



**UNIVERSIDAD PARTICULAR
DE CHICLAYO**



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN
EMPRESA Y NEGOCIOS**

TESIS

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL CLIMA LABORAL EN
LA EMPRESA HOTELERA EL RAYMI DE LA CIUDAD DE JAÉN,
2019

**PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION Y FINANZAS**

BACHILLER

WAGNER SMITH CÓRDOVA VANCES

ASESOR

Dr. RAMON LLONTOP SEBASTIAN

PERÚ,

JAEN 2021

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios quien es fuente de inspiración e inteligencia, a mis padres y hermanos por ese apoyo constante durante esta etapa de estudiante la cual incidió que lograra culminar mi carrera profesional con éxito.

AGRADECIMIENTO

Agradecer de forma especial al Dr. Ramón Llontop Sebastián, quien me impartió los conocimientos necesarios para poder culminar este estudio de la forma correcta, sin su ayuda sería imposible llegar al umbral de esta investigación; asimismo agradecer al MBA Ricardo Rivera Tantachuco, quien con su apoyo y motivación ante las diversas limitaciones y adversidades me supo orientar en el desarrollo del presente trabajo.

A la casa de estudios Universidad Particular de Chiclayo quien me brindó la oportunidad de formarme como profesional en sus aulas, así mismo otorgó las facilidades y comodidades para esculpirse como profesionales altamente competitivos.

A todos los docentes quienes nos impartieron conocimientos y experiencias que permitieron formarme integralmente para así dar respuesta inmediata a las demandas que el mundo laboral exige.

A mis compañeros de estudios por la identificación y compromiso con la promoción, ya que era un equipo perfecto que coadyuvó a superar dificultades académicas durante todos los ciclos del pregrado.

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	i
AGREDECIMIENTO	ii
INDICE DE CONTENIDOS	iii
INDICE DE TABLAS	iv
INDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. DESARROLLO	5
III. METODOLOGIA	13
3.1. Tipo de investigación	13
3.2. Diseño de Investigación	143
3.3. Variables de estudio	15
3.4. Poblacion, muestra y muestreo	154
3.5. Tecnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.6. Procedimientos de recolección de datos	16
3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	¡Error! Marcador no definido. 5
IV. ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS	166
V. CONCLUSIONES	49
VI. RECOMENDACIONES	520
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	531
ANEXOS	564

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Nivel comunicación organizacional.....	17
Tabla 2: Existe calidez en la comunicación entre compañeros de trabajo	168
Tabla 3: La comunicación con los compañeros del mismo nivel es sincera.....	189
Tabla 4: Se relaciona oportunamente entre compañeros del mismo nivel en la institución	20
Tabla 5: Los colaboradores saben escucharse entre sí.....	201
Tabla 6: Existe buena comunicación entre compañeros de trabajo lo cual permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales	212
Tabla 7: Se puede comunicar con el administrador de la misma manera que el (ella) se comunica con usted.....	223
Tabla 8: Se respeta la jerarquía como parte de la comunicación	234
Tabla 9: Utiliza algún dispositivo tecnológico para comunicarse con su superior	245
Tabla 10: Sus opiniones y sugerencias son escuchadas por su superior	256
Tabla 11: La comunicación viene de arriba hacia abajo con poca oportunidad para revisar, evaluar o recomendar correcciones o mejoras.....	267
Tabla 12: Usted se comunica con un jefe distinto al de su área para realizarle consultas de trabajo.....	278
Tabla 13: Cree que la comunicación diagonal promueve la coordinación en el hotel.....	299
Tabla 14: Cree que es buena la comunicación entre diferentes áreas de trabajo	30
Tabla 15: Considera que la comunicación oblicua fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución	311
Tabla 16: Nivel clima laboral	32
Tabla 17: Su trabajo lo realiza por iniciativa sin sentirse obligado por su jefe inmediato	323
Tabla 18: La relación entre compañeros de trabajo es agradable.....	344
Tabla 19: Las relaciones jefe – trabajador, tienden a ser agradables.	355
Tabla 20: Siente que entre compañeros de trabajo hay colaboración que permite obtener mejores resultados	366
Tabla 21: Recibe usted algún tipo de apoyo por parte de la administración	377

Tabla 22: Supera los parámetros establecidos por parte de la empresa	388
Tabla 23: Siente que su capacidad le permite desenvolverse de manera eficaz y eficiente	399
Tabla 24: Los conflictos entre trabajadores son frecuentes	40
Tabla 25: Se identifica con la institución donde usted labora	41
Tabla 26: Considera usted que tiene la suficiente autonomía en su trabajo	422
Tabla 27: Conoce con exactitud todas las tareas, actividades y funciones que debe realizar en su cargo	433
Tabla 28: Se obtiene la remuneración indicada por el trabajo que realiza	444
Tabla 29: La empresa le asigna trabajos que representa retos para usted.....	455
Tabla 30: Usted logra sus objetivos en el tiempo establecido	466
Tabla 31: Prueba de hipótesis	487

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Esquema de diseño de Investigación correlacional	143
Figura 2: Formula Rho de Spearman	165
Figura 3: Nivel comunicación organizacional	147
Figura 4: Existe calidez al comunicarse entre compañeros de trabajo.....	178
Figura 5: La comunicación con los compañeros del mismo nivel es sincera	199
Figura 6: Se relaciona oportunamente entre compañeros del mismo nivel en la institución	20
Figura 7: Los colaboradores saben escucharse entre sí.....	201
Figura 8: Existe buena comunicación entre compañeros de trabajo lo cual permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales	212
Figura 9: Se puede comunicar con el administrador de la misma manera que el (ella) se comunica con usted.....	233
Figura 10: Se respeta la jerarquía como parte de la comunicación	244
Figura 11: Utiliza algún dispositivo tecnológico para comunicarse con su superior...	255
Figura 12: Sus opiniones y sugerencias son escuchadas por su superior	266
Figura 13: La comunicación viene de arriba hacia abajo con poca oportunidad para revisar, evaluar o recomendar correcciones o mejoras.....	277
Figura 14: Usted se comunica con un jefe distinto al de su área para realizarle consultas de trabajo.....	288
Figura 15: Cree que la comunicación diagonal promueve la coordinación en el hotel	299
Figura 16: Cree que es buena la comunicación entre diferentes áreas de trabajo	30
Figura 17: Considera que la comunicación oblicua fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución	311
Figura 18: Nivel clima laboral	32
Figura 19: Su trabajo lo realiza por iniciativa sin sentirse obligado por su jefe inmediato	333
Figura 20: La relación entre compañeros de trabajo es agradable.....	344
Figura 21: Las relaciones jefe – trabajador, tienden a ser agradables	355

Figura 22: Siente que entre compañeros de trabajo hay colaboración que permite obtener mejores resultados	366
Figura 23: Recibe usted algún tipo de apoyo por parte de la administración	377
Figura 24: Supera los parámetros establecidos por parte de la empresa	388
Figura 25: Siente que su capacidad le permite desenvolverse de manera eficaz y eficiente	399
Figura 26: Los conflictos entre trabajadores son frecuentes.....	40
Figura 27: Se identifica con la institución donde usted labora	41
Figura 28: Considera usted que tiene la suficiente autonomía en su trabajo	432
Figura 29: Conoce con exactitud todas las tareas, actividades y funciones que debe realizar en su cargo	443
Figura 30: Se obtiene la remuneración indicada por el trabajo que realiza	454
Figura 31: La empresa le asigna trabajos que representa retos para usted	465
Figura 32: Usted logra sus objetivos en el tiempo establecido	476
Figura 33: Relación entre las variables.....	¡Error! Marcador no definido.7

RESUMEN

La investigación desarrollada se denomina comunicación organizacional y clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén; tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral, el estudio desarrollado es del tipo descriptivo correlacional, y el diseño es no experimental de corte transversal; la población que compuso el estudio es de 38 colaboradores de los hoteles que están ubicados en diversos sectores de la ciudad de Jaén; la muestra es censal ya que todos los colaboradores de los hoteles conforman la muestra, la técnica utilizadas para recoger los datos es la encuesta y el instrumento es el cuestionario. Se concluye que la comunicación organizacional en los hoteles de la ciudad de Jaén es regular, ya que no existen idóneos flujos de comunicación horizontal, vertical y oblicua los cuales inciden de forma contraproducente en la organización, siendo que los trabajadores no logran comunicarse de forma efectiva entre ellos. El clima laboral en los hoteles es regular, ya que el ambiente laboral y el desempeño de los colaboradores no es del todo bueno, pero que si requiere de ciertas mejoras en el sentido que muchas de las veces existen factores como la cooperación entre compañeros de trabajo que requieren mejorarse. Así mismo se encontró que la comunicación organizacional y el clima laboral se relacionan según lo obtenido en la contrastación de la hipótesis, ya que se obtuvo un Coeficiente del Rho de Spearman de 0,684, indicando una correlación positiva moderada entre los conceptos de estudio, infiriéndose que mientras más efectiva sea la comunicación mejor será el clima laboral de los colaboradores de la empresa hotelera de la ciudad de Jaén.

Palabras claves: correlación, comunicación organizacional, clima laboral.

ABSTRAC

The research developed is called organizational communication and work environment in a hotel company in the city of Jaén; The objective was to determine the relationship between organizational communication and the work environment, the study developed is of the descriptive correlational type, and the design is non-experimental of cross-section; The population that composed the study is 38 employees of the hotels that are located in various sectors of the city of Jaén; The sample is census since all hotel employees make up the sample, the technique used to collect the data is the survey and the instrument is the questionnaire. It is concluded that the organizational communication in the hotels of the city of Jaén is regular, since there are no suitable horizontal, vertical and oblique communication flows which have a counterproductive impact on the organization, since the workers cannot communicate effectively among them. The work environment in the hotels is regular, since the work environment and the performance of the employees is not entirely good, but it does require some improvement in the sense that many times there are factors such as cooperation between co-workers They need to be improved. Likewise, it was found that organizational communication and work environment are related as obtained in the hypothesis test, since a Spearman Rho coefficient of 0.684 was obtained, indicating a moderate positive correlation between the concepts of study, inferring that The more effective the communication, the better the working environment of the employees of the hotel company in the city of Jaén.

Keywords: correlation, organizational communication, work climate.

I. INTRODUCCIÓN

Es relevante la investigación al ser la comunicación organizacional un factor relevante en las relaciones de las personas; un individuo por su misma naturaleza, busca relacionarse con otros para satisfacer **sus necesidades** de afecto y socialización, siendo importante para las empresas en su desarrollo. Actualmente, el ambiente donde se desarrollan las actividades cobra una enorme importancia ya que al contar con un clima laboral favorable, es una palanca para que las organizaciones incrementen su productividad, contando con trabajadores leales, eficientes y felices. En la empresa hotelera la cual cuenta con 5 hoteles pertenecientes a 4 socios que tienen vínculo familiar, el gerente no ostenta estudios los cuales permita conocer la situación de los trabajadores en lo referente a sus percepciones en cuanto a la comunicación y su clima laboral en el cual se desempeñan. Según comentarios de los colaboradores, en la actualidad no se percibe un adecuado ambiente por los trabajadores, existiendo dificultades al realizar sus funciones, evidenciándose conflictos no permitiendo lograr los objetivos planteados por la administración. La comunicación es parte del clima laboral, pudiendo ser nefasto para la empresa, se observa al manifestar actitudes negativas a los clientes y compañeros de trabajo, manifestándose también su insatisfacción al realizar sus labores. En los hoteles que forman parte de la empresa se pueden observar locales cada vez con menos afluencia de clientes, pudiendo ser originada por la demora en la atención, escasa empatía, bajos niveles de desempeño y conflictos interpersonales. Esto ha motivado la presente investigación a fin de determinar la relación entre la comunicación y el clima laboral, identificando si en verdad este es uno de los motivos que afecta para que se de esta problemática.

Se puede señalar que independiente al tamaño de la empresa, la comunicación genera desarrollo y articula las acciones de cada área que la conforman. Se logra entender que la comunicación incide en la percepción del clima laboral que tienen los trabajadores. Es evidente que las falencias son por el desconocimiento de objetivos por parte de los trabajadores y la escasa comunicación que promueve la organización. Producto de la globalización y a la aplicación de estrategias competitivas, una organización busca incrementar su

rentabilidad; sin embargo, en el transcurso, no piensan en el bienestar de sus trabajadores a través de un ambiente laboral adecuado. Cueva y Ponce (2018) según la OMS (Organización Mundial de la Salud), 268'000,000 de ocurrencias negativas en las empresas provocan 3 días perdidos debido a la incapacidad y, 160'000,000 de casos con generación de enfermedades las cuales se relacionan al ambiente de trabajo. Aunado, el 8% de los trastornos depresivos son relacionados con riesgos ocupacionales por un estresante ambiente laboral. Por lo que el ambiente laboral influye en el desempeño y motivación de los trabajadores, por lo tanto es necesario estar informado del ambiente laboral para realizar las acciones correctivas. Se interpreta que ciertas organizaciones presentan bajo nivel de comunicación entre la gerencia, órganos de línea y otros niveles que refleja la escasa planificación. En lo referente al ambiente, este es desfavorable al presentar trabajadores se desmotivados y con niveles altos de incertidumbre, escasa capacitación y retroalimentación, así como alta rotación de personal. En México, es escaso lo escrito sobre medir el clima laboral en las empresas pequeñas y medianas, los esfuerzos se han encaminado a las grandes, encontrando que la percepción de los trabajadores “Es Pobre”, resultado derivado por el poco uso de los canales de comunicación.

En el Perú, Vargas y Chávez (2019) sostienen que “casi 9 de cada 10 empleados estarían dispuestos a renunciar si sus compañías actuales si presentaran un clima laboral negativo”; lo señalado es por no establecerse diversas estrategias que mejore esta realidad, teniendo las organizaciones problemas de rentabilidad, profesionales, entre otros. Asimismo, se puede afirmar que el punto de partida para realizar investigaciones en las organizaciones, radica en dos factores claves altamente preocupantes, las cuales se encuentran asociadas a la deficiente comunicación y el bajo nivel de percepción sobre el clima laboral. La escasa comunicación, los rumores y secretos son inconvenientes con los que se tiene que enfrentar las organizaciones, generando desmotivación y conflictos entre los trabajadores. En el análisis, un alto porcentaje de gerentes sostienen que la buena comunicación es vital en el trabajo, pues así se encontrarán informados los trabajadores, además de ser valorados y escuchados, lográndose mayor lealtad de los trabajadores, reteniéndose a los mejores talentos para incrementar el desempeño. La comunicación es parte estratégica y medular

para el buen funcionamiento, desarrollo y crecimiento organizacional. Sin embargo, los estudios de comunicación muestran problemas y debilidad, insuficiente conocimiento y preparación en comunicación, siendo un riesgo que afecta las organizaciones. Dato importante en el país es el Hay Group Insight (2017) sobre clima organizacional, mostrando que los trabajadores que se encuentran comprometidos, mejoran el desempeño hasta en 30% sobrepasando el rendimiento de sus compañeros al encontrarse con un ambiente laboral agradable. Esta situación de la empresa en estudio condujo a formular el siguiente planteamiento del problema de investigación: ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019?; para complementar ampliamente a esta interrogante implicará plantearse los siguientes problemas específicos: a) ¿Qué nivel de comunicación organizacional existe en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019?; b) ¿Cuál es el nivel de percepción del clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019?; y c) ¿Cuál es el nivel de correlación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019?. Asimismo, para cumplir cabalmente con el proceso investigativo será necesario formular el objetivo general siendo este Determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y el clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019. Como objetivos específicos se tiene: a) Identificar el nivel de comunicación organizacional que existe en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén en el 2019. b) Identificar el nivel de percepción del clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019; y c) Identificar el nivel de correlación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019.

El presente trabajo de investigación se justifica principalmente en los siguientes puntos: Justificación teórica; se realiza con el objetivo de corroborar el conocimiento existente sobre la comunicación organizacional y el clima organizacional, utilizando la teoría que sobre las variables existe y que es bastante amplia, permitiendo corroborar los resultados obtenidos y la formulación

de las conclusiones, ratificando su vigencia en particular a este rubro empresarial. Justificación metodológica; en el desarrollo del trabajo de investigación se utiliza el instrumento de recolección de datos utilizado en este tipo de actividad empresarial y considerando que también puede ser utilizado en el rubro hotelero; la información recabada, con su utilización, permitirá comprobar la hipótesis asumida para el caso. Por último Justificación práctica; los resultados pueden ser utilizados para mejorar la comunicación permitiendo favorecer el clima laboral en los hoteles perteneciente a la empresa de la ciudad de Jaén. Además, la presente investigación sirve de fuente a otros empresarios e investigadores que tienen interés en las variables, buscando el bienestar de sus colaboradores, de la misma manera el crecimiento económico y financiero de la empresa. El presente trabajo fue guiado por la siguiente hipótesis general: La relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral es positiva y significativa, en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019. Asimismo, se formularon las siguientes hipótesis específicas: a) Es bajo el nivel de comunicación organizacional en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019. b) Es desfavorable, el clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019; y c) El nivel de correlación es alta entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019.

II. DESARROLLO

El trabajo emprendido requiere investigar antecedentes relacionados a las variables en estudio. Los estudios internacionales son escasos en cuanto al rubro y las variables; sin embargo se han tomado los siguientes: **Macías (2019)** en Ecuador realizó la investigación “Diagnóstico del clima organizacional del Hotel Cabañas Balandra ubicado en la Ciudad de Manta”; el objetivo fue analizar su **ambiente laboral**; el tipo de investigación es descriptivo con diseño no experimental, teniendo una muestra de 60 trabajadores a quienes se les realizó una encuesta. Los resultados muestran que la percepción de los trabajadores con respecto al clima organizacional es bueno como lo demuestra el 75% de trabajadores. Berryman (2018) realizó en Colombia la “Propuesta de mejora de la comunicación interna en una entidad hotelera”; se propuso identificar el nivel de satisfacción en cuanto a la comunicación organizacional. La investigación fue de tipo descriptivo y diseño no experimental. Como instrumentos se tomaron en consideración dos cuestionarios aplicados a una muestra de 8 colaboradores. Los resultados muestran en su mayoría satisfacción con la comunicación; sin embargo, existe insatisfacción en lo referente a clima y comunicación entre las áreas así como en la retroalimentación. Ancín y Espinoza (2017) en Ecuador quienes realizaron el artículo “La relación entre la comunicación interna y el clima laboral: Estudio de caso en Pymes de la ciudad de Guayaquil”. Se tuvo como objetivo “estudiar la relación entre la comunicación interna y el clima laboral en dos Pymes de la ciudad de Guayaquil”. La investigación fue de tipo cuantitativo, exploratorio y descriptivo. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario con escala de Likert a una muestra de 69 colaboradores. “Los autores concluyen tras los resultados con el Coeficiente de correlación de Pearson que existe asociación fuerte entre ambas variables por lo tanto existe relación entre la comunicación interna y el clima laboral en ambas empresas”. Balarezo (2016) Ecuador. “La Comunicación Organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive”. El objetivo de este trabajo fue “identificar de forma técnica el problema latente, sus causas y efectos, así como el diseño de una propuesta que sirva como guía para que la organización pueda tomar las medidas pertinentes”. La investigación fue de

tipo relacional y la muestra de 32 colaboradores; se concluye que “las falencias que presenta la comunicación organizacional interna están repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización. La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad y el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive así como también en las actitudes de los trabajadores. Finalmente se determinó que muchos de los trabajadores de la empresa conocen muy poco los tipos de comunicación que existen dentro de la institución, y califica como regulares los medios de comunicación internos con los que cuenta esta”.

Dentro de los estudios nacionales Caverio (2019) desarrolló la investigación “La comunicación interdepartamental y su repercusión en la calidad del servicio en hoteles de segmento corporativo en Lima – 2019”; el objetivo establecido fue identificar el manejo de la comunicación. El enfoque utilizado es el cualitativo, tipo aplicada, alcance descriptivo. La técnica considerada es el focus group considerando una muestra de 13 trabajadores. Los resultados muestran que existe fluida comunicación ascendente y escasa descendente; se logró en base a uno de los objetivos específicos que la comunicación en los hoteles favorece el clima laboral, evidenciándose la relación. Soto (2019) realizó “Clima laboral y su relación con la satisfacción laboral en trabajadores de una empresa hotelera de Cajamarca”; teniendo como propósito determinar la relación entre las variables; el tipo de investigación fue de tipo cuantitativa, descriptiva, básica y de diseño no experimental; se utilizó 2 cuestionarios aplicados a una muestra de 55 trabajadores. En lo que respecta a los resultados, se encontró un nivel medio de clima laboral tanto en hombres como en mujeres derivado por la desfavorable comunicación; igual resultado con la satisfacción con un nivel regular determinándose la relación entre las variables. Anderson (2018) generó la investigación “Estrategia de competencias gerenciales y comunicación organizacional interna en el sector hotelero de 3 y 4 estrellas de Cajamarca”; buscó determinara la relación entre las variables; el tipo de investigación fue descriptivo y correlacional, alcance transversal diseño no experimental. La muestra se estimó en 100 trabajadores a quienes se les aplicó como técnica la encuesta y cuestionarios como instrumentos. Los resultados encontrados presentan debilidades en lo referente a competencias gerenciales y en lo que

respecta a la comunicación organizacional esta es desfavorable con 40.3%; se visualiza relación entre las variables. Cotrina (2017) ejecutó la tesis “Diseño de un modelo de gestión de clima laboral en la empresa Hotel & Centro de Convenciones La Hacienda-Cajamarca S.R.L. para mejorar la satisfacción laboral”; con el propósito de diseñar un modelo de gestión para el clima laboral; el tipo de investigación fue descriptivo correlacional con corte transversal; las técnicas utilizadas fueron entrevista, focus group, observación y encuesta aplicadas a una muestra de 15 trabajadores. Se encontró en los resultados un desfavorable clima laboral por los diversos factores negativos, entre ellos la comunicación.

