



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**TEMA**

**COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA  
ORGANIZACIONAL DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA  
MORENO EN EL CANTÓN LA LIBERTAD.**

**AUTOR**

**ROSALES SUÁREZ PAMELA VANESSA**

**TUTOR**

**ING. RODAS PÉREZ MANUEL ANTONIO, MGTR.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**SUB-LÍNEA**

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO**

**LA LIBERTAD, ECUADOR**

## **TEMA**

**COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA  
ORGANIZACIONAL DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA  
MORENO EN EL CANTÓN LA LIBERTAD.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta aquí, siendo un gran logro personal poder culminar mi etapa universitaria, llena de experiencias, aprendizaje y muchos conocimientos, agradezco a la Universidad Península de Santa Elena por abrirme las puertas de sus prestigiosas aulas y ser parte de esta bonita comunidad universitaria y ahora convertirme en una profesional en la comunicación, de la misma manera le agradezco a cada uno de los profesores por formar parte de nuestra formación en estos ocho semestres.

A mi familia por ser esa motivación diaria de seguir adelante y no desmayar, por brindarme el apoyo necesario en cada paso que daba, y por último le quiero agradecer a mis compañeros selectos de aula en especial a Alvaro, Evelyn, María Elena, Erick Vera, Ronny y Jazmín, por ser amigos en días buenos y también en día malos, y a cada una de las personas que fueron parte de este proceso que por circunstancias de la vida tomaron un rumbo diferente.

**Pamela Vanessa Rosales Suárez**

## **DEDICATORIA**

A toda mi familia, quienes han sido mi pilar fundamental en este arduo proceso, por siempre motivarme y no dejar que me rinda. A mi madre Suzana Suárez Tomalá, quien en cada noche de desvelo no ha dejado de preocuparse jamás por mí y mi bienestar, a mi padre Freddy Rosales Bazán que gracias a ese carácter y consejos, su hija mayor está logrando y culminando una de tantas etapas importantes en su vida, a mi única hermana, esperando servirle de ejemplo para que siga y cumpla sus metas.

A mis abuelitos maternos y paternos, en especial a mi abuelita Olga Bazán y mi Tía Magdalena Vélez, quienes me acompañan y guían desde el cielo, de igual manera a mi abuelita Fátima Tomalá por seguirme apoyando siempre, y por ultimo a mi perrito Ted quien me ha acompañado en el transcurso de mi vida universitaria en cada mala noche, en darme calma en mis días malos.

**Pamela Vanessa Rosales Suárez**

## CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



FACULTAD DE CIENCIAS  
SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD  
DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD CARRERA COMUNICACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC MODALIDAD PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN

La Libertad, 06 de febrero de 2023

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

**Directora de la Carrera de Comunicación**

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que la señorita: **Pamela Vanessa Rosales Suárez** con cédula de identidad N° **2450370792** ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de titulación de grado y postgrado de la UPSE (UIC).

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que la señorita: **Pamela Vanessa Rosales Suárez**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO EN EL CANTÓN LA LIBERTAD.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

**Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez,**  
**Mgtr. Docente tutor**  
**Trabajo Integración Curricular II**  
**CI:** 0915051049  
**Correo Institucional:** [mrodas@upse.edu.ec](mailto:mrodas@upse.edu.ec)  
**Cel:** 0981539995

VI

## MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



---

Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.  
**DIRECTORA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



---

Ing. Rodas Pérez Manuel Antonio, Mgtr.  
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcda. García González Vilma Maribel, Mgtr.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr.  
**ASISTENTE ADMINISTRATIVO DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**



---

Rosales Suárez Pamela Vanessa  
**ESTUDIANTE**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

Quien suscribe: **PAMELA VANESSA ROSALES SUÁREZ**, con C.C: **2450370792**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO EN EL CANTÓN LA LIBERTAD**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Atentamente,**



**Rosales Suárez Pamela Vanessa**  
**C.I: 2450370792**

# ÍNDICE

TEMA .....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
DEDICATORIA .....	5
DERECHOS DE AUTORÍA .....	7
RESUMEN .....	13
ABSTRACT .....	16
INTRODUCCIÓN .....	17
1. CAPÍTULO I – FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO .....	19
1.1 Descripción del problema.....	19
1.2 Formulación del problema.....	20
1.3 Preguntas de investigación.....	20
1.4 Justificación.....	20
1.5 Objetivos.....	21
General.....	21
Específicos.....	21
1.6 Hipótesis .....	22
1.7 Variables.....	22
Independiente .....	22
Dependiente .....	22
1.8 Variables (Operacionalización) .....	22 <sub>IX</sub>
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	23



<b>2.1</b>	<b>Antecedentes .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2</b>	<b>Marco conceptual .....</b>	<b>26</b>
<b>2.2.1</b>	<b>comunicación .....</b>	<b>26</b>
<b>2.2.2</b>	<b>Transmitir Noticias .....</b>	<b>26</b>
<b>2.2.3</b>	<b>Estrategias comunicacionales.....</b>	<b>26</b>
<b>2.2.4</b>	<b>Reputación .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2.5</b>	<b>Satisfacer Necesidades .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2.6</b>	<b>Relación Laboral .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2.7</b>	<b>Desempeño laboral .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.8</b>	<b>Organizar .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.9</b>	<b>Lograr Fines y Objetivos .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.10</b>	<b>Labores a cumplir .....</b>	<b>29</b>
<b>2.3</b>	<b>Marco legal.....</b>	<b>29</b>
<b>3.</b>	<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>32</b>
<b>3.1</b>	<b>Tipo de investigación .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2</b>	<b>Enfoque de la investigación.....</b>	<b>32</b>
<b>3.3</b>	<b>Diseño de La investigación.....</b>	<b>32</b>
<b>3.4</b>	<b>Métodos de la investigación. ....</b>	<b>33</b>
<b>3.5</b>	<b>Técnicas e instrumentos de recopilación de datos. ....</b>	<b>33</b>
<b>3.6</b>	<b>Universo, Población Y Muestra.....</b>	<b>34</b>
<b>4.</b>	<b>CAPITULO VI. RESULTADO Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>35</b>
<b>4.1</b>	<b>Procesamiento de la Información.....</b>	<b>35</b>

<b>4.2 Análisis e interpretación de los resultados .....</b>	<b>35</b>
<b>4.2.1 Análisis Cuantitativo: Encuesta.....</b>	<b>35</b>
<b>4.2.2 Análisis Cualitativo: Entrevista.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 11: Análisis de entrevista .....</b>	<b>46</b>
<b>4.3 Discusión de resultados .....</b>	<b>50</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>55</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>56</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>57</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>57</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> En base al conocimiento de comunicación interna, ayuda a la mejor comprensión de información. ....	<b>36</b>
<b>Tabla 2:</b> La comunicación interna está orientada a mantener la buena relación con los trabajadores.....	<b>37</b>
<b>Tabla 3:</b> La falta de estrategias comunicacionales, permite que la información llegue a los objetivos planteados (arrendatarios) .....	<b>38</b>
<b>Tabla 4:</b> Considera que las acciones de comunicación direccionadas a los empleados, tiene la finalidad de fomentar en equipo entre las diferentes áreas del Centro Comercial Buenaventura Moreno .....	<b>39</b>
<b>Tabla 5:</b> La comunicación interna permite dirigir, compartir y establecer estrategias necesarias para lograr los objetivos del Centro Comercial Buenaventura Moreno. ....	<b>40</b>
<b>Tabla 6:</b> Los trabajadores deben tener claras las funciones del trabajo que desarrolla en el Centro Comercial Buenaventura Moreno. ....	<b>41</b>
<b>Tabla 7:</b> Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza por el buen trato, respeto, honestidad y sinceridad entre los compañeros de labores. ....	<b>42</b>
<b>Tabla 8:</b> Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza porque sus integrantes se divierten y realizan algunas actividades de integración. ....	<b>43</b>
<b>Tabla 9:</b> El ambiente de trabajo armonioso y agradable permite la comodidad y genera la productividad y eficacia de las actividades del Centro Comercial Buenaventura Moreno.....	<b>44</b>
<b>Tabla 10:</b> Los trabajadores constituyen una pieza clave para alcanzar el éxito del Centro Comercial Buenaventura Moreno. ....	<b>45</b>

## ÍNDICE DE FIGURA

<b>FIGURA 1:</b> En base al conocimiento de comunicación interna, ayuda a la mejor comprensión de información. ....	36
<b>FIGURA 2:</b> La comunicación interna está orientada a mantener la buena relación con los trabajadores. ....	37
<b>FIGURA 3:</b> La falta de estrategias comunicacionales, permite que la información llegue a los objetivos planteados (arrendatarios).....	38
<b>FIGURA 4:</b> Considera que las acciones de comunicación direccionadas a los empleados, tiene la finalidad de fomentar en equipo entre las diferentes áreas del Centro Comercial Buenaventura Moreno.....	39
<b>FIGURA 5:</b> La comunicación interna permite dirigir, compartir y establecer estrategias necesarias para lograr los objetivos del Centro Comercial Buenaventura Moreno. ....	40
<b>FIGURA 6:</b> Los trabajadores deben tener claras las funciones del trabajo que desarrolla en el Centro Comercial Buenaventura Moreno. ....	41
<b>FIGURA 7:</b> Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza por el buen trato, respeto, honestidad y sinceridad entre los compañeros de labores. ....	42
<b>FIGURA 8:</b> Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza porque sus integrantes se divierten y realizan algunas actividades de integración. ....	43
<b>FIGURA 9:</b> El ambiente de trabajo armonioso y agradable permite la comodidad y genera la productividad y eficacia de las actividades del Centro Comercial Buenaventura Moreno. ....	44
<b>FIGURA 10:</b> Los trabajadores constituyen una pieza clave para alcanzar el éxito del Centro Comercial Buenaventura Moreno.....	45

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1:</b> Matriz de Operacionalización .....	59
<b>ANEXO 2:</b> Instrumentos.....	62
<b>ANEXO 3:</b> Cuadro de entrevista .....	63
<b>ANEXO 4:</b> Matriz de Validación de contenido por juicio de expertos .....	64
<b>ANEXO 5:</b> Cuadro 4.....	67
<b>ANEXO 6:</b> Cuadro 5.....	69
<b>ANEXO 7:</b> Validez de contenido del instrumento .....	70
<b>ANEXO 8:</b> Aplicación de las encuestas .....	72
<b>ANEXO 9:</b> Árbol de problema .....	75
<b>ANEXO 10:</b> Entrevista a la Tecnóloga Corina Villao.....	76
<b>ANEXO 11:</b> Entrevista y criterio profesional de los entrevistados. ....	77

## RESUMEN

El objetivo de este proyecto de investigación es examinar cómo es la comunicación interna y la relación que existe dentro del clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno en el cantón La Libertad, con el fin de implementar nuevas estrategias comunicacionales dentro del lugar. El estudio se realizó en base a la metodología de investigación aplicada en el enfoque mixto, utilizando técnicas de recolección de datos como la entrevista y la encuesta aplicando la escala de Likert. Estas herramientas fueron utilizadas para el analizar la falta de comunicación interna existente en el ámbito laboral del Centro Comercial Buenaventura Moreno. Los resultados demostraron que la comunicación interna si afecta en el clima organizacional entre los trabajadores del lugar, debido a la falta de comunicación existente entre la administradora y colaboradores del lugar, afectando así su ambiente laboral y por ende la producción diaria de cada uno de los operarios. Como resultado, se concluyó que el ambiente laboral debe mejorar para que los trabajadores cumplan con sus objetivos diarios que disponen directamente desde administración y de tal manera tengan un mejor desenvolvimiento laboral y productividad. De esta manera la propuesta de investigación es implementar estrategias comunicacionales para mejorar el clima organizacional dirigido a los miembros de la empresa, a través de reuniones de trabajo, actividades y asistencia al departamento de talento humano, lo que ayudará a mejorar la comunicación interna de la manera más adecuada posible.

**Palabras claves:** comunicación interna, clima organizacional, ambiente laboral, centro comercial.

## ABSTRACT

The objective of this research project is to examine how internal communication and the relationship that exists within the organizational climate of the Buenaventura Moreno Shopping Center in the canton of La Libertad, in order to implement new communication strategies within the place. The study was conducted based on the research methodology applied in the mixed approach, using data collection techniques such as the interview and the survey applying the Likert scale. These tools were used to analyze the lack of internal communication in the work environment of the Buenaventura Moreno Shopping Center. The results showed that internal communication does affect the organizational climate among the workers of the place, due to the lack of communication between the administrator and the collaborators of the place, thus affecting their work environment and therefore the daily production of each of the operators. As a result, it was concluded that the work environment must improve for workers to meet their daily objectives directly from the administration and thus have a better work performance and productivity. Thus, the research proposal is to implement communication strategies to improve the organizational climate directed to the members of the company, through work meetings, activities and assistance to the human talent department, which will help to improve internal communication in the most appropriate way possible.

**Keywords:** internal communication, organizational climate, work environment, shopping mall.

## INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación presenta la comunicación interna y la relación del clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno del Cantón La Libertad. Bajo las líneas y sublíneas de investigaciones establecidas por la carrera de comunicación, por cual se debe seguir los parámetros y normativas que señala la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La temática se enfoca en el estudio de la relación de la comunicación interna y el clima organizacional de los trabajadores del establecimiento ya antes mencionado; la comunicación es fundamental para un trabajo en equipo y para determinar su productividad en el área laboral. Sin embargo, si no existe una buena relación entre los colaboradores y las autoridades del centro comercial, pueden generar desacuerdos no solo afectando la parte administrativa sino también a los arrendatarios y por siguiente a la clientela, por lo que se busca establecer estrategias comunicacionales dentro el ambiente laboral para una mejor interacción.

En el proyecto se aplicará en un enfoque mixto; utilizando directrices cuantitativas y cualitativas para saber el estado de la relación de los trabajadores dentro del clima laboral en El Centro Comercial Buenaventura Moreno.

El diseño a plantear será de carácter descriptivo y explorativo, por lo que se busca detallar de una mejor manera la variable independiente y dependiente: comunicación interna y clima organizacional.

En la investigación se tomará como población los trabajadores del centro comercial Buenaventura Moreno ubicado en el Cantón La Libertad el cual cuenta con 25 colaboradores en el área administrativa. La muestra la constituye las 25 personas de la población por ser esta un conjunto de personas muy reducidas; la técnica de recolección de datos a aplicar es la encuesta con la escala de Likert y la entrevista; finalmente se procedió al análisis y discusión de los resultados obtenidos mediante la recolección de datos.

Al realizar la investigación se propuso como objetivo general: Analizar cómo es la comunicación interna y la relación que existe dentro del clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno en el cantón La Libertad. A su vez, se plantearon tres objetivos específicos: Examinar la comunicación interna adecuada para un mejor diálogo entre el personal administrativo; mejorar la relación del clima organizacional para que no existan desacuerdos entre la comunidad e identificar las



estrategias comunicacionales adecuadas que puedan ser utilizadas dentro del centro comercial.

