es muy eficiente, el 34.74% considera que es eficiente y el restante señala que es regular y malo.

Tabla 15

Resultados dimensión valoración de las contribuciones

Estadísticas de elemento	Escala de valoración				
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
21. Cuando hacemos bien el trabajo de limpieza los jefes lo dicen en voz alta.	0.00	15.79	10.53	26.32	47.37
22. A los compañeros y a mí nos gusta trabajar en armonía.	0.00	0.00	10.53	26.32	63.16
23. Cuando alguien da una nueva idea y es buena se lo reconocemos.	0.00	0.00	5.26	52.63	42.11
24. Así sea pequeña la nueva idea de alguien del trabajo lo aceptamos.	0.00	0.00	5.26	21.05	73.68
25. El dinero que nos pagan tenemos que ganarlo de buena manera.	0.00	0.00	5.26	31.58	63.16

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Con respecto a la última dimensión de la variable trabajo en equipo (tabla 14), la dimensión valoración de las contribuciones de los colaboradores resalta en que así sea pequeña la idea de algún colaborador siempre es aceptada (4.68), además parte de la filosofía de los colaboradores es que el dinero que ganan se tiene que ganar de buena

manera (4.58) con mucho esfuerzo y trabajo. Además, los colaboradores también opinan que les gusta trabajar en armonía (4.37).

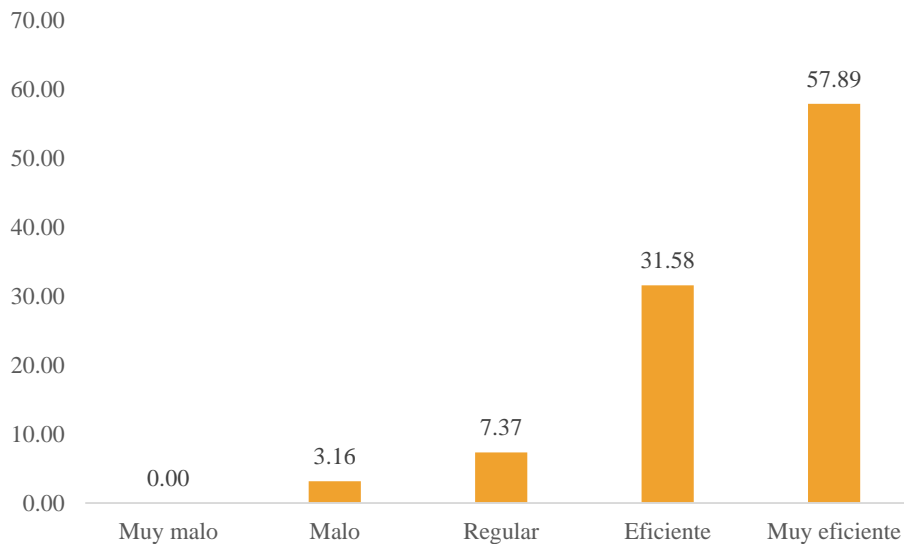


Figura 9 Dimensión valoración de las contribuciones

En recapitulación, el nivel de valoración de las contribuciones de los colaboradores es que es muy eficiente (57.89) y eficiente (31.58%), el restante es regular y malo con 7.37% y 3.16%.

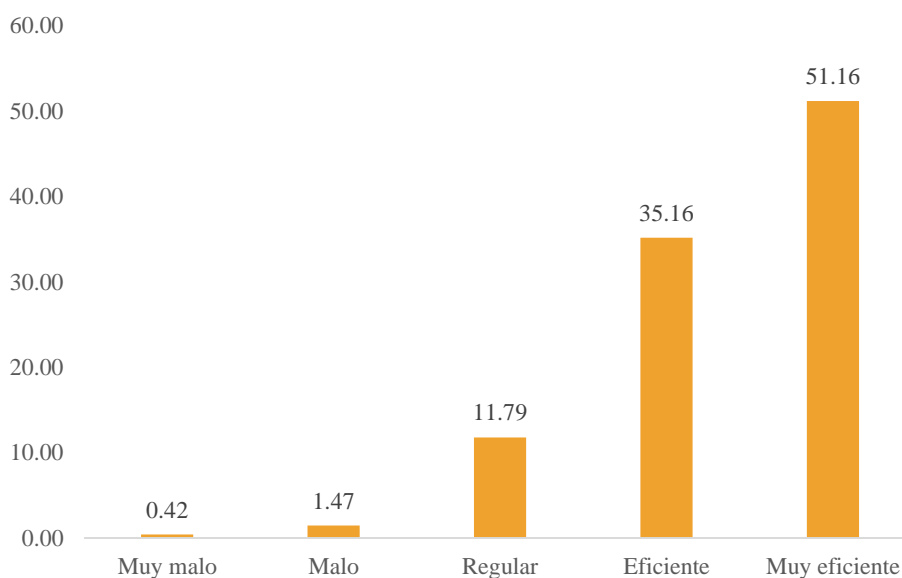


Figura 10 Evaluación en la variable trabajo en equipo

Finalmente, al considerar todas las opiniones de los colaboradores de la empresa MOTOCORP, con respecto al trabajo en equipo, los colaboradores lo evalúan como muy eficiente (51.16%) y eficiente (35.16%), por lo que se puede deducir que el trabajo en equipo en esta empresa está en buenas condiciones, existe apoyo mutuo que les permite trabajar en armonía.

4.2 Resultados en base a la Estadística Descriptiva

Tabla 16

La comunicación interna y trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

		Variable 1 Comunicación interna											
		Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Variable 2 Trabajo en equipo	Nunca	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Casi nunca	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	A veces	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Casi siempre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	31,6%	0	0,0%	6	31,6%
	Siempre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	13	68,4%	13	68,4%
	Total	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	31,6%	13	68,4%	19	100,0%

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Se observa que de los 20 trabajadores de la empresa MOTOCORP, el 68,4% opinó que se encuentra siempre con la comunicación interna, de los cuales se observó que el 68.4% opinó que siempre con el Trabajo en equipo, mientras que el 31,6% opinó estar casi siempre. Así mismo, el 31,6% de los trabajadores se encuentra en la mayoría de

casi siempre con el trabajo en equipo, de los cuales el 31,6 % opinó la alternativa casi siempre, con el trabajo en equipo.

Tabla 17

La comunicación interna en la dimensión comunicación descendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

		Dimensión 1 Comunicación descendente											
		Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Variable 2 Trabajo en equipo	Nunca	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Casi nunca	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	A veces	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Casi siempre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	26,3 %	1	5,3%	6	31,6%
	Siempre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	15,8 %	1	52,6 %	1	68,4%
	Total	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	8	42,1 %	1	57,9 %	1	100,0 %

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Se observa que de los 20 trabajadores de la empresa MOTOCORP, el 57,9% opinó que se encuentra en siempre con la comunicación descendente, de los cuales se observó que el 52.6% que opina siempre con la variable trabajo en equipo, mientras que el 5,3% opinó estar casi siempre. Así mismo, el 42.1% de los trabajadores se encuentra en casi siempre con la comunicación descendente, de los cuales el 26.3 % opinó la alternativa casi siempre, mientras que un 15,8% considera siempre con la variable trabajo en equipo

Tabla 18

La comunicación interna en la dimensión comunicación ascendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

		Dimensión 2 Comunicación ascendente											
		Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Variable 2 Trabajo en equipo	Nunca	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Casi nunca	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	A veces	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Casi siempre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	31,6%	0	0,0%	6	31,6%
	Siempre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	10,5%	11	57,9%	13	68,4%
	Total	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	8	42,1%	11	57,9%	19	100,0%

