

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA
ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMCAL
S.A.C.”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTORES:

DAPHNE ARA LI BEJAR LOPEZ

CARLA VANESA CASTILLO ZAPATA

MARY KATERIN RIVAS PORTALES

ASESOR: Dr. CARLOS RICARDO ANTONIO ALIAGA VALDEZ

Línea de investigación: Ciencias Sociales y Desarrollo Humano – Gestión

Administrativa

Callao, 2024

PERÚ



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Av. Juan Pablo II 306 Bellavista - Callao Telf. 429-7296
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la
conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"



ACTA N° 09 DE SUSTENTACIÓN DE TESIS CON CICLO TALLER DE TESIS DE FECHA 13 DE ENERO DEL 2024 PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

LIBRO N° 01 FOLIO N° 10 ACTA N° 09 DE SUSTENTACIÓN DE TESIS CON CICLO TALLER DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN.

A los 13 días del mes enero del año 2024, siendo las 16:10 H. horas, se reunió, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao, el **JURADO DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**, para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración, conforme a las Resoluciones de Consejo de Facultad N° 112-2023-CF-FCA-UNAC y 155-2023-CF-FCA-UNAC, integrado por los siguientes docentes ordinarios de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao:

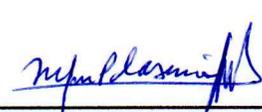
Dr. Constantino Miguel Nieves Barreto	: Presidente
Mg. Maibi Ana Plasencia Alva	: Secretaria
Dr. Santiago Rodolfo Aguilar Loyaga	: Vocal
Dr. Carlos Ricardo Antonio Aliaga Valdez	: Asesor

Se dio inicio al acto de sustentación de la tesis de los Bachilleres **BEJAR LOPEZ DAPHNE ARAI, CASTILLO ZAPATA CARLA VANESA y RIVAS PORTALES MARY KATERIN**, quienes habiendo cumplido con los requisitos para optar por el Título Profesional de Licenciado en Administración, sustentan la tesis titulada: **"INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMCAL S.A.C."**, cumpliendo con la sustentación en acto público de manera presencial.

Con el quórum reglamentario de ley, se dio inicio a la sustentación de conformidad con lo establecido por el Reglamento de Grados y Títulos. Luego de la exposición, y la absolución de las preguntas formuladas por el Jurado y efectuadas las deliberaciones pertinentes, acordó: Dar por APROBADO por UNANIMIDAD con la escala de calificación cualitativa MUY BUENO y calificación cuantitativa (16), la presente tesis, conforme a lo dispuesto en el Art. 24° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional del Callao, aprobado por Resolución de Consejo Universitario N° 150-2023-CU del 15 de junio del 2023.

Se dio por cerrada la Sesión a las 17:00 H. horas del día 13 de enero del 2024.


Dr. Constantino Miguel Nieves Barreto
Presidente


Mg. Maibi Ana Plasencia Alva
Secretaria


Dr. Santiago Rodolfo Aguilar Loyaga
Vocal

TESIS_BEJAR_CASTILLO_RIVAS

13%
Textos sospechosos



13% Similitudes
2% similitudes entre comillas
< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: TESIS_BEJAR_CASTILLO_RIVAS.pdf
ID del documento: a403b85be414ac53507506bf7301e558c29335d3
Tamaño del documento original: 2,37 MB

Depositante: FCA PREGRADO UNIDAD DE INVESTIGACION
Fecha de depósito: 2/1/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 2/1/2024

Número de palabras: 23.116
Número de caracteres: 162.757

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.usmp.edu.pe https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/20.500.12727/8319/1/alarcon_mam-prado_dlcjmj.pdf 36 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (499 palabras)
2	hdl.handle.net La comunicación interna y su relación con el clima organizacional... https://hdl.handle.net/20.500.12672/10372 37 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (435 palabras)
3	repositorio.itm.edu.co https://repositorio.itm.edu.co/bitstream/20.500.12622/5836/4/MariaFernanda_GualteroMira_2023.pdf 14 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (212 palabras)
4	repositorio.usmp.edu.pe https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/20.500.12727/4332/3/samanez_fnc.pdf 24 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (190 palabras)
5	Documento de otro usuario #b90c77 El documento proviene de otro grupo 16 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (179 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.redalyc.org LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL: ELEMENTO FUNDAMENT... https://www.redalyc.org/pdf/1995/199525737032.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
2	hdl.handle.net Gestión de riesgos de seguridad de la información para empresa... https://hdl.handle.net/20.500.12672/11225	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
3	repositorio.ucv.edu.pe https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/105162/1/Cerda_CRM-Mendoza_ESJ-SD.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
4	1library.co Top PDF Comunicación organizacional y clima social en los trabajador... https://1library.co/title/comunicacion-organizacional-clima-social-trabajadores-municipalidad-depar...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
5	hdl.handle.net La comunicación efectiva de las relaciones públicas y el liderazgo ... https://hdl.handle.net/20.500.12727/8646	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8319/alar
2	https://decomunicantes.wordpress.com/2014/05/08/la-comunicacion
3	https://books.google.com.co/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontco
4	https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14257/Atiq
5	https://repositorio.utb.edu.co/handle/20.500.12585/10021

INFORMACIÓN BÁSICA

FACULTAD

Facultad de Ciencias Administrativas

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO

“Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.”

AUTORES

Daphne Arali Bejar Lopez

Código ORCID: 009-0000-6580-6679

DNI: 73714718

Carla Vanesa Castillo Zapata

Código ORCID: 009-0006-7559-6592

DNI: 70291033

Mary Katerin Rivas Portales

Código ORCID: 009-0002-0765-6988

DNI: 76027519

ASESOR: Carlos Ricardo Antonio Aliaga Valdez

Código ORCID: 0000-0002-2451-890X

DNI: 08737267

LUGAR DE EJECUCIÓN

Empresa SIMCAL S.A.C.

UNIDAD DE ANÁLISIS

Colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

TIPO/ENFOQUE/DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Básico/ Cuantitativo / No experimental

TEMA OCDE

Ciencias Sociales - 5.00.00

Negocios, Administración – 5.02.



DEDICATORIA

A mis padres, por su amor infinito y apoyo incondicional. A mis abuelitos Juan Bejar y Elva Tuesta, por su constante motivación y apoyo.

A mis padres por su apoyo constante, por siempre darme la fuerza y valentía para no darme por vencida.

A mis amados padres, por darme el apoyo y las ganas para poder salir adelante. A mi querida hermana Mari Carmen, por su infinito amor.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive name.A handwritten signature in blue ink, appearing to be a name followed by a surname.A handwritten signature in blue ink, written in a cursive style.