El desarrollo de este documento se llevó a cabo con la realización de los cuatros capítulos correspondientes, a continuación, detallado la estructura: en el Capítulo I encontramos la descripción del problema que se da en conocer la problemática de cómo incide la comunicación interna en la relación del clima organizacional en El Centro Comercial Buenaventura Moreno del Cantón La Libertad. Así mismo, la formulación del problema, las preguntas de investigación, la justificación, los objetivos tanto general como específicos, la hipótesis y las variables de investigación que son independiente, dependiente y la matriz de variables operacionales.

El Capítulo II contempla el marco teórico, antecedentes internacionales, nacionales y locales que se relacionan con la temática planteada, fundamentación teórica de los últimos cinco años en base a las variables, el marco legal con la normativa que presenta es estudio.

En el mismo contexto, se despliega el capítulo III que se basa en la metodología de la investigación con los siguientes elementos: tipo, enfoque y diseño de investigación, métodos, técnicas e instrumentos utilizados para el procedimiento del universo, población y muestra que serán manejados para el avance del estudio.

Para concluir esta el Capítulo IV que enmarca los detalles de los resultados obtenidos mediante los instrumentos aplicados, se puntualiza el procedimiento de la información, el análisis e interpretación de los resultados, la discusión, conclusiones y recomendación.

# **1. CAPÍTULO I – FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**

## **1.1 Descripción del problema**

Los centros comerciales se caracterizan por brindar productos o servicios a los compradores y visitantes que a diario ingresan al lugar, sin embargo, no solo deben brindar un buen trato, sino que también generar una buena comunicación para que exista un mejor ambiente, logrando tener una excelente gestión y control del lugar.

En la actualidad el Centro Comercial Buenaventura Moreno situado en el Cantón La Libertad, es uno de los más conocidos dentro de la provincia por su variedad de productos que allí se pueden encontrar, desde ropa, zapatos, celulares, mochilas y mucho más, cuenta con una administración que se encarga de generar o compartir noticias, información o algún comunicado de manera general a los arrendatarios, sin embargo al momento de hacerlo puede generar desinformación o mal comentarios por la manera en que hacen llegar el mensaje, y esto se debe en muchas ocasiones por la mala relación que existen entre el personal administrativo dentro de su clima organizacional.

Por lo tanto, se busca incorporar estrategias comunicacionales internas para mejorar el método de comunicación entre la comunidad del centro comercial, de tal manera que haya un mejor clima organizacional, por consiguiente, se realizará una técnica de estudio para identificar cuáles serían las tácticas específicas al momento de ponerlas en práctica. A través de los años el centro comercial Buenaventura Moreno ha generado varias técnicas no tan adecuadas dentro de su clima organizacional.

Según, Muñiz (2017) la comunicación interna es algo exclusivo de las empresas y más en estas etapas que se han venido suscitando en los últimos años, con varios resultados en los distintos niveles. De tal manera que se ha convertido en uno de los más grandes retos para las empresas del XXI.

La comunicación interna va dirigida a los clientes internos en pocas palabras a los trabajadores o colaboradores, por lo que busca implementar nuevas campañas de motivar a su equipo humano y lograr mantener un excelente entorno laboral o empresarial, Muñiz (2017), menciona que las empresas son lo que su equipo humano es, por lo que motivarlos mejora resultados.

Afirma, Graverán D. (2017) que la comunicación interna se basa en las acciones de la comunicación que se realicen en las instituciones hacia un público interno, por lo que mediante diversos medios canales, estrategias y programas, sean definidos a la interrelación entre el personal que compone la organización y su objetivo principal que

se integrar, comprometer y movilizar a los miembros del público interno de la institución.

El clima organizacional se basa en el comportamiento de los trabajadores por lo que Guevara (2018), nos manifiesta que no depende de las percepciones de los factores en base a la organización, modos de comunicación, estilos de liderazgos sino en su gran parte estas percepciones de los trabajadores y directivos pueden depender de las interacciones y actividades, además de varias experiencias de los miembros de las organizaciones.

Bajo este contexto, se evidencia la siguiente problemática: la carencia de diálogo, de una buena relación entre los integrantes de la administración e incluso el trato que ellos reciben como trabajadores del lugar, por ende, esto genera una mala comunicación entre los arrendatarios y personal administrativo.

## **1.2 Formulación del problema**

Por esta razón surge la siguiente interrogante: ¿Cómo incide la comunicación interna en la relación del clima organizacional en El Centro Comercial Buenaventura Morenos del Cantón La Libertad?

## **1.3 Preguntas de investigación**

- ¿Cómo determinar el estado de la comunicación interna en el personal administrativo del Centro Comercial Buenaventura Moreno?
- ¿Qué estrategias se utilizarían para la mejora del clima organizacional?
- ¿Por qué es factible cambiar y aplicar las nuevas estrategias comunicacionales para fortalecer la comunicación dentro del centro comercial?

## **1.4 Justificación**

La presente investigación busca implementar mecanismos o estrategias que mejoren la problemática de la comunicación interna, donde en muchas ocasiones existen **20** un mal clima organizacional, por lo que genera que haya una mala organización en la

gestión de la comunicación dentro del clima laboral, de tal manera que se busca implementar estrategias comunicacionales ya sean por actividades, técnicas e incluso herramientas que generen un adecuado ambiente, logrando así cambios y desarrollo dentro de la institución.

Por lo tanto, se justifica que de esta manera se utilizará para la reflexión y cambios de las autoridades y de los trabajadores dentro de la gestión de la comunicación, logrando así que el clima laboral mejore, por ende, la comunicación y el diálogo sean más fluidos, entendibles y transparentes, beneficiando no solo a los integrantes de la administración sino también a los arrendatarios que se involucran día a día con la institución.

La investigación es relevante porque permite generar cambios dentro del Centro Comercial Buenaventura Moreno desde el contexto comunicacional y clima laboral. las variables de estudio han sido trabajadas de manera práctica, de acuerdo a los resultados recopilados con base en los instrumentos utilizados.

Los beneficiarios del tema en estudio son: los trabajadores del Centro Comercial Buenaventura Moreno por lo que se busca mejorar el trabajo en relación con la comunicación interna y el clima organizacional de la institución ya antes mencionada.

## **1.5 Objetivos**

### **General**

Examinar cómo es la comunicación interna y la relación que existe dentro del clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno en el cantón La Libertad.

### **Específicos**

1. Explorar la comunicación interna adecuada para un mejor diálogo entre el personal administrativo.
2. Mejorar la relación del clima organizacional para que no existan desacuerdos entre la comunidad.
3. Identificar las estrategias comunicacionales adecuadas que puedan ser utilizadas dentro del centro comercial.

## 1.6 Hipótesis

La comunicación interna influye en el clima organizacional dentro del centro Comercial Buenaventura Moreno en El Cantón La Libertad.

## 1.7 Variables

### **Independiente**

**Comunicación interna** se basa en orientar y dirigirse de una manera correcta, para generar una buena comunicación entre trabajadores, administrativos de una empresa o lugar, sin embargo, Graverán D. (2017), la comunicación interna incluye en las actividades que se realicen en la institución por lo que comprende mediante el empleo de diverso medios, herramientas y canales comunicacionales, está vinculada a la interrelación que pueda lograr entre el personal de la organización y su objetivos las acciones de comunicación que se realizan en las instituciones dirigidas al público interno, mediante al empleo de diversos medios y canales, las estrategias y programas de comunicación.

### **Dependiente**

**Clima organizacional** “Es un sistema social o humano se desorganiza en formas de caos y exhibe un alejamiento excesivo de su equilibrio por las afectaciones a las condiciones iniciales con las que se estandarizan los procesos, esto puede generar un nuevo sistema, en nuestro caso un nuevo orden que se transformará en una especie de clima organizacional” Arboleda (2017).

## 1.8 Variables (Operacionalización)

El siguiente apartado consta como (**ANEXO 1: Matriz de Operacionalización**)

## 2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

Hoy en día las empresas o centro comerciales buscan que haya un mejor crecimiento en los locales o lugares de trabajo, por eso a través de esta investigación se busca generar nuevas estrategias de comunicación internas que puedan ser utilizadas por los administrativos hacia los arrendatarios y de esta manera haya un mejor diálogo dentro del ambiente laboral. Por esta razón el siguiente trabajo de investigación estudia la relación de la comunicación interna y el clima organizacional dentro del “Centro Comercial Buenaventura Moreno” del Cantón La Libertad. A continuación se mencionan trabajos de investigativos con enfoques internacionales, nacionales y locales, tomando como referencia los siguientes autores:

Según, Verazzi (2019) el concepto de comunicación interna se basa en las experiencias holísticas y positiva para los trabajadores vinculados a la confianza, compromiso y la lealtad, por lo que esta experiencia está vinculada a la marca y cultura interna de las organizaciones, fomentando a la empresa entornos más apetecibles, con mejor reputación y una imagen óptima para el mercado.

La comunicación interna se centra en las experiencias y comportamientos de los empleados de una empresa, logrando generar compañerismo y un buen diálogo con los trabajadores fomenta a la empresa una mejor reputación y claro está una mejor imagen corporativa.

Consideran, Cuenca Fontbona & Verazzi (2018) que la comunicación interna está formada por actividades comunitarias que se dan en una organización para crear, diseñar y mantener relaciones con los miembros, mediante el uso de varias técnicas de comunicación que los mantenga informados y motivados.

Más allá de mantener una adecuada comunicación, lo que se busca a través de la comunicación interna es obtener una mejor organización para mantener buenas relaciones entre los integrantes, trabajadores administrativos, aplicando varias técnicas

que ayuden a motivarlos.

Enfatiza, Bocio (2020) que el clima organizacional se constituye en características basada en la organización, de igual manera con las particulares personales de los individuos en relación con su personalidad. El comportamiento tiene mucha relevancia con el trabajo del colaborador en su manera de sobrellevarse.

El clima organizacional es lo mismo que el clima laboral, por lo que muestra en una empresa es el comportamiento de los trabajadores, por ende si no hay un buen trato, diálogo o comunicación, el clima laboral cae y genera varios tipos de desacuerdos entre compañeros.

Según, Carrion Ponce & Cosme Pariona (2017) nos menciona que los procesos interpersonales y el clima organizacional son en desarrollo de los procesos individuales de los sujetos, también en el desarrollo de la aplicación de planes para lograr alcanzar los objetivos institucionales.

En una empresa existen varios integrantes o trabajadores que son los encargados que las cosas, mandatos, actividades o reuniones se den acabo, sin embargo el comportamiento o actitud depende de cada uno de ellos, y si no hay una buena conexión u organización entre todos, causa que ambiente se torne tenso y poco agradable entre ellos mismos.

En un contexto nacional, tenemos a Puertas Hidalgo, Abendaño & Valdiviezo (2020), quienes en su proyecto de investigación comparten la siguiente información:

La comunicación interna es la comunicación dirigida a los colaboradores, por lo que se busca escuchar a los públicos al interior de una empresa de la misma manera e importante saber cuáles son sus necesidades laborales y hasta personales, para la empresa serían más eficaz la productividad con personas más felices (p. 48).

La cabeza principal de la administración es la encargada que todo fluya de manera organizada, por ende para ello debe conocer cada una de las necesidades de los tragadores, su conducta y comportamiento, de esta manera pueda actuar de manera correcta en los mandatos que de dentro de la empresa o centro comercial.

Ramos (2019) menciona que la comunicación interna no se centra en las líneas

operativas de la organización, sino que ayuda en las áreas de la salud de las organizaciones, la buena relación y comunicación interna generara buenas relaciones personales internas que crean un sentimiento de unidad en momentos difíciles de las empresas (p. 4).

Dentro de este mismo contexto nacional, tenemos a Molina (2019) quien en su trabajo de investigación nos menciona acerca del clima organizacional.

Al hablar de clima organizacional nos referimos al ambiente interno importante en una organización, es mismo que está influenciado por la calidad de relaciones entre trabajadores, se debe puntualizar que en base a esto se condiciona positiva o negativamente las relaciones de trabajo y en consecuencias su desempeños (p. 18).

Según, Ramos (2019) cuando nos referimos a la comunicación existente de una empresa, no solo trata de generar o compartir información, sino dialogar y expresar cada una de sus interrogantes o necesidades de los colaboradores, buscando eliminar conductas negativas que puedan afectar el clima laboral.

González Del Pezo (2019) en su tesis de grado menciona acerca de la comunicación interna como una herramienta estratégica para el desarrollo organizacional en el cantón La Libertad.

La comunicación interna ha sido primordial para transformar grandes cambios que se generan en el ambiente laboral, por lo que se considera que los integrantes de las empresas no solo deben enfrascar en la producción, economía o administración, sino también en la comunicación, el mismo que es un factor fundamental en el desarrollo de una institución.

De igual manera, en el mismo contexto local León Acuña (2022) nos argumentó sobre el clima organizacional y desempeño laboral.

El clima organizacional en las empresas son la suma de la trascendencia, debido a los resultados que se obtengan diariamente, por lo que influirán en el manejo grado de organización en puntos como: planificación estratégica, supervisión, difusión de tareas, productividad, ventas y buen funcionamiento.



El buen manejo de una organización por parte de la cabeza principal de la empresa o lugar va a generar un clima laboral adecuado, obteniendo resultados favorables para el equipo de trabajo y de los arrendatarios que influyen mucho con las planificaciones, producciones e ingresos de cada uno de los locales pertenecientes del centro comercial.

## **2.2 Marco conceptual**

### **2.2.1 comunicación**

Gómez & Simón (2016) menciona que el lenguaje es una herramienta que posibilita a las personas a expresar las ideas pensamientos, sentimientos a través de signos verbales que produzcan comunicación. El lenguaje y la comunicación siempre están relacionadas entre sí, en las cual se aplican signos y elementos muy relacionados entre sí, donde vayan en un contexto adecuado con mensaje claro preciso.

La comunicación es fundamental en cualquier sitio donde haya más de dos personas, para ello se necesita del lenguaje que dependerá del lugar, sitio o personas que puedan generar un mayor entendimiento comunicacional, los centro comerciales deben tener una comunicación fluida para que exista un mejor clima laboral entre todos sus integrantes.

### **2.2.2 Transmitir Noticias**

Tejedor (2019), alude que es un aspecto de alta importancia lograr transmitir o comunicarse con facilidad e información en la que se le puede dar un buen uso a los medios de comunicación existentes en las empresas, incluso implementar nuevos equipo comunicacionales en caso de ser necesario.

Los medios o herramientas de comunicación deben ser usados de manera correcta para generar o transmitir noticias, comunicados e incluso establecer diálogos entre los colaboradores y la parte administrativa de algún lugar, por consiguiente ir innovando las herramientas que puedan existir en los años siguientes.

### **2.2.3 Estrategias comunicacionales**

Ríos Pacheco, Barbosa Trigos & Páez Quintana (2020) describe que las estrategias de comunicación o comunicacionales se tratan de soluciones referentes a la

comunicación de un lugar, en muchos climas laborales no suelen tener una buena interacción, por lo que buscan implementar estrategias adecuadas para erradicar de manera correcta la falta de entendimiento entre los trabajadores.