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Se observa que de los 20 trabajadores de la empresa MOTOCORP, el 57,9% opinó que se encuentra en siempre con la comunicación ascendente, de los cuales se observó que el 57,9% que opina siempre con la variable trabajo en equipo. Así mismo, el 42,1% de los trabajadores se encuentra en casi siempre con la comunicación ascendente, de los cuales el 31,6 % opinó la alternativa casi siempre, mientras que un 10,5% considera siempre con la variable trabajo en equipo

Tabla 19

Determinar la relación que existe entre la comunicación interna en la dimensión comunicación horizontal y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

		Dimensión 3 Comunicación horizontal											
		Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Variable 2 Trabajo en equipo	Nunca	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Casi nunca	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	A veces	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Casi siempre	0	0,0%	0	0,0%	2	10,5%	3	15,8%	1	5,3%	6	31,6%
	Siempre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	15,8%	10	52,6%	13	68,4%
	Total	0	0,0%	0	0,0%	2	10,5%	6	31,6%	11	57,9%	19	100,0%

Nota: Elaboración en base a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa MOTOCORP

Se observa que de los 20 trabajadores de la empresa MOTOCORP, el 57,9% opinó que se encuentra en siempre con la comunicación horizontal, de los cuales se observó que el 52,6% que opina siempre con la variable trabajo en equipo, mientras que el 5,3% opinó estar casi siempre. Así mismo, el 31,6% de los trabajadores se encuentra en casi siempre con la comunicación horizontal, de los cuales el 15,8 % opinó la alternativa casi siempre, mientras que un 15,8% considera siempre con la variable trabajo en equipo

4.3 Discusión de resultados

Esta investigación busca determinar la relación entre la comunicación interna y trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP que realiza sus operaciones en la ciudad Cajamarca, en el año 2020. Al respecto de la relación de variables Romero (2013) en su investigación encontró debilidades en la comunicación y el trabajo en equipo que estaban afectando a la productividad de la empresa Constructora Alvarado por lo que propuso crear estrategias para eliminar el individualismo, sin embargo, en esta investigación se encontró que el 45.79% y el 38.42% de los colaboradores (figura 4) consideran que la comunicación interna es muy eficiente y eficiente respectivamente, y el trabajo en equipo según el 51.16% y 35.16% de los colaboradores (figura 10) es muy eficiente y eficiente respectivamente, al haber un buen nivel de las variables no es necesario implementar nuevas estrategias para mejorar la comunicación interna y el trabajo en equipo.

Por otro lado, Endara (2015) concluyó en su investigación que la comunicación interna es deficiente por fallas en los canales de información, sin embargo, en esta investigación se encontró que la variable comunicación y sus dimensiones tienen una evaluación de eficiente y muy eficiente por parte de la mayoría de los colaboradores (figuras 1, 2 y 3); a diferencia de Urbina (2019) que en su investigación encontró que el 52% de los colaboradores practican una mala comunicación interna y como consecuencia el 99% de los colaboradores no saben trabajar en equipo, encontrándose una relación entre las variables.

Urbina (2019) Llegó a la conclusión que de los 52% colaboradores que presentan mala comunicación interna, el 99% de colaboradores realizan muy bajo trabajo en equipo, generando el trabajo de manera individual, esto demuestra que si existe relación significativa entre la comunicación interna y el trabajo en equipo. Por otro lado, si se tiene una mala comunicación descendente se realiza poco trabajo en equipo.

Además, Urbina (2019) en su investigación demostró que existe una relación directa y significativa entre la comunicación interna y el trabajo en equipo, al igual que Estupiñan (2019) que encontró una correlación alta, positiva y significativa ($p=0.00$ y $r=0.979$) entre la comunicación interna y el trabajo en equipo, del mismo modo, se coincide con estos resultados, ya que en esta investigación se encontró una correlación altamente significativa y directa entre las variables de estudio ($p=0.000$ y $r=0.924$) gracias al coeficiente de Pearson (tabla 13).

Además, se difiere con lo encontrado por Casa y Mamani (2019), ya que en su investigación determinaron que la comunicación ascendente tiene una relación negativa con el trabajo en equipo, lo cual dificulta el cumplimiento de los objetivos de la institución, sin embargo en esta investigación se encontró que comunicación ascendente tiene una relación directa y significativa con el trabajo en equipo, según el coeficiente de Pearson de 0.896 (tabla 11), lo cual no significa que la afirmación de Ccasa y Mamani (2019) sea errada, si no que en la institución donde se analizó el problema las variables interactúan de esa manera al ser otro tipo de contexto y características.

Por último, Abanto y Tamay (2019) utilizaron el coeficiente de Spearman y determinaron que existe una correlación positiva y significativa entre la comunicación interna y el trabajo en equipo, aunque en esta investigación se utilizó otro estadístico, conocido como el coeficiente de Pearson, para correlacionar las variables, se llegó a afirmar que existe una correlación directa, alta y significativa entre las variables de estudio.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

De acuerdo al objetivo general la prueba estadística de Correlación de Rho Spearman es de $Rho = 0.854$, presenta una correlación positiva muy fuerte, lo que permite afirmar que si existe relación entre la comunicación interna y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

De acuerdo al primer objetivo específico la prueba estadística de Correlación de Rho Spearman es de $Rho = 0.679$, presenta una correlación positiva considerable, lo que permite afirmar que si existe relación entre la dimensión comunicación descendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

De acuerdo al segundo objetivo específico la prueba estadística de Correlación de Rho Spearman es de $Rho = 0.900$, presenta una correlación positiva perfecta, lo que permite afirmar que si existe relación entre la dimensión comunicación ascendente y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

De acuerdo al tercer objetivo específico la prueba estadística de Correlación de Rho Spearman es de $Rho = 0.766$, presenta una correlación positiva muy fuerte, lo que permite afirmar que si existe relación entre la dimensión comunicación horizontal y el trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa MOTOCORP Cajamarca en el año 2020.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda a la empresa MOTOCORP, seguir desarrollando su plan de trabajo en el área de recursos humanos, con mejoras continuas, ya que los resultados indican que la comunicación interna y el trabajo en equipo se vienen desarrollando eficientemente, con la finalidad de mejorar la productividad de sus colaboradores.

Se recomienda a la comunidad académica, considerar esta investigación como antecedente para profundizar en temas relacionados a la comunicación interna y el trabajo en equipo en las empresas, con la finalidad de ampliar los conocimientos sobre las variables de estudio, implementando nuevas metodologías de investigación.

REFERENCIAS

- Abanto, Ry Tamay, I (2019). *la relación de la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en la municipalidad distrital de Gregorio Pita, San Marcos 2019* [Tesis de grado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. Repositorio digital.
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1358/Relación%20de%20la%20comunicación%20organizacional%20y%20el%20trabajo%20en%20equipo.pdf?sEquence=1&isAllowed=y>
- Albert, S. y Whetten, D. (1985). *Identidad Organizacional*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000178>
- Alvarado. (2016). *Liderazgo estratégico y su relación con el trabajo en equipo en las facultades de la universidad nacional del callao*, [Tesis de posgrado, universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú]. Repositorio.
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/782>
- Agradoña, R. (2017). *Liderazgo, comunicación y trabajo en equipo*, [Tesis de grado realizado en la universidad mayor de san Andrés – La Paz, Bolivia] Repositorio. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/14878>.
- Barón, R. (2006). El liderazgo desde una perspectiva de multidominio. obtenido de *journal of personality and social*.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138575812000321>.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American journal of sociology*
- Bernal C. (1960), *Metodología de la investigación Mexico*: Pearson educacion de México S.A.