Para un mejor entendimiento del lector se tratará de estudiar más a fondo las siguientes bases teóricas. En cuanto a la Comunicación organizacional; esta se define según Robbins y Coulter (2014) como “transferencia de información y entendimiento entre personas por medio de símbolos con significados. La comunicación en cualquier circunstancia de nuestras vidas, es de vital importancia, para poder expresar nuestros objetivos, necesidades, emociones” (p.480). De acuerdo a García (2011) existen barreras de la comunicación, dentro de ellas en primer lugar las barreras Interpersonales: se refiere a lo que interpreta el receptor acerca del mensaje recibido; asimismo, las deficiencias fisiológicas que provienen de quien emite o recepciona, las emociones y sentimientos, el ambiente que se propicia el mensaje, deficiencia en la semántica. Segundo barreras organizacionales: al crecer la organización y al ampliarse la estructura se origina problemas de comunicación, manifestándose situaciones adversas en el mensaje, mucho más si se ha transmitido el mensaje oralmente. Adicional es la autoridad o gerencia, recordando que la supervisión genera barreras así como la especialización afecta la eficacia al comunicarse. La Comunicación organizacional según García (2011) sostiene que la comunicación en las empresas se encuentra inmersa como estrategia dentro de la planificación. La buena formulación de estrategia de comunicación contribuirá a una exitosa organización. Dentro de esto, las relaciones con la prensa y medios de comunicación interna son esenciales. El mismo autor refiere las 3 dimensiones empezando por la comunicación vertical, siendo aquella ascendente o descendente entre jefes y subordinados. Permite controlar y regular el comportamiento de los subordinados

en instrucciones y como planificar sus tareas, información acerca de las políticas, prácticas, procedimientos, valoración del desempeño, entre otros. Los canales que se utilizan son las reuniones, teléfono, correo electrónico, guías, manuales, etc. Entre los medios de mayor eficacia es el teléfono y las reuniones. Condensando mucha información en un espacio pequeño breve de tiempo. La comunicación escrita como los correos, es apropiada especialmente cuando se necesita cantidad de información la cual es compleja y detallada. Es un lenguaje preciso y más objetivo, pues no se encuentra sujeto a diversas distorsiones como al hablar. Otra es la comunicación horizontal, establecida entre un mismo nivel en jerarquía. Podrá darse entre áreas o departamentos, también en grupos o individualmente, sin autoridad sirviendo para que se agilice la estructura de la organización. Esta información se obtiene por intermedio de informes, juntas, asambleas, etc. Culminando con la comunicación oblicua, se genera entre diferentes áreas las cuales no tienen estrecha relación; como ejemplo es la comunicación entre el gerente del área de comercialización y un trabajador de finanzas, estando prevista en la empresa. Sanz (2011) sostiene que la comunicación horizontal, vertical y entre los individuos de diferente jerarquía, son los que constituyen la base de los flujos de información. García (2011) manifiesta que la comunicación se encuentra orientada a las personas que forman parte y vinculadas a una organización. En una empresa, se encuentra conformada por los accionistas, también los directivos, trabajadores, contratistas. La comunicación se puede generar de manera formal, esta se refiere estrictamente solo a funciones de su trabajo, utilizando la escritura como medio, es lenta su velocidad debido al cumplimiento de los procesos burocráticos; informal, acá se utilizan canales que no son oficiales, dentro de ellos encuentros en los pasillos, reunión fuera del trabajo, las pausas que se dan para una comida o un refresco, etc. La comunicación interpersonal de acuerdo a Sanz (2011) para una organización lo más importante es el capital humano que la conforma. Este debe organizarse y estar estructurado en base a los objetivos, la estrategia, misión, visión y planes que se establezcan. Los equipos desarrollarán actividades coordinadas de acuerdo a las responsabilidades que les sean asignados; si es que no exista una adecuada comunicación, su actuar sería caótica. Se puede entender que la comunicación interpersonal permite desarrollar tácticas y objetivos para evidenciar

problemas; en definitiva, produce fluidez, cohesión, flexibilidad, energía, coherencia y motivación al equipo. Andrade (2010) sostiene que es fundamental para las organizaciones y contribuye a lograr los resultados de la organización, identifica a los colaboradores con la institución, proporcionando relevante información, la cual es oportuna y suficiente, propiciando imagen favorable de sus bienes y servicios.

En lo referente al clima laboral, Litwin y Stinger (1998), citado por Gan y Triginé (2012), este es el lugar donde se desempeñan sus labores cotidianas, además como el superior jerárquico trata a sus colaboradores; asimismo, la relación con el personal, clientes y proveedores de la empresa. Los elementos referidos, conforman lo denominado clima organizacional, siendo este un vínculo o de lo contrario un obstáculo para que los trabajadores realicen un efectivo desempeño; como también un factor que influye en el comportamiento de los que conforman la organización. Según lo señalado, se interpreta como una personal percepción que tienen los directivos y trabajadores de la organización, la cual influye de forma directa en su desempeño. Los mismos que antecede, señalan nueve dimensiones las comprendidas entre el ambiente y el desempeño: dentro del ambiente se encuentran la estructura, siendo la percepción acerca de las reglas, trámites y procedimientos o algunas limitaciones que se enfrentan para desarrollar sus labores; relaciones, percepción de que existe un ambiente grato con buenas relaciones entre pares y entre jefe y subordinado; cooperación, sentimiento que muestran los trabajadores sobre el apoyo de los directivos, así como de diferentes trabajadores, se pone énfasis en el apoyo mutuo en los niveles inferiores y superiores; estándares, percepción del énfasis sobre la normativa del rendimiento de los trabajadores; conflictos, nivel en que los individuos, pares como del nivel superior, aceptan las discrepancias, no temiendo el solucionar y enfrentar problemas que se presenten e identidad, sentimiento de pertenencia, siendo un importante y valioso elemento para el grupo que conforma la organización. En cuanto a la dimensión desempeño se encuentra la Responsabilidad (Empowerment), sentimiento de tener autonomía para tomar decisiones las cuales se relacionen con el trabajo. De igual manera, se traduce en ser su propio jefe y de supervisarse; recompensa, percepción de la recompensa que se ha recibido tras el trabajo realizado. La organización recurre a los premios

más que a los castigos; desafío, sentimiento acerca de los desafíos propios del trabajo. Medida en que se promueven y se aceptan los riesgos los cuales han sido calculado con el propósito de lograr los objetivos.

Castillo (2006) las características que presenta el clima organizacional; referido a las características internas y externas del ambiente de trabajo, se perciben indirecta o directamente por los individuos; el clima repercute en el comportamiento de los trabajadores; el clima resulta ser una variable que intercede entre los sistemas de la organización y comportamiento de los individuos; las características mostradas son relativas en el tiempo, se encuentran diferenciadas de una organización y de un área a otra; el clima, en unión con las características y estructuras de la organización, así como de sus individuos, genera un sistema dinámico. La percepción y respuestas sobre el Clima Organizacional originan variedad de factores. En cuanto al clima organizacional y la productividad, Bordas (2016) refiere lo que puede disminuir la productividad siendo: incremento de ausentismo, al incrementarse el ausentismo es por la ausencia de un favorable ambiente laboral, este puede ser injustificado o justificado, el ausentismo se visualiza con mayor frecuencia en los niveles inferiores; incremento de rotación, si es elevado el número de rotaciones puede ser originado por un inadecuado clima, no significando que si es bajo haya un buen clima; incremento de rotación interna, si el índice de traslado de una oficina a otra es alto, es posible que se deba a la disminución de la satisfacción y motivación ya que si se traslada de un área a otra mejore la situación. También el incremento de quejas por los clientes, si hay demasiadas quejas, se piensa que se está realizando mal el trabajo, derivado de una baja en la moral de los trabajadores; incremento de accidentes en el trabajo, puede que se deba a la moral baja de los trabajadores; baja productividad, si disminuye, puede ser por deficiente ambiente de trabajo, ya que la percepción negativa influye en el comportamiento lo cual afecta la productividad; falta de participación, si dejan de aportar sugerencias e ideas, así como falta de participación, puede derivarse de la baja moral de los individuos y conflictos, al incrementarse los conflictos derivados de discusiones, quejas o huelgas, es consecuencia de un desequilibrio negativo en el ambiente laboral. Davis y Newstrom (2003) dentro de los modelos que se utilizan para medir el clima organizacional, explican la presencia de muchos

cuestionarios para su medida. Ciertos son homogéneos para distintas organizaciones, siendo fácil de conseguirlos. Otros se han desarrollado para casos particulares, siendo difícil de conseguirlos. Estudios se han basado en teorías de investigadores prestigiosos como Likert y Litwin; el primero después de años de investigar, sugirió un sistema de gestión participativa, también denominada Sistema IV. El Modelo de Litwin y Stringer (1998), citado por Da Silva (2002), sostienen que David McClelland diseñó un modelo dividiendo las necesidades en logro, poder y afiliación. Asumieron los investigadores el modelo de McClelland para identificar como entienden los individuos el comportamiento hacia su organización. El Modelo de Likert; Rensis Likert, citado por Palma (2006), desarrolló un instrumento para medir el clima organizacional, el cual en un inicio mostraba diferencias entre distintas gestiones de manera particular. Sin embargo, en el transcurso del desarrollo del instrumento, se percató que podía utilizarse para conocer la percepción de los individuos a la empresa. Likert señala que la percepción del clima, influyen en tres variables: Causales, se define como variable independiente, encontrándose orientadas a señalar como una organización obtiene resultados y evoluciona. Contienen “la estructura organizativa y administrativa, las decisiones, competencia y actitudes”; intermedias, miden la situación interna, viéndose reflejado factores como: la toma de decisiones, comunicación, motivación y rendimiento; finales, se orientan a lograr resultados tales como ganancias y pérdidas, así como productividad.

A continuación, se presentan en la base conceptual algunas definiciones, las mismos que van ampliar aún más el horizonte de la presente investigación como: comunicación, es la transferencia de la información la cual es entendida por las personas mediante significados o símbolos. (Robins y Coulter, 2014). Comunicación organizacional, considera estrategia dentro de la planificación que presenta una organización; para que una empresa sea de éxito, es necesario una buena estrategia de comunicación. (Robins y Coulter, 2014). Comunicación Vertical, siendo aquella ascendente o descendente entre jefes y subordinados. Permite controlar y regular el comportamiento de los subordinados en instrucciones y como planificar sus tareas, información acerca de las políticas, prácticas, procedimientos, valoración del desempeño, entre otros. (García, 2011). Comunicación horizontal, establecida entre un mismo nivel en jerarquía. Podrá

darse entre áreas o departamentos, también en grupos o individualmente, sin autoridad sirviendo para que se agilice la estructura de la organización. (García, 2011). Comunicación oblicua, se genera entre diferentes áreas las cuales no tienen estrecha relación; como ejemplo es la comunicación entre el gerente del área de comercialización y un trabajador de finanzas, estando prevista en la empresa. (García, 2011). (Robins y Coulter, 2014). Clima organizacional, es la percepción que tienen los individuos derivado de una situación. (Castillo, 2006). Percepción, es un proceso por el cual se le otorga un significado al entorno que nos rodea. (Robins y Coulter, 2014). Organización, creada para lograr objetivos mediante la gestión de personas. (Robins y Coulter, 2014). Comportamiento organizacional, estructurado por factores que se relacionan con la ausencia, productividad, rotación, nivel de estrés y satisfacción en el trabajo. Actitudes, Participación laboral, nivel en que los trabajadores se identifican y participan de forma activa en su trabajo, considerando que su desempeño aporta a su autoestima. (Robins y Coulter, 2014). Satisfacción laboral, referida a las actitudes en general que tienen los individuos respecto de sus labores. (Robins y Coulter, 2014).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación.

La investigación es de tipo Cuantitativa, en la cual se obtiene datos y se analizan, utilizando instrumentos que se encuentran incluidos en la estadística, lo que va a permitir medir los resultados de manera concluyente; según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4). De acuerdo a su alcance es correlacional “estos estudios asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.93).

3.2. Diseño de investigación

El diseño utilizado es el no experimental, basado en las categorías, variables y conceptos que se presentan sin intervenir directamente el investigador. En la presente se observaron los acontecimientos tal como dieron, para después analizarlos; estos “se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.152). El tipo es transversal, pues va analizar datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo, sobre una población muestra o subconjunto predefinido; “se recopilan los datos en un momento único” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.154)

La investigación por ser de tipo cuantitativo, escala ordinal y datos normales, la prueba de hipótesis se realizó mediante el Coeficiente de Correlación de Spearman; “es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal; los individuos o unidades de la muestra pueden ordenarse por rangos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.322)

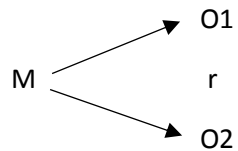


Figura 1: Esquema de Diseño de Investigación Correlacional

3.3. Variables de estudio

Identificación de variables

Variable independiente: Comunicación organizacional

Variable dependiente: Clima laboral

Conceptualización de Variables.

Definición teórica de la variable dependiente

Comunicación: “transmisión de información y el entendimiento entre individuos por medio de símbolos con significados”.

Definición teórica de la variable independiente

Clima: “condiciones atmosféricas que caracterizan a cierto territorio geográfico. Ambiente, situación, contexto”.

Definición operacional de la variable dependiente

Comunicación organizacional: “es el área estratégica de planificación en el marco de una empresa. Una buena estrategia de comunicación contribuye a una empresa de éxito”. (García, 2011)

Definición teórica de la variable independiente

Clima laboral: “ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente”. (Gan y Triginé, 2012)

3.4. Población y muestra de estudio.

La población de estudio está conformada por 38 colaboradores que laboran en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén en el 2019; según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “son el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

La población por ser representativa, se tomó a la totalidad de colaboradores como muestra (38). La muestra es “el subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.173)

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Los materiales que se requirieron para realizar efectivamente la investigación fueron libros que contenían información de lo que se desarrolló, documentos de las empresas y tesis que sirvieron como antecedentes y fuentes referentes al tema.

La encuesta se utilizó como técnica “considerada como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (López-Roldán y Fachelli, 2015, p.8); y como instrumento el cuestionario previamente diseñado para medir las variables en la primera semana de iniciada la investigación. “El cuestionario constituye el instrumento de recogida de los datos donde aparecen enunciadas las preguntas de forma sistemática y ordenada, y en donde se consignan las respuestas mediante un sistema establecido de registro sencillo” (López-Roldán y Fachelli, 2015, p.17)

3.6. Procedimientos de recolección de datos e informaciones.

Se utilizó la estadística descriptiva para analizar los resultados, presentando los datos en tablas y figuras. “Es la rama de la estadística que formula recomendaciones de cómo resumir, de forma clara y sencilla, los datos de una investigación en cuadros, tablas, figuras o gráficos” (Rendón-Macías, Villasís-Keeve; Miranda-Novales, 2016, p.397)

3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Descriptivo: se utilizó tablas mediante la estadística descriptiva, siendo procesados mediante el SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versión 22, el instrumento utilizado fue la encuesta.

Análisis Inferencial. Se utilizó correlación de Rho de Spearman.

$$r = \frac{\sum x_1 x_2}{\sqrt{\sum x_1^2 \sum x_2^2}}$$

Figura 2: Formula Rho de Spearman

IV. ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

Presentación de resultados

Tabla 1: Nivel comunicación organizacional

Concepto	Frecuencia	porcentaje
Buena	5	12%
Regular	27	71%
Mala	6	17%
Total	38	100%

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

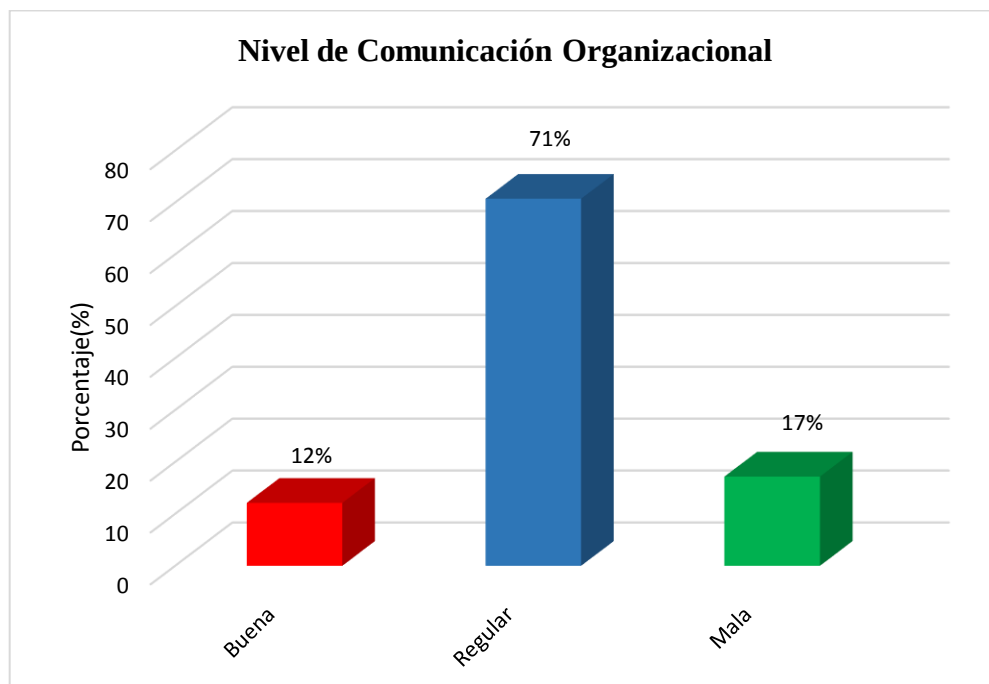


Figura 3: Nivel comunicación organizacional

- El mayor porcentaje 71% de encuestados considera que la comunicación organizacional es regular en la empresa hotelera y, un menor porcentaje 12% de encuestados considera que la comunicación organizacional es buena en una empresa hotelera de la ciudad de Jaén.

Tabla 2: Existe calidez al comunicarse entre compañeros de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	18,2	18,2	18,2
	En desacuerdo	9	22,2	22,2	40,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	14,1	14,1	54,5
	De acuerdo	11	29,3	29,3	83,8
	Totalmente de acuerdo	6	16,2	16,2	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

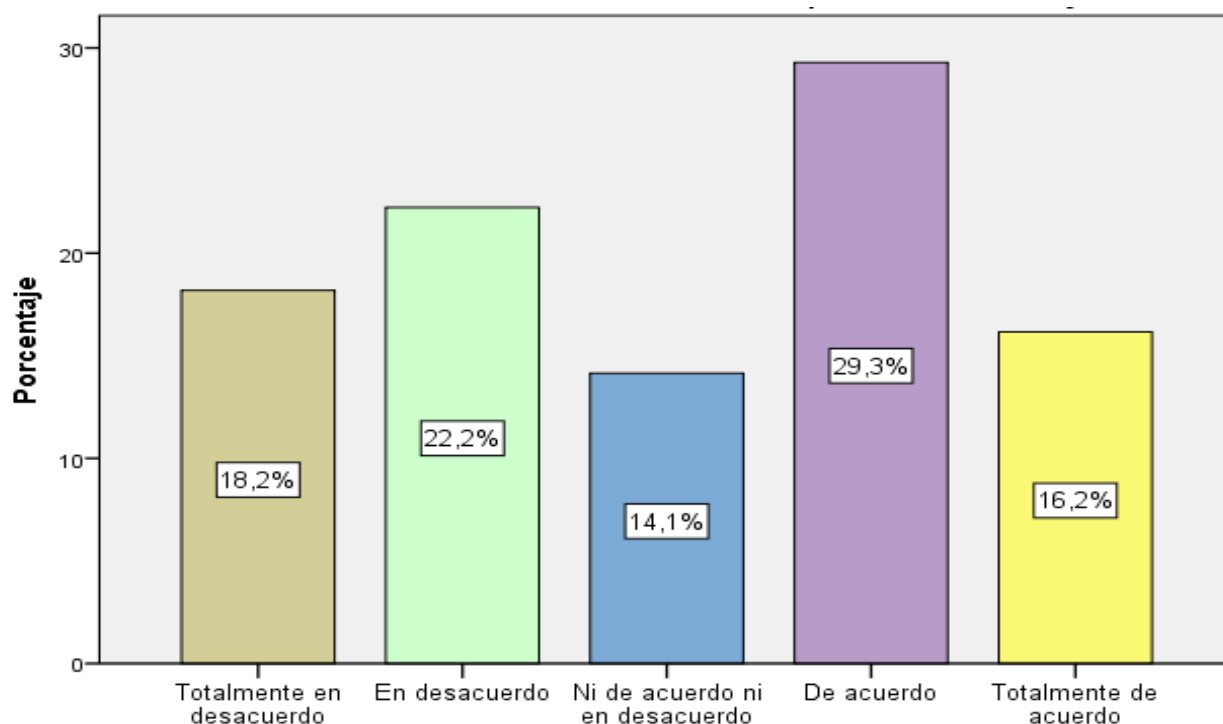


Figura 4: Comunicación entre Compañeros de Trabajo

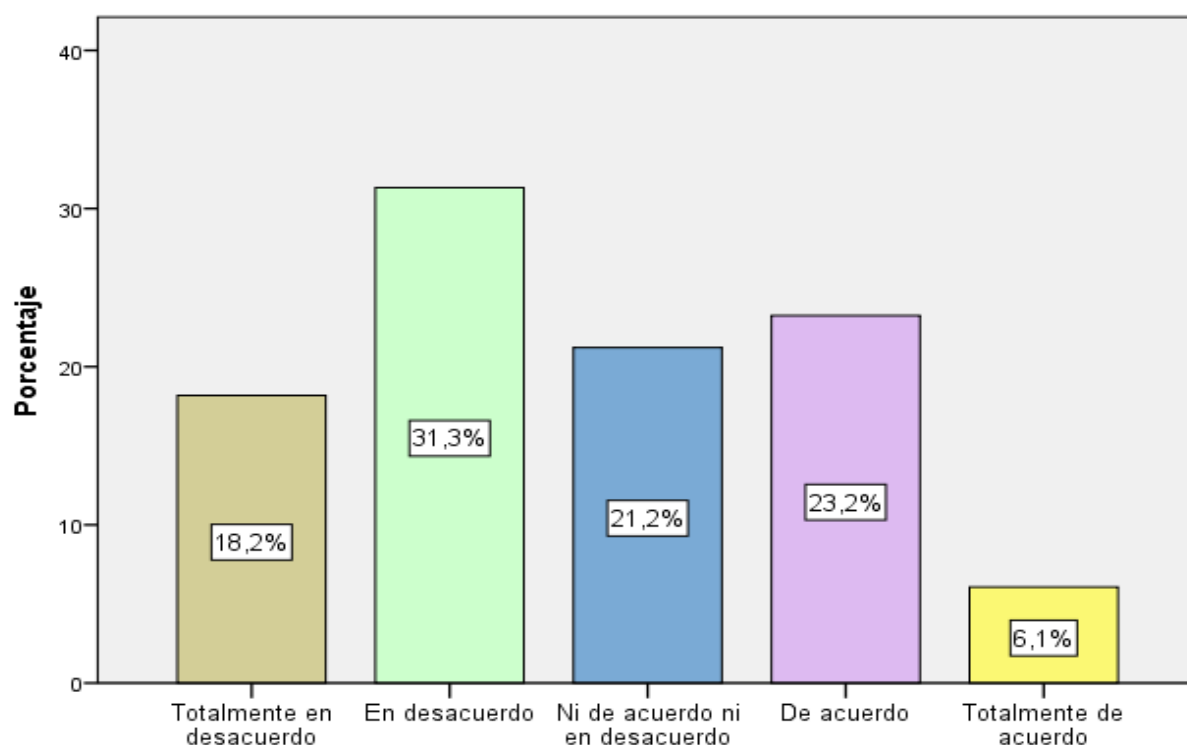
- Se observa en la figura estadística que el mayor porcentaje 29,3% de encuestados están de acuerdo que existe calidez en la comunicación entre

compañeros de trabajo y, el menor porcentaje 14,1% de encuestados están ni en acuerdo ni en desacuerdo que existe calidez en la comunicación entre compañeros de trabajo.