AGRADECIMIENTOS

Nuestra gratitud a la Universidad Nacional del Callao, a nuestro asesor Carlos Aliaga por su apoyo y tiempo dedicado para la culminación de esta investigación y a todos nuestros queridos profesores que nos enseñaron y guiaron durante este proceso.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive name.A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Carlos Aliaga'.A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Diana'.

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS	5
SUMÁRIO	10
INTRODUCCIÓN	11
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.1. Descripción de la realidad problemática	12
1.2. Formulación del problema.....	14
1.2.1. Problema general	14
1.2.2. Problemas específicos	14
1.3. Objetivos	15
1.3.1. Objetivo general	15
1.3.2. Objetivos específicos.....	15
1.4. Justificación	15
1.5. Delimitantes de la investigación.....	16
1.5.1. Teórica	16
1.5.2. Temporal	17
1.5.3. Espacial.....	17
II. MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes	18
2.1.1. Internacional.....	18
2.1.2. Nacionales.....	22
2.2. Bases teóricas	29
2.2.1. Comunicación interna.....	29
2.2.2. Clima organizacional	35
2.3. Marco conceptual.....	40

2.3.1.	Comunicación interna.....	40
2.3.2.	Clima organizacional	41
2.4.	Definiciones de términos básicos.....	42
2.4.1.	Comunicación interna.....	42
2.4.2.	Clima organizacional	42
2.4.3.	Comunicación intrapersonal	42
2.4.4.	Comunicación Interpersonal.....	42
2.4.5.	Comunicación Institucional.....	42
2.4.6.	Motivación	43
2.4.7.	Productividad.....	43
2.4.8.	Organización	43
III.	HIPÓTESIS Y VARIABLES	44
3.1.	Hipótesis	44
3.1.1.	Operacionalización de las variables	45
IV.	METODOLOGÍA DEL PROYECTO	46
4.1.	Diseño metodológico.....	46
4.1.1.	Tipo de investigación.....	46
4.2.	Método de investigación	46
4.3.	Población y muestra.....	46
4.4.	Lugar de estudio y periodo desarrollado	47
4.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de la información	47
4.5.1.	Técnicas	47
4.5.2.	Instrumentos.....	47
4.6.	Análisis y procesamiento de datos.....	47
4.7.	Aspectos éticos en investigación	47
4.8.	Si la orientación es hacia un proyecto de inversión	48

4.9. Si el proyecto se orienta al impacto ambiental.....	48
V. RESULTADOS.....	49
5.1. Resultados descriptivos	49
5.2. Resultados inferenciales	82
5.3. Otro tipo de resultados estadísticos, de acuerdo con la naturaleza del problema y la hipótesis	86
VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	89
6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados	89
6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares	90
6.3. Responsabilidad ética de acuerdo con los reglamentos vigentes	91
VII. CONCLUSIONES.....	92
VIII. RECOMENDACIONES	93
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
ANEXOS	103
- Matriz de consistencia: Influencia de la comunicación interna en el clima organización de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C....	103
- Instrumentos validados	104
- Consentimiento informado	114
- Base de datos	115
- Otros anexos necesarios de acuerdo a la naturaleza del problema .	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables de investigación	45
Tabla 2 Resultados de análisis de confiabilidad del instrumento	49
Tabla 3 Género de los colaboradores encuestados.....	49
Tabla 4 Edades de los colaboradores.....	50
Tabla 5 Área en que laboran.....	51
Tabla 6 La escucha es importante en la comunicación	52
Tabla 7 El silencio es relevante para la escucha	53
Tabla 8 Es imprescindible la claridad mental para entender.....	54
Tabla 9 Para una adecuada comunicación es necesario entender.....	55
Tabla 10 Es relevante el ser instruido por otras personas para enseñar	56
Tabla 11 El comunicar sus conocimientos de manera adecuada puede enseñar	57
Tabla 12 Las empresas deben tener políticas de escucha de sus empleados para identificar oportunidades de mejora	58
Tabla 13 Los directivos empresariales deben escuchar las ideas, opiniones y recomendaciones de sus empleados.....	59
Tabla 14 Es esencial que los empleados se sientan parte de la organización y se comprometan con sus objetivos y metas para que la empresa sea exitosa	60
Tabla 15 La empresa debe fomentar reuniones de integración para que los empleados pueden expresar sus opiniones con confianza.....	61
Tabla 16 La organización debe utilizar exclusivamente los canales de comunicación formales para transmitir información	62
Tabla 17 Le interesa la información general proporcionada por la empresa....	63
Tabla 18 La remuneración que recibe es justa en relación con su trabajo	64
Tabla 19 La remuneración debe aumentar en base al rendimiento laboral	65
Tabla 20 Las empresas deben apreciar los logros y esfuerzos y apreciar los niveles de desempeño	66
Tabla 21 Las actividades diarias en la organización contribuyen a su crecimiento personal	67
Tabla 22 Los trabajadores de una organización deben tener el derecho a expresarse libremente.....	68

Tabla 23 Los empleados deben tener la confianza de discutir con sus jefes inmediatos de asuntos laborales de importancia	69
Tabla 24 Los empleados deben expresar sus sentimientos, pensamientos y opiniones a sus jefes inmediatos sin dificultad.....	70
Tabla 25 Los empleados merecen ser elogiados por sus jefes inmediatos cuando desempeñan su labor de manera sobresaliente.....	71
Tabla 26 El triunfo de los colaboradores se reflejará en el éxito de la empresa	72
Tabla 27 Los jefes inmediatos deben tomar en consideración las ideas o sugerencias de los colaboradores.....	73
Tabla 28 Es importante las capacitaciones constantes por parte de su empresa	74
Tabla 29 Es beneficioso promover a los colaboradores que desempeñan sus funciones con éxito	75
Tabla 30 Es importante que el empleado se sienta apreciado y respetado por el trabajo que realiza.....	76
Tabla 31 Es importante mantener una relación afectiva y adecuada con sus jefes inmediatos	77
Tabla 32 La participación de sus compañeros de trabajo le permite realizar mejor sus tareas.....	78
Tabla 33 Su empresa fomenta la colaboración y la participación entre los colaboradores	79
Tabla 34 Los colaboradores se sienten obligados por sus necesidades en seguir laborando en la empresa.....	80
Tabla 35 Se siente comprometido con su trabajo y con los objetivos de la empresa	81
Tabla 36 Coeficiente de correlación de Pearson: comunicación interna y clima organizacional.....	83
Tabla 37 Correlación entre comunicación intrapersonal y liderazgo.....	84
Tabla 38 Correlación entre comunicación interpersonal y motivación	85
Tabla 39 Correlación entre comunicación institucional y trabajo en equipo.....	86
Tabla 40 Prueba de normalidad.....	87





ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Gestión de la palabra en tres dimensiones	34
Figura 2 Dimensiones del clima organizacional	38
Figura 3 Hombres y mujeres de SIMCAL S.A.C.....	50
Figura 4 Edades de los colaboradores de SIMCAL S.A.C.	51
Figura 5 Personal de la empresa SIMCAL S.A.C.	52
Figura 6 La escucha en la empresa SIMCAL S.A.C.....	53
Figura 7 Es relevante el silencio en la escucha para la empresa SIMCAL S.A.C.....	54
Figura 8 Es imprescindible la claridad para entender en la empresa SIMCAL S.A.C.....	55
Figura 9 Para una adecuada comunicación es necesario entender en la empresa SIMCAL S.A.C.....	56
Figura 10 Es relevante ser instruido por otras personas para enseñar en la empresa SIMCAL S.A.C.....	57
Figura 11 El comunicar sus conocimientos de manera adecuada puede enseñar en la empresa SIMCAL S.A.C.	58
Figura 12 La empresa SIMCAL S.A.C. deben tener políticas de escucha de sus empleados para identificar oportunidades de mejora.....	59
Figura 13 Los directivos de la empresa SIMCAL S.A.C. deben escuchar las ideas, opiniones y recomendaciones de sus empleados	60
Figura 14 Es esencial en SIMCAL S.A.C. que sus empleados se sientan parte de la	61
Figura 15 En SIMCAL S.A.C. se debe crear ambientes que fomenten reuniones de integración para que los empleados puedan expresar sus opiniones con confianza.....	62
Figura 16 SIMCAL S.A.C. debe utilizar exclusivamente los canales de comunicación formales para transmitir información	63
Figura 17 Le interesa la información general proporcionada por la empresa SIMCAL S.A.C.	64
Figura 18 En la empresa SIMCAL S.A.C. la remuneración que recibe es justa en relación con su trabajo	65



Figura 19 En la empresa SIMCAL S.A.C. la remuneración debe aumentar en base al rendimiento laboral	66
Figura 20 SIMCAL S.A.C. debe apreciar los logros y esfuerzos y apreciar los niveles de desempeño	67
Figura 21 Realizar las actividades diarias en SIMCAL S.A.C. contribuye a su crecimiento personal	68
Figura 22 Los trabajadores de SIMCAL S.A.C. tienen el derecho de expresarse libremente	69
Figura 23 Los empleados de SIMCAL S.A.C. deben tener la confianza de discutir con sus jefes inmediatos de asuntos laborales de importancia	70
Figura 24 Los empleados de SIMCAL S.A.C. deben expresar sus sentimientos, pensamientos y opiniones a sus jefes inmediatos sin dificultad	71
Figura 25 Los empleados de SIMCAL S.A.C. deben ser elogiados por sus jefes inmediatos cuando desempeñan su labor de manera sobresaliente	72
Figura 26 El triunfo de los colaboradores se reflejará en el éxito de SIMCAL S.A.C.....	73
Figura 27 Los jefes inmediatos de SIMCAL S.A.C. deben tomar en consideración las ideas o sugerencias de los colaboradores	74
Figura 28 Es importante las capacitaciones constantes por parte de la empresa SIMCAL S.A.C.....	75
Figura 29 Es beneficioso que SIMCAL S.A.C. promueva a sus colaboradores que desempeñen sus funciones con éxito	76
Figura 30 Es importante que el empleado se sienta apreciado y respetado por el trabajo que realiza en la empresa	77
Figura 31 Es importante mantener una relación afectiva y adecuada con sus jefes inmediatos	78
Figura 32 La participación de sus compañeros de trabajo le permite realizar mejor sus tareas.....	79
Figura 33 SIMCAL S.A.C. fomenta la colaboración y la participación entre los colaboradores	80
Figura 34 Los colaboradores se sienten obligados por sus necesidades en seguir laborando en SIMCAL S.A.C.....	81





Figura 35 Se siente comprometido con su trabajo y con los objetivos de la empresa SIMCAL S.A.C..... 82

Figura 36 Prueba de normalidad para comunicación interna 87

Figura 37 Prueba de normalidad para clima organizacional 88



RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue “demostrar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.”, la misma que es especialista en el sistema de detectores de gases y aparatos de respiración autónoma (SCBA), además de la comercialización de estos equipos desde el 2015. El estudio fue de tipo básica, de nivel descriptivo, con un diseño metodológico no experimental transversal, empleándose el método hipotético – deductivo.

Para la población, no fue necesario ningún tipo de muestreo, puesto que, se utilizó la población total de 25 colaboradores, a quienes se aplicaron dos cuestionarios, siendo comunicación interna, la cual cuenta con 16 preguntas; y clima organizacional, con 14 preguntas, datos que fueron validados con la prueba de alfa de Cronbach, obteniendo una alta fiabilidad (para comunicación interna $\alpha=0.912$ y para clima organizacional $\alpha=0,846$).

Respondiendo al problema de investigación, se demostró que, el valor del estadístico R de Pearson es de 0,704, con una significación estadística 0,000, donde $p < 0,01$, las mismas que nos llevó a aceptar la hipótesis alterna y a rechazar la hipótesis nula, de tal manera que, se evidenció que existe una correlación positiva alta entre la variable comunicación interna y la variable clima organizacional en los trabajadores de la empresa SIMCAL S.A.C.

Por lo tanto, se concluyó que, la comunicación interna influye de manera positiva en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C., recomendándose gestionar e implementar un plan de comunicación interna que permita mejorar el clima organizacional y crear una sostenibilidad operativa en la empresa.

Palabras claves: Comunicación interna, Clima organizacional

SUMÁRIO

O objetivo geral desta pesquisa foi "demonstrar a influência da comunicação interna no clima organizacional dos colaboradores da empresa SIMCAL S.A.C.", especializada no sistema de detectores de gases e aparelhos de respiração autônoma (SCBA), bem como a comercialização desses equipamentos desde 2015. O estudo foi básico, descritivo, com desenho metodológico de corte transversal não experimental, utilizando o método hipotético-dedutivo.

Para a população, não foi necessário nenhum tipo de amostragem, uma vez que foi utilizada a população total de 25 colaboradores, aos quais foram aplicados dois questionários, sendo comunicação interna, que possui 16 questões; e clima organizacional, com 14 questões, dados que foram validados com o teste alfa de Cronbach, obtendo-se uma alta confiabilidade (para comunicação interna $\alpha=0,912$ e para clima organizacional $\alpha=0,846$).