- Borrini, A. (1997). *La empresa transparente*. Buenos Aires: Atlántida.
- Brandolini, A., Gonzales, M. y Hopkins, C. (2009). *Comunicación interna claves para una gestión exitosa*. Buenos Aires: La Crujía.
- Casa, N. y Mamani, Q. (2019) *comunicación interna en el trabajo en equipo de los empleados administrativos de la unidad de la de gestión educativa local (Ugel) sur Arequipa 2019*[Tesis de pre grado, Universidad Nacional de san Agustín de Arequipa – Arequipa Perú].Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10705>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. México: editorial Mc Graw.
- Díaz, S. (2014) *comunicación organizacional y trabajo en equipo (estudio realizado en una institución de educación superior en la ciudad de Quetzaltenango)*, [Tesis de pre grado, universidad Rafael landivar-guatemala].Repositorio. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Diaz-Susana.pdf>
- Endara, A. (2015). *La comunicación interna como estratégico para el fortalecimiento del trabajo en equipo en la facultad de ciencias e ingeniería en alimentos*. [Tesis de maestría, Universidad Regional Autónoma de los andes – Ambato, Ecuador]. Repositorio. <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/628>
- Estupiñan, R. (2019) *Comunicación interna y el trabajo en equipo del personal en la empresa Agrileza, distrito de Huaral, 2018*. [Tesis de pregrado, universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión – huacho, Perú] Repositorio. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2632>
- Elorza, H., & Medina Sandoval, J. C. (199).*Estadísticos para las ciencias sociales y del comportamiento*. México: Oxford University

- Fernández, M. (2014). *La comunicación, el trabajo en equipo y sus incidencias en la gestión del colegio san francisco del Alba Técnica profesional*, [Tesis de maestría, Universidad Alberto Hurtado - Santiago, Chile]. Repositorio. <https://repositorio.uahurtado.cl/bitstream/handle/11242/7920/MGDEFernandezV.pdf?sequence=1>
- Fortuny, A. (2016). *La comunicación asertiva para fortalecer y consolidar el trabajo en equipo en una empresa constructora grupo Deko*. [Tesis de pre grado, universidad de san Carlos –Guatemala]. Repositorio http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1428.pdf
- Hernández S. R., Fernández C. C. y Baptista L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Herzberg, F. (1959). *Teoría bifactorial. Artículo sobre la satisfacción laboral*. Centro universitario municipal Haydee Santamaría cuadrado. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/09/dgv.pdf>
- Katzenbach, J. y Smith, D. (2002). *La disciplina de los equipos obtenidos*. Obtenido de https://www.falconi.com/wp-content/uploads/2015/11_10.pdf
- Lencioni, P. (2002). *Las cinco disfunciones de un equipo*. 6ta edición.
- León, J. (2013). *aportes del liderazgo, la comunicación y el trabajo en equipo al clima organizacional: un análisis del caso Bancolombia de Arauca* [Tesis de maestría, universidad nacional de Colombia]. Repositorio. <http://www.bdigital.unal.edu.co/9641/1/1/7709562.2013.pdf>
- Maslow, A. (2011). *Desarrollando equipos*. Obtenido de <https://psicoportal.com/teorias-psicologicas/expectativa-de-vroom/>

- Montes, J. (2014). *Comunicación asertiva y trabajo en equipo: resultados de un programa de intervención en los supervisores de una empresa*. [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola y Universidad Nacional Federico Villarreal – Lima, Perú]. Repositorio. <https://revistas.usil.edu.pe/index.php/pyr/article/view/62>
- Palomo, L. (2012). *plan de comunicación interna como herramienta para reforzar la cultura organizacional*. Quito: UCE.
- Quiñones, E. (2017). *relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la gerencia de producción grifería de la empresa VSI Industrial* [Tesis pre grado, universidad de san Martín de Porres –Lima, Perú]. Repositorio. http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3244/3/quionenes_ev.pdf
- Ritter, M. (2008). *Cultura organizacional*. Buenos Aires, Argentina: edición 2008 editorial la cirugía DIRRCOM.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: Editorial Prentice Hall.
- Rodas, E. (2017). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*, [Tesis de grado universidad Rafael Landívar- Quetzaltenango, Guatemala]. Repositorio. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/05/43/Rodas-Estefanny.pdf>
- Romero, R. (2013). *La comunicación interna y el trabajo en equipo en la empresa constructora Alvarado de la ciudad de Ambato*, [tesis de grado, universidad técnica de Ambato – ecuador]. Repositorio. <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5698/1/80%20o.e.pdf>
- Romero, R. (2019). *comunicación organizacional y trabajo en equipo de los trabajadores de la empresa motores Diésel andinos S.A., Lurín, 2018*. [Tesis de

- pregrado, Universidad Cesar de Vallejo – Lima, Perú]. Repositorio.
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/39926?locale-attribute=en>
- Ruiz, R. y Jiménez, J. (2018). *Nivel de comunicación efectiva en los colaboradores de las entidades financieras en la ciudad de Cajamarca*. [Tesis de pre grado, universidad Antonio Guillermo Urreló – Cajamarca]. Repositorio.
<http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/268>
- Salvador, L. (2014). *Condiciones laborales y trabajo en equipo en operarios de la empresa silsa para el hospital Arzobispo Loayza, Lima – 2014*. Obtenido de
http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/TFCS_TTS47.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Schmitt, W. (1996). Equipos de negocio en Rubbermaid Ing. W. (1996). *Equipos de negocios en Rubbermaid Inc*. Obtenido de <http://html.rincondelvago.com/equipo-de-negocios-de-una-empresa-americana.html>
- Torv, A. (2003). *Manual de relación públicas, comunicación y publicidad*. Citado por (José Daniel barquero y mariano barquero)
- Urbina, E. (2019). *La comunicación interna y trabajo en equipo de los colaboradores administrativos del hospital Huacho Huara Oyon y servicios básicos de salud huacho 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho, Perú]. Repositorio.
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2812/ESTER%20NOEMI%20URBINA%20DELGADO.pdf?sequence=1>
- Velázquez, A. y Rey, N. (1999). *Metodología de investigación científica*. Editorial San Marcos

Villafañe, J. (1993).La gestión de la comunicación interna en imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas. Madrid: Capítulo 7, Pirámide. Madrid.