Tabla 3: La comunicación con los compañeros del mismo nivel es sincera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	18,2	18,2	18,2
En desacuerdo	12	31,3	31,3	49,5
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	21,2	21,2	70,7
De acuerdo	9	23,2	23,2	93,9
Totalmente de acuerdo	2	6,1	6,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

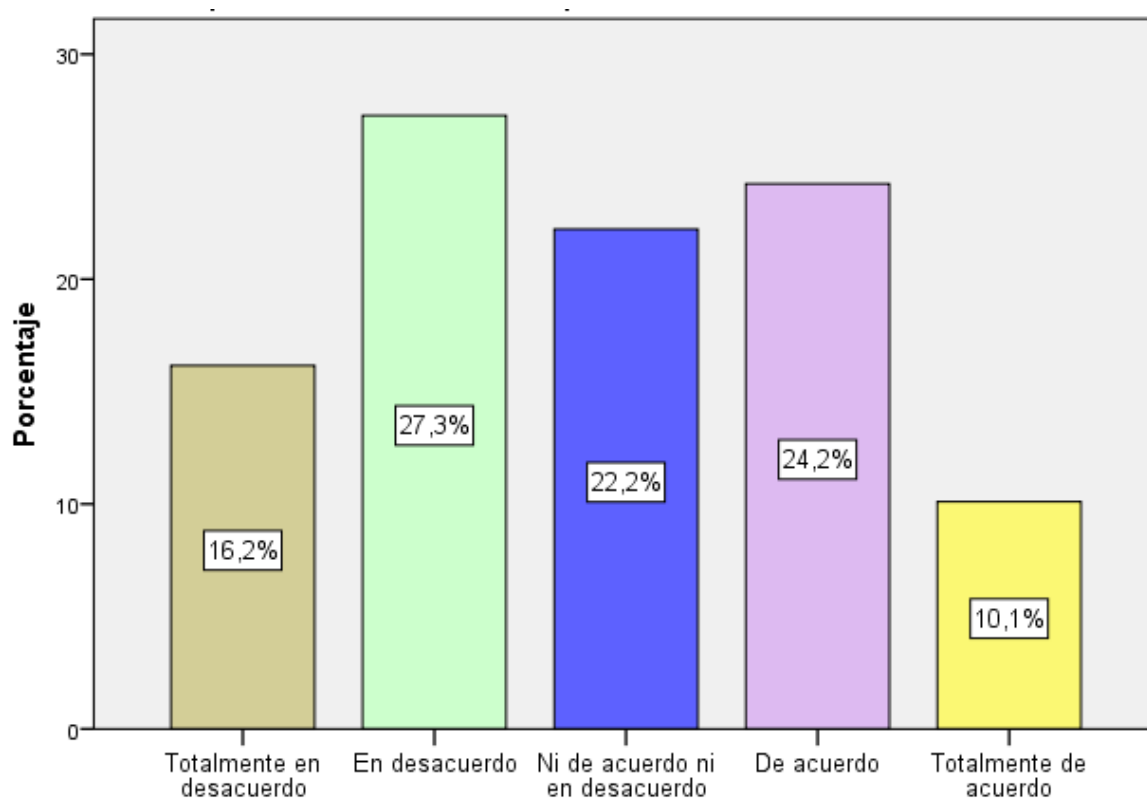


- Se observa en la figura estadística que el mayor porcentaje
- 31,3% de encuestados están en desacuerdo que la comunicación con los compañeros del mismo nivel es sincera y, el menor porcentaje 6,1% de encuestados están totalmente de acuerdo en que la comunicación con los compañeros del mismo nivel es sincera.

Tabla 4: Se relaciona oportunamente entre compañeros del mismo nivel en la institución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	16,2	16,2	16,2
En desacuerdo	11	27,3	27,3	43,4
Figura 5: La comunicación con los compañeros del mismo nivel es sincera				
Válidc	~	---	---	---
desacuerdo	~	---	---	---
De acuerdo	9	24,2	24,2	89,9
Totalmente de acuerdo	4	10,1	10,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	16,2	16,2	16,2
	En desacuerdo	9	23,2	23,2	39,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	20,2	20,2	59,6
	De acuerdo	12	32,3	32,3	91,9
	Totalmente de acuerdo	3	8,1	8,1	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

- Se observa que el mayor porcentaje 27,3% de encuestados están en desacuerdo que se relaciona oportunamente entre compañeros del mismo nivel en la institución y, el menor porcentaje 10,1% de encuestados están totalmente de acuerdo en que se relaciona oportunamente entre compañeros del mismo nivel en la institución.

Tabl a 5: **Figura 6: Se relaciona oportunamente entre compañeros del mismo nivel en la institución**

Los colaboradores saben escucharse entre sí

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

- Se observa que el mayor porcentaje 32,3% de encuestados están de acuerdo que los colaboradores saben escucharse entre sí y el menor porcentaje 8,1% de encuestados están totalmente de acuerdo en que los colaboradores saben escucharse entre sí.

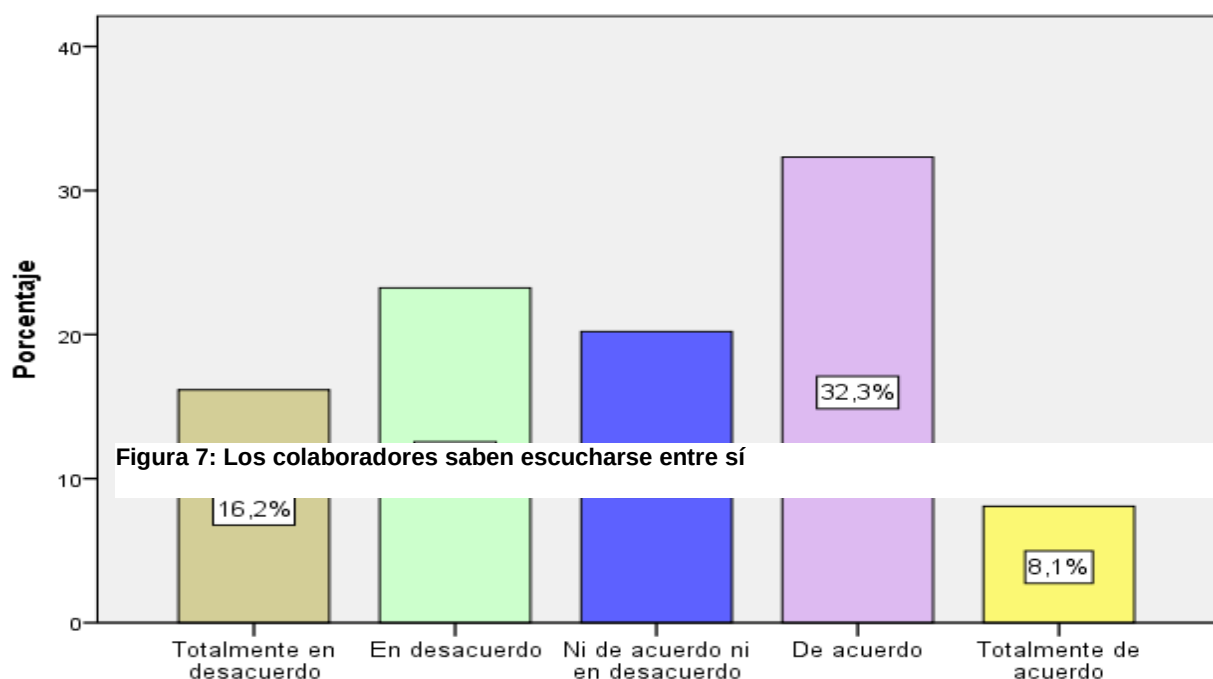
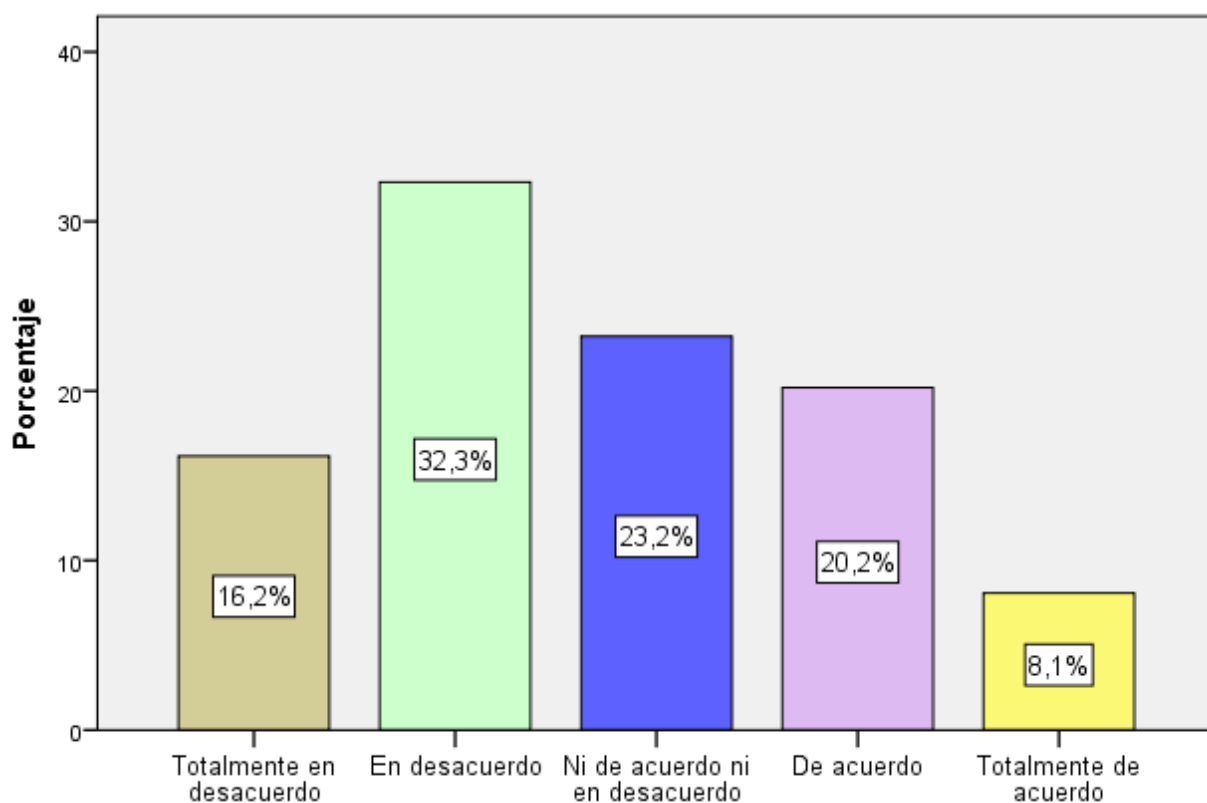


Tabla 6: Existe buena comunicación entre compañeros de trabajo lo cual permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	16,2	16,2	16,2
	En desacuerdo	12	32,3	32,3	48,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	23,2	23,2	71,7
	De acuerdo	8	20,2	20,2	91,9
	Totalmente de acuerdo	3	8,1	8,1	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

Figura 8: Existe buena comunicación entre compañeros de trabajo lo cual permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales



- Se observa que el mayor porcentaje 32,3% de encuestados están de acuerdo en que los colaboradores saben escucharse entre sí y el menor porcentaje 8,1% de encuestados están totalmente de acuerdo en que los colaboradores saben escucharse entre sí.

Tabla 7: Se puede comunicar con el administrador de la misma manera que el (ella) se comunica con usted

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	20,2	20,2	20,2
	En desacuerdo	10	27,3	27,3	47,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	26,3	26,3	73,7
	De acuerdo	7	19,2	19,2	92,9
	Totalmente de acuerdo	3	7,1	7,1	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

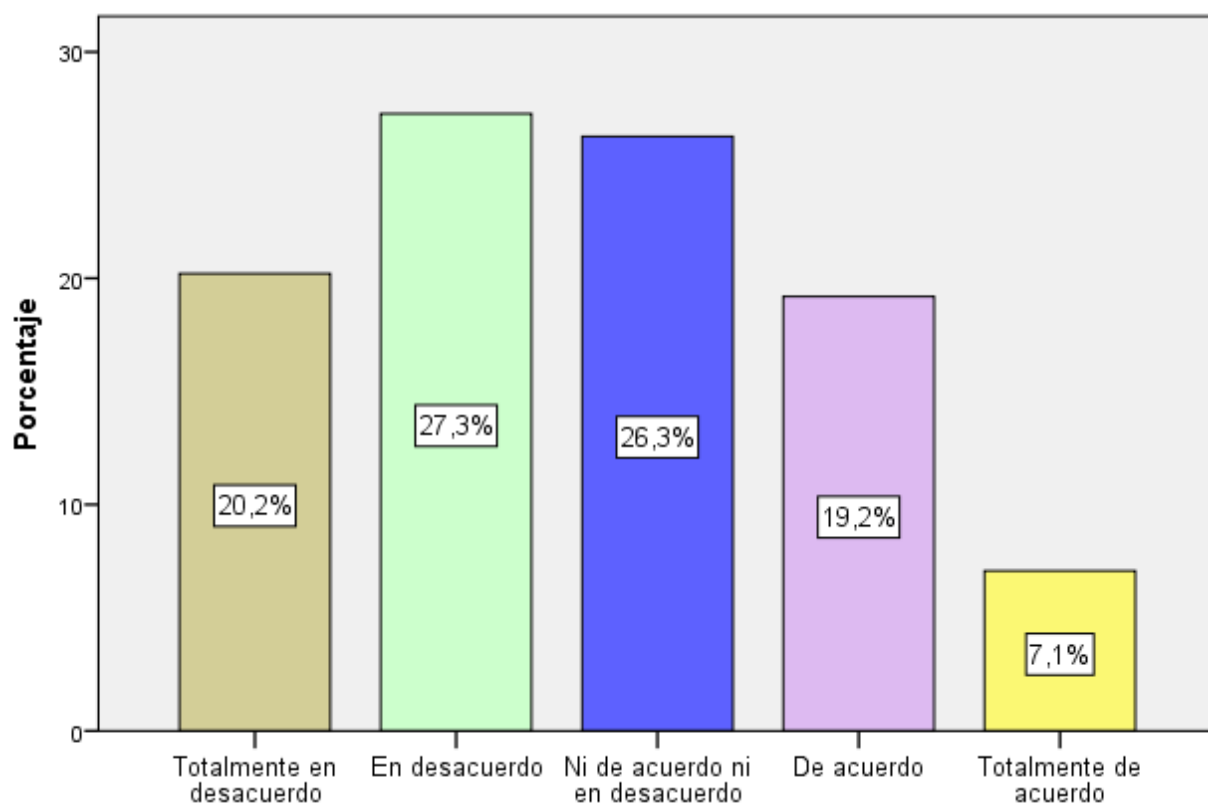


Figura 9: Se puede comunicar con el administrador de la misma manera que el (ella) se comunica con usted

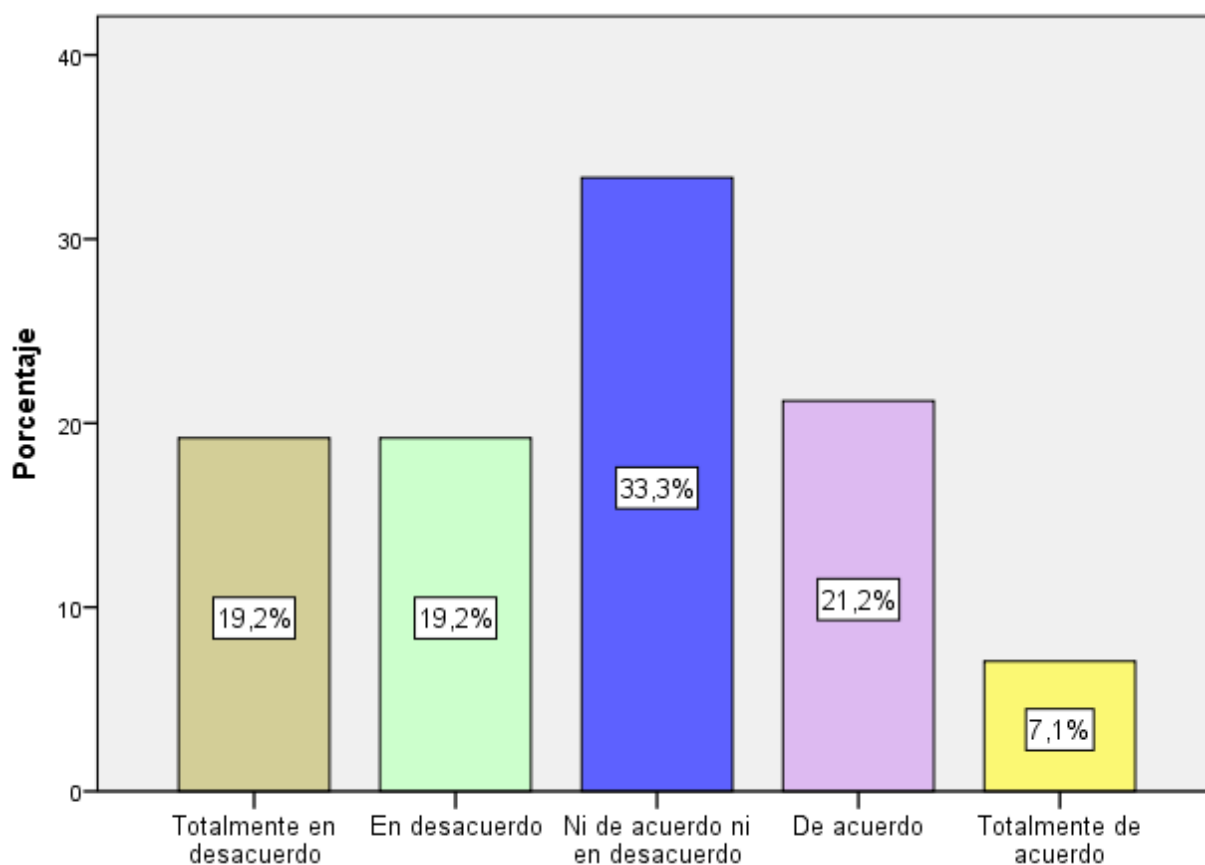
- Se observa que el mayor porcentaje 27,3% de encuestados está en desacuerdo que se puede comunicar con el administrador de la misma manera que el (ella) se comunica con ellos (as) y, el menor porcentaje 7,1% de encuestados está totalmente de acuerdo que se puede comunicar con el administrador de la misma manera que el (ella) se comunica con ellos (as).

Tabla 8: Se respeta la jerarquía como parte de la comunicación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	19,2	19,2	19,2
En desacuerdo	7	19,2	19,2	38,4
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	33,3	33,3	71,7
De acuerdo	8	21,2	21,2	92,9
Totalmente de acuerdo	3	7,1	7,1	100,0

Total	38	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera



➤ **Figura 10: Se respeta la jerarquía como parte de la comunicación**

e

observa que el menor porcentaje 33,3% de encuestados está ni de acuerdo ni en desacuerdo que se respeta la jerarquía como parte de la comunicación y, el menor porcentaje 7,1% de encuestados está totalmente de acuerdo que se respeta la jerarquía como parte de la comunicación.