## **2.4 Reputación**

Para Fontrodona & Muller (2020) las ventajas de la empresa a la hora de dedicarse a una comunicación transparente y participativa satisfaga las expectativas de comunicación en los distintos grupos de interés. La una empresa que no teme la mirada inquisitiva del exterior se premia con una buena reputación corporativa, el resultado que se asocia a una política de ocultamiento.

Cuando hablamos de reputación, nos referimos a dar una buena imagen corporativa de una persona o de un lugar, por medio de actos, comportamientos e incluso de actividades que involucren directamente a la empresa y su personal colaborativo, si existe una mala reputación esto conlleva al escándalo.

### **2.2.5 Satisfacer Necesidades**

Citando a Torres Zomaira (2018) quien menciona que las organizaciones están constituidas por un conjunto de personas con objetivos comunes, pero con distintas necesidades en los distintos contextos social. El comportamiento de los empleados se basa en las necesidades, sus acciones o comportamientos, por lo que se busca la motivación laboral con un impulso de guía y mantenimiento en base al comportamiento y organización de los individuos.

Las organizaciones buscan entender y comprender cuáles son las necesidades de los trabajadores que influyen en su comportamiento y actividades dentro del ambiente laboral, por lo que se busca satisfacer dichas necesidades para lograr generar un ambiente más adecuado para cada uno de ellos.

### **2.2.6 Relación Laboral**

Como expresan, Iglesias Quintana & Ushca Usca (2022) dado el acuerdo de voluntades para dar por terminada la relación laboral. El trabajador se ve en la obligación de reconocer el esfuerzo y labor de los trabajadores en base a pagos, derechos y tiempo de trabajo hasta termina con su tiempo laboral.

Para que exista un excelente ambiente laboral, debe haber una relación laboral

amena entre todos, desde los empleadores hasta los administrativos, para esto la cabeza principal del lugar debe generar un mejor diálogo e interacción con cada uno de ellos, fomentando el compañerismo y la equidad.

### **2.2.7 Desempeño laboral**

Acosta (2018) expresa que desempeño laboral se refiere a la aptitud que el empleado demuestre durante sus labores diarias de trabajo, es una evaluación individual basada en el desempeño y esfuerzo de cada persona. El cumplimiento de las metas y objetivos diarios nos conducen a las mejores evaluaciones de desempeño laboral y por ende esto ayudara a satisfacer las expectativas del trabajador.

Durante las actividades los trabajadores hacen su mayor esfuerzo para cumplir con sus metas establecidas, a esto se le denomina desempeño laboral, sin embargo dichas metas se pueden ser afectados por falta de motivación, entendimiento e incluso en muchos casos problemas personales fuera de la empresa que afecte en el cumplimiento de los objetivos.

### **2.2.8 Organizar**

Gambino & Pungitore (2020) manifiesta que la cultura es reflejada en la personalidad organizacional o el conjunto de presunciones sobre que es correcto y lo que no para todos los integrantes de la empresa o institución , involucrando a cada uno de los objetivos que sirven de guía para alcanzar los objetivos y propósitos generales y así poder proyectar un futuro productivo.

El éxito de una empresa se basa en una buena organización desde los más simples hasta lo más complejo, elaborar planes estratégicos para el día a día ayudan que las actividades se cumplan con regularidad, de tal manera alcanzar los propósitos generales ya antes planteados.

### **2.2.9 Lograr Fines y Objetivos**

De acuerdo con, Galvis Salcedo (2011) los fines y objetivos es dirigirse a las formulaciones de carácter didáctico que se expresen de manera clara precisa para los cambios adecuados de conducta que operen los trabajadores mediante el proceso de aprendizaje y enseñanza.

Dentro de una empresa o institución tiene fines y objetivos que deben cumplir sea diariamente, mensualmente o anualmente, de tal manera se busca implementar formularios y actividades que logren cambiar la conducta de los colaboradores para

llegar a la meta de la empresa.

### **2.2.10 Labores a cumplir**

Desde el punto de Muñoz *et al.* (2019) Teniendo en cuenta el ambiente de trabajo en el que las organizaciones generan sus recursos en productos y servicios, con el fin de satisfacer las necesidades de los empleados, teniendo en cuenta aspectos de los cuales indican la forma en la que se desempeña una empresa, dentro en ambiente de los colaboradores y los administrativos.

Desde la cabeza principal de la administración se delega labores que deben cumplir los colaboradores, los mimos que se deben ejecutar con éxito porque no solo benefician a los trabajadores y arrendatarios, sino también al cliente que diariamente ingresa al centro comercial.

## **2.3 Marco legal**

**(Constitución de la República del Ecuador, Artículo 33 – 34 – 227 - 229, 2008).**

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

Art. 227.- La administración pública constituye un servicio la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

Art. 229.- Serán servidoras o servidores públicos todas las personas que en cualquier forma o a cualquier título trabajen, presten servicios o ejerzan un cargo, función o dignidad dentro del sector público.

**(Plan Nacional para el Buen Vivir , 2017 - 2021)**

Generar trabajo y empleo dignos y de calidad, incentivando al sector productivo para que aproveche las infraestructuras construidas y capacidades instaladas que le permitan incrementar la productividad y agregación de valor, para satisfacer con calidad y de manera creciente la demanda interna y desarrollar la oferta exportadora de manera estratégica.

**(Código de Trabajo Ecuador, Artículo 1 – 2 – 3, 2005)**

Art. 1.- **Ámbito de este Código.-** Los preceptores de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Art. 2.- **Obligatoriedad del trabajo.-** El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- **Libertad de trabajo y contratación.-** El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinario o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esas casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

**(Ministerio de Trabajo, Artículo 3 – 9 – 10 – 11 - 16, 2018)**

Art. 3.- **De la Aplicación de Medición de Clima Laboral y Cultural Organizacional.-** Las Unidades de Gestión del Cambio o quien hiciere sus veces de

cada una de las instituciones, serán las repsonsables de coordinar e implementar las estrategias de fortalecimiento y mejora del clima laboral y cultural orgnizacional.

Art. 9.- **Del Objetivo de la Medición del Clima Laboral.-** El objetivo de la medición de clima laboral, es el conocer en forma técnica y sistemática la percepción de las y los servidores públicos acerca de su entorno laboral y condiciones de trabajo, con el objeto de elaborar planes que permitan corregir de manera priorizada los factores críticos identificados que afecten el compromiso y la productividad del servidor, esto a fin de mejorar la calidad en el servicio a la ciudadanía.

Art. 10.- **Del Clima Laboral.-** El clima laboral es la percepción que tiene las y los servidores públicos hacia su ambiente de trabajo que afecta directa o indirectamente a su desempeño.

Art. 11.- **De los Componentes del Modelo de Medición de Clima Laboral.-** La medición de clima laboral estará conformado por tres componentes principales:

1. Liderazgo
2. Compromiso
3. Entorno de Trabajo

Art. 16.- **Del Entorno del Trabajo.-** Este componente comprende percepciones sobre los aspectos materiales y humanos que afectan el entorno en el que los colaboradores desarrollan su trabajo.

### **3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo de investigación**

En este capítulo se presenta la metodología aplicada en el desarrollo de la presente investigación básica. Según, Gómez & Cohen (2019) nos manifiesta que en las ciencias sociales se cuenta con diferentes métodos y técnicas para realizar el tráfico entre lo teórico y lo operacional, de esta manera poder lograr la producción de datos (p. 25).

El presente trabajo investigativo permitirá brindar a una población determinada varios aportes dentro de su ámbito laboral. De tal manera que se examinarán la variable dependiente: comunicación interna en relación con la variable independiente: clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

#### **3.2 Enfoque de la investigación.**

La investigación será aplicada en base al enfoque mixto debido a que está dentro del campo comunicativo y organizacional, por lo tanto se utilizará técnicas e instrumentos que nos ayuden a la recolección de datos.

Portilla *et al* (2014), menciona que la investigación cualitativa es inductiva, con el fin de descubrir la comprobación o verificación, siendo el primordial paradigma que se diferencia con el método cuantitativo de una investigación, de tal manera que la investigación cualitativa se basa en lineamiento mas no reglas lo que la hace diferente a la cuantitativa.

#### **3.3 Diseño de La investigación.**

El diseño metodológico del presente trabajo, será de manera no experimental por lo que no se realizará la práctica de las estrategias comunicacionales que se investiguen.

Según, Hernández, Fernández y Baptista (2012) la investigación no experimental, consiste en los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables establecidas, de los cuales se observa los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

### **3.4 Métodos de la investigación.**

Los métodos a utilizar son el descriptivo y el explorativo, según los autores:

La investigación o método descriptivo se puede utilizar en los dos enfoques, tanto cualitativo como cuantitativo, en esta caso se centrara en el cualitativo, por lo que nos enfocaremos en detallar los problemas a raíz de falta de comunicación entre colaboradores y administrativos.

Según, Guevara *et al* (2020) el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las escenarios, costumbres y actitudes sobresalientes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, técnicas y personas (p. 171).

Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objeto es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura revelo que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, afirmó Hernández Sampieri *et al* (2018).

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.**

Para la recolección de datos se maneja la técnica de encuesta, como instrumento un cuestionario en base a la escala de Likert, donde se establecen las mediciones: Muy en desacuerdo; Desacuerdo; Ni de acuerdo; Ni desacuerdo; De acuerdo; Muy de acuerdo y la técnica de la entrevista en base a preguntas que se le realizará al entrevistado.

Según, Hernández Sampieri (2018) el cuestionario es utilizado para la recaudación de datos; este consiste en un acumulado de preguntas respecto a una o más variables a medir.

En el instrumento se utilizará la escala de Likert, Hernández Sampieri (2018), nos menciona que esta escala consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de aseveraciones o reflexiones ante los cuales se pide la reacción de los dependientes a los que se les administra.

La segunda técnica a emplear, será la entrevista. Añade, Hernández Sampieri (2018) que las entrevistas involucran que una persona calificada aplica el cuestionario a los sujetos colaboradoras, el primero hace las preguntas a cada dominado y anota las respuestas. Dicha práctica a aplicar nos ayudara a seleccionar información importante,



por lo que se le ejecutará a la administradora del centro comercial.

### **3.6 Universo, población y muestra.**

Afirma, Dra. Espinoza (2016) que el universo es el conjunto de compendios (finito o infinito) definido por una o más particulares, de las que gozan todos los sumarios que lo componen (p. 2). Por lo cual el universo de estudio en esta investigación serán los suplementarios o personal de la administración del Centro Comercial Buenaventura Moreno del Cantón La Libertad.

Señala, Condori Ojeda (2020) que los elementos comprensibles o unidad de análisis que perteneces al contorno especial donde se desarrolla el estudio. En esta indagación, la población seleccionada es de 25 participantes que forman parte de la administración.

Y por último tenemos la muestra, añade Dra. Espinoza (2016) que es la técnica empleada para la elección de elementos específicos de la población de estudio que conformarán una muestra y que será utilizada para hacer inferencias a la cantidad de estudio. Por lo que el número total de la población es igual a de la muestra se evaluara a los 25 integrantes de la administración, por lo que la muestra es finita, los cuales fueron seleccionados según el tiempo que están trabajando en el centro comercial.

## **4. CAPITULO VI. RESULTADO Y DISCUSIÓN**

### **4.1 Procesamiento de la Información**

Para el proceso de recopilación de datos, se siguió una serie de gestiones detalladas de las cuales primero consistía en el análisis del método de investigación para determinar el tipo de herramientas de recolección de datos que se aplicarían en esta investigación, es así que mediante el contexto de la comunicación interna y la relación del clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno, se optó por el enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, por lo que se escogieron los instrumentos tales como entrevista y encuesta.

Después de la aprobación de los métodos de recolección de datos, se escogió la plataforma de Google Forms para puntualizar las preguntas seleccionadas para la respectiva encuesta, la misma que fue enviada mediante un enlace por la aplicación de WhatsApp a los colaboradores del centro comercial buenaventura moreno, cada pregunta cuenta con las opciones múltiples correspondiente a la escala de Likert, por otra lado , la entrevista cuenta con las preguntas que se realizaron de manera presencial y directa con la entrevistada.

Y por último se procedió a realizar el análisis de la entrevista obtenidas por medios de audios; para la tabulaciones de resultados cuantitativos se escogieron las preguntas que se utilizaron mediante la plataforma de Google Forms, seleccionando los resultados obtenidos por cada pregunta realizada, mediante la plataforma de Microsoft Word se procedió a detallar los datos a través de tablas y gráficos.

### **4.2 Análisis e interpretación de los resultados**

Para el pertinente análisis de los resultados se tomaran en consideración datos cualitativos y cuantitativos, a continuación:

#### **4.2.1 Análisis Cuantitativo: Encuesta**

En esta sección se evidencia los datos cuantitativos recolectado de la investigación en base a las encuestas realizadas a los colaboradores y trabajadores del centro comercial buenaventura moreno, para conocer como es su relación en base a la comunicación interna de dentro de su clima laboral.

## Variable Independiente: Comunicación Interna

Tabla 1:

*En base al conocimiento de comunicación interna, ayuda a la mejor comprensión de información.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	16	16%
En desacuerdo	16	16%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	4	4%
De acuerdo	44	44%
Muy de acuerdo	20	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

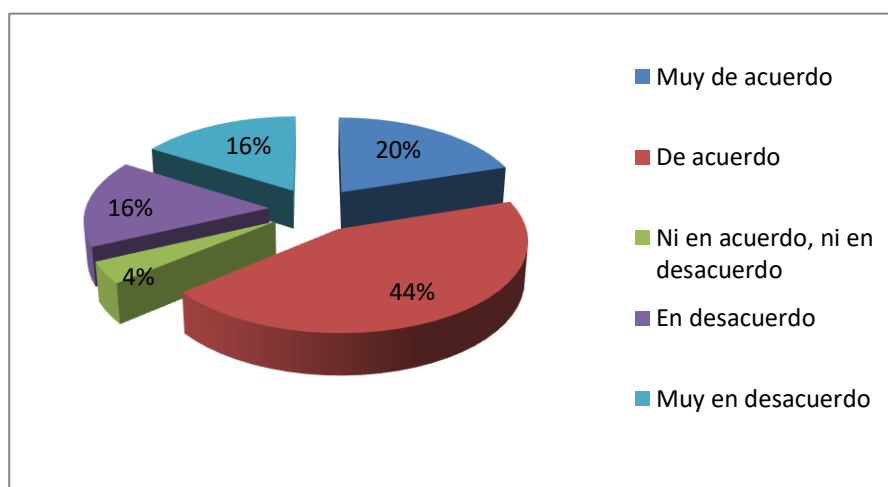
Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Elaborado por: Pamela Rosales Suárez

Fecha: Enero 2023

FIGURA 1:

*En base al conocimiento de comunicación interna, ayuda a la mejor comprensión de información.*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Elaborado por: Pamela Rosales Suárez

Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (16) equivalente al 16%; En desacuerdo (16) con un porcentaje del 16%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (4) que corresponde 4%; De acuerdo (44) correspondiente al 44% y muy de acuerdo (20) perteneciente al 20%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (44%), se comprueba que los colaboradores tienen conocimiento acerca de comunicación interna y como ayuda en comprensión de la información.