ANEXOS

ANEXO 01

CUESTIONARIO N°1 COMUNICACIÓN INTERNA

El objetivo de la siguiente encuesta es recoger información sobre la comunicación interna de la empresa donde actualmente está trabajando. Las preguntas se responden marcando con un aspa (X) en el número que Ud. crea conveniente según la siguiente escala:

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. A veces
4. Casi Siempre
5. Siempre

Ítem	Pregunta	1	2	3	4	5
Dimensión: Comunicación descendente						
1	Mis jefes nos comunican que existe el Manual de Organización y Funciones	1	2	3	4	5
2	Mis jefes nos entrenan sobre las políticas de trabajo de la institución	1	2	3	4	5
3	Mis jefes refuerzan frecuentemente nuestros conocimientos.	1	2	3	4	5
4	Mis jefes motivan el trabajo que realizo.	1	2	3	4	5
5	Existe adecuada comunicación con mis jefes.	1	2	3	4	5
6	Se hace uso adecuado de los periódicos murales para informar sobre las disposiciones y normas que establece en la empresa.	1	2	3	4	5
7	Existe un buzón de sugerencias y se toma en cuenta nuestras opiniones.	1	2	3	4	5
8	Los directivos toman en cuenta nuestras sugerencias.	1	2	3	4	5
9	Los jefes inmediatos nos brindan un resumen del trabajo realizado.	1	2	3	4	5
10	Los jefes organizan la información de tu trabajo.	1	2	3	4	5
Dimensión: Comunicación ascendente						
11	Mantenemos comunicación empática con los jefes.	1	2	3	4	5
12	La comunicación con los jefes inmediatos es efectiva.	1	2	3	4	5
13	La dirección enfatiza la necesidad de brindar y recibir informaciones.	1	2	3	4	5
14	Informamos a los superiores sobre el progreso en el trabajo.	1	2	3	4	5
15	Informamos a los superiores sobre algún problema que surge en la empresa	1	2	3	4	5
16	Los directivos se preocupan por conseguir sus objetivos estratégicos en situaciones de cambio.	1	2	3	4	5
17	Me siento protagonista de los objetivos corporativos.	1	2	3	4	5
18	Logramos el máximo aprovechamiento de las ideas.	1	2	3	4	5
19	La dirección estimula el consenso en la institución.	1	2	3	4	5

20	La dirección estimula el autoanálisis y la reflexión.	1	2	3	4	5
Dimensión: Comunicación horizontal						
21	La dirección toma decisiones asertivas y adecuadas en el trabajo.	1	2	3	4	5
22	Los jefes toman en cuenta las opiniones de los colaboradores.	1	2	3	4	5
23	La dirección se preocupa permanentemente por mejorar el desarrollo organizativo de sus colaboradores.	1	2	3	4	5
24	La dirección promueve la integración en los procesos de gestión	1	2	3	4	5
25	La dirección coordina permanentemente con las demás áreas.	1	2	3	4	5
26	Trata de ser empático con mis compañeros.	1	2	3	4	5
27	Soy capaz de ayudar en el trabajo si alguien me lo pide.	1	2	3	4	5
28	La solidaridad siempre está presente en nuestros actos.	1	2	3	4	5
29	La opinión del resto si me importa.	1	2	3	4	5
30	Si alguien maneja mejor los conocimientos nos orienta.	1	2	3	4	5

ANEXO 02

CUESTIONARIO N°2 TRABAJO EN EQUIPO

El objetivo de la siguiente encuesta es recoger información sobre el trabajo en equipo de la empresa donde actualmente está trabajando. Las preguntas se responden marcando con un aspa (X) en el número que Ud. crea conveniente según la siguiente escala:

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. A veces
4. Casi Siempre
5. Siempre

Ítem	Pregunta	1	2	3	4	5
Dimensión: Tenencia de metas						
1	Cuando alguien hace muy bien un trabajo voy y o felicito.	1	2	3	4	5
2	El trabajo de cada uno de nosotros ayuda a que la empresa tenga una buena imagen.	1	2	3	4	5
3	Todos los trabajadores queremos terminar bien nuestra jornada.	1	2	3	4	5
4	Somos generosos entre todos al decirnos que cumpliremos con nuestro trabajo.	1	2	3	4	5
5	Nos reunimos y hablamos con los compañeros antes de iniciar la jornada.	1	2	3	4	5
Dimensión: Gerencia y equipo						
6	La jefe conversa con nosotros sobre los trabajos a realizar.	1	2	3	4	5
7	El jefe vigila, nos orienta para hacer mejor el trabajo.	1	2	3	4	5
8	Antes de empezar con la jornada laboral conversamos del trabajo.	1	2	3	4	5
9	Todos confiamos en todos y trabajamos con confianza como compañeros que somos.	1	2	3	4	5
10	Para todos nosotros, todo lo que se haga como parte del trabajo es importante.	1	2	3	4	5
Dimensión: Definición de prioridades						
11	Hay casos y labores que tienen más importancia que otros y eso lo conversamos.	1	2	3	4	5
12	Todos somos importantes, en el puesto correspondiente; nadie es más que otro.	1	2	3	4	5
13	Cuando alguien da una buena idea para mejorar el trabajo tenemos que reconocerlo.	1	2	3	4	5
14	Hay dibujos y señales que están colocados para ver cuando hicimos un mejor trabajo.	1	2	3	4	5
15	Cuando hay trabajo de última hora todos ponemos de nuestra parte y lo resolvemos.	1	2	3	4	5
Dimensión: Atención a los miembros						
16	Los jefes son buenos y reconocen quien hizo mejor el trabajo.	1	2	3	4	5
17	Nos dicen que todos tenemos que colaborar entre todos en las tareas.	1	2	3	4	5
18	Es bueno reconocer el trabajo de los compañeros de trabajo.	1	2	3	4	5

19	Es bueno que reconozcan nuestro trabajo el resto de compañeros.	1	2	3	4	5
20	Nuestros jefes le dan valor a cada cosa que hagamos en el trabajo	1	2	3	4	5
Dimensión: Valoración de las contribuciones						
21	Cuando hacemos bien el trabajo los jefes lo dicen en voz alta.	1	2	3	4	5
22	A los compañeros y a mí nos gusta trabajar en armonía.	1	2	3	4	5
23	Cuando alguien da una nueva idea y es buena se lo reconocemos.	1	2	3	4	5
24	Así sea pequeña la nueva idea de alguien del trabajo lo aceptamos.	1	2	3	4	5
25	El dinero que nos pagan tenemos que ganarlo de buena manera.	1	2	3	4	5

ANEXO 03

PROPUETA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

I. Presentación de la empresa MOTOCORP

MOTOCORP S.A., en adelante MOTOCORP, es una empresa del Grupo Efe creada en el año 2006, especializada en la venta de motocicletas de 2 y 3 ruedas, contando actualmente con 22 tiendas especializadas a nivel nacional. Ofrece, además, opciones de financiamiento, y cuenta con una red de casi 100 servicios técnicos a lo largo del país.

MOTOCORP se toma muy en serio la protección de su privacidad y de sus datos personales. Por lo tanto, su información personal se conserva de forma segura y se trata con el máximo cuidado, garantizando su absoluta confidencialidad y empleando los estándares de seguridad adecuados conforme a los establecido en la Ley de Protección de Datos Personales – Ley N° 29733, por su Reglamento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-2013-JUS, el Decreto Legislativo 1353 y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo 019-2017-JUS, y por la Directiva de Seguridad de la Información, aprobada por la Resolución Directoral N° 019-2013-JUS/DGPDP.

II. Misión, Visión y Valores

1. Misión

Somos la primera cadena retail especialista en Motos en el Perú y formamos parte del Grupo EFE.

Tenemos 18 tiendas a nivel nacional en las cuales comercializamos motos, accesorios, repuestos, seguros, y brindamos servicio técnico.

Contamos con un equipo humano de asesores especialistas y técnicos enfocados en brindar una atención y servicio de calidad.

2. Visión

Llevarle a todas las familias peruanas soluciones completas de transporte, brindándoles productos y servicios de alta calidad con soporte permanente. Todo esto complementado con un financiamiento accesible acorde a cada una de sus necesidades.