Tabla 9: Utiliza algún dispositivo tecnológico para comunicarse con su superior

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	6	15,2	15,2	15,2
En desacuerdo	10	27,3	27,3	42,4

Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	20,2	20,2	62,6
De acuerdo	11	28,3	28,3	90,9
Totalmente de acuerdo	3	9,1	9,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

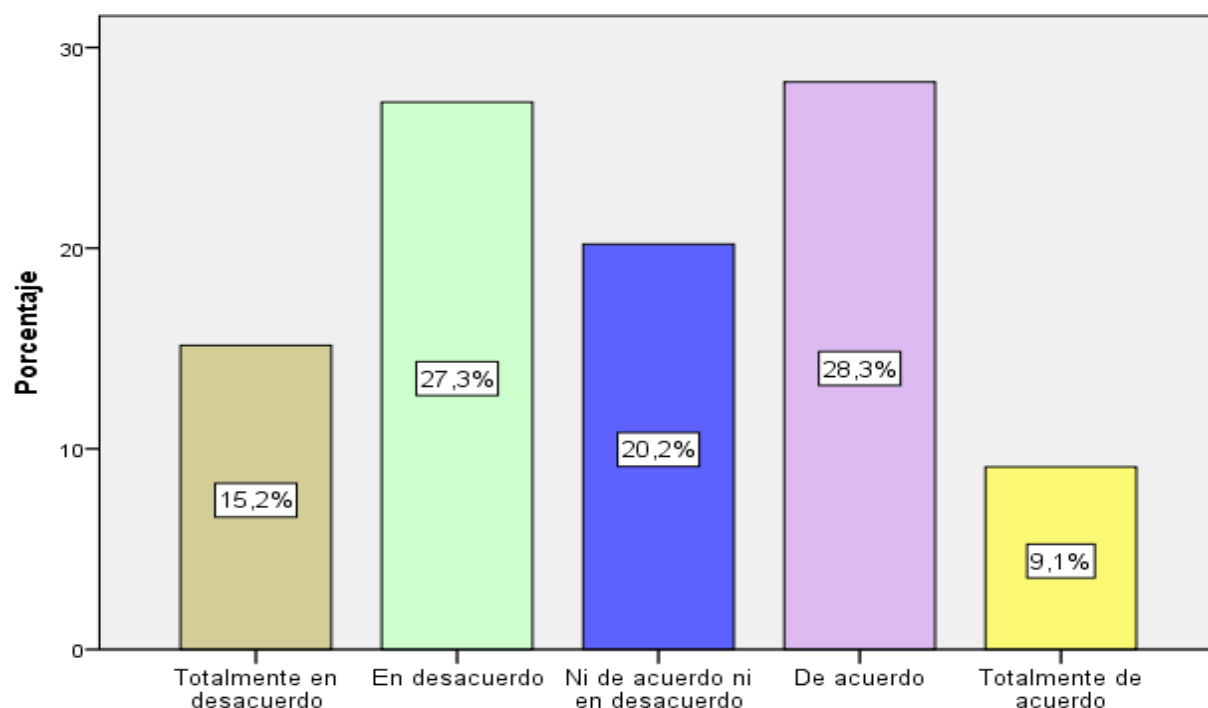


Figura 41: Utiliza algún dispositivo tecnológico para comunicarse con su superior

- Se observa que el mayor porcentaje 28,3% de encuestados está de acuerdo que utiliza algún dispositivo tecnológico para comunicarse con su superior y, el menor porcentaje de encuestados 9,1% está totalmente de acuerdo que utiliza algún dispositivo tecnológico para comunicarse con su superior.

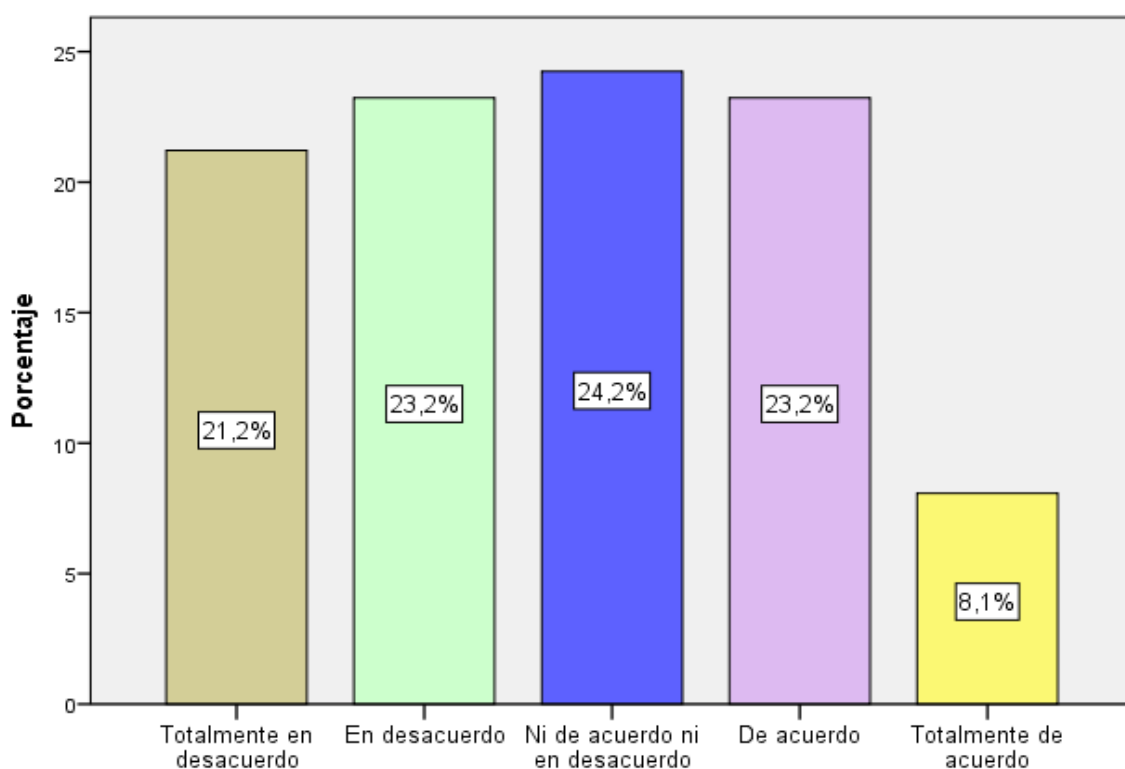
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Tabla 10: Sus opiniones y sugerencias son escuchadas por su superior

Válido	Totalmente en desacuerdo	8	21,2	21,2	21,2
	En desacuerdo	9	23,2	23,2	44,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	24,2	24,2	68,7
	De acuerdo	9	23,2	23,2	91,9
	Totalmente de acuerdo	3	8,1	8,1	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

Figura 52: Sus opiniones y sugerencias son escuchadas por su superior



- Se observa que el mayor porcentaje 24,2% de encuestados está ni de acuerdo ni en desacuerdo que sus opiniones y sugerencias son escuchadas por su superior y, el menor porcentaje 8,1% de encuestados está totalmente de acuerdo que sus opiniones y sugerencias son escuchadas por su superior.

Tabla 11: La comunicación viene de arriba hacia abajo con poca oportunidad para revisar, evaluar o recomendar correcciones o mejoras

Válido	Totalmente en desacuerdo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
		8	20,2	20,2	20,2

En desacuerdo	10	25,3	25,3	45,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	16,2	16,2	61,6
De acuerdo	10	26,3	26,3	87,9
Totalmente de acuerdo	4	12,1	12,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

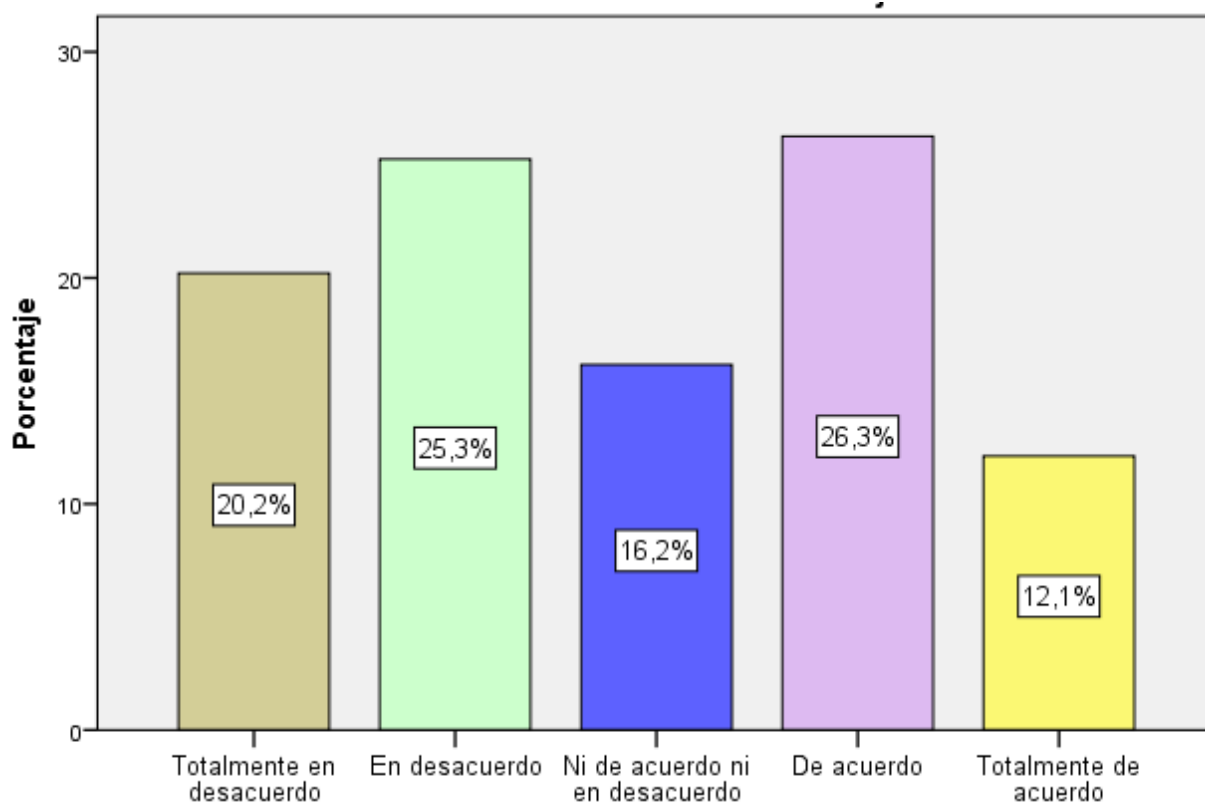


Figura 13: La comunicación viene de arriba hacia abajo con poca oportunidad para revisar, evaluar o recomendar correcciones o mejoras

- Se observa que el 26,3% de encuestados en un mayor porcentaje, estar de acuerdo que cuando se comunican surge de arriba para abajo, el menor porcentaje 12,1% de encuestados están totalmente de acuerdo.

Tabla 12: Usted se comunica con un jefe distinto al de su área para realizarle consultas de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	25,3	25,3	25,3

En desacuerdo	7	18,2	18,2	43,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	28,3	28,3	71,7
De acuerdo	8	22,2	22,2	93,9
Totalmente de acuerdo	2	6,1	6,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

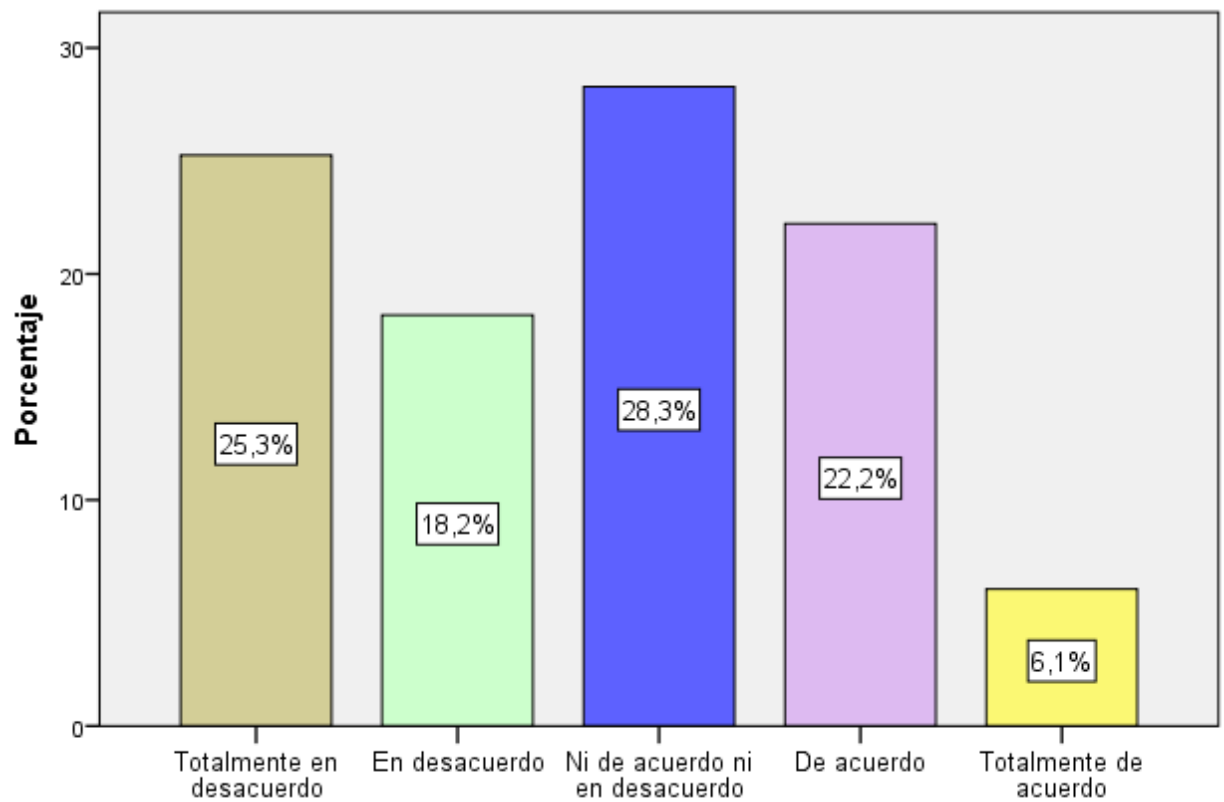


Figura 64: Usted se comunica con un jefe distinto al de su área para realizarle consultas de trabajo

- Se observa que el mayor porcentaje 28,3% de encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo que se comunican con un jefe distinto al de su área para realizarle consultas de trabajo y, el menor porcentaje 6,1% de encuestados está totalmente de acuerdo en comunicarse con un jefe distinto al de su área para realizarle consultas de trabajo.

Tabla 13: Cree que la comunicación diagonal promueve la coordinación en el hotel

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	18,2	18,2	18,2
En desacuerdo	9	24,2	24,2	42,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	27,3	27,3	69,7
De acuerdo	10	27,3	27,3	97,0
Totalmente de acuerdo	2	3,0	3,0	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

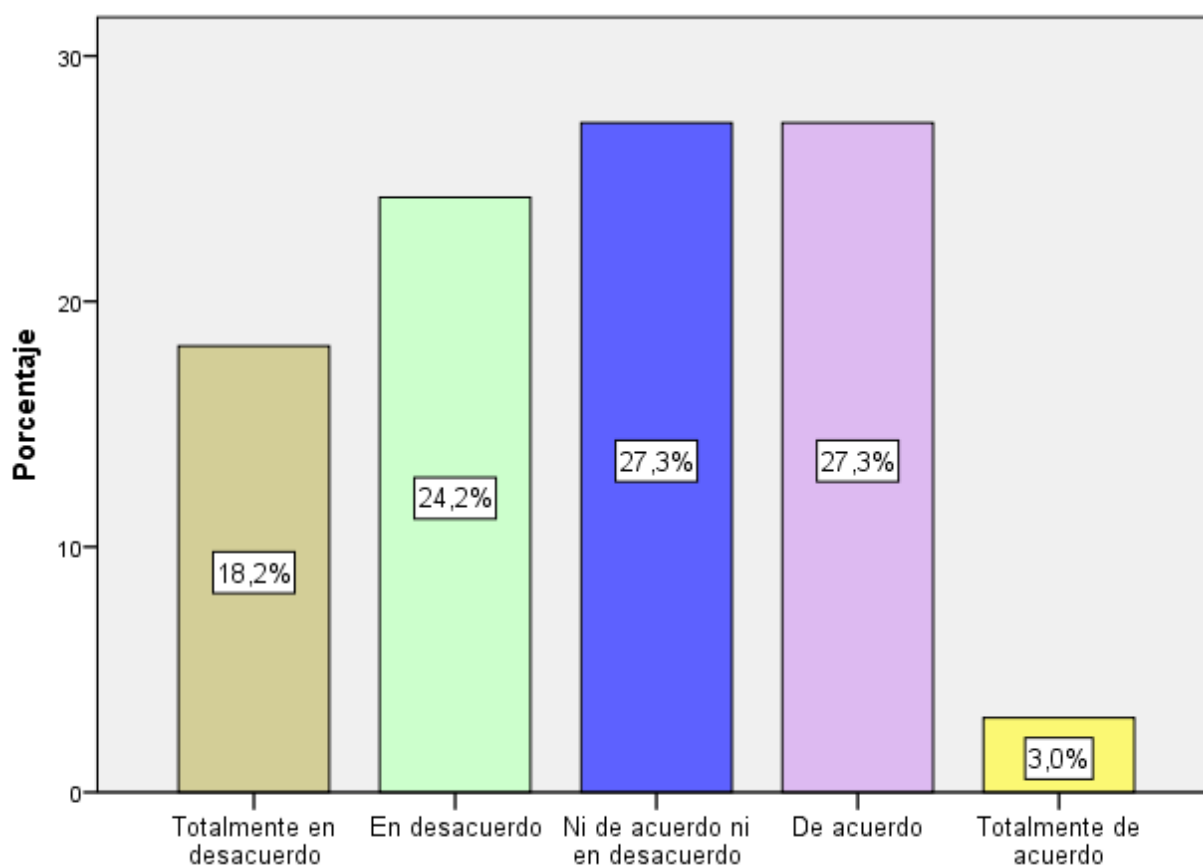


Figura 15: Cree que la comunicación diagonal promueve la coordinación en el hotel

- Se observa que el mayor porcentaje 27,3% de encuestados es compartido en de acuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo en creer que la comunicación diagonal promueve la coordinación en el hotel y, el menor porcentaje 3,0% de encuestados está totalmente de acuerdo que cree que la comunicación diagonal promueve la coordinación en el hotel.

Tabla 14: Cree que es buena la comunicación entre diferentes áreas de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	20,2	20,2	20,2
En desacuerdo	8	21,2	21,2	41,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	33,3	33,3	74,7
De acuerdo	8	20,2	20,2	94,9
Totalmente de acuerdo	2	5,1	5,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

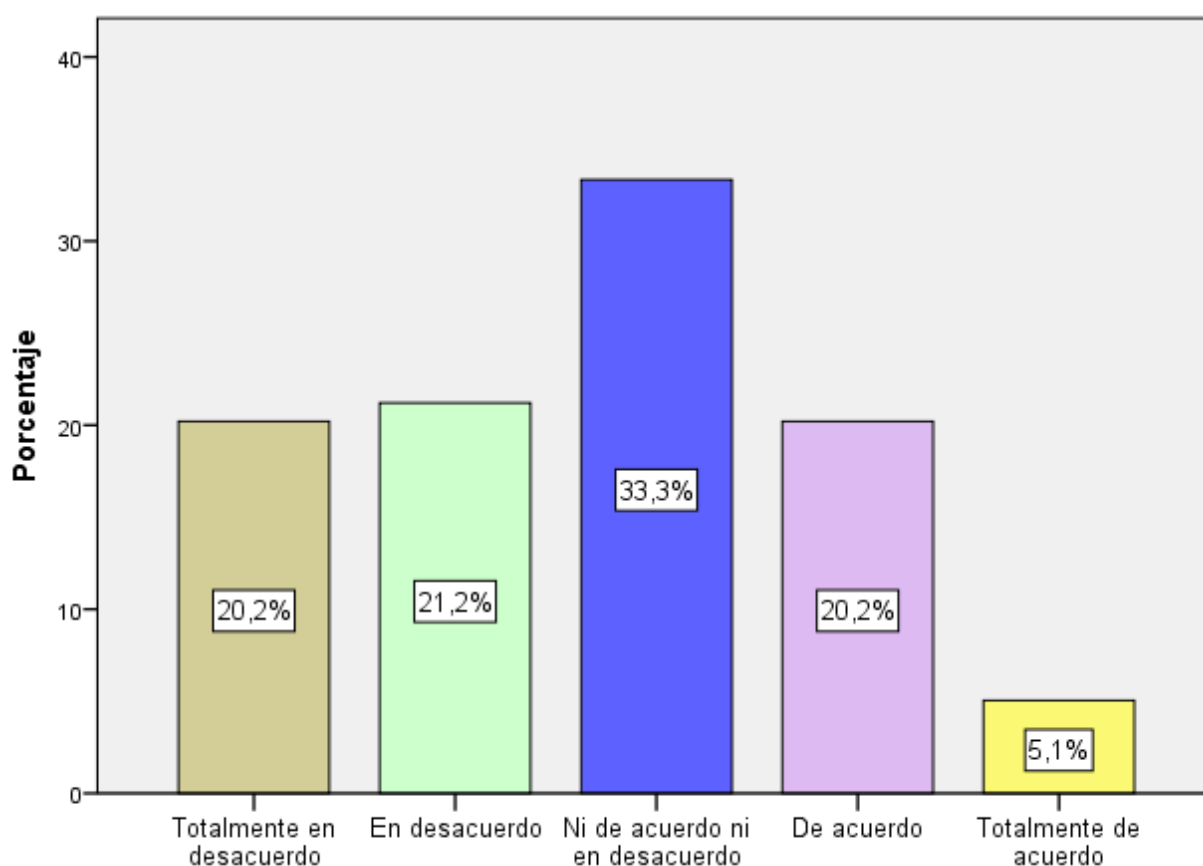


Figura 16: Cree que es buena la comunicación entre diferentes áreas de trabajo

- Se observa que el mayor porcentaje 33,3% de encuestados esta ni de acuerdo ni en desacuerdo que es buena la comunicación entre diferentes áreas de trabajo y, el menor porcentaje 5,1% de encuestados está totalmente de acuerdo que es buena la comunicación entre diferentes áreas de trabajo.