**Tabla 2:**

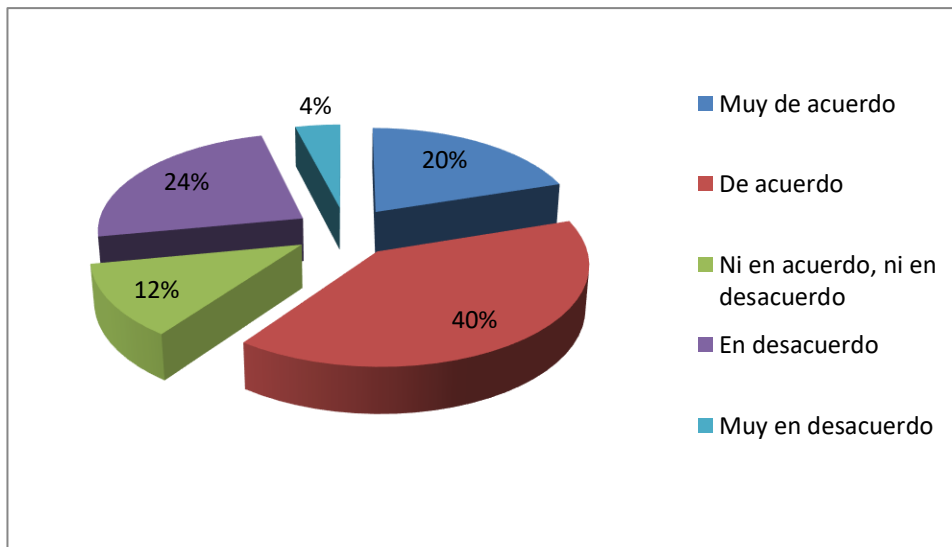
*La comunicación interna está orientada a mantener la buena relación con los trabajadores.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	4%
En desacuerdo	24	24%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	12	12%
De acuerdo	40	40%
Muy de acuerdo	20	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**FIGURA 2:**

*La comunicación interna está orientada a mantener la buena relación con los trabajadores.*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (4) equivalente al 4%; En desacuerdo (24) con un porcentaje del 24%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (12) que corresponde 12%; De acuerdo (40) correspondiente al 40% y muy de acuerdo (20) perteneciente al 20%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (40%), se afirma que La comunicación interna está orientada a mantener una buena relación entre ellos como trabajadores.

**Tabla 3:**

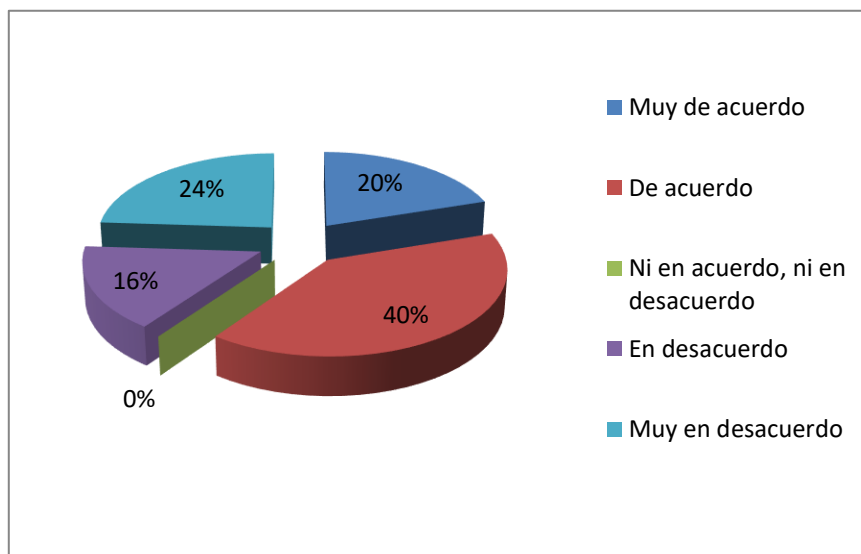
*La falta de estrategias comunicacionales, permite que la información llegue a los objetivos planteados (arrendatarios)*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	24	24%
En desacuerdo	16	16%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
De acuerdo	40	40%
Muy de acuerdo	20	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**FIGURA 3:**

*La falta de estrategias comunicacionales, permite que la información llegue a los objetivos planteados (arrendatarios)*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (24) equivalente al 24%; En desacuerdo (16) con un porcentaje del 16%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (0) que corresponde 0%; De acuerdo (40) correspondiente al 40% y muy de acuerdo (20) perteneciente al 20%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (40%), se certifica que La falta de estrategias comunicacionales, permiten que la información llegue hacia los arrendatarios.

**Tabla 4:**

*Considera que las acciones de comunicación direccionadas a los empleados, tiene la finalidad de fomentar en equipo entre las diferentes áreas del Centro Comercial Buenaventura Moreno*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	8	8%
En desacuerdo	16	16%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	24	24%
De acuerdo	36	36%
Muy de acuerdo	16	16%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

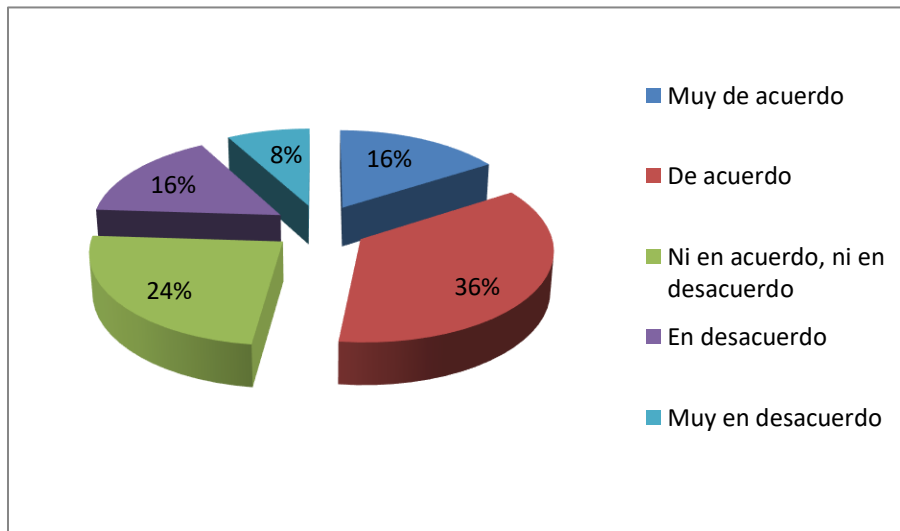
Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Elaborado por: Pamela Rosales Suárez

Fecha: Enero 2023

**FIGURA 4:**

*Considera que las acciones de comunicación direccionadas a los empleados, tiene la finalidad de fomentar en equipo entre las diferentes áreas del Centro Comercial Buenaventura Moreno*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Elaborado por: Pamela Rosales Suárez

Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (8) equivalente al 8%; En desacuerdo (16) con un porcentaje del 16%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (24) que corresponde 24%; De acuerdo (36) correspondiente al 36% y muy de acuerdo (16) perteneciente al 16%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (36%), se asevera que

las acciones de comunicación direccionadas a los empleados, si tienen la finalidad de fomentar un trabajo en equipo entre las diferentes áreas del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

**Tabla 5:**

*La comunicación interna permite dirigir, compartir y establecer estrategias necesarias para lograr los objetivos del Centro Comercial Buenaventura Moreno.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	20	20%
En desacuerdo	12	12%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	16	16%
De acuerdo	28	28%
Muy de acuerdo	24	24%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

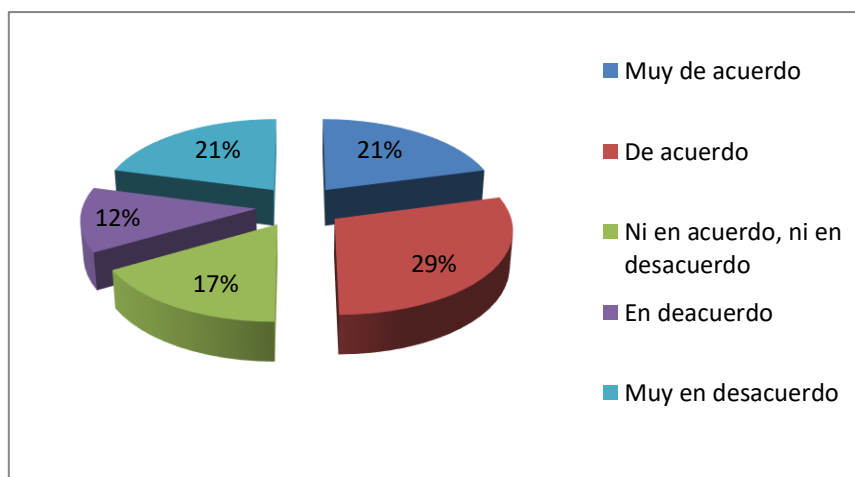
Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Elaborado por: Pamela Rosales Suárez

Fecha: Enero 2023

**FIGURA 5:**

*La comunicación interna permite dirigir, compartir y establecer estrategias necesarias para lograr los objetivos del Centro Comercial Buenaventura Moreno.*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Elaborado por: Pamela Rosales Suárez

Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (20) equivalente al 20%; En desacuerdo (12) con un porcentaje del 12%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (16) que corresponde 16%; De acuerdo (28) correspondiente al 28% y muy de acuerdo (24) perteneciente al 24%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (28%), se afirma que la comunicación interna permite dirigir, compartir y establecer estrategias necesarias para lograr los objetivos del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

**Variable Dependiente: Clima Organizacional**

**Tabla 6:**

*Los trabajadores deben tener claras las funciones del trabajo que desarrolla en el Centro Comercial Buenaventura Moreno.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	24	24%
En desacuerdo	8	8%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	8	8%
De acuerdo	36	36%
Muy de acuerdo	24	24%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

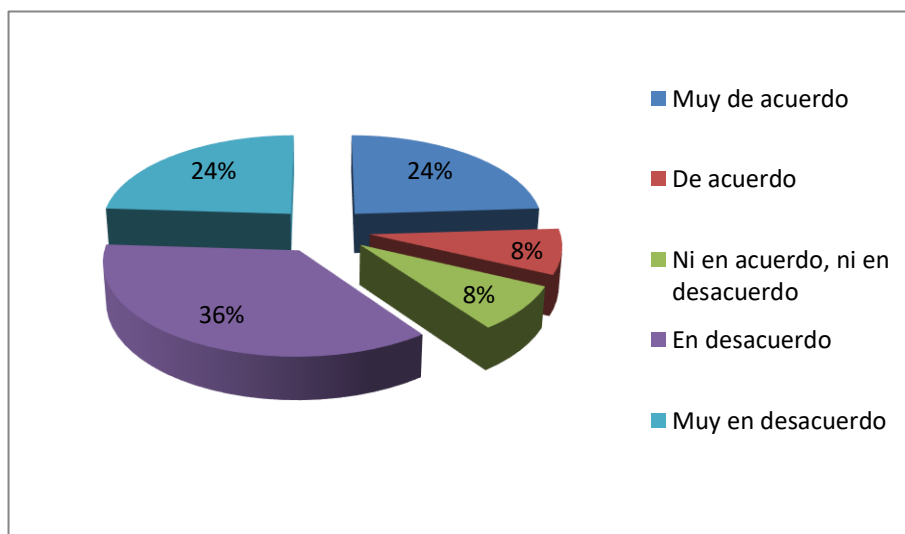
Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Elaborado por: Pamela Rosales Suárez

Fecha: Enero 2023

**FIGURA 6:**

*Los trabajadores deben tener claras las funciones del trabajo que desarrolla en el Centro Comercial Buenaventura Moreno.*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Elaborado por: Pamela Rosales Suárez

Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (24) equivalente al 24%; En desacuerdo (8) con un porcentaje del 8%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (8) que corresponde 8%; De acuerdo (36) correspondiente al 36% y muy de acuerdo (24) perteneciente al 24%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (36%), se alega que los trabajadores deben tener claras las funciones del trabajo que desarrolla en el Centro Comercial Buenaventura Moreno.



**Tabla 7:**

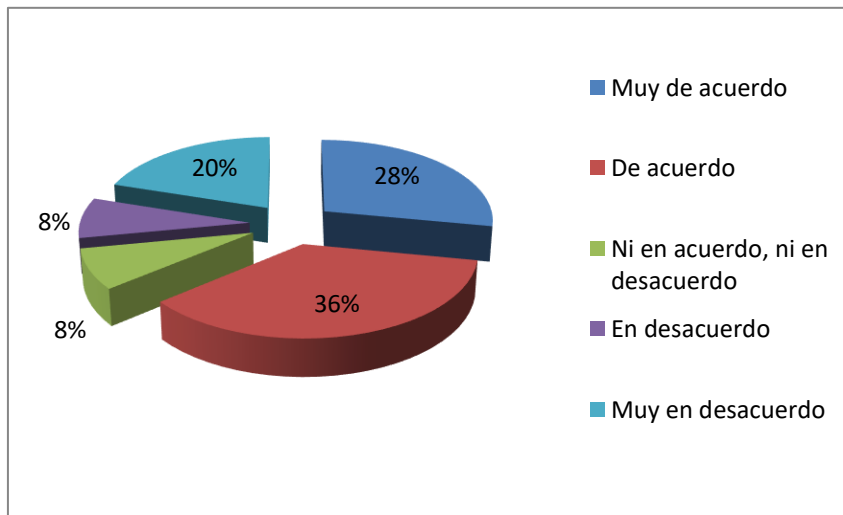
*Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza por el buen trato, respeto, honestidad y sinceridad entre los compañeros de labores.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	20	20%
En desacuerdo	8	8%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	8	8%
De acuerdo	36	36%
Muy de acuerdo	28	28%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**FIGURA 7:**

*Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza por el buen trato, respeto, honestidad y sinceridad entre los compañeros de labores.*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (20) equivalente al 20%; En desacuerdo (8) con un porcentaje del 8%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (8) que corresponde 8%; De acuerdo (36) correspondiente al 36% y muy de acuerdo (28) perteneciente al 28%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (36%), se asevera que un ambiente de trabajo positivo se caracteriza por el buen trato, respeto, honestidad y sinceridad entre los compañeros de labores.