3. Valores

- Actuamos con integridad siempre
- Trabajamos con responsabilidad
- Tratamos a las personas con respeto
- Brindamos la mejor experiencia a nuestros clientes

III. Análisis DAFO

Fortalezas	Debilidades
-Se cuenta con personal altamente capacitado, comprometido y dispuesto a innovar en pro de la empresa. - Buenos índices de ventas de repuestos tanto en el taller de mantenimiento como en exhibidor. - Posee la infraestructura propia. - Se cuenta con productos de alta calidad.	-Espacio reducido. -Taller desordenado y sucio. -Objetos ajenos al taller.
Oportunidades	Amenazas
-Se puede mejorar la calidad del servicio reduciendo tiempos muertos. - Adquisición o elaboración de un software que controle y maneje el inventario de la empresa. - La venta de motocicletas y por consiguiente de repuestos está creciendo acelerada y continuamente.	-Ingreso de nuevos concesionarios a la ciudad con tarifas de mantenimiento y repuestos más bajos. - Pérdida de personal capacitado y experto en su área de trabajo por desmotivación. - Pérdida de clientes por demora en superar su expectativa (Clientes insatisfechos), o por falta de seguimiento a las recomendaciones y sugerencias brindadas.

IV. Objetivos

Con el presente Plan de Comunicación se pretende lograr los siguientes objetivos

- a. Generar un buen clima laboral y mejorar la relación empresa-colaborador, durante el año 2021.
- b. Mejorar la comunicación entre los colaboradores de las diferentes de la empresa durante el año 2021.
- c. Contribuir a construir la identidad corporativa, de la empresa partiendo de una comunicación entre todos los colaboradores de las diferentes áreas durante el año 2021

V. Estrategias para mejorar la comunicación efectiva en la empresa MOTOCORP

Antes de la aplicación de algún tipo de estrategias se debe realizar una evaluación organizacional para determinar lo que a empresa MOTOCORP para prepararse para el cambio, a continuación, se presentan algunas prácticas de cómo empezar a diseñar estrategias para mejorar la comunicación en la empresa:

- **Realizar una evaluación organizacional.** Con la finalidad de determinar lo que la empresa MOTOCORP ya está haciendo para mejorar la comunicación efectiva. La evaluación puede ayudar al liderazgo de la agencia a seleccionar acciones prioritarias, determinar la preparación para la acción e identificar los pasos iniciales.
- **Explorar los recursos de su organización.** Específicamente, se debe considerar qué políticas, prácticas, planes de desarrollo de la fuerza laboral, beneficios laborales organizados y estructuras existentes podrían ayudar a respaldar los esfuerzos relacionados con la mejora de la comunicación organizacional o

conectarlo con líderes clave de agencias formales o informales. Además, se debe considerar la historia de la empresa y el clima actual en relación con el cambio que se busca.

- **Involucrar al personal de la agencia y las partes interesadas en la planificación e implementación de intervenciones.** La participación de diversas perspectivas y conocimientos fomentará la aceptación y creará una cohorte de personas que puedan defender la mejora de la comunicación efectiva. Los representantes de las agencias internas pueden incluir recursos humanos, sistemas de tecnología de la información, comunicaciones / relaciones públicas, administración y personal de primera línea. Los recursos externos pueden incluir instituciones académicas, asociaciones profesionales, proveedores de capacitación, expertos en la materia o consultores. También se puede optar por celebrar mesas redondas o grupos focales, formar un comité asesor, realizar entrevistas con informantes clave o involucrar a la fuerza laboral en una variedad de otras formas para mejorar la comunicación organizacional.
- **Definir claramente lo que está tratando de lograr.** Cuanto más claro sea, más directamente se podrá desarrollar estrategias para abordar el problema. Se debe considerar la posibilidad de aplicar métodos de mejora de la calidad para abordar el problema: los ciclos de planificar, hacer, estudiar, actuar podrían proporcionar una estructura para resolver problemas más importantes de la fuerza laboral organizacional.

Además, se debe tener en cuenta que los cambios e ideas requieren diferentes niveles de compromiso organizacional e individual. En tal sentido, se sugiere seguir las siguientes estrategias para mejorar la comunicación en la empresa MOTOCORP:

a. Uso de un "Cuadro de preguntas". En dicho cuadro, permitiente brinda una oportunidad para que los colaboradores realicen preguntas o puedan solicitar la respectiva información.

Además es posible que también se puedan utilizar un cuadro de preguntas virtual, en el cual los colaboradores y directivos pueden realizar y enviar preguntas desde cualquier dispositivo informático conectados en red sin dejarlas físicamente en el cuadro colocado públicamente.

Para considerar el éxito con esta estrategia es tomar en serio las preguntas y desde luego brindarles la respectiva retroalimentación de manera rápida, con un plazo promedio de 24 horas

Además las reuniones es un excelente lugar para resumir las preguntas y dar respuestas cuando sea apropiado.

Se debe considerar que las preguntas y respuestas se pueden publicar en el tablón de anuncios de la empresa

b. Implementación de un programa llamado programa "Pregunta / Respuesta".

Con el fin de que los colaboradores busquen la respectiva información, además las autoridades de la empresa puedan acercarse a ellos de manera directa, preguntando sobre las necesidades de información de los colaboradores. Ya que en la mayoría de las reuniones terminan con el líder de la reunión preguntando si alguien tiene alguna pregunta.

A través de esta estrategia se busca alentar a los gerentes y supervisores a que trasladen las preguntas al comienzo de cada reunión. Este simple cambio les dice a los colaboradores que sus preguntas e inquietudes son más importantes que la agenda de la reunión inminente.

Al responder rápidamente a cada una de sus inquietudes y necesidades de información, se cambia la percepción de la inquietud de comunicación en la organización.

Con el afán de llegar a mantener vigente el programa en marcha, es de mucha utilidad que los gerentes y líderes de reuniones puedan programar un tiempo para escuchar y dar la respuesta respectiva, para que esto se convierta en parte de la cultura organizacional.

- c. Crear oportunidades de escenarios informales** para que los colaboradores interactúen con los gerentes.

Los gerentes que brindan oportunidades para conversaciones laborales informales realmente ayudan a los empleados a sentirse necesitados y cómodos al compartir sus necesidades de información.

Entonces los gerentes deben trabajar junto al personal, compartir espacios de refrigerios, de almuerzos, realizar conversaciones en momentos inesperados caminando por la empresa o después del trabajo, etc.

Lo ideal es iniciar conversaciones y fomentar la comunicación abierta a través de estos medios informales complementa la comunicación que ocurre a través de líneas de reporte formales.

- d. Intentar mejorar la calidad de sus reuniones.**

Primero, planificar las reuniones con mucha anticipación para maximizar la eficiencia.

El organizador de la reunión debe enviar una agenda y materiales de apoyo antes de la reunión.

Asignar tiempo para los temas de discusión en la agenda, evitando la dilatación de tiempo, para no desviarse del propósito de la reunión.

Establecer reglas básicas claras sobre cómo deben desarrollarse las reuniones en la organización.

Buscar evaluar las reuniones a través de formularios enviados a sus celulares.

- e. Centrarse en los gerentes y supervisores** en el desarrollo de sus habilidades de comunicación.

El personal como los gerentes y supervisores deben capacitarse constantes sobre comunicación eficaz

- Hay que alentar a los gerentes para considerar lo siguiente:

La mejor manera de mejorar la comunicación es escuchando. Al escuchar atentamente, evitar interrumpir a los demás a mitad de la oración, hacer preguntas aclaratorias y repetir o resumir lo que se dice, se pueden evitar la confusión y las malas interpretaciones.

- Los gerentes deben preguntar a los colaboradores solicitando sus comentarios para asegurarse de que se entienda la comunicación.
- Los gerentes y supervisores deben asegurarse de encontrar tiempo para brindar retroalimentación a los colaboradores.