Tabla 15: Considera que la comunicación oblicua fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	15,2	15,2	15,2
En desacuerdo	9	24,2	24,2	39,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	21,2	21,2	60,6
De acuerdo	10	27,3	27,3	87,9
Totalmente de acuerdo	5	12,1	12,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

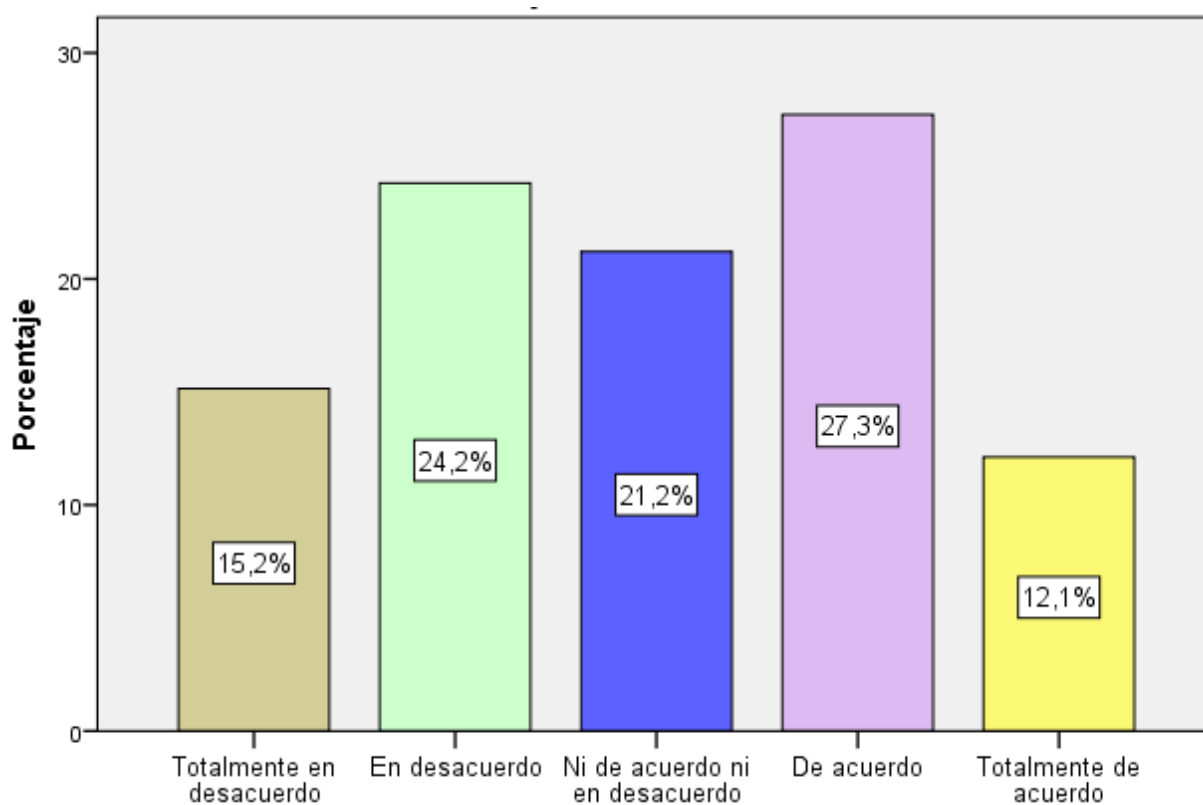


Figura 77: Considera que la comunicación oblicua fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución

- Se observa que el mayor porcentaje 27,3% de encuestados están de acuerdo que la comunicación oblicua fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución y, el menor porcentaje 12,1% de encuestados están totalmente de acuerdo que la comunicación oblicua fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución.

Tabla 16: Nivel clima laboral

Concepto	Frecuencia	porcentaje
Favorable	6	16%
Regular	24	63%
Desfavorable	8	21%
Total	38	100%

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

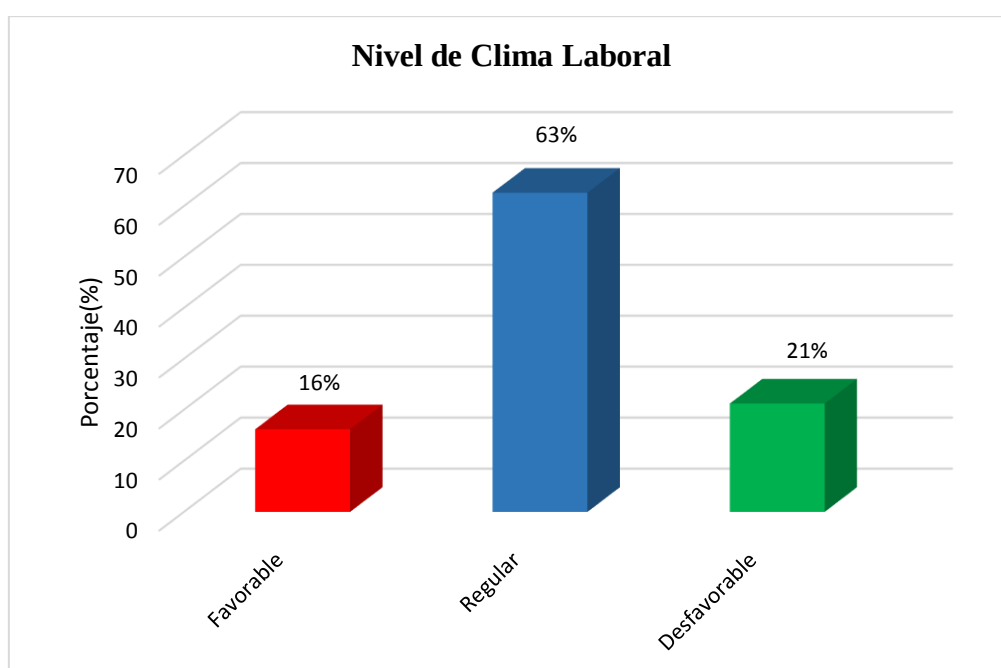


Figura 188: Nivel clima laboral

- El mayor porcentaje 63% de encuestados considera que el clima laboral es regular en una empresa hotelera y, un menor porcentaje 16% de encuestados considera que el clima laboral es favorable en una empresa hotelera de la ciudad de Jaén.

Tabla 17: Su trabajo lo realiza por iniciativa sin sentirse obligado por su jefe inmediato

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	16,2	16,2	16,2
En desacuerdo	8	20,2	20,2	36,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	19,2	19,2	55,6
De acuerdo	13	33,3	33,3	88,9
Totalmente de acuerdo	4	11,1	11,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

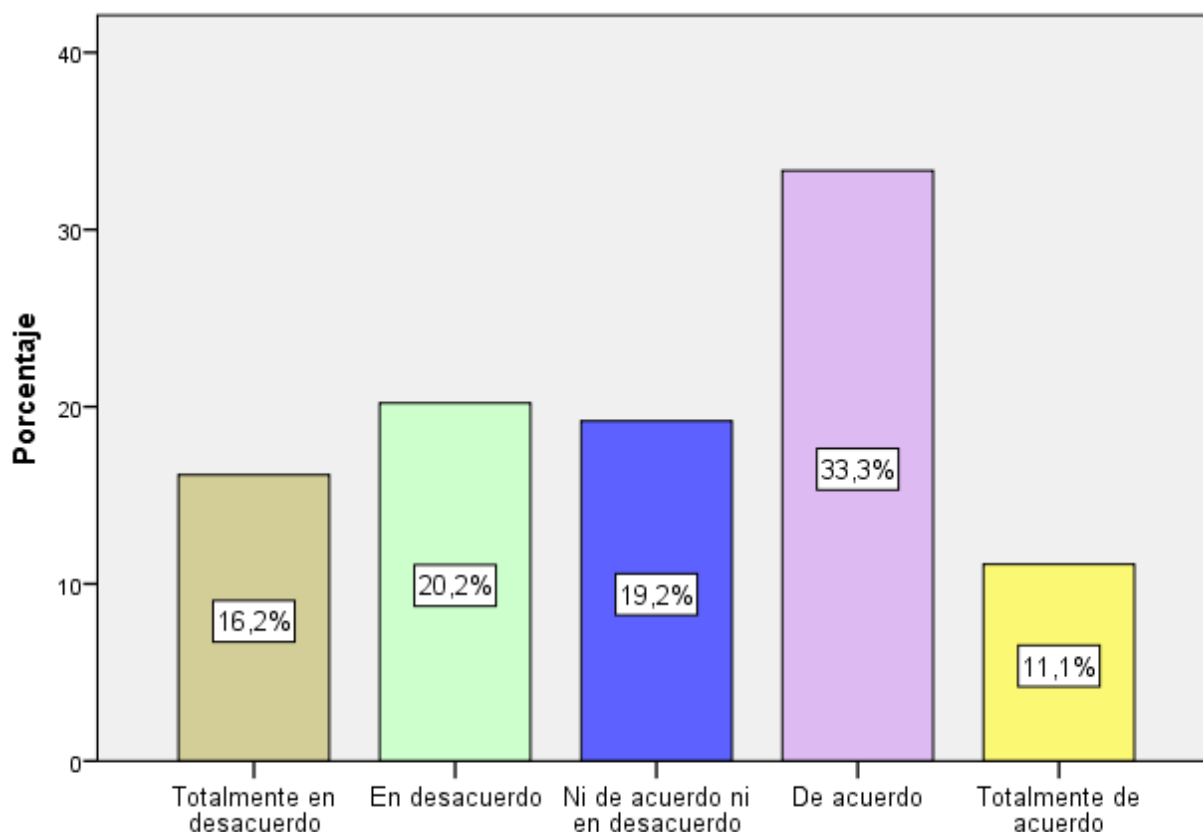


Figura 19: Su trabajo lo realiza por iniciativa sin sentirse obligado por su jefe inmediato

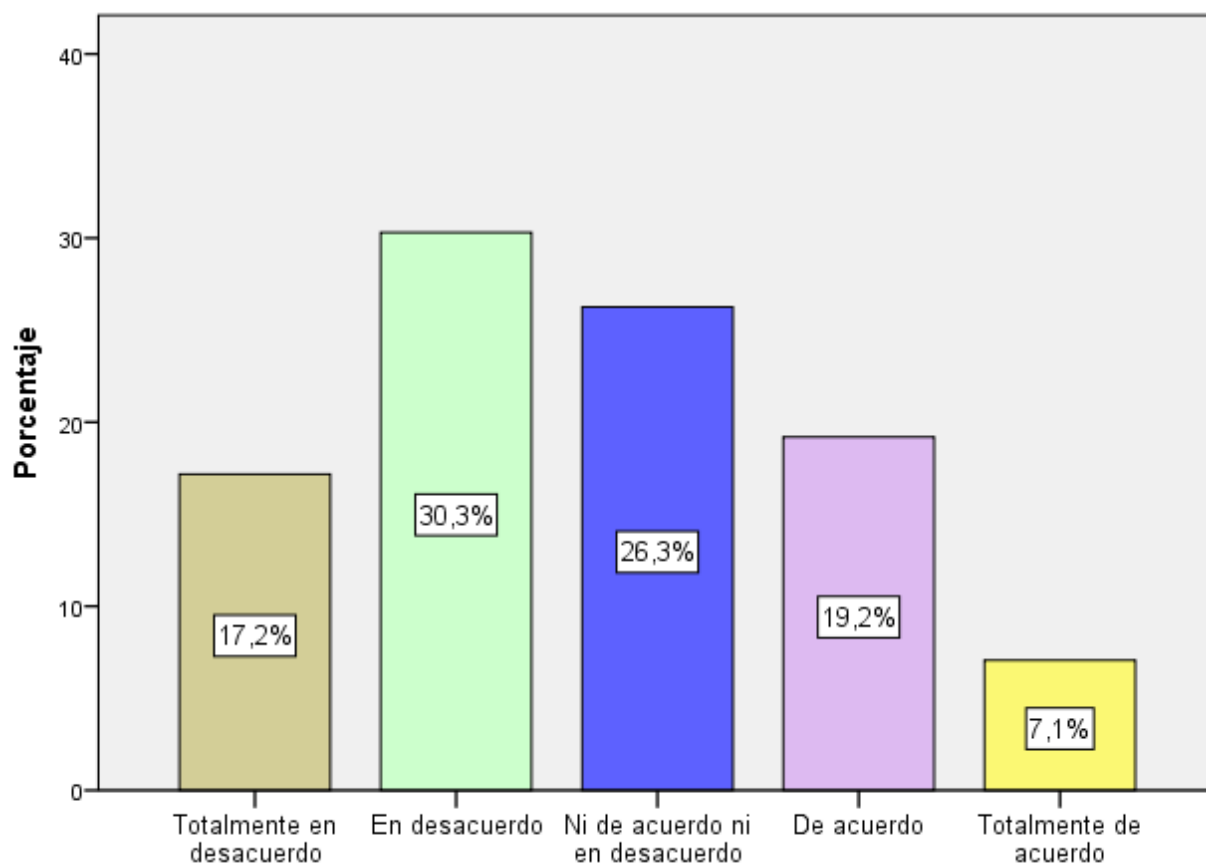
- En el gráfico estadístico se observa que el mayor porcentaje 33,3% de encuestados está de acuerdo que su trabajo lo realiza por iniciativa sin sentirse obligado por su jefe inmediato y, el menor porcentaje 11,1% de encuestados están totalmente de acuerdo que su trabajo lo realiza por

iniciativa sin sentirse obligado por su jefe inmediato.

Tabla 18: La relación entre compañeros de trabajo es agradable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	17,2	17,2	17,2
	En desacuerdo	12	30,3	30,3	47,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	26,3	26,3	73,7
	De acuerdo	7	19,2	19,2	92,9
	Totalmente de acuerdo	2	7,1	7,1	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera



➤ Figura 20: La relación entre compañeros de trabajo es agradable

e

observa que el mayor porcentaje 30,3% de encuestados está en desacuerdo que la relación entre compañeros de trabajo es agradable y, el menor porcentaje 7,1% de encuestados está totalmente de acuerdo que la

relación entre compañeros de trabajo es agradable.

Tabla 19: Las relaciones jefe – trabajador, tienden a ser agradables.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	19,2	19,2	19,2
En desacuerdo	8	22,2	22,2	41,4
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	20,2	20,2	61,6
De acuerdo	11	29,3	29,3	90,9
Totalmente de acuerdo	4	9,1	9,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

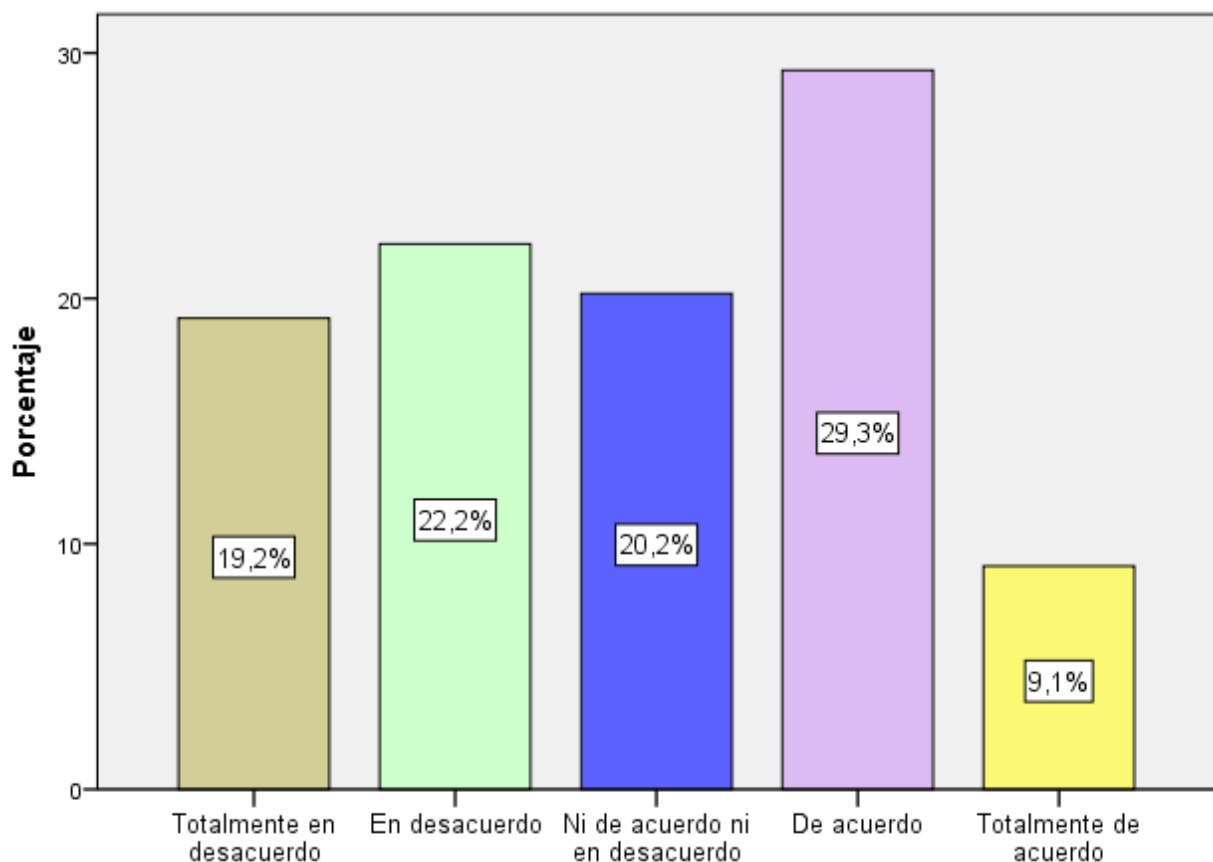


Figura 21: Las relaciones jefe – trabajador, tienden a ser agradables

- Se observa que el mayor porcentaje 29,3% de encuestados está de acuerdo en que las relaciones jefe – trabajador, tienden a ser agradables y,

el menor porcentaje 9,1 % de encuestados están totalmente de acuerdo en que las relaciones jefe – trabajador, tienden a ser agradables.

Tabla 20: Siente que entre compañeros de trabajo hay colaboración que permite obtener mejores resultados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	17,2	17,2	17,2
En desacuerdo	10	26,3	26,3	43,4
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	25,3	25,3	68,7
De acuerdo	7	19,2	19,2	87,9
Totalmente de acuerdo	5	12,1	12,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

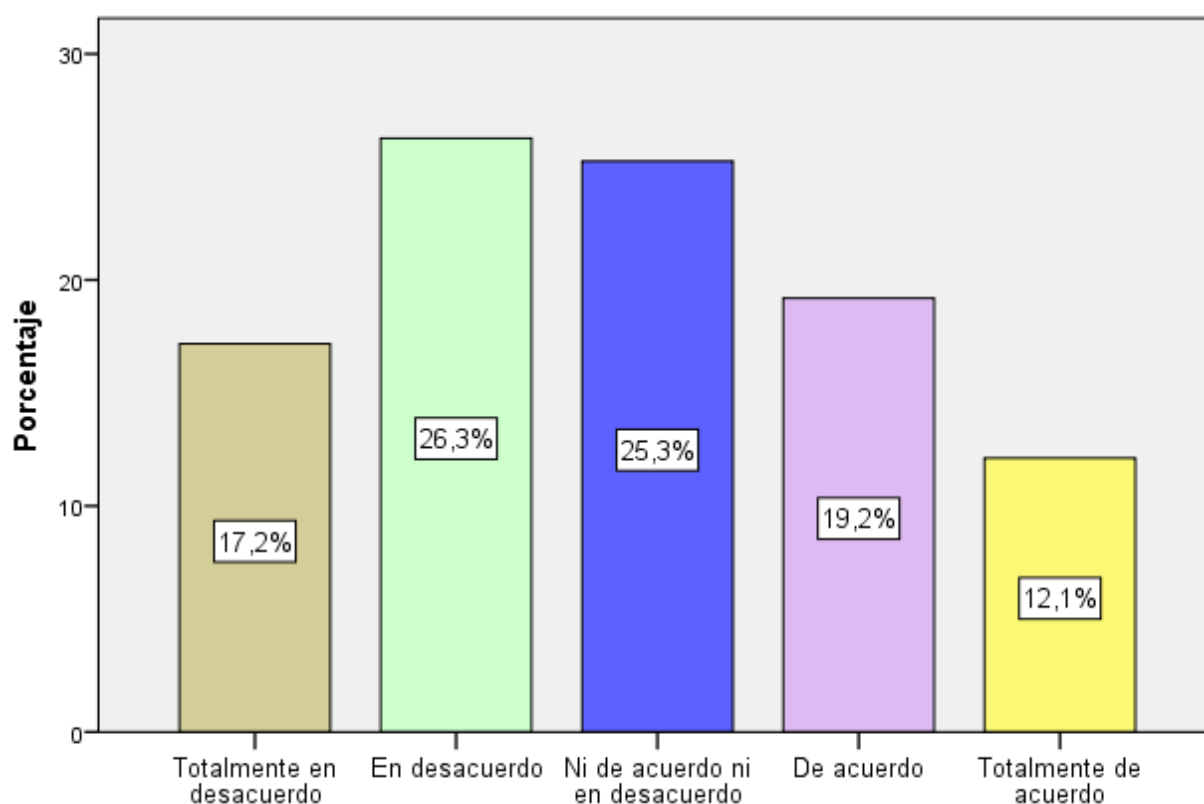


Figura 22: Siente que entre compañeros de trabajo hay colaboración que permite obtener mejores resultados

- Se observa que el mayor porcentaje 26,3% están en desacuerdo que hay colaboración permitiendo mejores resultados y, el menor porcentaje 12,1% están totalmente de acuerdo.