Respondendo ao problema de pesquisa, foi demonstrado que o valor da estatística R de Pearson é de 0,704, com uma significância estatística de 0,000, onde $p < 0,01$, o mesmo que nos levou a aceitar a hipótese alternativa e rejeitar a hipótese nula, de modo que foi evidenciado que existe uma alta correlação positiva entre a variável comunicação interna e a variável clima organizacional nos trabalhadores da empresa SIMCAL S.A.C.

Portanto, concluiu-se que a comunicação interna tem uma influência positiva no clima organizacional dos funcionários da SIMCAL S.A.C., recomendando o gerenciamento e a implementação de um plano de comunicação interna para melhorar o clima organizacional e criar sustentabilidade operacional na empresa.

Palavras-chave: Comunicação interna, Clima organizacional.

INTRODUCCIÓN



Se ha visto que, en los últimos años, la gran parte de las empresas utilizan como herramienta estratégica a la comunicación interna; ya que, de esa manera se puede transmitir los objetivos, y los valores que trata de fomentar la empresa, con la finalidad de que el colaborador tenga una cultura de fidelidad y sienta un buen clima organizacional.

Alcanzar un buen clima organizacional en una empresa no es sencillo de conseguir, ya que no depende de una sola persona, sino de todos los colaboradores que laboran en dicha organización, siendo muchos los beneficios de estar en un trabajo agradable, por ello es recomendable que sea medido cada cierto periodo.

La presente investigación titulada: “INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMCAL S.A.C.”, tiene como objetivo principal determinar de qué manera influye la comunicación interna en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

Esta investigación ha tomado como referencia la metodología 1A de Manuel Tessi, motivo por el cual, en el presente estudio se consideran las siguientes dimensiones: Intrapersonal, interpersonal e institucional de la comunicación interna. Además, se busca aportar nuevas recomendaciones de la relación que tienen las dos variables de una manera sencilla y práctica para que sea fácil de entender para futuros investigadores.



I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La comunicación interna es un proceso de intercambio de información, mensajes y datos dentro de una organización, tiene como objetivo principal facilitar la colaboración, la comprensión y la coordinación entre los miembros de la organización; con el fin de mantener una interacción abierta con ellos, desde la alta dirección hasta el personal operativo. La comunicación interna es esencial para el funcionamiento eficiente de una empresa y puede adoptar diversas formas, como tradicional o tecnológico, por ejemplo: reuniones, correos electrónicos, intranets, boletines internos, tableros de anuncios, entre otros.

Por otro lado, el clima organizacional se define como el ambiente psicológico y emocional que predomina en una organización, siendo el resultado de la percepción colectiva de los colaboradores sobre la cultura, las políticas, las prácticas y las relaciones laborales en su organización. Es decir, el clima organizacional no se refiere solo a las condiciones físicas del entorno de trabajo, sino principalmente a cómo los empleados sienten y experimentan la organización en términos de su ambiente social.

En el contexto mundial, la comunicación interna en las organizaciones se refiere al proceso de intercambio de información, mensajes y conocimientos entre los miembros de una empresa o entidad, con el objetivo de facilitar la comprensión, colaboración, coordinación y el logro de los objetivos organizacionales, sin embargo, aún se ve afectada por la dificultad de garantizar que la información fluya de manera efectiva y eficiente entre todos los colaboradores dentro de la organización. Esto se puede ver manifestado en un clima organizacional poco saludable, que afecta negativamente a la productividad y el bienestar de los colaboradores.

En Sudamérica, la comunicación interna en las organizaciones tiene como objetivo establecer la verdadera naturaleza de las empresas, así

como su identidad corporativa. Por lo tanto, se define como el conjunto de procesos, mensajes y canales utilizados por la organización para transmitir información. Esta definición no se limita únicamente a los mensajes escritos o hablados, sino que abarca también las acciones y el comportamiento a través de los cuales todas las empresas comunican aspectos relacionados con su identidad, su misión, su forma de operar y, en ocasiones, incluso sobre sus clientes.

Vidarte (2019), refiere: “En el Perú, la comunicación interna es una especialización que aún se encuentra en crecimiento. Las grandes empresas, que cuentan con miles de trabajadores, la emplean como una importante herramienta estratégica de gestión que permite fortalecer la cultura y mejorar el clima organizacional”, esto va a permitir que las empresas tengan una mejor comunicación al emplear este tipo de recursos.

Medina (2018), refiere: “Actualmente, las empresas descuidan estos dos importantes factores, considerándose un problema importante que no exista una buena comunicación entre los actores de la organización, ya que no toman en consideración sus opiniones, generando así actitudes negativas y comportamientos nada adecuados”, en Lima podemos encontrar la mayoría de las empresas líderes en el mercado productivo, las cuales cuentan con un plan de comunicación sin embargo no es difundido a sus colaboradores, es por ello que al no tener conocimiento de dicho plan no se logra concretar una buena gestión de comunicación y esto también se ve afectado en el clima organizacional.

En SIMCAL S.A.C. podemos ver reflejado el problema de la comunicación interna, en los diferentes niveles de la organización desde la alta dirección hasta el área operativa; ya que no se tienen el correcto conocimiento de los canales de transmisión afectando gravemente el clima organizacional; puesto que no permite la fluidez de información y no contribuye con los objetivos empresariales. Por lo tanto, afecta al colaborador al no sentirse cómodo ni motivado en su ambiente laboral.

El propósito de esta investigación es evaluar si la comunicación Interna tiene un impacto beneficioso en el ambiente laboral de los colaboradores en SIMCAL S.A.C, para así poder proporcionar a todos los miembros de la organización las herramientas necesarias para fortalecer la comunicación interna y, como resultado, mejorar el clima organizacional de la empresa.

1.2. Formulación del problema

En este contexto mundial, se puede visualizar qué en la mayoría de las empresas se ve afectada su comunicación interna al no tener canales de transmisión dentro de la organización; por lo cual, se puede ver manifestado en un clima organizacional desequilibrado. Basándonos en eso, podemos afirmar que actualmente hay una gran necesidad de explicar los diferentes canales de difusión que deben existir dentro de una empresa para mejorar el clima organizacional. Por esta razón, se busca determinar la influencia de la comunicación interna y el clima organizacional, a partir de ello, se podrá dar respuestas en la forma en cómo interactúa dentro de una organización. Esta cuestión está provocando la revisión de toda la gestión comunicativa.

Por lo tanto, prevalece la necesidad de investigar estas dos variables, dado que posibilitará explicar a la empresa la importancia de la comunicación interna que deben tener todos los colaboradores dentro de su centro laboral y a su vez esto permitirá tener un mejor clima organizacional.

1.2.1. Problema general

P_G: ¿De qué manera influye la comunicación interna en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.?

1.2.2. Problemas específicos

P_{E1}: ¿De qué manera la comunicación intrapersonal influye en el liderazgo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.?