- f.** Realizar la evaluación continua del plan de comunicación puesto en marcha.

Finalmente se cree conveniente, que para mejorar la eficiencia de la comunicación en la empresa MOTOCORP se deben determinar el rol de los colaboradores dentro de la comunicación, pues una vez superadas las barreras ambientales y personales, se abre un camino para mejorar la comunicación en la empresa MOTOCORP.

El hecho de que la comunicación sea un proceso bidireccional requiere esfuerzo y habilidad tanto del remitente como del receptor.

Los respectivos administradores asumirán cada uno de estos roles en el proceso de comunicación.

La propuesta es establecer claramente para una eficaz En vista de las responsabilidades del remitente y el receptor:

a. Responsabilidades del remitente

- Los administradores deben aclarar sus ideas antes de comunicarse. Cuanto más sistemáticamente analicen los administradores el problema o la idea a comunicar, más claro se vuelve. Una buena planificación debe considerar los objetivos, actitudes y necesidades de quienes recibirán la comunicación y de quienes se verán afectados por ella.
- Los administradores deben examinar el verdadero propósito de cada comunicación. Antes de que los administradores se comuniquen, deben preguntarse qué es lo que realmente quieren lograr con su mensaje. Los administradores deben identificar su objetivo más importante y luego adaptar su lenguaje, tono y enfoque total. para cumplir ese objetivo específico. Los administradores no deben tratar de lograr demasiado con cada comunicación porque cuanto más nítido sea el enfoque de su mensaje, mayores serán sus posibilidades de éxito.
- Los administradores deben considerar el entorno físico y humano. El significado y la intención son transmitidos por algo más que palabras. Los administradores deben estar constantemente al tanto del entorno total en el que se comunican.

Como todos los seres vivos, la comunicación debe ser capaz de adaptarse a su entorno.

- los administradores deben buscar la participación de otros en la planificación de una comunicación o en el desarrollo de los hechos en los que basar la comunicación. Además, quienes hayan ayudado a planificar la comunicación le brindarán su apoyo activo.
- Los administradores deben tener en cuenta, al comunicarse, los matices y el contenido básico del mensaje. El tono de voz, la expresión y la aparente receptividad del administrador a las respuestas de los demás tienen un impacto tremendo en aquellos a quienes el administrador desea llegar
- Los administradores deben aprovechar la oportunidad, cuando surja, para transmitir algo de ayuda o valor al receptor. Los miembros del personal responden mejor a los administradores cuyos mensajes tienen en cuenta los intereses del personal.
- Los administradores deben hacer un seguimiento de su comunicación. El administrador puede hacer esto haciendo preguntas, alentando al receptor a expresar sus reacciones, mediante contactos de seguimiento y mediante una revisión posterior del desempeño. El administrador debe asegurarse de que cada comunicación importante tenga retroalimentación para que se produzca una comprensión completa y una acción adecuada.
- Los administradores deben asegurarse de que sus acciones respalden sus comunicaciones. El tipo de comunicación más persuasiva no es lo que dicen los administradores, sino lo que hacen. Cuando las acciones o actitudes de los

administradores contradicen sus palabras, otros tienden a descartar lo que han dicho.

- Los administradores deben buscar, no solo ser entendidos, sino comprender y ser un buen oyente. Exige que el administrador se concentre no solo en los significados explícitos que otra persona está expresando, sino también en los significados implícitos, las palabras no dichas y los matices que pueden ser mucho más significativos. Por lo tanto, un administrador debe aprender a escuchar con el oído interno si quiere conocer a la persona interna.

b. Responsabilidades del receptor

- Dejar de hablar. No se puede escuchar si se está hablando.
- Tranquilizar al hablante. Ayudar a una persona a sentirse libre de hablar. A esto se le suele llamar un entorno permisivo.
- Mostrar a un hablante que desea escucharlo. Se debe mirar y actuar de forma interesada. Escuchar para comprender en lugar de oponerse. Escuchar requiere dos oídos, uno para el significado y otro para el sentimiento.
- Eliminar las distracciones. Mantenerse enfocado y prestar atención.
- Empatizar con los conversadores. Tratar de ayudarse a sí mismo a ver el punto de vista de la otra persona.
- Ser paciente. Dejar suficiente tiempo, no interrumpir a un hablante.
- Mantener el temperamento. Tener en cuenta que una persona enojada toma el significado incorrecto de las palabras.
- Tener cuidado con los argumentos y las críticas. Estos ponen a la gente a la defensiva y pueden callar o enojarse. Evitar todo tipo de discusiones agresivas.
- Hacer preguntas. Esto anima al hablante y muestra que está escuchando.

VI: Evaluación del Plan de Comunicación

La evaluación del plan debe ser durante el proceso y al final de la puesta en marcha del plan.

También es muy importante realizar un seguimiento que permita detectar posibles dificultades

Al final del año realizar una encuesta de salida a través de un formulario enviado al correo corporativo a todos los colaboradores y que de manera inmediata lo realicen y lo envíen

De igual manera de debe aplicar la autoevaluación a través de un formulario enviado al correo corporativo para que lo envíe a la brevedad.

Finalmente la evaluación de cada objetivo propuesto debe ser evaluado para considerar alguna reformulación para las siguiente etapa hasta que se vuelva arte de la cultura organizacional dela empresa

ANEXO 04 Validación de los instrumentos de recolección de datos

FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

Informe: Juicio de experto para medir la Primera Variable: Comunicación Interna

TITULO: RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y TRABAJO EN EQUIPO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MOTOCORP CAJAMARCA, 2020

AUTORES DEL INSTRUMENTO: - Juan Quiroz Llovera
- María Leiddy Vásquez Ramos

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20				REGULAR 21-40				BUENA 41-60				MUY BUENA 61-80				EXCELENTE 81-100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado																		90		
2. Objetividad	Esta expresado en directivas observables																		90		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la administración																		90		
4. Organización	Contiene una estructura lógica																		90		
5. Suficiencia	Comprende los elementos en cantidad y calidad																		90		
6. Intencionalidad	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados																		90		
7. Consistencia	Utiliza suficientes referentes bibliográficos																		90		
8. Coherencia	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores																		90		
9. Metodología	Cumple con los lineamientos metodológicos																		90		
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional para la ciencia																		90		

II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN.....VIABLE.....

Firma del experto.....

III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN.....90.....

Apellidos y Nombres.....VALDIVIEZO SIR, VICTOR MANUEL

Lugar y Fecha: Cajamarca, __23__ de _SETIEMBRE_ de 2020

DNI.....45677874.....

FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

Informe: Juicio de experto para medir la Segunda Variable: Trabajo en Equipo

TITULO: RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y TRABAJO EN EQUIPO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MOTOCORP CAJAMARCA, 2020

AUTORES DEL INSTRUMENTO: - Juan Quiroz Llovera

- María Leiddy Vásquez Ramos

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20				REGULAR 21-40				BUENA 41-60				MUY BUENA 61-80				EXCELENTE 81-100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
2. Objetividad	Esta expresado en directivas observables																		90		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la administración																		90		
4. Organización	Contiene una estructura lógica																		90		
5. Suficiencia	Comprende los elementos en cantidad y calidad																		90		
6. Intencionalidad	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados																		90		
7. Consistencia	Utiliza suficientes referentes bibliográficos																		90		
8. Coherencia	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores																		90		
9. Metodología	Cumple con los lineamientos metodológicos																		90		
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional para la ciencia																		90		

II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN.....VIABLE.....

Firma del experto.....