Tabla 21: Recibe usted algún tipo de apoyo por parte de la administración

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	16,2	16,2	16,2
En desacuerdo	8	22,2	22,2	38,4
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	25,3	25,3	63,6
De acuerdo	9	23,2	23,2	86,9
Totalmente de acuerdo	5	13,1	13,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

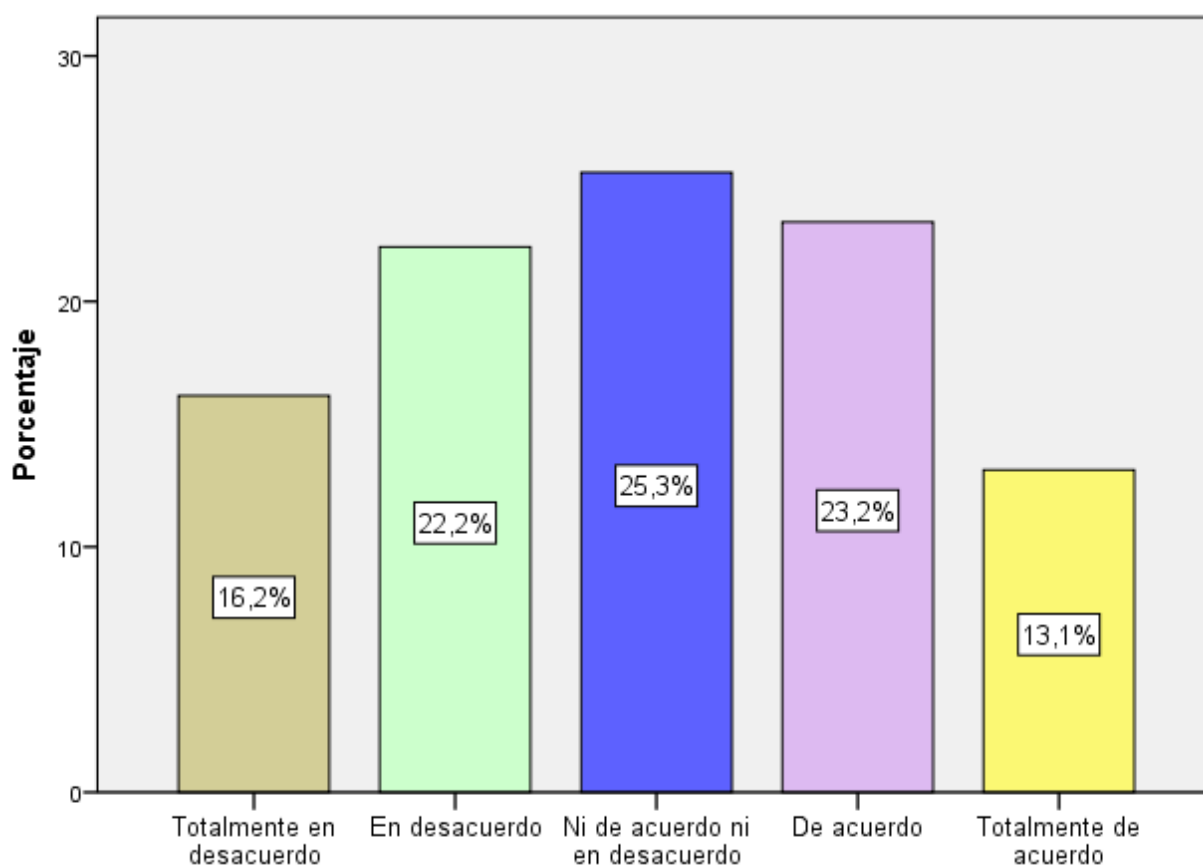


Figura 93: Recibe usted algún tipo de apoyo por parte de la administración

- Se observa que el mayor porcentaje 25,3% de encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo que reciben apoyo por administración y, el menor porcentaje 13,1% de encuestados están totalmente de acuerdo.

Tabla 22: Supera los parámetros establecidos por parte de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	20,2	20,2	20,2
En desacuerdo	9	23,2	23,2	43,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	20,2	20,2	63,6
De acuerdo	9	25,3	25,3	88,9
Totalmente de acuerdo	4	11,1	11,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

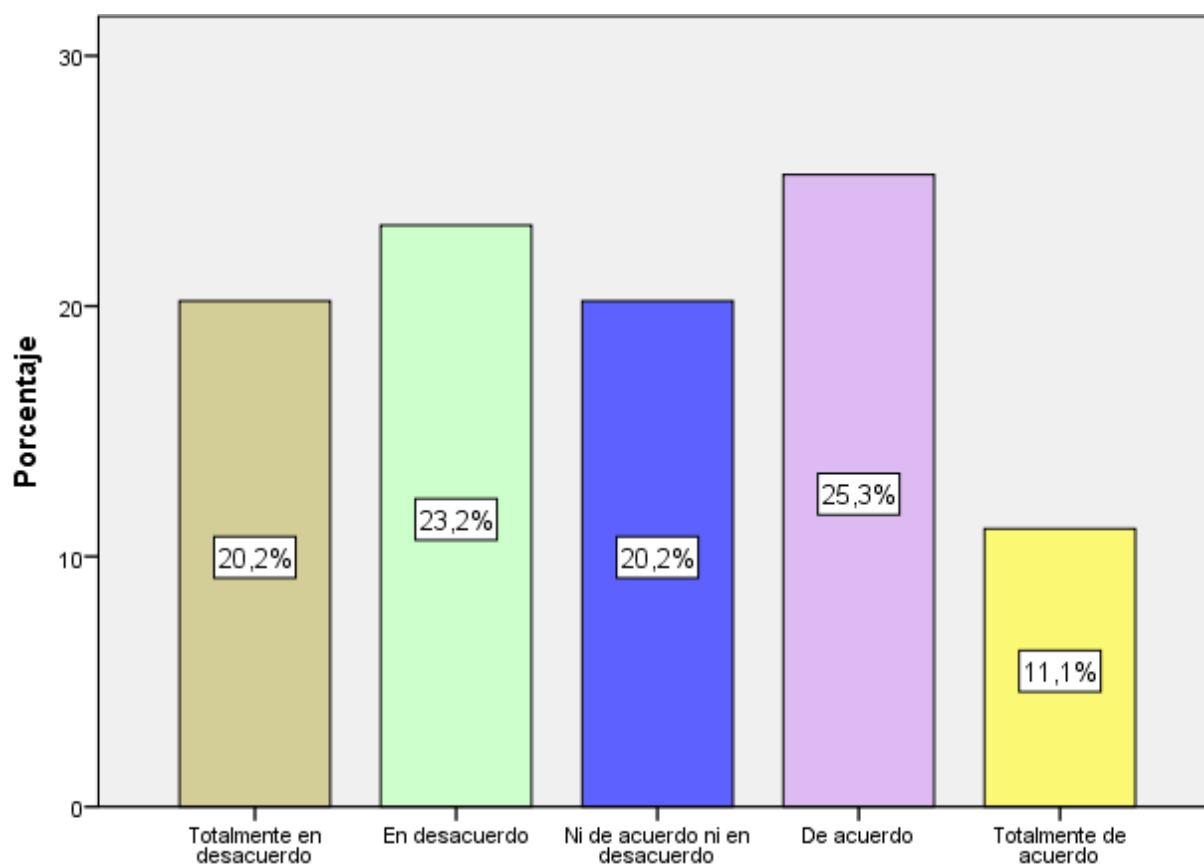


Figura 104: Supera los parámetros establecidos por parte de la empresa

- Se observa que 25,3% de encuestados están de acuerdo que superan los parámetros establecidos por la empresa y, el menor porcentaje 11,1% de encuestados está totalmente de acuerdo que superan los parámetros.

Tabla 23: Siente que su capacidad le permite desenvolverse de manera eficaz y eficiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	13,1	13,1	13,1
	En desacuerdo	10	26,3	26,3	39,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	23,2	23,2	62,6
	De acuerdo	10	26,3	26,3	88,9
	Totalmente de acuerdo	4	11,1	11,1	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

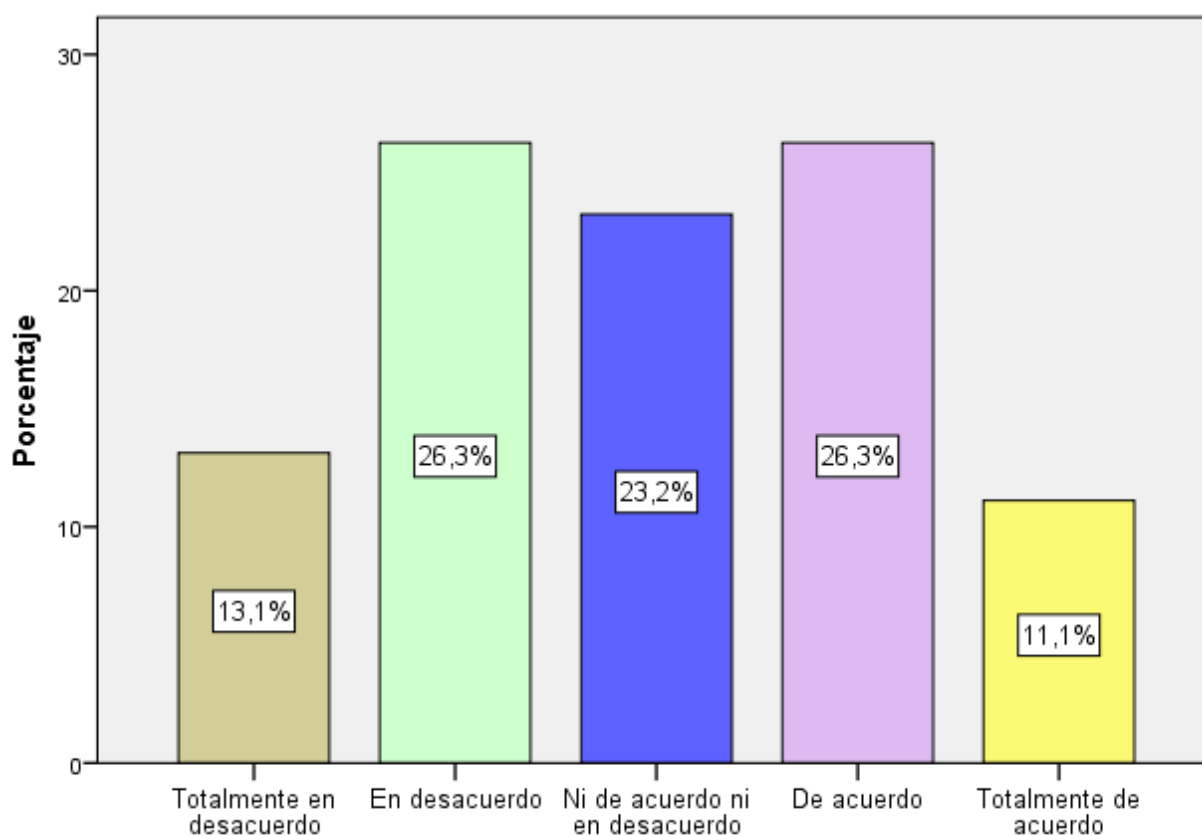


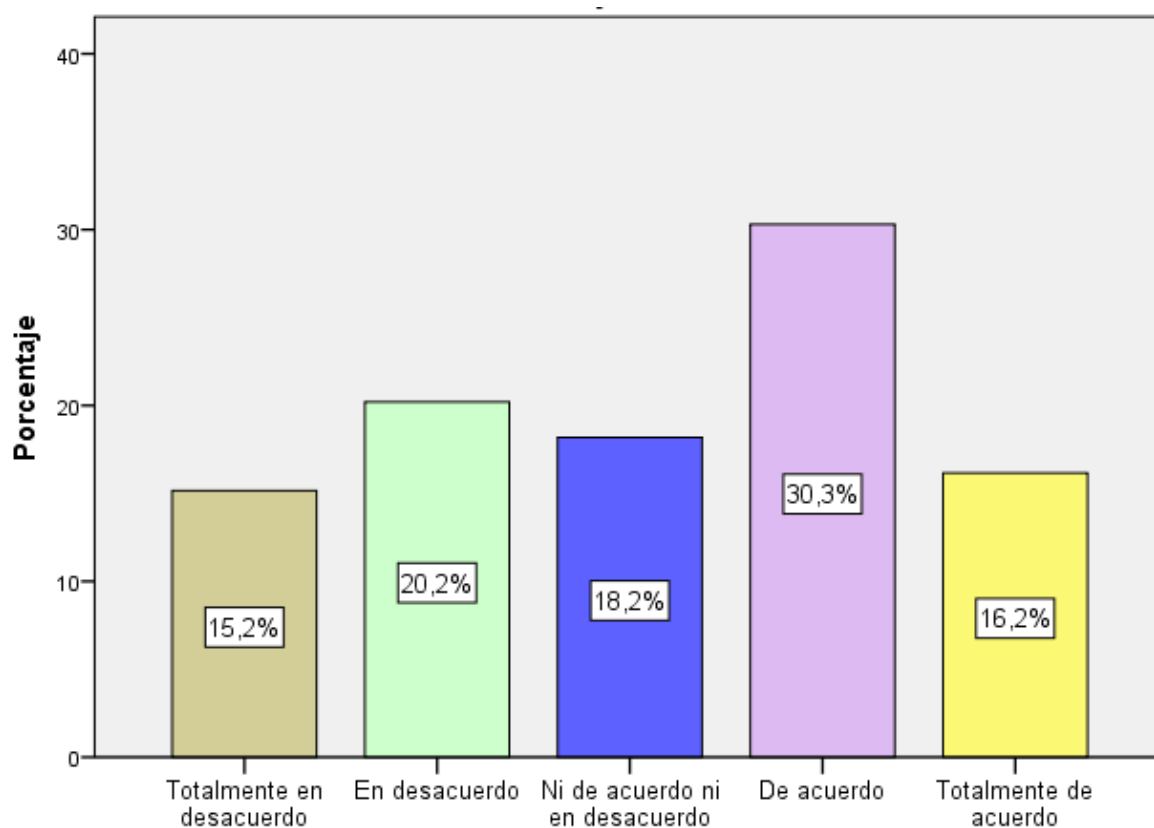
Figura 115: Siente que su capacidad le permite desenvolverse de manera eficaz y eficiente

- Se observa que el mayor porcentaje 26,3% de encuestados están de acuerdo y en desacuerdo que se desenvuelven eficaz y eficientemente y, el menor porcentaje 11,1% de encuestados están totalmente de acuerdo.

Tabla 24: Los conflictos entre trabajadores son frecuentes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	15,2	15,2	15,2
En desacuerdo	8	20,2	20,2	35,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	18,2	18,2	53,5
De acuerdo	11	30,3	30,3	83,8
Totalmente de acuerdo	6	16,2	16,2	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera



➤ Figura 26: Los conflictos entre trabajadores son frecuentes

mayor porcentaje 30,3% están de acuerdo que los conflictos entre trabajadores son frecuentes y, el menor porcentaje 15,2% de encuestados están totalmente en desacuerdo que los conflictos entre trabajadores son frecuentes.

Tabla 25: Se identifica con la institución donde usted labora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	17,2	17,2	17,2
	En desacuerdo	8	22,2	22,2	39,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	18,2	18,2	57,6
	De acuerdo	12	30,3	30,3	87,9
	Totalmente de acuerdo	5	12,1	12,1	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

- Se observa que el mayor porcentaje 30,3% está de acuerdo que se identifica con la institución y, el menor porcentaje 12,1% de encuestados está totalmente de acuerdo con su identificación.

Tabla 26: Considera usted que tiene la suficiente autonomía en su trabajo

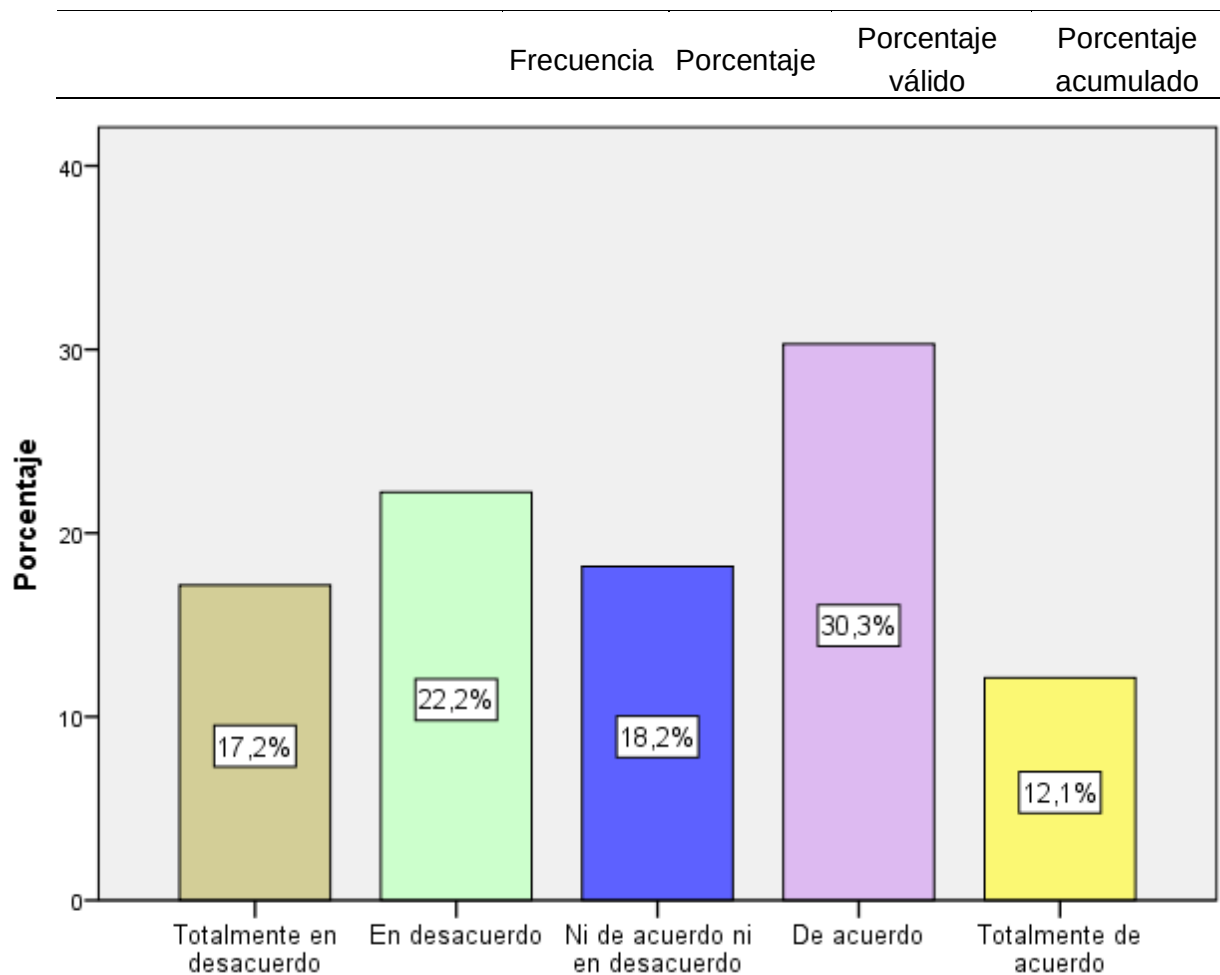


Figura 27: Se identifica con la institución donde usted labora

Válido	Totalmente en desacuerdo	5	13,1	13,1	13,1
	En desacuerdo	10	25,3	25,3	38,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	23,2	23,2	61,6
	De acuerdo	9	24,2	24,2	85,9
	Totalmente de acuerdo	5	14,1	14,1	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

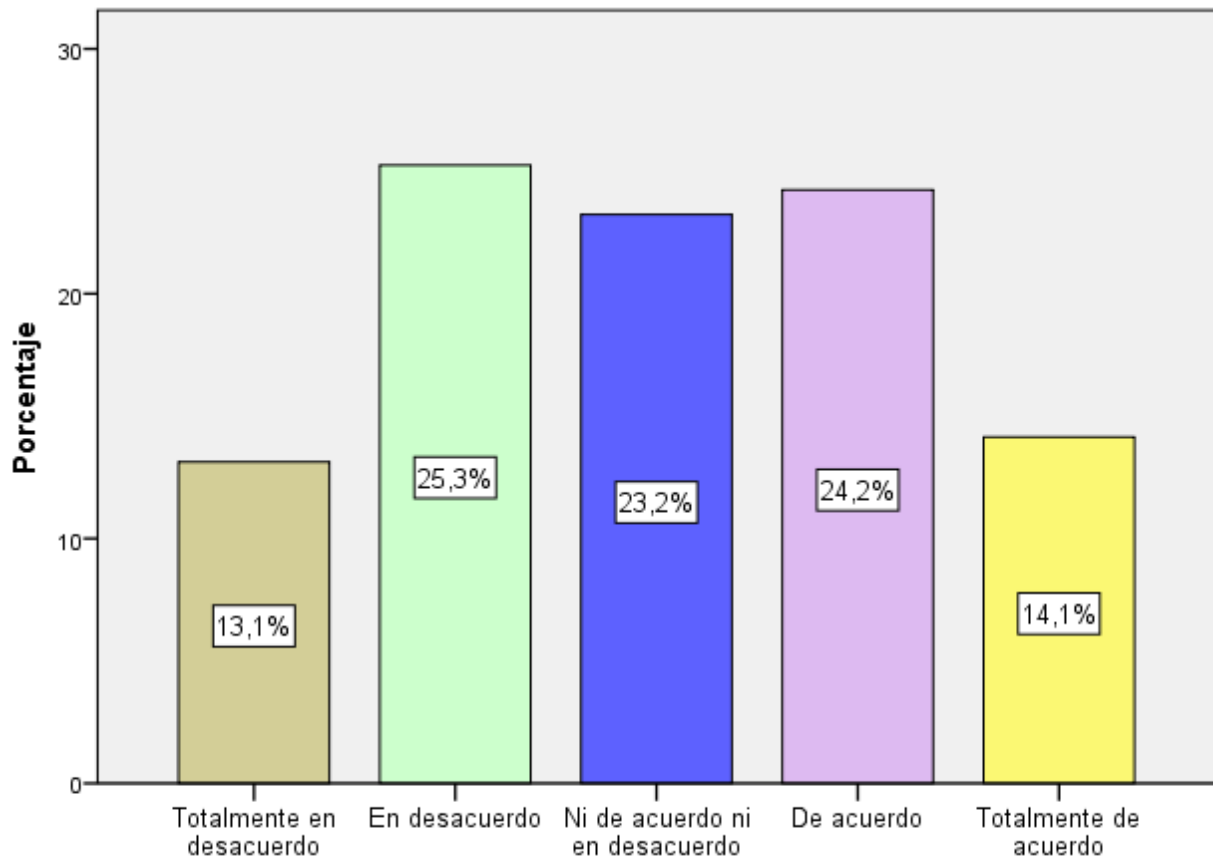


Figura 28: Considera usted que tiene la suficiente autonomía en su trabajo

- Se observa que el mayor porcentaje 25,3% de encuestados está en desacuerdo que tienen la suficiente autonomía y, 13,1% están totalmente en desacuerdo que tienen la suficiente autonomía en sus labores.