**Tabla 8:**

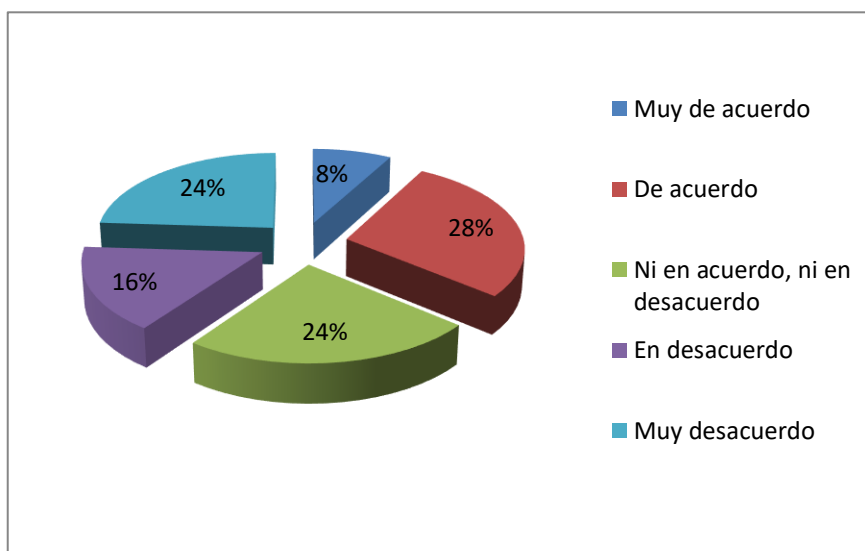
*Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza porque sus integrantes se divierten y realizan algunas actividades de integración.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	24	24%
En desacuerdo	16	16%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	24	24%
De acuerdo	28	28%
Muy de acuerdo	8	8%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**FIGURA 8:**

*Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza porque sus integrantes se divierten y realizan algunas actividades de integración.*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (24) equivalente al 24%; En desacuerdo (16) con un porcentaje del 16%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (24) que corresponde 24%; De acuerdo (28) correspondiente al 28% y muy de acuerdo (8) perteneciente al 8%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (28%), se confirma que un ambiente de trabajo positivo se caracteriza porque sus integrantes se divierten y realizan algunas actividades de integración.

**Tabla 9:**

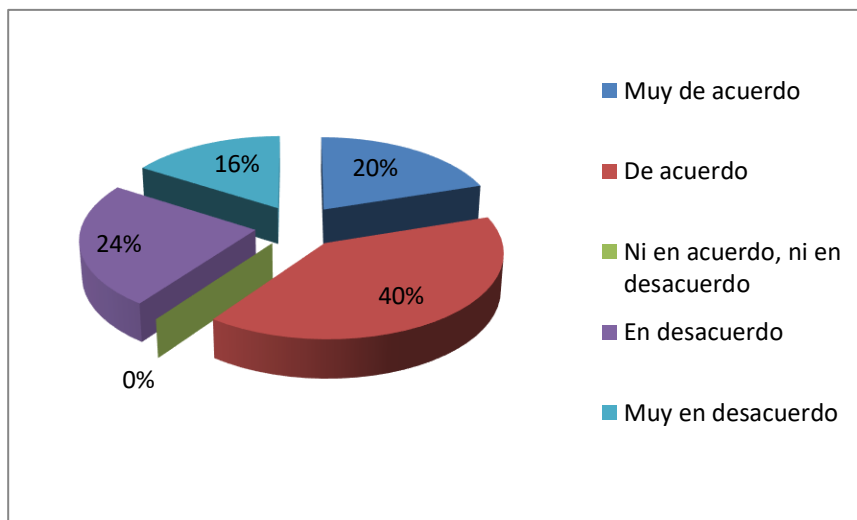
*El ambiente de trabajo armonioso y agradable permite la comodidad y genera la productividad y eficacia de las actividades del Centro Comercial Buenaventura Moreno.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	16	16%
En desacuerdo	24	24%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
De acuerdo	40	40%
Muy de acuerdo	20	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**FIGURA 9:**

*El ambiente de trabajo armonioso y agradable permite la comodidad y genera la productividad y eficacia de las actividades del Centro Comercial Buenaventura Moreno.*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (16) equivalente al 16%; En desacuerdo (24) con un porcentaje del 24%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (0) que corresponde 0%; De acuerdo (40) correspondiente al 40% y muy de acuerdo (20) perteneciente al 20%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (40%), se comprueba que el ambiente de trabajo armonioso y agradable permite la comodidad y genera la productividad y eficacia de las actividades del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

**Tabla 10:**

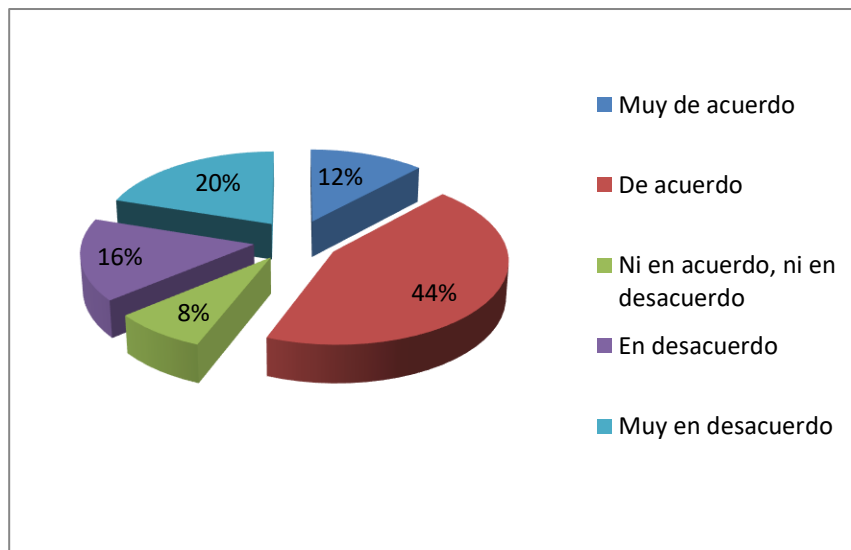
*Los trabajadores constituyen una pieza clave para alcanzar el éxito del Centro Comercial Buenaventura Moreno.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	20	20%
En desacuerdo	16	16%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	8	8%
De acuerdo	44	44%
Muy de acuerdo	12	12%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**FIGURA 10:**

*Los trabajadores constituyen una pieza clave para alcanzar el éxito del Centro Comercial Buenaventura Moreno.*



Fuente: colaboradores del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
Fecha: Enero 2023

**Análisis:** En base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (20) equivalente al 20%; En desacuerdo (16) con un porcentaje del 16%; Ni en acuerdo, ni en desacuerdo (8) que corresponde 8%; De acuerdo (44) correspondiente al 44% y muy de acuerdo (12) perteneciente al 12%. Con el porcentaje obtenido en base a la escala de Likert: De acuerdo (44%), se afirma los trabajadores constituyen una pieza clave para alcanzar el éxito del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

#### 4.2.2 Análisis Cualitativo: Entrevista

Como segundo método de recopilación de datos cualitativos se utilizó el instrumento de entrevista dirigida a una profesional, que forma parte del área administrativa de centro comercial Buenaventura Moreno. “La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un dialogo coloquial” ( Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruíz, 2013). La entrevista está conformada con una guía de preguntas de acuerdo a las variables, dependiente e independiente, con sus respectivos indicadores.

**Tabla 11: Análisis de entrevista**

**Entrevistado:** Tecnóloga Corina Villao, Administradora del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

**Entrevistador:** Pamela Vanessa Rosales Suárez

Pregunta	Análisis cualitativo	Observación
Variable Independiente: Comunicación Interna		
¿Cuál es la importancia de la comunicación interna?	La comunicación interna es el dialogo que se puede tener entre las autoridades y los trabajadores de un lugar, llegando a tener una buena organización laboral, la importancia es mantener la motivación de todo el equipo humano perteneciente del centro comercial, generando una buena comunicación y mayor entendimiento de las	En relación con la respuesta obtenida en base a la primera interrogante, se menciona el razonamiento de la Tecnóloga que coincide con el aporte de autora Cardozo (2021), donde menciona que es fundamental para una empresa la comunicación interna para v una mejor organización e integración

	necesidades de cada uno de ellos.	de empleados.
¿Cuáles son las características de la comunicación interna?	Se debe generar de manera transparente, participativa, inclusiva, llena de ideas, sugerencias, también debe ser un ambiente pacifico e innovador donde pueda existir la unión y participación para un mejor entendimiento y compañerismo entre administrativos como colaboradores.	En base a la segunda respuesta obtenidas en la segunda interrogante, se relaciona el criterio con el del autor Graverán (2017) el cual deb¿fine que la comunicación tiene como características organizar, integrar, comprometer y movilizar al publico interno.
¿Cuáles son las estrategias de la comunicación interna?	Dentro del centro comercial se debe identificar el perfil de cada uno de los trabajadores, apoyarlos, motivarlos, conocer cada una de sus necesidades, reconocer económica y emocionalmente su trabajo que realizan, implementar reuniones, juegos y capacitaciones y sobre todos establecer un dialogo ameno con ellos todos los días.	En relación a interrogante tres, y en base a su respuesta tenemos que el autor Medrano (2012) para el éxito de la empresa deben tener procesos comunicacionales, control, relacion, supervision, entre otros. Logrando asi que el aminete laboral y de la empresa sea sactisfactorio.
	Elaborar un plan estratégico corporativo,	En base a la respuesta obtenida por ña cuarta

<p>¿Cómo mejorar las habilidades de comunicación interna?</p>	<p>donde se implementes reuniones de amera periódica, mejorar el departamento de talento humano, aceptar sugerencias, ideas y críticas, organizar actividades fuera del ambiente laboral, instalar nuevos equipos de comunicación que faciliten la comunicación y comprensión de información tanto para trabajadores como arrendatarios.</p>	<p>pregunta, se relaciona con los autores Aguado <i>et al</i> (2013), menciona que para mejorar la comunicación se debe aumentar la motivación, el compromiso y la eficiencia en los procesos, contenidos y habilidades de comunicación en relación al liderazgo.</p>
<hr/> <p>Variable dependiente: Clima Organizacional</p> <hr/>		
<p>¿Cómo influye el clima organizacional en el trabajo?</p>	<p>Influye en el día a día y en las labores que le corresponden a cada uno de los colaboradores, por lo que se busca tener y mantener un buen ambiente laboral basado en el entendimiento, comunicación y motivación. Si el clima laboral se ve afectado, la productividad de los colaboradores baja de manera constante.</p>	<p>Según la respuesta obtenida en base a la pregunta, se relaciona con lo que mencionan los autores Pilligua <i>et al</i> (2019), el clima organizacional determina la forma en que un individuo percibe su trabajo, su desempeño, productividaad, influyendo asi en la satisfacción del personal y por lo tanto de la productividad.</p>
	<p>Lo más recomendable es mejorar la comunicación entre los trabajadores y</p>	<p>Relación a la respuesta obtenida en la segunda pregunta, los autores</p>

<p>¿Cómo se puede mejorar el clima laboral entre los compañeros?</p>	<p>crear una mejor relación de trabajo, fomentar la participación y el trabajo en equipo, motivarlos en cada una de sus actividades, agradecerles por cada esfuerzo que hacen por el centro comercial, brindarles beneficios para ellos y sus familias.</p>	<p>Pilligua <i>et al.</i> (2019) menciona que se evalúa el grado de madurez, el respeto, la manera de comunicarse, el grado de colaboración y compañerismo existente y la confianza, para mejorar el ambiente de trabajo.</p>
<p>¿Cómo enfrentar una crisis a consecuencia del clima laboral?</p>	<p>Si existe clima laboral lo más recomendable es dialogar con la persona o personas que estén involucradas en el origen del mal ambiente laboral, para esto se necesita la participación del departamento de recursos humanos, de tal manera que le hagan conocer a la persona afectada que tiene el respaldo de la empresa y motivarlos para que así mejore el clima laboral entre todos.</p>	<p>Según la respuesta obtenida en nuestra última interrogante, menciona el autor Palacios (2017) que será importante identificar aquellas personas que generan un mal clima laboral, con el fin de poder realizar los correctivos necesarios para mitigar estas diferencias o discrepancias en el área de trabajo.</p>

Fuente: Entrevista a la Tecnóloga Y Administradora del Centro Comercial Buenaventura Moreno  
 Elaborado por: Pamela Rosales Suárez  
 Fecha: Enero 2023



### 4.3 Discusión de resultados

#### Discusión de la encuesta

Después de haber aplicado el método de recolección de datos cuantitativo, se ha podido identificar como la comunicación interna tiene relación con el clima organizacional dentro del Centro Comercial Buenaventura Moreno del Cantón La Libertad, de igual manera se pudo determinar cómo es la relación de los trabajadores del lugar ya antes mencionado, para esto se escogieron 2 preguntas de la variable independiente y 2 de la variable dependiente, demostrando las opiniones de los colaboradores del centro comercial.

En relación con la pregunta 1 sobre “La comunicación interna está dirigida a los trabajadores, busca motivar al equipo humano y retener los mejores talentos del entorno del Centro Comercial Buenaventura Moreno”, obteniendo los siguientes datos: De acuerdo 44% y 4% Ni en acuerdo, ni en desacuerdo, según Chacín (2015) la incitación laboral es un proceso que va a necesitar de o constante que pueda ser el practicante para lograrlo. Las actividades encargadas se pueden cumplir con mayor eficacia si los empleados tienen una motivación diaria.

En base a los datos obtenidos en la pregunta 2 sobre “La comunicación interna está orientada a mantener la buena relación con los trabajadores, se obtienen los siguientes datos: De acuerdo 40% y 4% Muy en desacuerdo, resaltando que la comunicación interna se basa en mantener una mejor relación entre los colaboradores del centro comercial, esto responde al criterio de Ramírez (2017) manifiesta que la comunicación interna es el vinculado de funciones y actividades ideadas a partir del proceso de significación y trabajo. En relación con el ambiente laboral de los trabajadores del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

Mediante los datos obtenidos en la pregunta 3 acerca de “la falta de estrategias comunicacionales, permiten que la información llegue a los objetivos planteados (arrendatarios)”, se obtuvieron los siguientes datos: De acuerdo 40% y 16% En desacuerdo, Sordo (2022) recalca que no influyen las faltas de estrategias comunicacionales al momento de impartir información, menciona que existen varias razones por lo que las empresas llegan a tener problemas de comunicación, porque los elementos claves y estratégicos para mejorar es la reputación corporativa y la comunicación. La cabeza principal del centro comercial debe implementar estrategias comunicacionales para mejorar la emisión de mensajes dentro de lugar.

Según los resultados obtenidos en la pregunta 4 sobre “Considera que las acciones de comunicación direccionadas a los empleados, tiene la finalidad de fomentar un trabajo en equipo entre las diferentes áreas del Centro Comercial Buenaventura Moreno”, se recopilaron los siguientes datos: De acuerdo 36% y 8% Muy en desacuerdo, Rivas Tovar (2010) emite que el trabajo en conjunto permite distintos puntos de vista a la hora de tomar una decisión, esto enriquece el trabajo y minimiza las frustraciones. La buena correlación y el equipo de trabajo generan que las diligencias se den con éxito.

En base a los resultados arrojados de la pregunta 5 sobre “La comunicación interna permite dirigir, compartir y establecer estrategias necesarias para lograr los objetivos del centro Comercial Buenaventura Moreno”, se obtuvieron los siguientes datos: De acuerdo 28% y 12% En desacuerdo, Sierra Contreras (2013) menciona las habilidades con relación a las actividades de la organización y como se van a implementar en el corto o largo plazo, con miras a lograr los objetivos planteados en la políticas de la empresa. Es fundamental establecer estrategias que permitan organizar un grupo de compareces para un fin y servicio.

