

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL
FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL DEL CENTRO
COMERCIAL EL MOLINO I EN EL AÑO 2017**

PRESENTADO POR:

Bach. Yuli Villa Ticona

Bach. Layda Tapara Luna

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADAS EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ASESORA:

Dra. María del Pilar Benavente García

CUSCO – PERÚ

2019

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la influencia de la comunicación interna en el fortalecimiento organizacional del centro comercial “El Molino I” en el año 2017. El ámbito de estudio se realizó en el Centro Comercial “El Molino I”, teniendo una investigación de tipo básico, diseño no experimental de corte transversal, alcance descriptivo – correlacional. La población estuvo conformada por 971 microempresarios, para lo cual se tuvo como muestra de 275 microempresarios. La técnica de investigación empleada fue la encuesta con su instrumento el cuestionario. Para contrastar las hipótesis planteadas en la presente investigación se utilizó la correlación de Spearman, donde se obtuvo que la comunicación interna influye de manera positiva y significativa en el fortalecimiento organizacional del centro comercial “El Molino I” en el año 2017 ($Rho = .422^{**}$ y $p = .000$). Además el 84% de los negociantes o microempresarios respondieron que la comunicación interna es regular y empresa aplica de manera regular las estrategias de promoción y el 81.5 % de los microempresarios o encuestados menciona que el fortalecimiento organizacional es regular.