Tabla 27: Conoce con exactitud todas las tareas, actividades y funciones que debe realizar en su cargo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	15,2	15,2	15,2
En desacuerdo	8	20,2	20,2	35,4
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	16,2	16,2	51,5
De acuerdo	10	27,3	27,3	78,8
Totalmente de acuerdo	8	21,2	21,2	100,0

Total	38	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

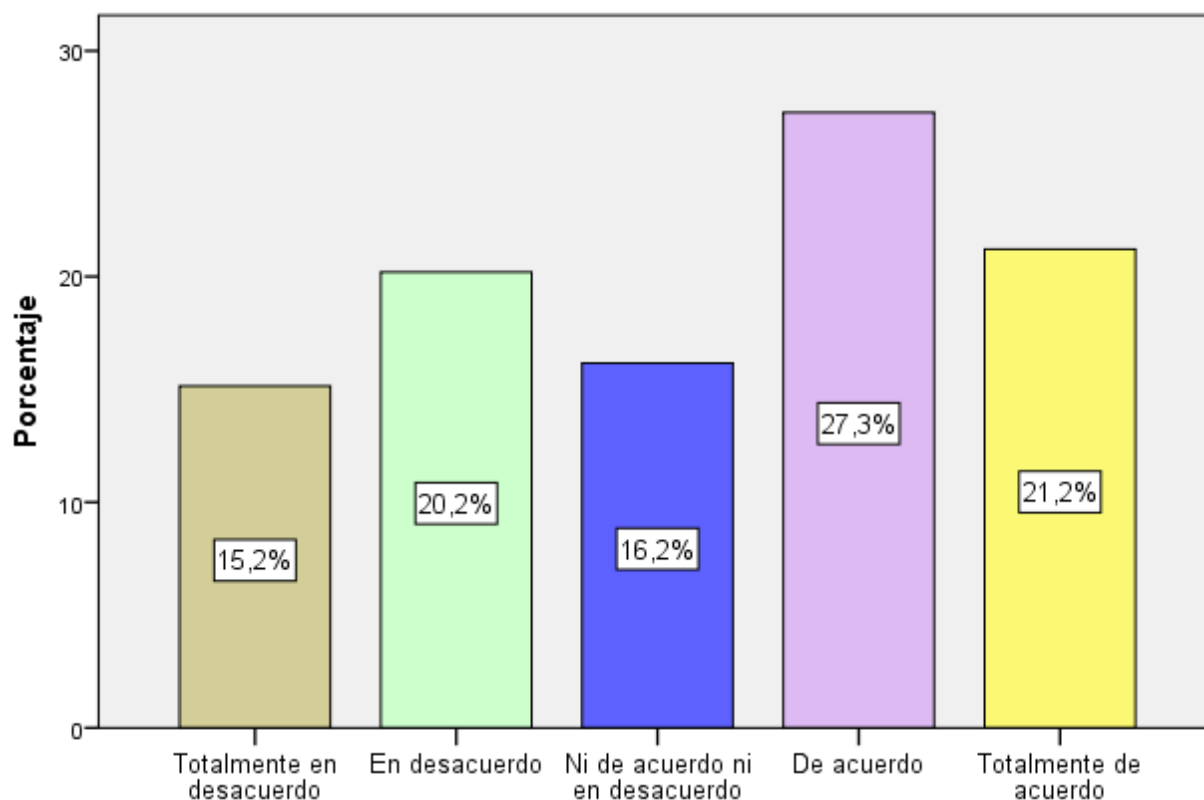


Figura 129: Conoce con exactitud todas las tareas, actividades y funciones que debe realizar en su cargo

- El mayor porcentaje 27,3% de encuestados están de acuerdo en conocer bien sus actividades, tareas y funciones, el menor porcentaje 15,2% está totalmente en desacuerdo de su conocimiento.

Tabla 28: Se obtiene la remuneración indicada por el trabajo que realiza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	20,2	20,2	20,2
En desacuerdo	9	23,2	23,2	43,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	15,2	15,2	58,6
De acuerdo	10	25,3	25,3	83,8
Totalmente de acuerdo	6	16,2	16,2	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

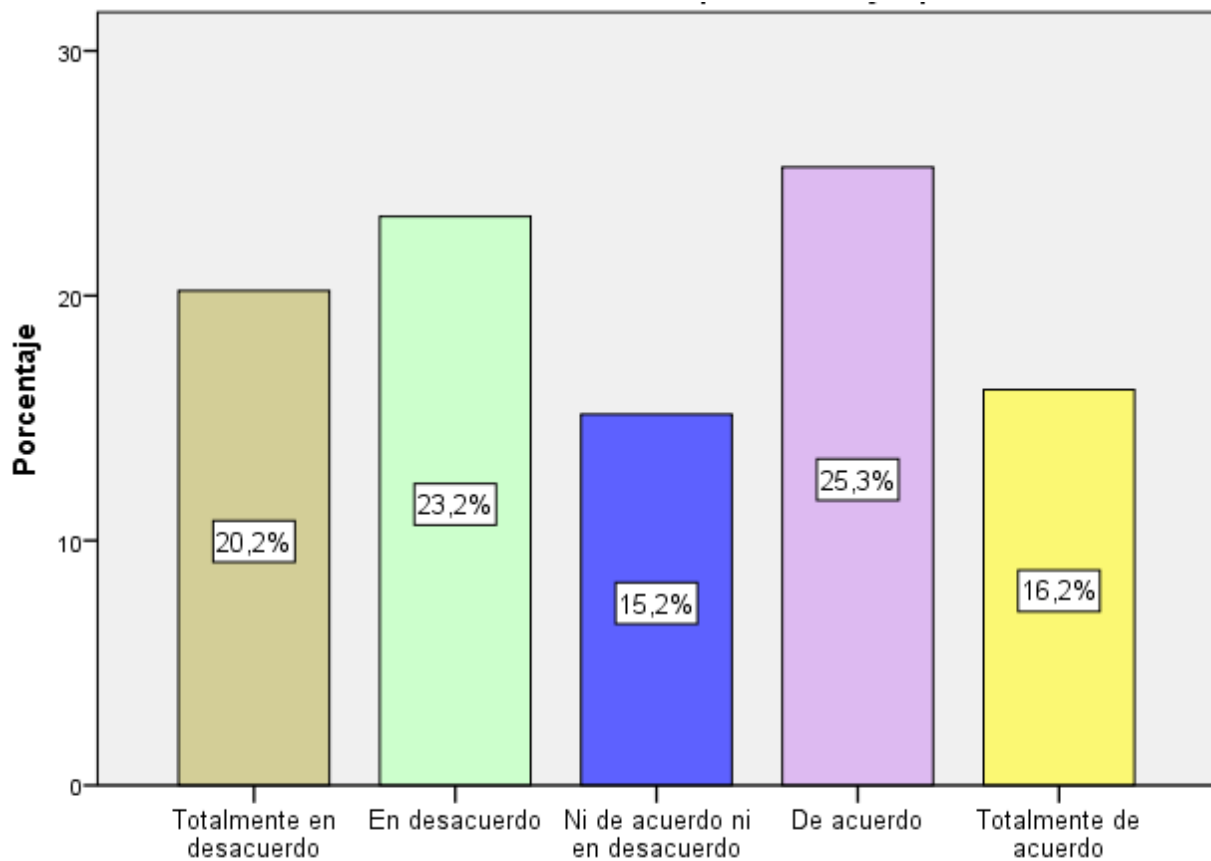


Figura 30: Se obtiene la remuneración indicada por el trabajo que realiza

- El mayor porcentaje 25,3% de encuestados están de acuerdo que se obtiene la remuneración indicada por el trabajo que realizan y, el menor porcentaje 15,2% están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 29: La empresa le asigna trabajos que representa retos para usted

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	21,2	21,2	21,2
En desacuerdo	13	35,4	35,4	56,6
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	16,2	16,2	72,7
De acuerdo	8	20,2	20,2	92,9
Totalmente de acuerdo	3	7,1	7,1	100,0

Total	38	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

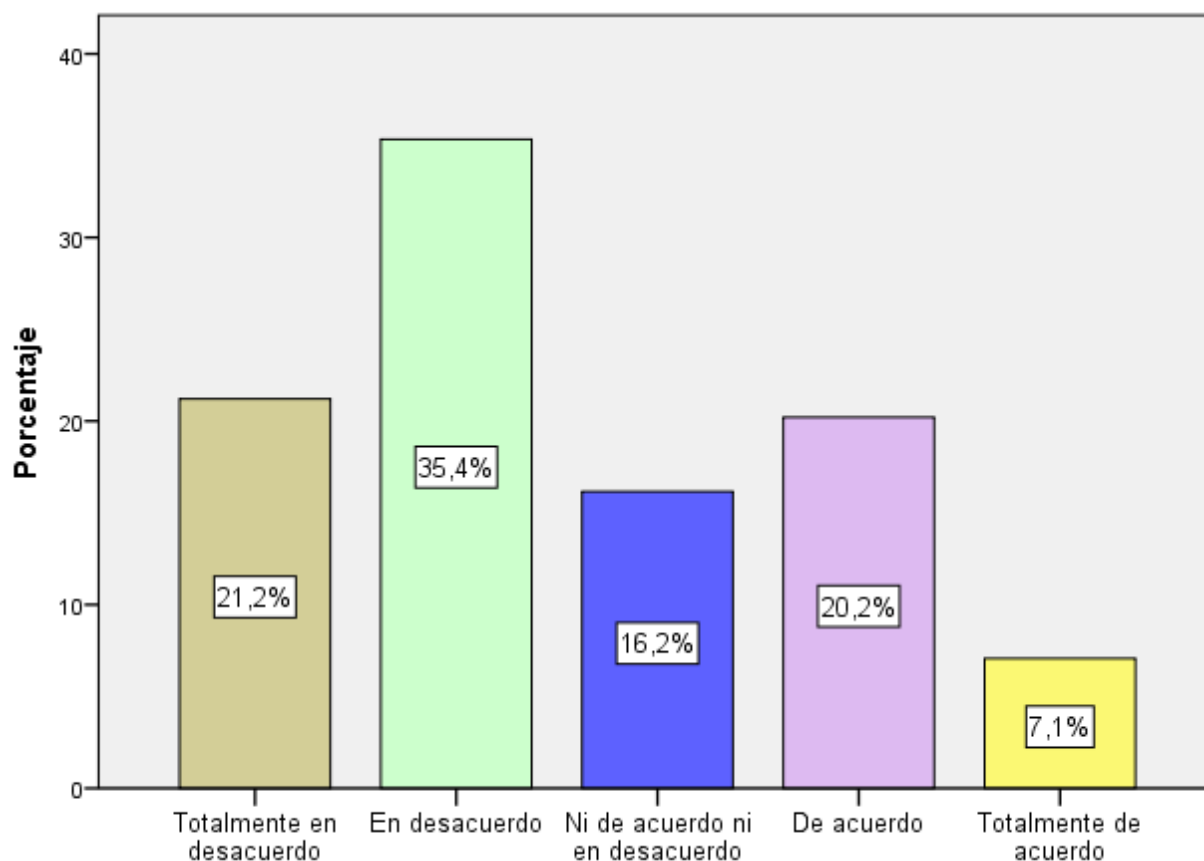


Figura 31: La empresa le asigna trabajos que representa retos para usted

- El mayor porcentaje 35,4% de encuestados están en desacuerdo que la empresa les asigna trabajos que representa retos para ellos (as) y el menor porcentaje 7,1% están totalmente de acuerdo que la empresa les asigna trabajos que representa retos para ellos (as).

Tabla 30: Usted logra sus objetivos en el tiempo establecido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	12,1	12,1	12,1
En desacuerdo	10	26,3	26,3	38,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	27,3	27,3	65,7
De acuerdo	9	24,2	24,2	89,9

Válido

Totalmente de acuerdo	4	10,1	10,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

Fuente: colaboradores de una empresa hotelera

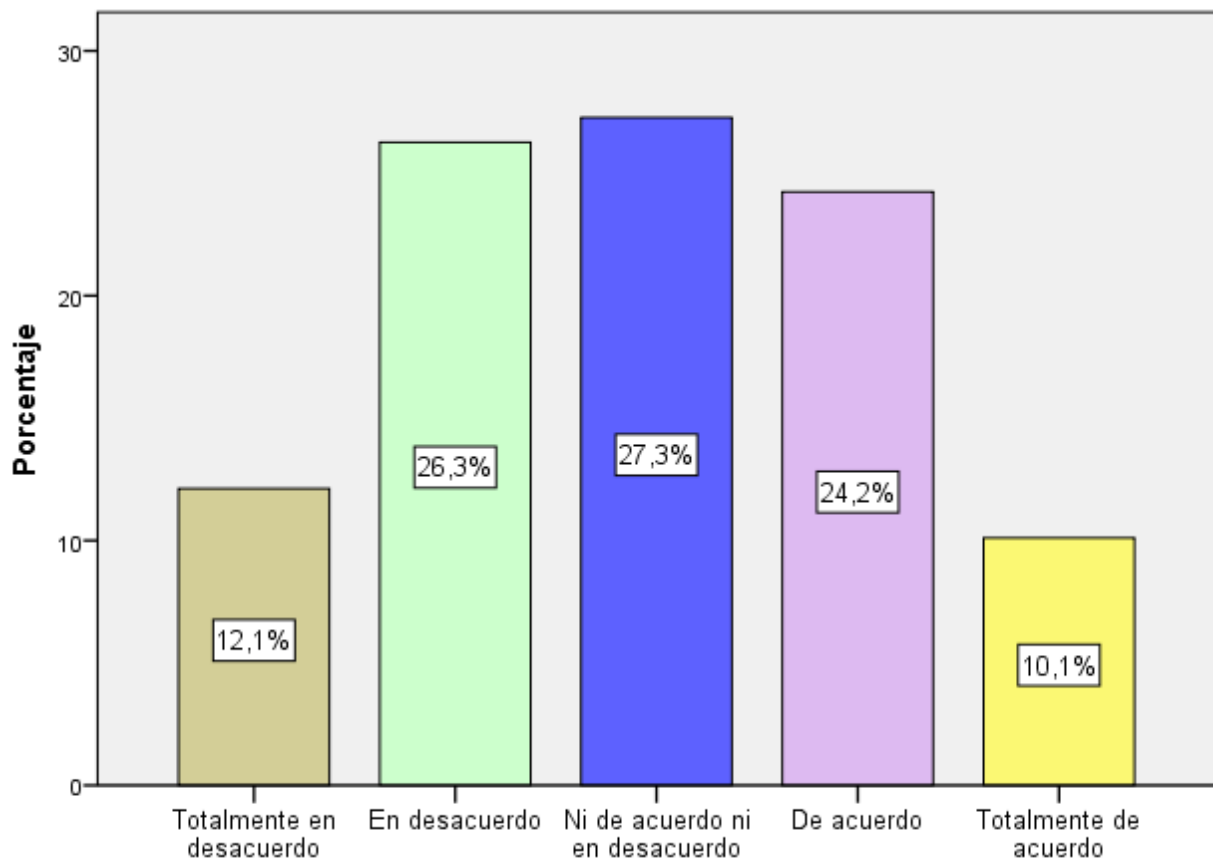


Figura 32: Usted logra sus objetivos en el tiempo establecido

- El mayor porcentaje 27,3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo que logran sus objetivos en el tiempo establecido y, el menor porcentaje 10,1% de encuestados están totalmente de acuerdo que logran sus objetivos en el tiempo establecido.

PRUEBA DE HIPOTESIS

Se realizó mediante Rho de Spearman, si:

Sig. < 0,05 Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula

Sig. > 0,05 Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

			Comunicación Organizacional	Clima Laboral
	Comunicación Organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,684**
		Sig. (bilateral)	.	,000
Rho de Spearman		N	38	38
	Clima Laboral	Coefficiente de correlación	,684**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	38	38

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

Tabla 1: Prueba de hipótesis

La tabla muestra Rho de Spearman 0,684, obteniéndose un nivel de correlación positiva media, es significativa porque Sig. es $0,00 < 0,05$ por lo tanto si existe relación, aceptándose que a una mejor comunicación organizacional entre colaboradores se tiene un favorable clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén en el 2019.

Discusión de resultados

Los resultados encontrados ponen de manifiesto que la comunicación organizacional en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, según la tabla N° 30, muestra que 71% de los trabajadores menciona que la comunicación es regular, resultado diferente al de Berryman (2018) quien encontró satisfacción con la comunicación; semejante a la investigación de Anderson (2018) y Balarezo, (2016), encontrándose que la comunicación influye sobre la productividad y el desarrollo organizacional, de la misma manera en las actitudes de los individuos;

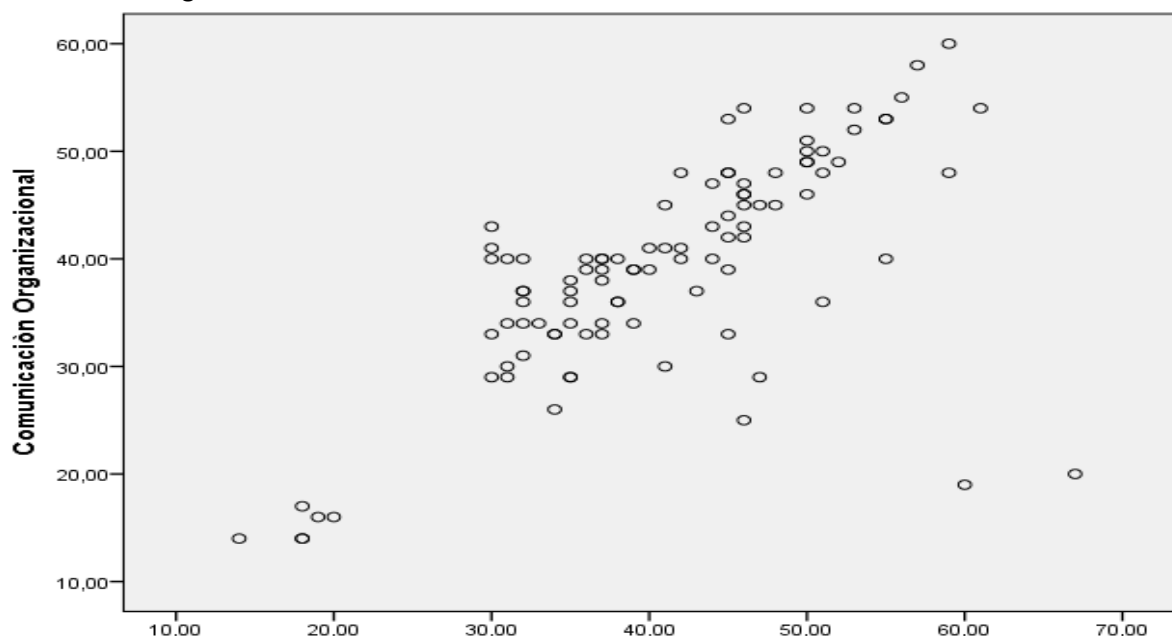


Figura 33: relación entre las variables

asimismo, los trabajadores en buen número de la empresa desconocen los tipos de comunicación, calificando como regular los medios por los que se comunican internamente. Los resultados reafirman la teoría de comunicación establecida por Robbins y Coulter (2014) quienes aseveran que existen barreras de comunicación y una de ellas es que los trabajadores no manejan una comunicación efectiva en el trabajo lo cual genera malos entendidos entre los colaboradores de la empresa.

Los resultados del estudio en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén indican que la comunicación organizacional no es del todo buena, ya que el 31% considera que no es del todo sincera entre compañeros de trabajo; estos resultados coinciden con los de Cavero (2019) en la cual encontró escasa comunicación descendente que contribuyen al estrés, negativas actitudes y conflictos los cuales afectan al ambiente laboral, surgiendo la necesidad de formular estrategias que mejore el clima de la institución. Dichos resultados concuerdan con lo establecido por Sanz (2011) quien sostiene que la comunicación horizontal, vertical y entre los individuos de diferente jerarquía, son los que constituyen la base de los flujos de información; y García (2011) considerando que muchas de las veces, las emociones y sentimientos de quién emite o recibe el mensaje genera mala comunicación entre trabajadores.

Los resultados encontrados en la investigación, muestran que el clima laboral en la empresa hotelera es regular, dichos resultados difieren de los encontrados por Macías (2019), quien encontró un clima bueno a diferencia de la presente en la cual se encontró diversas debilidades como conflictos, escasa relación, colaboración y autonomía, insuficientes retos y logro de objetivos. Por lo contrario son similares a Soto (2019) al encontrar un nivel medio de clima laboral derivado de la regular comunicación. Se corrobora lo descrito Litwin y Stinger (1998), citado por Gan y Triginé (2012) y Castillo (2006) al señalar que el clima organizacional, es un vínculo o de lo contrario un obstáculo para que los trabajadores realicen un efectivo desempeño, como también un factor que influye en el comportamiento de los que conforman la organización.

Los resultados obtenidos en la investigación, demuestran que el clima laboral según la tabla N° 31% es regular, similar resultado al de Cotrina (2017) al hallar desfavorable clima laboral por lo negativo como la comunicación y

conflictos, existiendo factores que afectan como cooperación. Los hallazgos reafirman la teoría establecida por Bordas (2016) quien considera que el clima laboral se ve afectado por la conflictividad y que trae consigo poca cooperación entre compañeros de trabajo, incrementando las quejas de los clientes como se aprecia en la realidad de estos hoteles.