P_{E2}: ¿De qué manera la comunicación interpersonal influye en la motivación de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.?

P_{E3}: ¿De qué manera la comunicación institucional influye en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

OG: Determinar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

1.3.2. Objetivos específicos

OE1: Determinar si existe influencia de la comunicación intrapersonal en el liderazgo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

OE2: Determinar si existe influencia de la comunicación interpersonal en la motivación de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

OE3: Determinar si existe influencia de la comunicación institucional en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

1.4. Justificación

La justificación teórica tiene como propósito preparar a las organizaciones para un plan de crecimiento. Se comparó las teorías existentes, tomando como referencia la teoría de Manuel Tessi y la teoría del clima organizacional de Mónica García, Juan Gómez y Juan Vesga. Por lo tanto, a través de este estudio se sugiere que, para mejorar la comunicación interna en las organizaciones, es necesario implementar una comunicación interna integrada, en la que todos los miembros de la organización puedan participar activamente en los objetivos y lineamientos de la empresa.

La justificación práctica de esta investigación es que busca el propósito de confirmar la importancia que la comunicación interna tiene por ser uno de los procesos más fundamentales en una organización, debido a que implementando un buen plan de comunicación interna mejoraría el entorno laboral de los colaboradores en la organización, así como para entender la influencia que esta ejerce en el clima organizacional. La justificación social de este estudio busca beneficiar más allá de los colaboradores de SIMCAL S.A.C, ya que será de utilidad para otras organizaciones que busquen implementar o mejorar su comunicación interna, asimismo, mediante esta investigación se establecieron los cimientos para una gestión más efectiva de la comunicación interna en la empresa, lo que facilitará la creación de un entorno laboral positivo para los nuevos colaboradores, es relevante porque permitirá a los colaboradores comprender los niveles de comunicación que deben seguir, de acuerdo al rol que desarrollen en la organización. La justificación metodológica de esta investigación es que se aplicaron los instrumentos de cuestionario de comunicación interna y el cuestionario de clima organizacional, los cuales pueden ser utilizados por otros investigadores, administradores y organizaciones.

1.5. Delimitantes de la investigación

1.5.1. Teórica

Este proyecto tiene como objetivo definir los criterios que delimiten a las dos variables, considerando qué son variables comunes de investigación, pero aun así es común encontrar el problema en diversas organizaciones. Las variables utilizadas en este estudio se respaldaron con datos tanto a nivel nacional como internacional.

Esta delimitación teórica proporcionará el marco conceptual necesario para analizar como la comunicación interna influye en la percepción de los colaboradores sobre el clima organizacional en SIMCAL

S.A.C., centrándose en la calidad de la comunicación, la claridad de los mensajes, la retroalimentación y la participación de los empleados.

Se presta especial atención a teorías que abordan la importancia de la comunicación interna en la percepción de los colaboradores sobre el entorno de trabajo. Entre las teorías relevantes se encuentran la teoría de Manuel Tessi y la teoría del clima organizacional de Mónica García, Juan Gómez y Juan Vesga.

1.5.2. Temporal

Esta investigación se ejecutó en todos los colaboradores, desde la alta dirección, administrativos y operarios de la empresa SIMCAL S.A.C. durante el periodo de septiembre a diciembre del 2023. Cabe mencionar que esta investigación es transversal, al llevarse en un tiempo determinado.

1.5.3. Espacial

La presente investigación se realizó en la empresa SIMCAL S.A.C que se encuentra ubicada en el distrito de Los Olivos, provincia y departamento de Lima. El estudio involucró a 25 colaboradores para conocer su percepción del clima organizacional en la empresa.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacional

Mayor (2022) en su investigación titulada: “La comunicación interna y su influencia en el clima organizacional en la Federación Nacional de Cultivadores de Cereales y Leguminosas, (FENALCE) Regional Valle del Cauca”. Tesis para optar el título profesional de Administración de Empresas. Universidad Del Valle. Zarzal – Colombia. La presente investigación tuvo como objetivo determinar la influencia que pueda tener la comunicación interna en el clima organizacional en la Federación Nacional de Cultivadores de Cereales y Leguminosas (FENALCE) Regional Valle del Cauca, respecto al tipo de investigación es descriptiva con método inductivo. La población objetivo de estudio son los empleados de la Federación Nacional de Cultivadores de Cereales y Leguminosas (FENALCE) en la regional del Valle del Cauca la cual consta de 4 empleados y no se realizarán muestras ni muestreos, debido a que la población a estudiar es pequeña, los instrumentos utilizados en esta investigación fueron la encuesta de comunicación y clima organizacional. Respecto a los resultados se evidencia que la correlación de Spearman de las variables comunicación interna y clima organizacional es igual a 0,35, por lo que se puede concluir que existe una correlación positiva media. Esto quiere decir que, si una variable incrementa la otra también incrementa de manera considerable o si la variable comunicación interna disminuye el clima organización también disminuirá.

Barrera (2021) en su investigación: “Comunicación interna y su relación con el clima organizacional en una compañía de alimentos en Cartagena de Indias”. Tesis para optar el grado de maestro en Desarrollo Humano. Universidad Tecnológica de Bolivar. Cartagena de Indias – Colombia, tuvo como objetivo o analizar la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional. Utilizó un diseño de investigación no experimental transeccional, de tipo correlacional y una población de 284

colaboradores de una compañía de alimentos con sede central en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia, se midieron las variables comunicación interna con el cuestionario de comunicación interna de GF Asesores (2003) (adaptado por Di Nardo, 2005) con 34 reactivos y el clima organizacional con la escala de clima laboral CL-SPC de Palma (2004) con 50 reactivos. Se evidenció una relación significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional ($r=0,576$; $p<0,05$), y una asociación con cada una de sus dimensiones: autorrealización, involucramiento laboral, supervisión, comunicación y condiciones laborales. Se concluye que existe una relación positiva, directa y significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional; así como se identificó una asociación significativa entre la comunicación interna y las dimensiones del clima organizacional en los colaboradores de la compañía de alimentos de 3 Castillos.

Gualtero (2022) en su investigación titulada: “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de una institución de educación superior de la ciudad de Medellín - Colombia”. Tesis para optar el grado de maestro en Gestión de Organizaciones. Instituto Tecnológico Metropolitano. Medellín - Colombia. Tuvo como objetivo evaluar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional en una institución de educación superior de la ciudad de Medellín, tomando como caso de estudio la Institución Universitaria Pascual Bravo. La hipótesis refiere que existe relación de influencia significativa de la comunicación en el clima organizacional de una institución de educación superior, respecto al tipo de investigación es correlacional, de enfoque mixto. La muestra es una no probabilística de 114 personas, los instrumentos utilizados en la investigación son una entrevista semiestructurada y un cuestionario de percepción de la comunicación interna y el clima organizacional. Respecto a los resultados demostraron que la comunicación interna que se da en una institución de educación superior impacta de manera directa al clima organizacional que se gesta allí mismo. Se concluye que el análisis cualitativo de la percepción de la comunicación interna y el clima organizacional de la institución es positivo para los encuestados.