De acuerdo con la pregunta 6 sobre “Los trabajadores deben tener claras las funciones del trabajo que desarrolla en el Centro Comercial Buenaventura Moreno”, se recopilaron los siguientes datos: De acuerdo 36%, 8% En desacuerdo y % Ni en acuerdo, ni en desacuerdo, afirma Lagos (2018) que al no conocer el rol o función y las expectativas en torno a ellos, hace que las personas se sientan inseguras, indecisas y erráticas. Es fundamental que cada uno de los colaboradores conozca cuáles serán sus áreas y roles a cumplir.

La pregunta 7 sobre “Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza por el buen trato, respeto, honestidad y sinceridad entre los compañeros de labores”, muestran los siguientes datos: De acuerdo 36%, 8% Ni en acuerdo, ni en desacuerdo y 8% En desacuerdo, Consiente (2022) manifiesta que el respeto se trata de una vía de doble sentido para avalar que las personas respeten a la colocación y permitir que sientan que su trabajo es valorado y reconocido.

De acuerdo con la pregunta 8 sobre “Un buen ambiente de trabajo se caracteriza porque sus integrantes se divierten y realizan algunas actividades de integración”, se obtuvieron los siguientes datos: De acuerdo 28% y 8% Muy de acuerdo, para ello concuerda con el contenido Monex (2018) de una de las mejores estrategias industriales en términos de resultados, es aquella donde se fusionan capacidades naturales con

buenos ambientes de trabajo. Más allá del ambiente laboral, se busca generar diligencias de integración junto al personal para mejorar el ambiente laboral.

La pregunta 9 trata acerca de “El ambiente de trabajo armonioso y agradable permite la comodidad y genera la productividad y eficiencia de las actividades del Centro Comercial Buenaventura Moreno”, se obtuvieron que 40% están De acuerdo y 16%, Muy en desacuerdo, según su criterio el ambiente laboral repercuten directamente en la producción y desenvolvimiento de los trabajadores y afecta el compromiso con la empresa. El buen ambiente, en tranquilidad y lleno de armonía generando productividad en las actividades.

Para concluir con el análisis de los elementos cuantitativos, la pregunta 10 trata acerca de los trabajadores que constituyen como una pieza clave para alcanzar el éxito del Centro Comercial Buenaventura Moreno, con los siguientes resultados: 44% De acuerdo y en la escala indiferente 8% Ni en acuerdo, ni en desacuerdo, por lo que se llega a la conclusión que la mayoría de trabajadores están de acuerdo que son una pieza clave para el éxito de la empresa. De esta manera también resalta Pilligua Lucas & Arteaga Ureta (2019) que existen estudios, donde se observa que, las empresas están preocupándose por invertir en ambientes adecuados para sus trabajadores, con la finalidad que, estos generen resultados favorables para la empresa, basados en la eficiencia y eficacia sinónimo de productividad.

### **Discusión de resultados de la entrevista**

A continuación se detallara la información obtenida mediante el método cualitativo, con el instrumento de la entrevista, con el fin de conocer como es el clima organizacional y la comunicación en el centro comercial por parte del criterio de la administradora.

En relación a primera pregunta, ¿Cuál es la importancia de la comunicación interna? La respuesta va de acuerdo al concepto de Cardozo (2021) donde menciona que es fundamental para una empresa la comunicación interna para una mejor organización e unión de empleados. En terminación la comunicación interna se basa en el diálogo que se puede tener entre autoridades y personales de un lugar, establecimiento o empresa.

La pregunta número 2 ¿Cuáles son las características de la comunicación interna?, de acuerdo con el apartado y en base del criterio de Graverán (2017) define que la

comunicación tiene como características organizar, integrar, comprometer y movilizar al público interno. De acuerdo a la respuesta obtenida por la entrevistadora, se debe generar de manera transparente, participativa, inclusiva, llena de ideas, sugerencias, también debe ser un ambiente pacífico e innovador donde pueda existir la unión y participación.

Continuando con la herramienta cualitativa y referente a la interrogante 3 ¿Cuáles son las estrategias de la comunicación interna?, se recalca mediante la opinión Medrano (2012), que el éxito de la empresa deben tener técnicas comunicacionales, control, trato, supervisión, consiguiendo así que el ambiente laboral y de la empresa sea satisfactorio. Como respuesta tenemos que se debe identificar el perfil de cada uno de los trabajadores, apoyarlos, motivarlos, conocer cada una de sus necesidades, reconocer económica y emocionalmente el trabajo que realiza.

De acuerdo con la pregunta 4 ¿Cómo mejorar las habilidades de comunicación interna?, menciona Aguado *et al.* (2013) Que para mejorarla comunicación se debe aumentar la motivación, el compromiso y la eficiencia en los procesos, contenidos y habilidades de la comunicación en relación al liderazgo. La respuesta obtenida de acuerdo a la interrogante, nos dice que elaborar un plan estratégico corporativo, donde se implementen reuniones de manera periódica, manejar el departamento de talento humano, aceptar sugerencias, ideas y críticas, organizar actividades fuera del ambiente laboral.

En relación a la variable dependiente se elaboró la pregunta 5 ¿Cómo influye el clima organizacional en el trabajo?, afirma Pilligua (2019) que el clima organizacional determina la forma en que un individuo percibe su trabajo, su desempeño, productividad, influyendo así en la gozo del personal y por lo tanto de la productividad. Mediante a la respuesta obtenida nos ratifica que influye en el día a día y en los trabajos que le corresponden a cada uno de los coadyutores, por lo que se busca tener y mantener un buen ambiente laboral basado en el intelecto, comunicación y motivación.

Continuando con la pregunta 6 ¿Cómo se puede mejorar el clima organizacional entre los compañeros?, según menciona que se evalúa el grado de madurez, el respeto, la manera de comunicarse, el grado de colaboración y compañerismo existente y la confianza para mejorar el ambiente de trabajo. En base a la respuesta obtenida en la entrevista nos manifiesta que lo más recomendable es mejorar la comunicación entre los trabajadores y crear una mejor relación de trabajo, fomentar la participación y el trabajo en equipo, motivarlos en cada una de sus actividades, agradecerles por cada esfuerzo

que hacen por el centro comercial.

Para finalizar con el análisis de la entrevista, en la pregunta 7 ¿Cómo enfrentar una crisis a consecuencia del clima laboral?, en relación con la respuesta el autor Palacios (2017) menciona será importante identificar aquellas personas que crean un mal clima laboral, con el fin de poder realizar los correctores necesarios para mitigar estas diversificas o discrepancias en el área de trabajo. En base a la respuesta obtenida nos manifiesta que si existe clima laboral más respetable es dialogar con las personas que estén involucradas en el comienzo del problema, para esto se dará la participación de departamento de talento humano y brindarle el respaldo total de la empresa.

## CONCLUSIONES

- La comunicación interna del Centro Comercial Buenaventura Moreno, permite que haya un mejor entendimiento dentro de la relación laboral entre los colaboradores y parte administrativa del lugar, por ende también ayuda que haya una excelente comprensión de la información; esto según los criterios profesionales y teóricos de expertos en estas áreas de la comunicación y el clima organizacional.
- En base a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los trabajadores del Centro Comercial Buenaventura Moreno, afirman que es favorable el trabajo en equipo en distintas áreas del lugar; en base a la comunicación interna en la cual se permita dirigir, compartir y establecer estrategias necesarias para llegar a los objetivos que plantee la institución.
- La comunicación interna en relación con el clima organizacional dentro de los colaboradores, se basa en un buen ambiente laboral caracterizado por el buen trato, el respeto, honestidad y sinceridad entre todos, cumpliendo de tal manera las funciones de trabajo que se desarrollan dentro del lugar.
- Los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los colaboradores, en relación con los criterios de la entrevista ejecutada a un experto y parte administrativa de la institución; sustentan que es necesario y fundamental la buena relación laboral, el compañerismo entre integrantes de la administración para que de esta manera se genere una buena imagen y reputación corporativa.

## RECOMENDACIONES

- Realizar actividades dentro y fuera del ambiente laboral en conjunto con los trabajadores del Centro Comercial Buenaventura Moreno, de tal manera que generar un mejor clima organizacional en base a la motivación, compañerismo, integración y satisfacción de sus necesidades, ganando más confianza de parte de ellos y por ende mayor productividad dentro de la institución.
- Aplicar dentro del área laboral estrategias comunicacionales como: reuniones frecuentes para conocer las necesidades de todos los colaboradores, motivarlos diariamente, reconocer su esfuerzo y trabajo, integrarlos forma una estrecha relación en base a la confianza y respaldo del establecimiento.
- Fomentar la participación dentro del departamento de talento humano del centro comercial, para que de esta manera en las distintas situaciones que se den en horarios laborales y en la cual los colaboradores se vean afectados, acudan libremente al departamento de talento humano para hacer llegar sus críticas u opiniones para un mejor ambiente laboral.
- En base a los resultados obtenidos en la encuesta; los criterios obtenidos por los trabajadores, sustentan la idea de la investigación del presente proyecto por lo tanto su aplicación o estudio contara con el respaldo de los integrantes que laboren dentro del centro comercial y por ende generará un impacto social.

## BIBLIOGRAFÍA

- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruíz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. México: Departamento de Investigación en Educación Médica.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la Investigación*.
- Acosta, N. (2018). ¿Cuál es la definición de desempeño laboral? *Cuida tu dinero*, 5.
- Aguado, S., Alcalde, L., Muñoz, E., Rodríguez, D., Sanz, D., Bayce, L., y otros. (2013). ¿CÓMO MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA EN NUESTRAS. *Documento de la Comisión de Eficiencia* .
- Arboleda. (2017). Clima organizacional en el sector público Latinoamericano. *ciencia latina* , pg 7 .
- Bocio, D. A. (2020). Clima organizacional, aspectos básicos de su origen y definición. *Ciencias de la Documentación*, 10- 11.
- Cardozo, L. (2021). La importancia de la comunicación interna y tips para aplicar mejor la estrategia en tu empresa. *ZENVIA*.
- Carrion Ponce , L., & Cosme Pariona, M. Características del clima organizacional en los colaboradores de una entidad bancaria. Caso: Banco BBVA Continental sede Santa Anita,Lima-2017. (tesis). UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN Enrique Guzmán y Valle, Lima - Perú, Perú.
- Chacin, D. R. (2015). La motivación laboral. *URBE*.
- Código de Trabajo Ecuador. (2005).
- Condori Ojeda, P. (2020). *Universo, población y muestra*.
- Consiente, C. (02 de Noviembre de 2022). *Capitalismo Consiente*. Recuperado el 03 de Febrero de 2023, de [capitalismoconsciente.es/blog/respeto-en-el-trabajo-buen-ambiente-de-trabajo/](http://capitalismoconsciente.es/blog/respeto-en-el-trabajo-buen-ambiente-de-trabajo/)
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *ecuador* .
- Cuenca Fontbona , J., & Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Barcelona - España: Dircom.
- Dra. Espinoza, E. (2016). *Universo, muestra y muestreo*.
- Fontrudona, J., & Muller, P. (2020). *Reputación corporativa, transparencia y calidad informativa*. Barcelona - España: Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa.
- Galvis Salcedo, H. (2011). Los objetivos y su importancia para el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Revista de Pedagogía*, 116.
- Gambino, A., & Pungitore, L. (2020). El concepto de organización. *Ciencia y Técnica Administrativa*, 4.
- Gómez , G., & Cohen, N. (2019). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: TESEO.
- Gómez, J., & Simón, F. (2016). *La comunicación*. Venezuela: Universidad de Carabobo.
- González Del Pezo, C. A. (2019). La comunicación interna como herramienta estratégica para el desarrollo organizacional del hotel Punta del Mar del cantón La Libertad provincia de Santa Elena, año 2017. *UPSE*, 15.
- Graverán. (2017). *Comunicación interna*.
- Graverán. (2017). *Propuesta de MManual de Gestión de la Comunicación Interna para el Centro. Nacional de Biopreparados*.
- Graverán, D. (2017). Propuesta de Manual de Gestión de la Comunicación Interna para el Centro. Nacional de Biopreparados. *dominio de las ciencias*, 6.
- Guevara, Verdesoto, & Castro. (2020). Metodología de la Investigación. Recimundo.
- Guevara, X. (2018). *Clima Organizacional*. Quito.
- Guevara, X. (2018). *Clima Organizacional* . Quito.
- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la Investigación*.
- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (2012). *Diseños no experimentales*.



- Iglesias Quintana, J., & Ushca Usca, D. (2022). *La terminación de la relación laboral previo visto bueno y el derecho pro-operario*. Riobamba - Ecuador: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES.
- Lagos, P. G. (2018). Nuestro rol en el trabajo y la importancia de tener claro lo que debemos hacer.
- León Acuña, M. P. (2022). Clima organizacional y desempeño laboral en las microempresas del sector comercial del cantón La Libertad. *UPSE*, 11.
- Medrano, S. M. (2012). La comunicación interna en las organizaciones . *Contribuciones a la Economía*.
- Ministerio de Trabajo. (2018).
- Molina, D. L. (2019). El clima organizacional y su relación con el desempeño. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 18.
- MONEX. (20 de Septiembre de 2018). *MONEX*. Recuperado el 03 de Febrero de 2023, de [blog.monex.com.mx/empresas/los-beneficios-aportan-buen-ambiente-laboral-en-empresa](http://blog.monex.com.mx/empresas/los-beneficios-aportan-buen-ambiente-laboral-en-empresa)
- Muñiz , R. (2017). *Marketing en el siglo XXI*. CEF.
- Muñoz Salcedo, Castro Ceballos, Ruíz Obeso, & Salgado Herrera. (2019). Administración efectiva como contribución al logro de la competitividad organizacional. *Liderazgo Estratégico*, 247.
- Palacios, J. H. (2017). *Propuesta para el manejo de conflictos laborales en el área de*. Quito.
- Pilligua Lucas, C., & Arteaga Ureta, F. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. estudio caso: Hardepex Cía. Ltda.
- Plan Nacional para el Buen Vivir . (2017 - 2021).
- Portilla Chaves, M., Rojas Zapata, A., & Hernández Arteaga, I. (2014). *NA REFLEXIÓN DESDE LA EDUCACIÓN*. Docencia de investigación en innovación.
- Puertas Hidalgo , R., Abendaño , M., & Valdiezo, C. (2020). *Comunicar: de la táctica a la estrategia*. LOJA, ECUADOR: UTPL.
- Ramirez, H. O. (2017). Lacomunicación interna como herraienta indispensable de la administraciónn de empresas. *Ciencias económicas y empresariales*.
- Ramos, P. (2019). Mejoramiento de comunicación interna en empresas de calzado en Tungurahua-Ecuador. *Podium*, 4.
- Ríos Pacheco, Barbosa Trigos, & Paéz Quintana. (2020). *Estrategias de Comunicación, ejecución y seguimiento*. Colombia: REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía.
- Rivas Tovar, L. (2010). Monografía sobre trabajo de equipo. Guia de estudio para el examen de capacidades gerenciales.
- Sierra Contreras, R. (2013). el concepto de estrategia como fundamento de planeación estratégica. En *Pensamiento y gestión* (pág. 154).
- Sordo, A. I. (2022). ocho señales de una mala comunicación en tu empresa y como revertilas.
- Tejedor, I. S. (2019). La comunicación y las empresas (CEAC). *Editex*, 27.
- Torres Zoraima , A. (2018). *Necesidades adquiridas que impulsan la motivación laboral en los empleados de las empresas de servicio eléctrico en el Estado Zulia de Venezuela*. Colombia: revista de Ciencias Sociales Aplicadas.
- Verazzi, D. J. (2019). *Comunicación Interna total: estrategia, practicas y casos*. Eespaña - Barcelona: UOC.