III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN.....90.....

Apellidos y Nombres.....VALDIVIEZO SIR, VICTOR MANUEL

Lugar y Fecha: Cajamarca, __23__ de _SETIEMBRE_ de 2020

DNI.....45677874.....

FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

Informe: Juicio de experto para medir la Primera Variable: Comunicación Interna

TITULO: RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y TRABAJO EN EQUIPO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MOTOCORP CAJAMARCA, 2020

AUTORES DEL INSTRUMENTO: - Juan Quiroz Llovera

- María Leiddy Vásquez Ramos

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20				REGULAR 21-40				BUENA 41-60				MUY BUENA 61-80				EXCELENTE 81-100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado																	85			
2. Objetividad	Esta expresado en directivas observables																		86		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la administración																	85			
4. Organización	Contiene una estructura lógica																	85			
5. Suficiencia	Comprende los elementos en cantidad y calidad																		86		
6. Intencionalidad	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados																	85			
7. Consistencia	Utiliza suficientes referentes bibliográficos																		86		
8. Coherencia	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores																	85			
9. Metodología	Cumple con los lineamientos metodológicos																		86		
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional para la ciencia																	85			

II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: EXCELENTE

Firma del experto... 

III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 85.4

Apellidos y Nombres: Guerrero Figueroa Fernando

Lugar y Fecha: Cajamarca, 23 de Setiembre de 2020

DNI 26737701

FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

Informe: Juicio de experto para medir la Segunda Variable: Trabajo en Equipo

TITULO: RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y TRABAJO EN EQUIPO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MOTOCORP CAJAMARCA, 2020

AUTORES DEL INSTRUMENTO: - Juan Quiroz Llovera

- María Leiddy Vásquez Ramos

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20				REGULAR 21-40				BUENA 41-60				MUY BUENA 61-80				EXCELENTE 81-100			
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado																85				
2. Objetividad	Esta expresado en directivas observables																		86		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la administración																	85			
4. Organización	Contiene una estructura lógica																	85			
5. Suficiencia	Comprende los elementos en cantidad y calidad																		86		
6. Intencionalidad	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados																	85			
7. Consistencia	Utiliza suficientes referentes bibliográficos																		86		
8. Coherencia	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores																	85			
9. Metodología	Cumple con los lineamientos metodológicos																		86		
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional para la ciencia																	85			

II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: EXCELENTE

Firma del experto.....

III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN; 85.4

Apellidos y Nombres Guerrero Figueroa Fernando

Lugar y Fecha: Cajamarca, 23 de Setiembre de 2020

DNI 26737701

FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

Informe: Juicio de experto para medir la Primera Variable: Comunicación Interna

TITULO: RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y TRABAJO EN EQUIPO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MOTOCORP CAJAMARCA, 2020

AUTORES DEL INSTRUMENTO: - Juan Quiroz Llovera

- María Leiddy Vásquez Ramos

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20				REGULAR 21-40				BUENA 41-60				MUY BUENA 61-80				EXCELENTE 81-100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
2. Objetividad	Esta expresado en directivas observables																80				
3. Actualidad	Adecuado al avance de la administración																	81			
4. Organización	Contiene una estructura lógica																78				
5. Suficiencia	Comprende los elementos en cantidad y calidad																	82			
6. Intencionalidad	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados																80				
7. Consistencia	Utiliza suficientes referentes bibliográficos																79				
8. Coherencia	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores																	81			
9. Metodología	Cumple con los lineamientos metodológicos																78				
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional para la ciencia																	82			

II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: ES APLICABLE

Firma del experto



III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 80

Apellidos y Nombres: Romero Correa, Aldo Jesús

Lugar y Fecha: Cajamarca, 23 de septiembre de 2020

DNI: 26689491

FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

Informe: Juicio de experto para medir la Segunda Variable: Trabajo en Equipo

TÍTULO: RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y TRABAJO EN EQUIPO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MOTOCORP CAJAMARCA, 2020

AUTORES DEL INSTRUMENTO: - Juan Quiroz Llovera

- María Leiddy Vásquez Ramos

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20				REGULAR 21-40				BUENA 41-60				MUY BUENA 61-80				EXCELENTE 81-100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado																80				
2. Objetividad	Esta expresado en directivas observables																	81			
3. Actualidad	Adecuado al avance de la administración																79				
4. Organización	Contiene una estructura lógica																	81			
5. Suficiencia	Comprende los elementos en cantidad y calidad																80				
6. Intencionalidad	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados																	81			
7. Consistencia	Utiliza suficientes referentes bibliográficos																78				
8. Coherencia	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores																	82			
9. Metodología	Cumple con los lineamientos metodológicos																80				
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional para la ciencia																	81			

II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: ES APLICABLE.

Firma del experto

III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 80.3

Apellidos y Nombres: Romero Correa, Aldo Jesús

Lugar y Fecha: Cajamarca, 23 de septiembre de 2020

DNI: 26689491

ANEXO 05 Evidencia fotográfica



Figura 11 Fotografía n°1 en la empresa MOTOCORP



Figura 12 Fotografía n°2 en la empresa MOTOCORP



Figura 13 Fotografía n°3 en la empresa MOTOCORP



Figura 14 Fotografía n°4 en la empresa MOTOCORP

Anexo 06 Matriz de resultados

Tabla 20

Encuesta de comunicación interna

Encuesta	N°1	N°2	N°3	N°4	N°5	N°6	N°7	N°8	N°9	N°10	N°11	N°12	N°13	N°14	N°15	N°16	N°17	N°18	N°19
Ítem 1	1	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
Ítem 2	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5
Ítem 3	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
Ítem 4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5
Ítem 5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	4	5	4	3	5
Ítem 6	4	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
Ítem 7	3	4	1	5	5	5	4	3	5	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3
Ítem 8	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3
Ítem 9	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3
Ítem 10	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
Ítem 11	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	3	4	3	5
Ítem 12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	3	5	4	4
Ítem 13	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	3	5	2	5
Ítem 14	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3	4	5	4	5	4	5
Ítem 15	3	4	5	4	3	5	4	5	3	5	3	4	4	4	3	4	5	3	5
Ítem 16	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4
Ítem 17	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	3	5	4	4
Ítem 18	3	2	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
Ítem 19	5	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	3	4	5	3	3	5	5
Ítem 20	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
Ítem 21	5	2	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
Ítem 22	5	4	5	5	3	5	5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	4	4	3
Ítem 23	4	2	5	5	3	5	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4
Ítem 24	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3
Ítem	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	5	2	3	4	5	4	3	5

Encuesta	N°1	N°2	N°3	N°4	N°5	N°6	N°7	N°8	N°9	N°10	N°11	N°12	N°13	N°14	N°15	N°16	N°17	N°18	N°19
25																			
Ítem 26	5	2	5	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5
Ítem 27	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	3	4	5	4	5	4	4
Ítem 28	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5
Ítem 29	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3
Ítem 30	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	5	3	4