Chimbo y Tipán (2023) en su investigación titulada: “Incidencia de la comunicación interna en el clima laboral del cuerpo de bomberos del Cantón Pujilí en el período 2022- 2023”. Tesis para optar el título de licenciatura en Gestión de la Información Gerencial. Universidad Técnica de Cotopaxi. Latacunga - Ecuador. El objetivo de la investigación fue analizar la incidencia de la comunicación interna en el clima laboral del cuerpo de bomberos del Cantón Pujilí en el período 2022-2023. Respecto al diseño es no experimental, con una metodología inductiva con enfoque cuantitativo. No se realizaron muestras ni muestreos, debido a que la población con la que se trabajó fueron todos los colaboradores de la parte administrativa (5) y al personal operativo (26) dando un total de 31 personas, se utilizó la aplicación de dos cuestionarios previamente validados, el primero elaborado por Great Place To Work Trust, enfocado en medir la comunicación interna y el segundo orientado a medir el clima laboral elaborado por Bello (2017). Respecto a los resultados se demostró que las barreras de la comunicación afectan directamente al clima laboral con un 30,87%, dando como resultado que las variables tienen una estrecha relación. Se concluye que la comunicación interna permite mejorar el trabajo en equipo, el desempeño laboral y el compromiso organizacional. El clima laboral mejora las relaciones interpersonales, aumenta la productividad en los colaboradores y crea un sentido de pertenencia a la organización.

Maldonado (2018) en su investigación titulada “Impacto de la comunicación interna en el clima laboral del Instituto de Salud Pública”. Tesis para optar el título de magister en Gerencia Pública. Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Santiago-Chile. El objetivo de la investigación fue analizar la relación entre ambas variables, específicamente proponer mejoras en la forma de comunicar y lograr un mejor desempeño, agilizar los procesos, garantizando un buen ambiente laboral. Respecto al tipo de investigación es descriptivo cualitativo, fundamentada en una realidad laboral subjetiva, la población es el total de número de funcionarios de la empresa son 827, de ellos el 61% son

mujeres y el 39% hombres, la muestra de estudio fueron los funcionarios que contestaron la encuesta enviada online, correspondiente a un total de 185. Los instrumentos utilizados fueron la técnica de recolección de datos que se realizó aplicando una encuesta online denominada encuesta sobre comunicación interna y clima laboral en el Instituto de Salud Pública de Chile. Respecto a los resultados el 77% correspondió a profesionales y solo el 23% al conjunto de técnicos, administrativos y auxiliares. Se pudo observar que el 92% de los funcionarios del ISP saben cuáles son sus tareas y responsabilidades y casi la mitad está de acuerdo en que el Instituto apoya el desarrollo y progreso de su personal. Se concluyó que es necesario realizar más estudios al respecto, en que la participación de los “no profesionales” sea mayor.

Hurtado (2022) en su investigación “Formulación de un plan de comunicación organizacional interna para la empresa Contrachapados de esmeraldas S.A. Codesa”. Tesis para optar el título de maestría en Talento Humano. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Esmeraldas – Ecuador. El objetivo de la investigación fue formular un plan de comunicación interno para la empresa Contrachapados de esmeraldas S.A. Codesa. Respecto al tipo de investigación es descriptivo cuantitativo de corte transversal, la población es un total de 90 empleados, de acuerdo con la aplicación de la fórmula para conocer el tamaño de la muestra se obtuvo una muestra de 74 empleados. Los instrumentos utilizados en este análisis se obtuvieron de la investigación realizada por Gabriela Monserrate Romero Barberán. Respecto a los resultados llevó a la investigadora a proponer un plan de mejora con base en la aplicación del eneagrama como herramienta para mejorar la comunicación organizacional a partir del conocimiento de las personalidades, fortalezas y debilidades de los trabajadores, empezando por los líderes en pro de un mejor resultado en la gestión organizacional. Se concluyó la importancia y la necesidad de un plan de comunicación organizacional para una empresa y se planteó la innovación aplicando el eneagrama de personalidad como herramienta para trabajar con los equipos empresariales.

Garcés (2021) en su investigación llamada: “Análisis de los factores de la comunicación interna que influyen en el clima laboral del área de negocios de una entidad financiera de la ciudad de Guayaquil”. Tesis para optar el título de licenciada en Psicología Organizacional. Tuvo como objetivo determinar los factores de comunicación interna del área de negocios de una entidad financiera de la ciudad de Guayaquil para mejorar el clima laboral de los colaboradores a través de un trabajo de campo. El tipo de investigación es descriptivo con método deductivo-inductivo. La población de la presente investigación es todo el personal (30 colaboradores) del área de negocios de la institución financiera seleccionada, motivo por el cual no se obtuvo ninguna muestra, los instrumentos utilizados en la investigación fueron las entrevistas. Respecto a los resultados la presente investigación permitió desarrollar una propuesta de mejora, con el fin de garantizar un adecuado clima laboral que garantice una comunicación fluida, trabajo en equipo, incentivos permanentes, y fundamentalmente, la involucración de los colaboradores con la filosofía y objetivos organizacionales. Se concluye que el clima laboral no se desarrolla adecuadamente, los colaboradores carecen de incentivos, se percibe poca satisfacción y sentido de pertenencia, lo que repercute no sólo en el cumplimiento de los objetivos organizacionales, sino también en las condiciones idóneas para desarrollar de manera óptima las funciones de los colaboradores.



2.1.2. Nacionales

Vidarte (2019) en su investigación titulada: “La comunicación interna y su relación con el clima organizacional en las instituciones públicas. Caso: Consejo Nacional de la Magistratura”. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Comunicación Social. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima - Perú. El objetivo de la investigación fue analizar la relación que existe entre la variable comunicación interna y la variable clima organizacional de los trabajadores de las instituciones del sector público, tomando como objeto de estudio al Consejo Nacional de la



Magistratura. La hipótesis refiere que sí existe una relación significativa entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional del Consejo Nacional de la Magistratura, respecto al tipo de investigación es descriptivo correlacional, con enfoque cuantitativo, con diseño no experimental. La muestra es de 140 colaboradores de la institución en el segundo semestre del 2017, el instrumento utilizado en la investigación realizada fue un cuestionario estructurado de comunicación Interna – clima organizacional. Respecto a los resultados se observa un alto porcentaje de mala comunicación interna (62%) y un 51% de desmotivación de los empleados, lo que indicó la relación que existe entre las variables. Se concluye si en la nueva organización (Junta Nacional de Justicia), se gestiona una buena comunicación interna, esta influirá de manera significativa en el clima organizacional de los trabajadores de la institución.