**ANEXOS**

**ANEXO 2: Matriz de Operacionalización**

TEMA/ TÍTULO	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES
<p><b>Comunicación interna y su relación con el clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno en el cantón La Libertad.</b></p>	<p><b>Comunicación Interna</b></p>	<p>La comunicación interna incluye las acciones de comunicación que se realizan en las instituciones dirigidas al público interno. Comprende, mediante el empleo de diversos medios y canales, las estrategias y programas de comunicación. Está definida por la interrelación que se puede lograr entre el personal que compone la organización y sus objetivos principales debe ser integrar, comprender y movilizar al público interno con los objetivos de una institución (Graverán, Propuesta de MManual de Gestión de la</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios de comunicación</li> <li>- Estrategias de comunicación</li> <li>- Comprender al público</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Transmitir noticias</li> <li>- Estrategias comunicacionales</li> <li>- Reputación</li> <li>- Satisfacer necesidades</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) La comunicación interna está dirigida a los trabajadores, busca motivar al equipo humano y retener los mejores talentos del entorno del Centro Comercial Buenaventura Moreno.</li> <li>2) La comunicación interna está orientada a mantener la buena relación con los trabajadores.</li> <li>3) La falta de estrategias comunicacionales, permiten que la información llegue a los objetivos planteados (arrendatarios).</li> <li>4) Considera que las acciones de comunicación direccionadas a los empleados, tiene la finalidad de fomentar un trabajo en equipo entre las diferentes áreas del Centro Comercial Buenaventura Moreno.</li> <li>5) La comunicación interna permite dirigir, compartir y establecer</li> </ol>

		Comunicación Interna para el Centro. Nacional de Biopreparados., 2017).			estrategias necesarias para lograr los objetivos del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
	<b>Clima Organizacional</b>	La importancia del clima organizacional radica en el hecho de que el comportamiento de un trabajador no es solamente el resultado de los factores organizacionales existentes, sino que dependen de las percepciones que él tenga de esos factores, como tamaño de la organización, modos de comunicación, estilos de liderazgo, entre otros. Sin embargo, en gran medida estas percepciones que los trabajadores y directivos se forman de la empresa a la que pertenecen pueden depender de las interacciones y actividades, además de otras experiencias de cada miembro con la organización. (Guevara X. ,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Factores Organizacionales</li> <li>- Liderazgo</li> <li>- Interacciones y actividades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación laboral</li> <li>- Desempeño</li> <li>- Organizar</li> <li>- Lograr fines y objetivos</li> <li>- Labores a cumplir</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Los trabajadores deben tener claras las funciones del trabajo que desarrolla en el Centro Comercial Buenaventura Moreno.</li> <li>2) Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza por el buen trato, respeto, honestidad y sinceridad entre los compañeros de labores.</li> <li>3) Un buen ambiente de trabajo se caracteriza porque sus integrantes se divierten y realizan algunas actividades de integración.</li> <li>4) El ambiente de trabajo armonioso y agradable permite la comodidad y genera la productividad y eficiencia de las actividades del Centro Comercial Buenaventura Moreno.</li> <li>5) Los trabajadores constituyen una pieza clave para alcanzar el éxito del Centro Comercial Buenaventura Moreno.</li> </ol>

		Clima Organizacional , 2018).			
--	--	-------------------------------	--	--	--

### ANEXO 3: Instrumentos

## COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO EN EL CANTÓN LA LIBERTAD.

Técnica: Encuesta con escala de Likert

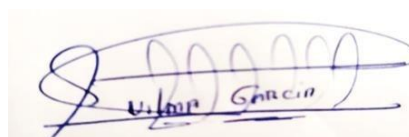
Instrumento: Guía de preguntas – Comunicación Interna – Clima Organizacional

**Tema:** Comunicación Interna Y Su Relación Con El Clima Organizacional Del Centro Comercial Buenaventura Moreno En El Cantón La Libertad.

Objetivo. Evaluar la aceptación de la manera de informar dentro del Centro Comercial.

Escala: Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5.

<b>Variable Independiente: Comunicación Interna</b>						
		1	2	3	4	5
1	La comunicación interna está dirigida a los trabajadores, busca motivar al equipo humano y retener los mejores talentos del entorno del Centro Comercial Buenaventura Moreno.					
2	La comunicación interna está orientada a mantener la buena relación con los trabajadores.					
3	La falta de estrategias comunicacionales, permiten que la información llegue a los objetivos planteados (arrendatarios).					
4	Considera que las acciones de comunicación direccionadas a los empleados, tiene la finalidad de fomentar un trabajo en equipo entre las diferentes áreas del Centro Comercial Buenaventura Moreno.					
5	La comunicación interna permite dirigir, compartir y establecer estrategias necesarias para lograr los objetivos del Centro Comercial Buenaventura Moreno.					
<b>Variable dependiente: Clima Organizacional</b>						
1	Los trabajadores deben tener claras las funciones del trabajo que desarrolla en el Centro Comercial Buenaventura Moreno.					
2	Un ambiente de trabajo positivo se caracteriza por el buen trato, respeto, honestidad y sinceridad entre los compañeros de labores.					
3	Un buen ambiente de trabajo se caracteriza porque sus integrantes se divierten y realizan algunas actividades de integración.					
4	El ambiente de trabajo armonioso y agradable permite la comodidad y genera la productividad y eficiencia de las actividades del Centro Comercial Buenaventura Moreno.					
5	Los trabajadores constituyen una pieza clave para alcanzar el éxito del Centro Comercial Buenaventura Moreno.					



Lcda. Vilma Maribel García González, Mgt.  
**Juez Experto**  
**C.I:**

**Técnica:** Entrevista

**Tema:** Comunicación interna y su relación con el clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno En El Cantón La Libertad.

**Objetivo:** Conocer la opinión y forma en que la administradora logra impartir información a los arrendatarios.

#### ANEXO 4: Cuadro de entrevista

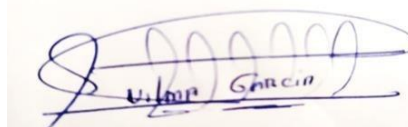
**Entrevistado:** Tecnóloga Corina Villao.

**Cargo:** Administradora del CC Buenaventura Moreno

**Especialidad:** Personal Administrativo

**Entrevistador:** Pamela Rosales Suárez

		Respuesta
<b>Comunicación Interna</b>		
1.	¿Cuál es la importancia de la comunicación interna?	
2.	¿Cuáles son las características de la comunicación interna?	
3.	¿Cuáles son las estrategias de la comunicación interna?	
4.	¿Cómo mejorar las habilidades de comunicación interna?	
<b>Clima Organizacional</b>		
5.	¿Cómo influye el clima organizacional en el trabajo?	
6.	¿Cómo se puede mejorar el clima laboral entre los compañeros?	
7.	¿Cómo enfrentar una crisis a consecuencia del clima laboral?	



Lcda. Vilma Maribel García González, Mgt.

**Juez Experto**

**C.I:**

### ANEXO 5: Matriz de Validación de contenido por juicio de expertos

<b>TÍTULO:</b>	Comunicación interna y su relación con el clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno En El Cantón La Libertad.
<b>AUTOR:</b>	Pamela Rosales Suárez

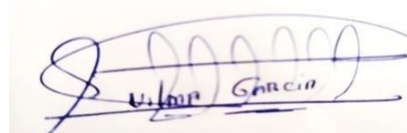
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN Relación entre:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Comunicación Interna	Medios de comunicación	Conceptualización	La comunicación interna está dirigida a los trabajadores, busca motivar al equipo humano y retener los mejores talentos del entorno del Centro Comercial Buenaventura Moreno.						X					X			
		Trasmitir noticias	La comunicación interna está orientada a mantener la buena relación con los trabajadores.					X			X		X		X		
	Estrategias de comunicación	Objetivos planteados	La falta de estrategias comunicacionales, permiten que la información llegue a los objetivos planteados (arrendatarios).					X		X			X		X		





	<b>Interacciones y actividades</b>	Labores a cumplir	Los trabajadores constituyen una pieza clave para alcanzar el éxito del Centro Comercial Buenaventura Moreno.	X		X		X		X		X		X		X	
--	------------------------------------	-------------------	---	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

Fecha, La Libertad, 12 de enero del 2023



Lcda. Vilma Maribel García González, Mgt.  
**Juez Experto**  
**C.I:**



7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos												X							
8.Coherencia	Relación en variables e indicadores									X										
9.Metodología	Adecuada y responde a la investigación													X						

**INSTRUCCIONES:** Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

<b>PROMEDIO:</b>
La Libertad, 12 de enero del 2023
[Redacted]
Lceda.: Lceda. García González Vilma Maribel, Mgtr.
C.I.: 0201721610
Teléfono: 0981574260
E-mail: mary.garciagonzalez11800@gmail.com
Firma

**ANEXO 7: Cuadro 5**

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**

<b>DATOS DEL ESTUDANTE</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	Rosales Suárez Pamela Vanessa	
<b>TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>		
Comunicación interna y su relación con el clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno en el cantón La Libertad.		
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>		
<b>Nombre del instrumento:</b>	Cuestionario – Comunicación Interna	
<b>Objetivo:</b>	Evaluar la aceptación de la manera de informar dentro del Centro Comercial.	
<b>Dirigido a:</b>	Personal administrativo que laboran en el Centro Comercial Buenaventura Moreno en el cantón La Libertad.	
<b>JUEZ EXPERTO</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	Lcda. García González Vilma Maribel, Mgtr.	
<b>Documento de Identidad:</b>	0201721610	
<b>Grado Académico:</b>	Lcda. Comunicación Social	
<b>Especialidad:</b>	Máster Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa	
<b>Experiencia Profesional (años):</b>	10	
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>		
<b>Aplicable</b>	<b>Aplicable después de Corregir</b>	<b>No Aplicable</b>
<b>Sugerencia:</b>		

Fecha: La Libertad, 12 de enero del 2023

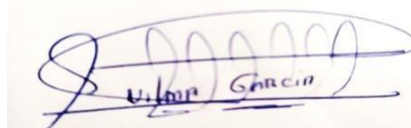
Lcda. Vilma Maribel García González, Mgt.  
**Juez Experto**  
**C.I:**

**ANEXO 8: Validez de contenido del instrumento**

<b>DATOS DEL ESTUDANTE</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	Rosales Suárez Pamela Vanessa	
<b>TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>		
Comunicación interna y su relación con el clima organizacional del Centro Comercial Buenaventura Moreno en el cantón La Libertad.		
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>		
<b>Nombre del instrumento:</b>	Guía de preguntas – Clima Organizacional	
<b>Objetivo:</b>	Conocer la opinión de la administradora y el ambiente laboral que lleva con sus trabajadores.	
<b>Dirigido a:</b>	Administradora del Centro Comercial, encargado de autorizar la información que será tramitada y el mandato del mismo lugar.	
<b>JUEZ EXPERTO</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	Lcda. García González Vilma Maribel, Mgtr.	
<b>Documento de Identidad:</b>	0201721610	
<b>Grado Académico:</b>	Lcda. Comunicación Social	
<b>Especialidad:</b>	Máster Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa	
<b>Experiencia Profesional (años):</b>	10	
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>		
<b>Aplicable</b>	<b>Aplicable después de Corregir</b>	<b>No Aplicable</b>

<b>Sugerencia:</b>		

Fecha: La Libertad, 12 de enero del 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Vilma García", is written over a horizontal line. The signature is stylized with loops and a long horizontal stroke.

Lcda. Vilma Maribel García González, Mgt.  
**Juez Experto**  
**C.I:**

## ANEXO 9: Aplicación de las encuestas

Formulario sin título

Preguntas Respuestas 25 Configuración



**ENCUESTA APLICADA A LOS INTEGRANTES ADMINISTRATIVOS DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO.**

**TEMA:** COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO EN EL CANTÓN LA LIBERTAD.

**OBJETIVO:** Recopilar información sobre la comunicación interna y la relación con el clima organizacional entre trabajadores.

Formulario sin título

Preguntas Respuestas 25 Configuración

25 respuestas

Ver en Hojas de cálculo

Se aceptan respuestas

Resumen Pregunta Individual

3 de 25

No se pueden editar las respuestas

**ENCUESTA APLICADA A LOS INTEGRANTES ADMINISTRATIVOS DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO.**

**TEMA:** COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO EN EL CANTÓN LA LIBERTAD.

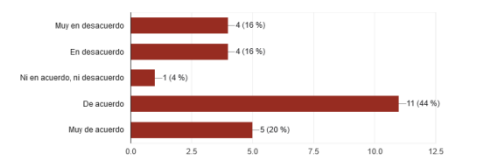
Formulario sin título

Preguntas Respuestas 25 Configuración

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** Comunicación Interna  
*Se basa en orientar y dirigirse de una manera correcta, para generar una buena comunicación entre trabajadores, administrativos de una empresa o lugar.*

1). La comunicación interna está dirigida a los trabajadores, busca motivar al equipo humano y retener los mejores talentos del entorno del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

25 respuestas



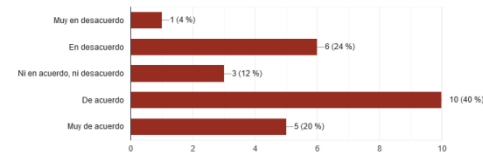
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	16%
En desacuerdo	4	16%
Ni en acuerdo, ni desacuerdo	1	4%
De acuerdo	11	44%
Muy de acuerdo	5	20%

Formulario sin título

Preguntas Respuestas 25 Configuración

2). La comunicación interna está orientada a mantener la buena relación con los trabajadores.