Tabla 21

Encuesta de trabajo en equipo

Encuesta	Nº1	Nº2	Nº3	Nº4	Nº5	Nº6	Nº7	Nº8	Nº9	Nº10	Nº11	Nº12	Nº13	Nº14	Nº15	Nº16	Nº17	Nº18	Nº19
Ítem 1	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	5	4	4
Ítem 2	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	3	5
Ítem 3	5	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5
Ítem 4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
Ítem 5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	3	5
Ítem 6	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5
Ítem 7	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5
Ítem 8	4	3	3	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	5
Ítem 9	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5
Ítem 10	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
Ítem 11	5	3	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5
Ítem 12	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	3	4
Ítem 13	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5
Ítem 14	4	3	1	5	3	4	1	5	5	3	3	5	4	4	4	5	4	3	4
Ítem 15	5	3	3	5	4	5	4	5	5	3	4	3	3	5	5	3	5	5	4
Ítem 16	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	5	2	5
Ítem 17	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5
Ítem 18	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	2	3	4	4	5	5	4	5
Ítem 19	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5	3	3	2	5
Ítem 20	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	2	3	4	5	4	5	4	5
Ítem 21	5	2	5	5	4	5	5	5	3	4	5	2	3	5	5	4	4	2	4
Ítem 22	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	3	5
Ítem 23	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5
Ítem 24	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
Ítem 25	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5

Anexo 07 Resultados

Tabla 22

Resultados variable comunicación interna

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
1. Mis jefes nos comunican que existe el Manual de Organización y Funciones	0	0	1	7	11	19
2. Mis jefes nos entrenan sobre las políticas de trabajo de la institución	0	0	1	10	8	19
3. Mis jefes refuerzan frecuentemente nuestros conocimientos.	0	0	1	8	10	19
4. Mis jefes motivan el trabajo que realizo.	0	0	0	7	12	19
5. Existe adecuada comunicación con mis jefes.	0	0	3	4	12	19
6. Se hace uso adecuado de los periódicos murales para informar sobre las disposiciones y normas que establece el hospital.	0	0	3	10	6	19
7. Existe un buzón de sugerencias y se toma en cuenta nuestras opiniones.	1	1	7	6	4	19
8. Los directivos toman en cuenta nuestras sugerencias.	0	0	5	6	8	19
9. Los jefes inmediatos nos brindan un resumen del trabajo realizado.	0	0	1	9	9	19
10. Los jefes organizan la información de tu trabajo.	0	0	0	11	8	19
11. Mantenemos comunicación empática con los jefes.	0	0	3	7	9	19
12. La comunicación con los jefes inmediatos es efectiva.	0	0	3	5	11	19
13. La dirección enfatiza la necesidad de brindar y recibir informaciones.	0	1	2	7	9	19
14. Informamos a los superiores sobre el progreso en el trabajo.	0	0	3	6	10	19
15. Informamos a los superiores sobre algún problema que surge en la institución.	0	0	6	7	6	19
16. Los directivos se preocupan por conseguir sus objetivos estratégicos en situaciones de cambio.	0	0	2	7	10	19
17. Me siento protagonista de los objetivos	0	0	3	7	9	19

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
corporativos.						
18. Logramos el máximo aprovechamiento de las ideas.	0	1	1	9	8	19
19. La dirección estimula el consenso en la institución.	0	0	5	5	9	19
20. La dirección estimula el autoanálisis y la reflexión.	0	0	0	13	6	19
21. La dirección toma decisiones asertivas y adecuadas en el trabajo.	0	1	1	10	7	19
22. Los jefes toman en cuenta las opiniones de los colaboradores.	0	0	6	4	9	19
23. La dirección se preocupa permanentemente por mejorar el desarrollo organizativo de sus colaboradores.	0	1	4	8	6	19
24. La dirección promueve la integración en los procesos de gestión	0	0	4	11	4	19
25. La dirección coordina permanentemente con las demás áreas.	0	1	4	8	6	19
26. Trata de ser empático con mis compañeros.	0	1	3	3	12	19
27. Soy capaz de ayudar en el trabajo si alguien me lo pide.	0	1	1	7	10	19
28. La solidaridad siempre está presente en nuestros actos.	0	0	2	4	13	19
29. La opinión del resto si me importa.	0	0	3	4	12	19
30. Si alguien maneja mejor los conocimientos nos orienta.	0	0	3	9	7	19

Tabla 23

Resultado variable trabajado en equipo

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
1. Cuando alguien hace muy bien un trabajo voy y lo felicito.	0	0	4	9	6	19
2. El trabajo de cada uno de nosotros ayuda a que la municipalidad tenga una buena imagen.	0	0	2	5	12	19
3. Todos los trabajadores de limpieza queremos terminar bien nuestra jornada.	0	0	3	4	12	19
4. Somos generosos entre todos al decirnos que cumpliremos con nuestro trabajo.	0	0	0	11	8	19
5. Nos reunimos y hablamos con los compañeros antes de iniciar la jornada.	0	0	3	10	6	19
6. La jefe conversa con nosotros sobre los trabajos a realizar.	0	0	1	8	10	19
7. El jefe vigila, nos orienta para hacer mejor el trabajo.	0	0	1	6	12	19
8. Antes de salir a recorrer a limpiar las calles conversamos del trabajo.	0	0	5	6	8	19
9. Todos confiamos en todos y trabajamos con confianza como compañeros que somos.	0	0	1	6	12	19
10. Para todos nosotros, todo lo que se haga como parte del trabajo es importante.	0	0	0	7	12	19
11. Hay casos y labores que tienen más importancia que otros y eso lo conversamos.	0	0	2	9	8	19
12. Todos somos importantes, en el puesto correspondiente; nadie es más que otro.	0	0	2	6	11	19
13. Cuando alguien da una buena idea para mejorar el trabajo tenemos que reconocerlo.	0	0	1	6	12	19
14. Hay dibujos y señales que están colocados para ver cuando hicimos un mejor trabajo.	2	0	5	7	5	19
15. Cuando hay trabajo de última hora todos ponemos de nuestra parte y lo resolvemos.	0	0	6	4	9	19
16. Los jefes son buenos y reconocen quien	0	1	4	5	9	19

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
hizo mejor el trabajo.						
17. Nos dicen que todos tenemos que colaborar entre todos en las tareas.	0	0	2	6	11	19
18. Es bueno reconocer el trabajo de los compañeros de trabajo.	0	1	2	8	8	19
19. Es bueno que reconozcan nuestro trabajo el resto de compañeros.	0	1	3	8	7	19
20. Nuestros jefes le dan valor a cada cosa que hagamos en el trabajo	0	1	2	6	10	19
21. Cuando hacemos bien el trabajo de limpieza los jefes lo dicen en voz alta.	0	3	2	5	9	19
22. A los compañeros y a mí nos gusta trabajar en armonía.	0	0	2	5	12	19
23. Cuando alguien da una nueva idea y es buena se lo reconocemos.	0	0	1	10	8	19
24. Así sea pequeña la nueva idea de alguien del trabajo lo aceptamos.	0	0	1	4	14	19
25. El dinero que nos pagan tenemos que ganarlo de buena manera.	0	0	1	6	12	19

Anexo 08 Matriz de correlaciones

Tabla 24

Matriz de correlaciones

		Y Trabajo en equipo	Y1 Tenencia de metas	Y2 Gerencia y equipo	Y3 Definición de prioridades	Y4 Atención a los miembros	Y5 Valoración de las contribuciones
X Comunicación interna	Correlación de Pearson	,924**	,722**	,790**	,674**	,833**	,760**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000
X1 Comunicación descendente	Correlación de Pearson	,781**	,661**	,676**	,559*	,692**	,621**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.002	0.001	0.013	0.001	0.005
X2 Comunicación ascendente	Correlación de Pearson	,896**	,731**	,804**	,607**	,835**	,697**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000	0.006	0.000	0.001
X3 Comunicación horizontal	Correlación de Pearson	,853**	,605**	,694**	,667**	,755**	,749**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.006	0.001	0.002	0.000	0.000

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).