Alarcón y Prado (2021) en su investigación titulada: “La comunicación interna y su incidencia en el clima organizacional en la empresa transnacional en hidrocarburos, Lima, 2018”. Tesis para optar el grado académico de maestra en Gestión de Recursos Humanos. Universidad San Martín de Porres. Lima - Perú. La investigación tuvo como objetivo definir la relación entre la comunicación Interna y sus efectos en el clima organizacional de la empresa transnacional de hidrocarburos, respecto al diseño utilizado fue correlativo bajo enfoque cuantitativo. La muestra consistió en 60 colaboradores que laboran en la organización, los instrumentos utilizados en la investigación fueron en la primera escala con 19 elementos para la recolección de datos, y la segunda escala con un total de 20 elementos comprendió 39 preguntas como resultado, se encontró que existe una buena correlación con un buen nivel de intensidad ($r = 0,619$, $p = 0,000$) entre las variables de comunicación Interna y el clima organizacional. Además, se encontró una correlación muy positiva y directa entre las dimensiones comunicación intrapersonal ($r = 0,586$, $p = 0,000$), comunicación interpersonal ($r = 0,622$, $p = 0,000$) y comunicación institucional ($r = 0,591$, $p = 0,000$) con el clima organizacional. Se concluye que una buena comunicación interna entre todas las áreas de la

organización evita conflictos y aumenta el compromiso y la lealtad de los colaboradores hacia la organización, lo que crea un buen ambiente organizacional.

Briceño (2019) en su investigación titulada: “Clima organizacional y comunicación en los trabajadores de una entidad educativa de Lima”. Tesis para optar el grado académico de maestro en Comportamiento Organizacional y Recursos Humanos. Universidad Ricardo Palma. Lima – Perú. Su objetivo fue identificar la relación entre el clima y la comunicación organizacional de los trabajadores de una entidad educativa de Lima, en relación con la metodología, la investigación fue de tipo aplicada, el método, descriptivo correlacional y el diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por 238 personas, entre ellos docentes, auxiliares, personal administrativo, de servicio, directivos y personal militar de los niveles de inicial, primaria y secundaria, no se utilizó procedimiento muestral, decidiendo trabajar con el cien por ciento de la población, lo que significa que se realizó un estudio tipo censo, se utilizaron los cuestionarios de Litwin y Stringer, para medir el clima organizacional y el cuestionario de comunicación organizacional de Echavarría Petti. Respecto a los resultados se observa que el clima de una organización guarda relación con las formas de comunicación organizacional, siendo los valores menores a 0.05, aceptándose la hipótesis alterna que nos dice que las variables están correlacionadas significativamente. Se concluye que existe relación entre el clima y la comunicación organizacional en los trabajadores de dicha entidad educativa.

Espinoza y Velásquez (2021) en su investigación: “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la dirección regional de salud Ancash – 2019”. Tesis para obtener el título de licenciada en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Ancash - Perú. La investigación tuvo por finalidad determinar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la Dirección Regional de Salud Ancash - 2019 (DIRESA), para lo cual se empleó la metodología de investigación no experimental y de diseño correlacional. Se

desarrolló con una muestra poblacional de 153 trabajadores administrativos, siendo 87 nombrados, y 66 contratados, los instrumentos consistieron en dos cuestionarios, el primero se enfocó en determinar la influencia de la comunicación interna y la segunda se enfocó en el clima. Los resultados determinaron que dentro de la institución existe un nivel regular de comunicación interna, subsecuentemente a ello un nivel regular del clima organizacional lo que demuestra que la comunicación interna incide en forma positiva en el clima organizacional del personal administrativo. Por lo tanto, se concluye que la comunicación interna es fundamental para generar un contexto participativo y con ello un mejor clima organizacional.

Carrasco y Enríquez (2022) en su investigación titulada: “Comunicación interna y su relación con el clima organizacional en la empresa de transporte Transmar, Lambayeque 2022”. Tesis para obtener el título profesional de licenciado en Administración. Universidad Cesar Vallejo. Chiclayo– Perú. Tuvo como objetivo determinar la relación de la comunicación interna y clima organizacional de la empresa de transporte Transmar de Lambayeque. La hipótesis refiere que ante una mejor comunicación interna se mejora el clima organizacional debido a la relación encontrada, o ante una deficiente comunicación interna se puede tener un bajo clima laboral en la empresa investigada., se utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, correlacional, con diseño no experimental, se consideró a toda la población de estudio 32 colaboradores, no fue necesario algún tipo de muestreo. Los instrumentos utilizados fueron la encuesta, con dos cuestionarios como instrumentos debidamente validados por el juicio de expertos. Respecto a los resultados se identificó que, la comunicación interna en los trabajadores es regular, en los tipos de comunicación 43.8%, en los medios de comunicación interna 65.6% y en las formas de comunicación es 46.9% lo califican como regular.; en el clima organizacional, se identificó por la mayoría de los trabajadores como regular. Se concluye que existe relación entre comunicación interna y el

clima organizacional la relación es significativa positiva, cuya fuera de relación es 0.640.

Chara (2018) en su investigación: “La comunicación interna y el clima organizacional en la tienda D'MODA en la ciudad de Tacna – 2014”. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Comunicación Social. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna– Perú. Tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la comunicación interna y el clima organizacional de la tienda D'MODA. La investigación es de tipo pura (básica o fundamental) y el diseño de investigación es correlacional, pues se pretende determinar la relación entre las variables correspondientes al estudio. La población de estudio es de 35 colaboradores que laboran en las tiendas D'MODA en la ciudad de Tacna y debido a que la población representa un número controlable para la aplicación de la encuesta, la muestra es de tipo censal, es decir, se consideró el total de los individuos de la población objeto de estudio, se utilizaron como instrumentos el cuestionario de comunicación interna y el cuestionario de clima organizacional. Respecto a los resultados se evidencia que el clima organizacional de la tienda D'MODA es inadecuado, presentando altos índices de desaprobación, obteniendo un valor promedio del 90% de valoración negativa, en conclusión, la comunicación interna influye significativamente en el clima organizacional de la tienda D'MODA, comprobando a la vez que existe una relación directa entre ambas variables, de este modo se confirma la hipótesis general propuesta.