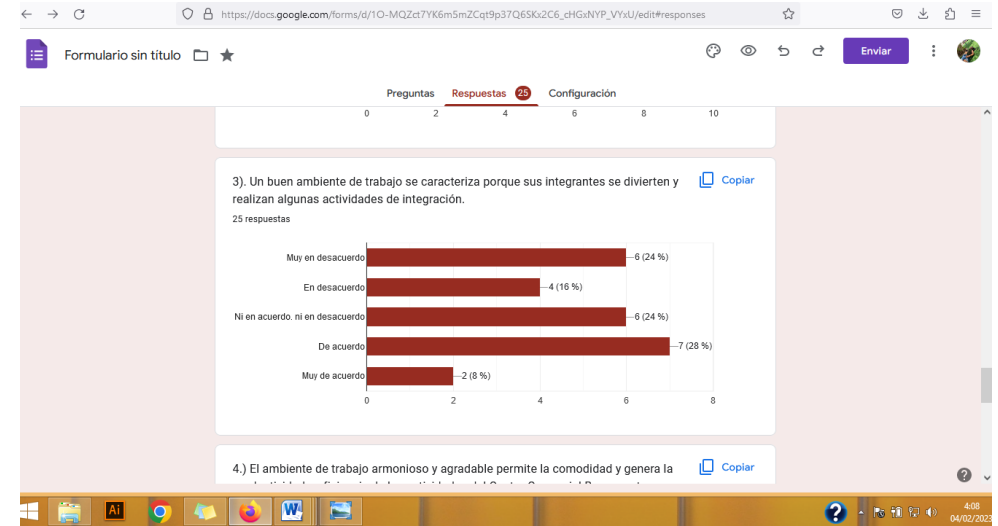
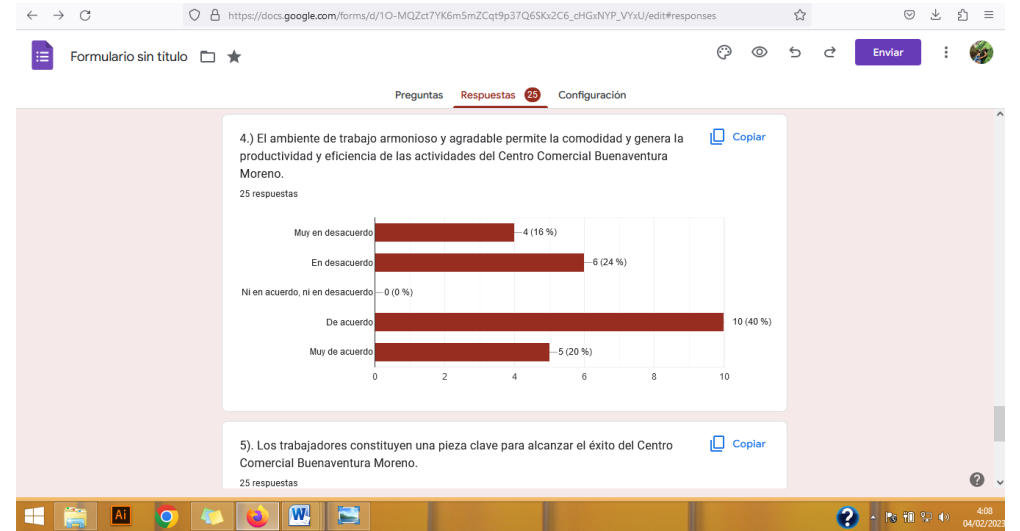
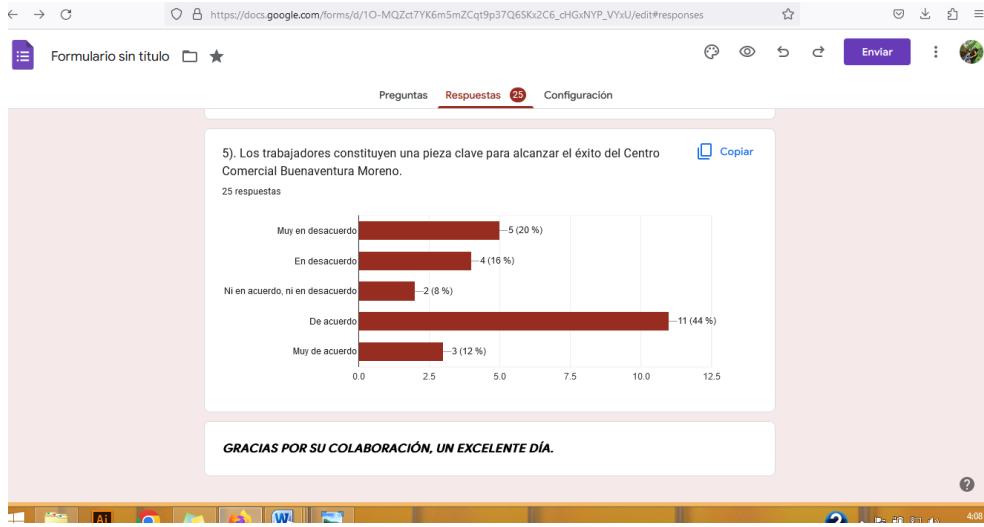
25 respuestas



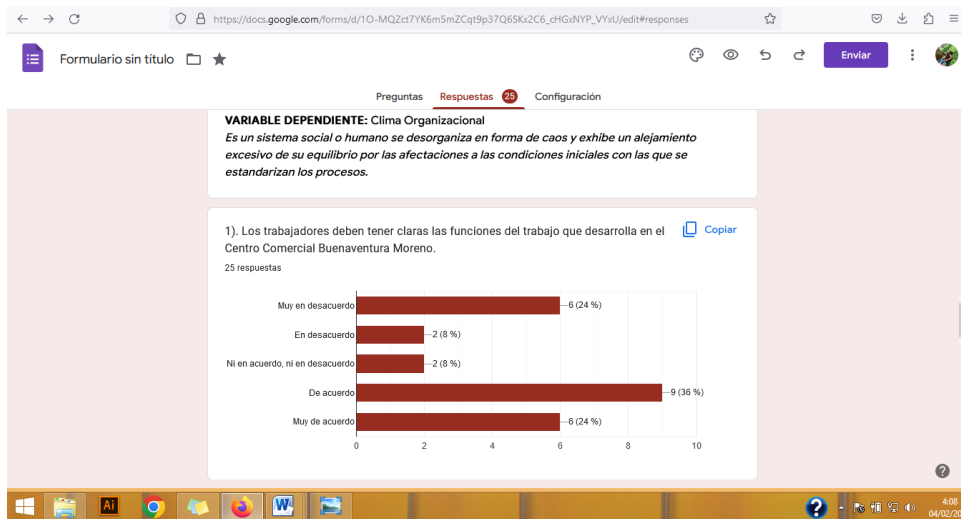
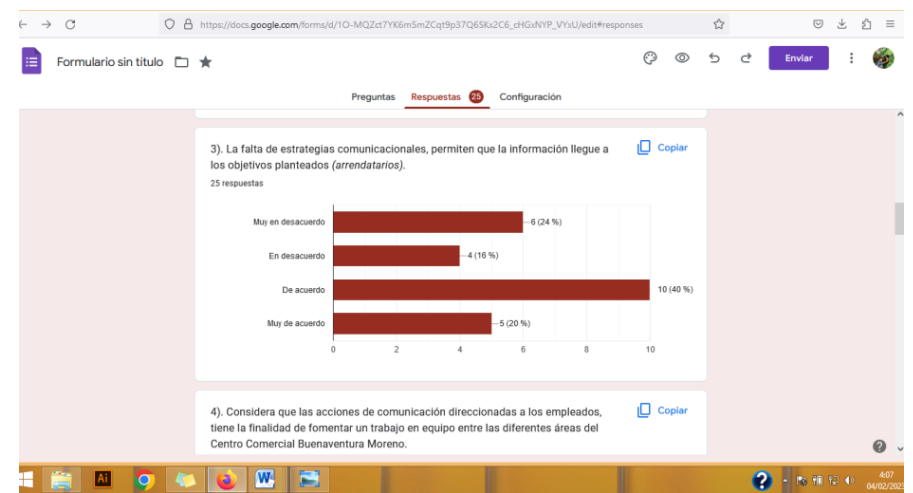
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	4%
En desacuerdo	6	24%
Ni en acuerdo, ni desacuerdo	3	12%
De acuerdo	10	40%
Muy de acuerdo	5	20%

3). La falta de estrategias comunicacionales, permiten que la información llegue a los objetivos planteados (arrendatarios).

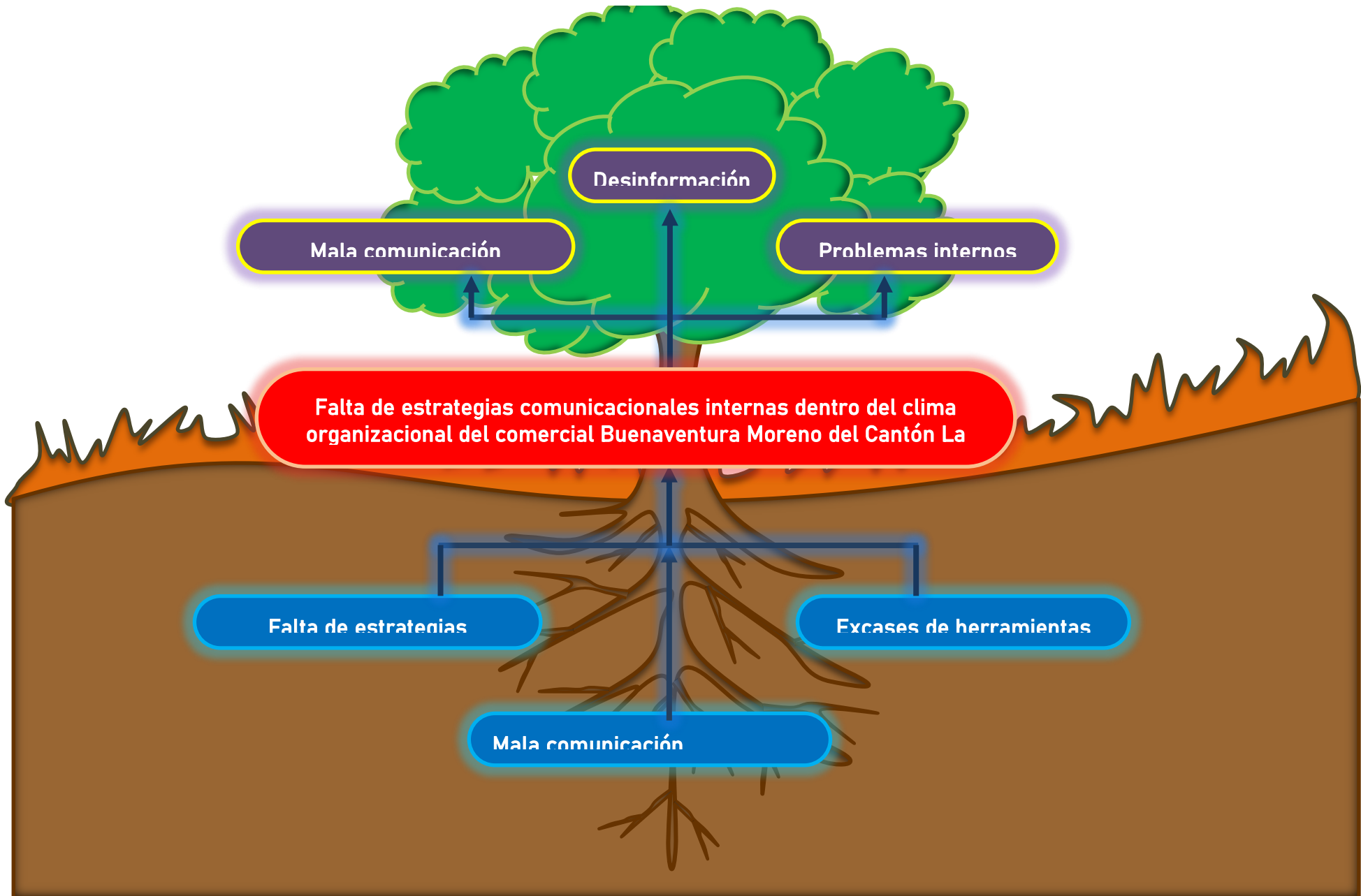
25 respuestas







## ANEXO 10: Árbol de problema



## ANEXO 11: Entrevista a la Tecnóloga Corina Villao



## ANEXO 12: Entrevista y criterio profesional de los entrevistados.

<b>Entrevista</b>	<b>Entrevistador: Pamela Rosales Suárez</b>
<b>Entrevistada: Tecnóloga Corina Villao</b>	<b>Profesión: Tecnóloga</b>
<b>Cargo: Administradora del Centro Comercial Buenaventura Moreno.</b>	
<p><b>1. ¿Cuál es la importancia de la comunicación interna?</b> La comunicación interna es el dialogo que se puede tener entre las autoridades y los trabajadores de un lugar, llegando a tener una buena organización laboral, la importancia es mantener la motivación de todo el equipo humano perteneciente del centro comercial, generando una buena comunicación y mayor entendimiento de las necesidades de cada uno de ellos.</p> <p><b>2. ¿Cuáles son las características de la comunicación interna?</b> Se debe generar de manera transparente, participativa, inclusiva, llena de ideas, sugerencias, también debe ser un ambiente pacifico e innovador donde pueda existir la unión y participación para un mejor entendimiento y compañerismo entre administrativos como colaboradores.</p> <p><b>3. ¿Cuáles son las estrategias de la comunicación interna?</b> Dentro del centro comercial se debe identificar el perfil de cada uno de los trabajadores, apoyarlos, motivarlos, conocer cada una de sus necesidades, reconocer económica y emocionalmente su trabajo que realizan, implementar reuniones, juegos y capacitaciones y sobre todos establecer un dialogo ameno con ellos todos los días.</p> <p><b>4. ¿Cómo mejorar las habilidades de comunicación interna?</b> Elaborar un plan estratégico corporativo, donde se implementes reuniones de amera periódica, mejorar el departamento de talento humano, aceptar sugerencias, ideas y críticas, organizar actividades fuera del ambiente laboral, instalar nuevos equipos de comunicación que faciliten la comunicación y comprensión de información tanto para trabajadores como arrendatarios.</p> <p><b>5. ¿Cómo influye el clima organizacional en el trabajo?</b> Influye en el día a día y en las labores que le corresponden a cada uno de los colaboradores, por lo que se busca tener y mantener un buen ambiente laboral basado en el entendimiento, comunicación y motivación. Si el clima laboral se ve afectado, la productividad de los colaboradores baja de manera constante.</p> <p><b>6. ¿Cómo se puede mejorar el clima laboral entre los compañeros?</b> Lo más recomendable es mejorar la comunicación entre los trabajadores y crear una mejor relación de trabajo, fomentar la participación y el trabajo en equipo, motivarlos en cada una de sus actividades, agradecerles por cada esfuerzo que hacen por el centro comercial, brindarles beneficios para ellos y sus familias.</p> <p><b>7. ¿Cómo enfrentar una crisis a consecuencia del clima laboral?</b> Si existe clima laboral lo más recomendable es dialogar con la persona o personas que estén involucradas en el origen del mal ambiente laborar, para esto se necesita la participación del departamento de recursos humanos, de tal manera que le hagan conocer a la persona afectada que tiene el respaldo de la empresa y motivarlos para que así mejore el clima laboral entre todos.</p>	