Se encontró que la comunicación organizacional y el clima organizacional se relacionan según lo establece la contratación de hipótesis, la cual indica que el Coeficiente del Rho de Spearman es de 0,684, siendo un nivel de correlación positiva media. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas). Se acepta la hipótesis porque $\text{Sig. Es } 0.01 < 0,05$ existiendo relación, aceptándose que a una mejor comunicación organizacional entre colaboradores se tiene un favorable clima laboral en una empresa hotelera de la ciudad de Jaén en el 2019.

V. CONCLUSIONES

Después de haber desarrollado el presente trabajo de investigación he arribado a las siguientes conclusiones:

1. Se identificó que existe una regular comunicación organizacional, ya que no existen idóneos flujos de comunicación horizontal, vertical y oblicua los cual está incidiendo de forma contraproducente en la organización, lo acontecido genera que los trabajadores no se logren comunicar de forma efectiva.

2. Se identificó que la percepción que tienen los colaboradores del clima laboral presente es regular, ya que no existe cooperación laboral entre compañeros de trabajo por la falta de políticas de trabajo cimentadas de parte de los directivos.

3. Se identificó que el nivel de correlación es media y al ser la significancia menor al margen de error, existe relación positiva y significativa entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores en la empresa hotelera de la ciudad de Jaén, aceptándose la hipótesis alterna; por lo tanto es visible la relación entre las variables de estudio por lo que a un mejor clima organizacional favorable será la comunicación entre empleador y trabajadores, elementos esenciales para llevar acabo con eficiencia las labores cotidianas.

VI. RECOMENDACIONES

Después de haber expuesto las conclusiones del presente trabajo de investigación recomiendo lo siguiente:

Se recomienda desarrollar un plan de comunicación organizacional donde se establezca programas de comunicación formal, informal y asertiva, que les permitan a los colaboradores practicar una mejor comunicación la cual incida en las buenas relaciones entre compañeros de trabajo y coadyuve a la organización a mejorar la atmosfera laboral.

Se recomienda al área de recursos humanos, desarrollar sesiones de coaching que les permita a los trabajadores mejorar de forma integral el clima laboral, ya que esta herramienta permite realizar una mejora holista de la situación del ambiente dentro de la empresa en estudio.

Se recomienda desarrollar investigación de tipo aplicativa con el fin de mejorar la situación referente a la comunicación organizacional y el clima laboral, ya que estos conceptos estudiados se relacionan de forma directa, lo cual generaría un aporte importante para las organizaciones hoteleras de la ciudad de Jaén.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Anderson, P. (2018). *Estrategia de competencias gerenciales y comunicación organizacional interna en el sector hotelero de 3 y 4 estrellas de Cajamarca*. (Tesis doctorado). Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Recuperada de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/713/TESIS%20-%20Carlos%20Enrique%20Anderson%20Puyen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade, H. (2010). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Editor Netbiblo.
- Arcín, A. y Espinosa, T. (2017). La relación entre la comunicación interna y el clima laboral: Estudio de Caso en Pymes de la ciudad de Guayaquil. *Podium*, 65(1), 65-77. Recuperado de <file:///C:/Users/Ricardo/Downloads/79-148-1-SM.PDF>
- Berryman, R. (2018). *Propuesta de mejora de la comunicación interna en una entidad hotelera*. (Tesis de maestría). Universitat de les Illes Balears. Recuperada de https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/146294/tfm_2016-17_MRH2_lbr615_911.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bordas, M. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Universidad Nacional de Educación a Distancia. España
- Castillo, J. (2006). *Administración de personal*. 2ed. Ediciones ECOE. Colombia.
- Cavero, E. (2019). *La comunicación interdepartamental y su repercusión en la calidad del servicio en hoteles de segmento corporativo en Lima – 2019*. (Tesis de maestría). Universidad San Martín de Porres. Recuperada de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4991/CHAVEZ_CP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cotrina, C. (2017). *Diseño de un modelo de gestión de clima laboral en la empresa Hotel & Centro de Convenciones La Hacienda-Cajamarca S.R.L. para mejorar la satisfacción laboral*. (Tesis pre grado). Universidad Privada

del Norte. Recuperada de
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13049/Cotrina%20Ca%20lder%20c3%b3n%20Esgar%20lv%20c3%a1n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cueva, S y Ponce, E. (2018). *Clima organizacional y satisfacción laboral del profesional de enfermería de centro quirúrgico del hospital nacional Daniel Alcides Carrión, 2018*. (Tesis pre grado). Universidad Nacional del Callao, Lima. Recuperado de
[http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/3581/PONCE%20Y%20CUEVA TESIS POSGRADO 2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/3581/PONCE%20Y%20CUEVA%20TESIS%20POSGRADO%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Da Silva, L. (2000). *El proceso participativo para la mejora del clima organizacional de una empresa bancaria*. Universidad Federal de Santa Catarina. Brazil

Davis, K. y Newstrom, J. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo*. Recuperado de
https://www.academia.edu/36178675/Comportamiento_Humano_en_el_Trabajo_Newstrom

Gan, F. & Triginé, J. (2012). *Clima laboral*. Editorial Díaz de Santos. Colombia

García, J. (2011). *La comunicación interna*. Ediciones Díaz de Santos. Colombia.

Hernández, R. Fernández, C & Baptista P (2014). *Metodología de la investigación científica*. 6 ed. México: MacGraw Gil Education.

Koontz, H. Weirich, H. y Cannice, M. (2012). *Administración*. Una perspectiva global y empresarial. 14ed. McGrall-Hill. México.

Macías, B. (2019). *Diagnóstico del clima organizacional del Hotel Cabañas Balandra ubicado en la Ciudad de Manta*. (Tesis pre grado). Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador. Recuperada de
<https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2266/1/ULEAM-ADM-0068.pdf>

Martínez, M., Hernández, G., Torres-Flórez, D., García, V., y Montaña, A. (2018). La realidad comunicacional, liderazgo y clima laboral de la

- pequeña empresa industrial textil en el Estado de Hidalgo. *Revista GEON*, 5(1), 76-90. Recuperado de <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/15/9>
- Palma, S. (2006). *Escala clima laboral CL-SPC manual*. Editor Cartolan. Perú.
- Quiñones, E. E. (2017). *Relación de la comunicación organizacional interna en el clima organizacional en la Gerencia de Producción Griferías de la Empresa VSI Industrial*. (Tesis pre grado). Universidad San Martín de Porres. Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3244/3/quinones_eev.pdf
- López-Roldán, P., y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf
- Rendón-Macías ME, Villasís-Keever MÁ, Miranda-Novales MG. (2016). Estadística descriptiva. *Rev Alerg Mex*; 63(4); 397-407. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf>
- Roobins, S., y Coulter, M. (2014). *Administración*. 12ed. Pearson Education. México
- Soto, B. (2019). *Clima laboral y su relación con la satisfacción laboral en trabajadores de una empresa hotelera de Cajamarca*. (Tesis pre grado). Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Recuperada de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1107/5.%20SOTO%2c%20K.%20%282019%29.%20-%20INFORME%20DE%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vargas, M., y Chávez, G. (2019). *Clima laboral: ¿qué impacto tiene en las empresas?* Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/09/clima-laboral-que-impacto-tiene-en-las-empresas/>

ANEXOS

ANEXO 1

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DEL AUTOR

El que suscribe Bach. WAGNER SMITH CÓRDOVA VANCES con código de estudiante de la Facultad de Comunicación Empresa y Negocio, Escuela de Administración y Finanzas, declaro ser autor de la Tesis denominada LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA HOTELERA EL RAYMI DE LA CIUDAD DE JAÉN, 2019; la cual presento a la Universidad Particular de Chiclayo para obtener el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.


Wagner Smith Córdova Vances

ANEXO 2

DECLARACION JURADA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

El que suscribe Dr. Sebastián Ramón Llontop Docente en la Facultad de Comunicación Empresa y Negocio, Escuela de Administración y Finanzas, declaro ser el asesor y señalo la autenticidad de la Tesis denominada LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA HOTELERA EL RAYMI DE LA CIUDAD DE JAEN, 2019; la cual se presenta a la Universidad Particular de Chiclayo para que el Bachiller WAGNER SMITH CORDOVA VANCES obtenga el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.



Dr. Sebastian Raman LLontop

ANEXO 3

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable dependiente	Definición Teórica	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N°	Medición	Inst.	Informantes
Comunicación organizacional	Transmisión de información y el entendimiento entre individuos por medio de símbolos con significados. García (2011)	Es el área estratégica de planificación en el marco de una empresa. Una buena estrategia de comunicación contribuye a una empresa de éxito.	Comunicación Horizontal	Comunicación entre pares	1	Buena 51 – 70 Regular 33 – 50 Mala 14 - 32	C u e s t i o n a r i o	Colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén
					2			
					3			
					4			
					5			
			Comunicación Vertical	Comunicación con inmediatos superiores	6			
					7			
					8			
					9			
					10			
			Comunicación Oblicua	Comunicación entre áreas	11			
					12			
					13			
					14			

Variable independiente	Definición teórica	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N°	Medición	Inst.	Informantes
Clima Laboral	Condiciones atmosféricas que caracterizan a cierto territorio geográfico. Ambiente, situación, contexto. Gan y Triginé (2012)	Ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente.	Ambiente	Estructura	1	Favorable 51 – 70 Regular 33 – 50 Desfavorable 14 - 32	C u e s t i o n a r i o	Colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén
				Relaciones	2			
					3			
				Cooperación	4			
					5			
				Estándares	6			
					7			
				Conflictos	8			
				Identidad	9			
			Desempeño	Responsabilidad	10			
					11			
				Recompensa	12			
				Desafíos	13			
					14			

ANEXO 4

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ENCUESTA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

N°	ITEMS	RESPUESTAS				
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	Existe calidez en la comunicación entre compañeros de trabajo.					
2	La comunicación con los compañeros del mismo nivel es sincera					
3	Se relaciona oportunamente entre compañeros del mismo nivel en la institución					
4	Los colaboradores saben escucharse entre si					
5	Existe buena comunicación entre compañeros de trabajo lo cual permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales.					
6	Se puede comunicar con el administrador de la misma manera que el (ella) se comunica con usted					
7	Se respeta la jerarquía como parte de la comunicación					
8	Utiliza algún dispositivo tecnológico para comunicarse con su superior					
9	Sus opiniones y sugerencias son escuchadas por su superior					
10	La comunicación viene de arriba hacia abajo con poca oportunidad para revisar, evaluar o recomendar correcciones o mejoras					
11	Usted se comunica con un jefe distinto al de su					

	área para realizarle consultas de trabajo					
12	Cree que la comunicación diagonal promueve la coordinación en el hotel					
13	Cree que es buena la comunicación entre diferentes área de trabajo					
14	Considera que la comunicación oblicua fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución					

Encuesta clima laboral

N°	ITEMS	RESPUESTAS				
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	Su trabajo lo realiza por iniciativa sin sentirse obligado por su jefe inmediato					
2	La relación entre compañeros de trabajo es agradable					
3	Las relaciones jefe – trabajador, tienden a ser agradables.					
4	Siente que entre compañeros de trabajo hay colaboración que permite obtener mejores resultados					
5	Recibe usted algún tipo de apoyo por parte de la administración					
6	Supera los parámetros establecidos por parte de la empresa					
7	Siente que su capacidad le permite desenvolverse de manera eficaz y eficiente					
8	Los conflictos entre trabajadores son frecuentes					
9	Se identifica con la institución donde usted labora					
10	Considera usted que tiene la suficiente autonomía en su trabajo					
11	Conoce con exactitud todas las tareas, actividades y funciones que debe realizar en su cargo					
12	Se obtiene la remuneración indicada por el trabajo que realiza					
13	La empresa le asigna trabajos que representa					

	retos para usted					
14	Usted logra sus objetivos n el tiempo establecido					

ANEXO 5

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019?	Determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y el clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019	A una mejor comunicación organizacional entre colaboradores se tiene un favorable clima laboral en una empresa hotelera de la ciudad de Jaén en el 2019.	Variable 1 Comunicación organizacional Comunicación entre pares Comunicación con inmediatos superiores Comunicación entre áreas	Cuantitativa, pues se empleó la estadística para medir los resultados de manera concluyente.	No experimental porque observa fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.	La población de estudio está conformada por 38 colaboradores que laboran en una empresa hotelera de la ciudad de Jaén en el 2019.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	Variable 2			MUESTRA
a) ¿Qué nivel de comunicación organizacional existe en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019?; b) ¿Cuál es el nivel de percepción del clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019?; y c) ¿Cuál es	a) Identificar el nivel de comunicación organizacional que existe en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén en el 2019. b) Identificar el nivel de percepción del clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019; y c)	a) Es bajo el nivel de comunicación organizacional en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019. b) Es desfavorable, el clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019; y c) El nivel de correlación es alta entre la	Clima Laboral Estructura Relaciones Cooperación Estándares Conflictos Identidad Responsabilidad Recompensa Desafíos			Por no ser extensa se tomó a toda la población, es decir a los 38 colaboradores

el nivel de correlación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019?	Identificar el nivel de relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019.	comunicación organizacional y el clima laboral en los colaboradores de la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, en el 2019.				
INSTRUMENTOS				MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS		
2 cuestionarios: para comunicación organizacional y clima laboral				Descriptivo: para el procesamiento de los datos se utilizó tablas propias de la estadística descriptiva, lo cuales fueron procesados con el programa estadístico IBM, SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versión 22, el instrumento utilizado fue la encuesta. Análisis Inferencial. Para comprobar la hipótesis de investigación se utilizó correlación de Rho de Spearman.		

Anexo 6

Validación de expertos

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS

FICHA TECNICA / OPINION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Barbosa Ecuva
Susan Ipeana
 1.2. CARGO: Docente Universidad Nacional de Jaén
 1.3. INSTITUCION O CENTRO LABORAL: Universidad Nacional de Jaén
 1.4. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Comunicación Organizacional
 1.5. TITULO DE LA INVESTIGACION: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA HOTELERA EL RAYMI DE LA CIUDAD DE JAÉN, 2019.

1.6. AUTOR: WAGNER SMITH CORDOVA VANCES

II. ASPECTOR A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEF	REG	B	MB	EX
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y mejora continua				X	
ORGANIZACION	Se nota organización lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la competitividad				X	
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teóricos científicos				X	
COHERENCIA	Entre variables, dimensiones e indicadores				X	
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación				X	
	PROMEDIO				80	

DEF: DEFICIENTE 00% - 20%
 REG: REGULAR 21% - 40%
 B: BUENO 41% - 60%
 MB: MUY BUENO 61% - 80%
 EX: EXCELENTE 81% - 100%

II. PROMEDIO DE VALIDACION

Valor en números 80 %

Valor en letras ochenta %

V. OPINION DE APLICABILIDAD

☒ El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS

FICHA TÉCNICA / OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: RIVERA TANTACHUCA RICARDO
- 1.2. CARGO: DIRECTOR RRHH - DOCENTE UNTAM.
- 1.3. INSTITUCIÓN O CENTRO LABORAL: DIRECCIÓN DE SALUD JAEN
UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA
- 1.4. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
- 1.5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA HOTELERA EL RAYMI DE LA CIUDAD DE JAEN, 2019.
- 1.6. AUTOR: WAGNER SMITH CORDOVA VANCES

II. ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEF	REG	B	MB	EX
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y mejora continua				X	
ORGANIZACIÓN	Se nota organización lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la competitividad				X	
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teóricos científicos				X	
COHERENCIA	Entre variables, dimensiones e indicadores				X	
METODOLOGÍA	Responde a los propósitos de la investigación				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación				X	
	PROMEDIO				80	

DEF: DEFICIENTE 00% - 20%
 REG: REGULAR 21% - 40%
 B: BUENO 41% - 60%
 MB: MUY BUENO 61% - 80%
 EX: EXCELENTE 81% - 100%

III. PROMEDIO DE VALIDACION

Valor en números.....80.....%

Valor en letras.....OCHENTA.....%

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

☒ El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS

FICHA TECNICA / OPINION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Santa Cruz, Mera
Hermilinda
- 1.2. CARGO: Jefe logística
- 1.3. INSTITUCION O CENTRO LABORAL: UNEL
- 1.4. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Comunicación Organizacional
- 1.5. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA HOTELERA EL RAYMI DE LA CIUDAD DE JAÉN, 2019.
- 1.6. AUTOR: WAGNER SMITH CORDOVA VANCES

II. ASPECTOR A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEF	REG	B	MB	EX
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y mejora continua				X	
ORGANIZACION	Se nota organización lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la competitividad				X	
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos técnicos científicos				X	
COHERENCIA	Entre variables, dimensiones e indicadores				X	
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación				X	
	PROMEDIO				80	

DEF: DEFICIENTE 00% - 20%
 REG: REGULAR 21% - 40%
 B: BUENO 41% - 60%
 MB: MUY BUENO 61% - 80%
 EX: EXCELENTE 81% - 100%

III. PROMEDIO DE VALIDACION

Valor en números 8.0.....%

Valor en letras Ocho con 0/10.....%

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

☒ El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "H. Kaufman", is written over the signature line.

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS

FICHA TECNICA / OPINION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: RIQUEZA TANTACONCO
RICARDO
- 1.2. CARGO: DIRECTOR PRMA - DOCTOR UDAYM
- 1.3. INSTITUCION O CENTRO LABORAL: DIRECCION DE SALUD JAEN -
UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA
- 1.4. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CLIMA LABORAL
- 1.5. TITULO DE LA INVESTIGACION: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL
CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA HOTELERA EL RAYMI DE LA CIUDAD
DE JAÉN, 2019.

1.6. AUTOR: WAGNER SMITH CORDOVA VANCES

II. ASPECTOR A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEF	REG	B	MB	EX
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y mejora continua				X	
ORGANIZACION	Se nota organización lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la competitividad				X	
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teóricos científicos				X	
COHERENCIA	Entre variables, dimensiones e indicadores				X	
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación				X	
	PROMEDIO				60	

DEF: DEFICIENTE 00% - 20%
REG: REGULAR 21% - 40%
B: BUENO 41% - 60%
MB: MUY BUENO 61% - 80%
EX: EXCELENTE 81% - 100%

III. PROMEDIO DE VALIDACION

Valor en números.....⁸⁰.....%

Valor en letras.....^{OCHENTA}.....%

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

☒ El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS

FICHA TECNICA / OPINION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Barbara Lueva
Susan Iroana
- 1.2. CARGO: Docente
- 1.3. INSTITUCION O CENTRO LABORAL: Universidad Nacional
de Jaen
- 1.4. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Clima Laboral
- 1.5. TITULO DE LA INVESTIGACION: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA HOTELERA EL RAYMI DE LA CIUDAD DE JAÉN, 2019.
- 1.6. AUTOR: WAGNER SMITH CORDOVA VANCES

II. ASPECTOR A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEF	REG	B	MB	EX
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y mejora continua				X	
ORGANIZACION	Se nota organización lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la competitividad				X	
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teóricos científicos				X	
COHERENCIA	Entre variables, dimensiones e indicadores				X	
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación				X	
	PROMEDIO				80	

DEF: DEFICIENTE 00% - 20%
 REG: REGULAR 21% - 40%
 B: BUENO 41% - 60%
 MB: MUY BUENO 61% - 80%
 EX: EXCELENTE 81% - 100%

III. PROMEDIO DE VALIDACION

Valor en números 80 %

Valor en letras ochenta %

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

☒ El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS

FICHA TECNICA / OPINION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Santa Cruz Mera
Hermilzao
- 1.2. CARGO: Jefe de Logística
- 1.3. INSTITUCIÓN O CENTRO LABORAL: UGEL
- 1.4. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Clima laboral
- 1.5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA HOTELERA EL RAYMI DE LA CIUDAD DE JAÉN, 2019.
- 1.6. AUTOR. WAGNER SMITH CORDOVA VANCES

II. ASPECTOR A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEF	REG	B	MB	EX
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y mejora continua				X	
ORGANIZACION	Se nota organización lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la competitividad				X	
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teóricos científicos				X	
COHERENCIA	Entre variables, dimensiones e indicadores				X	
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación				X	
	PROMEDIO				<u>80</u>	

DEF: DEFICIENTE 00% - 20%
 REG: REGULAR 21% -40%
 B: BUENO 41% - 60%
 MB: MUY BUENO 61% - 80%
 EX: EXCELENTE 81% - 100%

III. PROMEDIO DE VALIDACION

Valor en números 90 %

Valor en letras noventa %

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

☒ El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Anexo 7

Autorización

Hoteles “El Raymi” SRL.

Autorización

El que suscribe, Gerente General de Hoteles el Raymi, he recibido la información por lo cual autoriza a Wagner Smith Córdova Vances, a realizar la investigación “La comunicación organizacional y el clima laboral en la empresa hotelera el Raymi de la ciudad de Jaén, 2019”, la misma que será presentada a la Universidad Particular de Chiclayo para obtener el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas; asimismo, declaro que han sido invitados e informados los colaboradores acerca del trabajo a realizar otorgando su consentimiento.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para fin que corresponda.

Jaén, 20 de julio del 2019



Rogelio Vega Requejo
GERENTE GENERAL
Rogelio Vega Requejo
Gerente General

Anexo 8

Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan los niveles de mediación de las variables (p.305):

Niveles de correlación de las variables

<i>Valor</i>	<i>Significado</i>
-0.90	<i>Correlación negativa muy fuerte</i>
-0.75	<i>Correlación negativa considerable</i>
-0.50	<i>Correlación negativa media</i>
-0.25	<i>Correlación negativa débil</i>
-0.10	<i>Correlación negativa muy débil</i>
0	<i>No existe correlación alguna entre las variables</i>
+0.10	<i>Correlación positiva muy débil</i>
+0.25	<i>Correlación positiva débil</i>
+0.50	<i>Correlación positiva media</i>
+0.75	<i>Correlación positiva considerable</i>
+0.90	<i>Correlación positiva muy fuerte</i>
+1.00	<i>Correlación positiva perfecta</i>

Anexo 9

Fotografías

Realizando encuestas a colaboradores