Samanez (2018) en su investigación: “Relación de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Orange 360°”. Tesis para optar el título profesional de licenciada en Ciencias de la Comunicación. Universidad San Martín de Porres. Lima – Perú. Tuvo como objetivo principal identificar cómo se relaciona la comunicación interna de empresa Orange 360° con el clima organizacional, bajo los indicadores planificación de la comunicación, flujos de la comunicación y herramientas de RRPP, tiene una metodología de la investigación científica, ligada a un tipo de investigación de carácter básica, de carácter cuantitativo, descriptivo, de

diseño no experimental. Como instrumento se aplicó un cuestionario a una muestra conveniente de 40 trabajadores. El muestreo fue no probabilístico; se seleccionaron a 40 trabajadores por conveniencia de la investigadora. Respecto a los resultados se evidencia que existe una relación moderada entre la comunicación interna y el clima organizacional ($X=2.85$) de la empresa Orange 360°, con una diferencia del $X = - 0.07$. Se concluye que, la planificación de comunicación interna de la organización se convierte en una oportunidad para la empresa y contribuir con el mejoramiento del clima organizacional, donde los trabajadores tengan acceso a todos los niveles de la organización, manifestando y poniendo en común sus necesidades que deberán ser resueltas a través de una comunicación directa, formal y planificada.



Marroquin (2020) en su investigación “Propuesta de un plan de comunicación interna para mejorar el clima organizacional del Hospital Distrital II-1. Jerusalén – La Esperanza. Tesis para obtener el título profesional de licenciada en Ciencias de la Comunicación. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo – Perú. La investigación tuvo como objetivo establecer un plan de comunicación interna para mejorar el clima organizacional, la investigación es de tipo aplicada con un alcance propositivo. La población cuenta con un total de 175 trabajadores. La muestra estuvo representada por 30 colaboradores. Los instrumentos que utilizaron para la recolección de datos son la escala multidimensional de clima organizacional (EMCO), guía de observación, y la guía de entrevista. Respecto a los resultados se descubrió que tiene problemas de clima organizacional pues se obtuvo 3.05 de 5 puntos, esto significa que los trabajadores no se sienten totalmente satisfechos con su trabajo, tienen poca autonomía y libertad para realizar sus labores, no tienen buenas relaciones interpersonales ni confianza entre ellos, existen deficiencias en la jerarquía comunicacional y de liderazgo. Se concluye que el clima organizacional en el hospital no es óptimo y es necesario un plan de comunicación interna con estrategias de comunicación. Se encontraron falencias en las relaciones interpersonales, satisfacción de los



trabajadores, libertad para realizar sus labores, en la jerarquía comunicacional y el liderazgo.

García (2023) en su investigación titulada “Comunicación interna relacionada al clima organizacional del personal asistencial, Hospital de Apoyo, Recuay, 2020”. Tesis para obtener el grado de maestro en Gestión y Gerencia en los Servicios de Salud. La investigación tuvo como objetivo determinar la relación de la comunicación interna con el clima organización del personal asistencial del Hospital de Apoyo, Recuay, 2020. La hipótesis refiere que la comunicación interna influye directa y significativamente en el clima organizacional en el Hospital de Apoyo de Recuay. La metodología de la investigación por su finalidad fue aplicada, por su alcance correlacional, el diseño no experimental - transversal, la población fue de 42 personales asistencial, y la muestra censal, la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. Respecto a los resultados el mayor porcentaje 52,4% opinaron que la comunicación interna y el clima organizacional es regular, demostrándose que existe relación de influencia significativa. Se concluye que existe relación de influencia significativa de la comunicación interna y el clima organizacional, con p-valor $< 0,05$.

Calhua y Rosales (2018) en su investigación “La comunicación interna y su relación con el clima organizacional de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Chavín de Huántar, Huari, 2018”. Tesis para optar el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación. Huaraz – Perú. La investigación tuvo como objetivo determinar la relación de la comunicación interna con el clima organizacional de la Municipalidad Distrital de Chavín Huántar. La investigación es de tipo correlacional, donde se buscó la relación de comunicación interna y el clima organizacional, y se usó el diseño transaccional correlacional. La población del presente trabajo ha tenido en cuenta a los 147 trabajadores de las diversas gerencias de la Municipalidad Distrital de Chavín de Huántar, Huari, con una muestra de estudio de 129 trabajadores. Se utilizó el instrumento de la encuesta para la obtención de la información. Respecto a los resultados el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$), rechazamos la hipótesis

nula y aceptamos la hipótesis alternativa, por lo que, a mejor trabajo en comunicación interna mejor clima organizacional de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Chavín de Huántar, Huari. Motivo por el cual, llegaron a la conclusión que existe un grado de relación significativa, entre la comunicación interna y el clima organizacional, demostrado con la prueba de hipótesis donde el coeficiente de contingencia es menor que 0,05 ($0.000 < 0,05$).

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Comunicación interna

Según Tessi (2011), la comunicación interna es todo intercambio comunicacional que se produce en una organización, integrada por todos los mensajes que se generan en una organización. Se manifiesta de manera formal e informal. También es comunicación interna la respuesta formal e informal que se generan en sus integrantes, aun cuando no se tenga intención de manifestar nada.

La comunicación es un proceso mediante el cual las personas intercambian información y esta existe en todas las organizaciones.

La comunicación organizacional posee dos vertientes, una que es entre los trabajadores, denominada comunicación interna, y la comunicación externa que se basa en informar a la sociedad y partes interesadas (stakeholders).

Centrándonos en la comunicación interna, Contreras et al. (2006), la definen como el manejo adecuado de los procesos de elaboración, emisión, circulación y retroalimentación de los mensajes dentro del área de trabajo, tendentes a aumentar la productividad y la calidad en las organizaciones”.

De igual forma, Vásquez (2010), indica que la comunicación interna es uno de los factores más importantes para que una organización funcione de manera eficaz. Debido a que, a través de ella, pueden ser transmitidos

distintos mensajes que contribuyen con que las actividades internas y externas puedan desarrollarse.

Asimismo, Cuenca (2017), menciona:

“La comunicación interna es el conjunto de actividades comunicativas que desarrolla una organización para crear y mantener unas buenas relaciones con sus miembros y entre ellos, mediante el uso de diferentes técnicas de comunicación que les mantengan informados, integrados y motivados. Se contribuye, de esta manera, a lograr los objetivos de la empresa” (p.16).

De esta cita se desprende la idea de lo importante que es la comunicación interna en las organizaciones, debido a que un mal empleo de esta creará un ambiente interno favorable, ya que un colaborador informado es un trabajador que se siente integrado, motivado e importantes para su institución, logrando así que se sientan identificados con el logro de los objetivos de la organización.

Siguiendo esta línea, Andrade (2005) define a la comunicación interna de la siguiente manera:

“Es el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes canales que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales” (p.17).

En respaldo a los planteamientos anteriores, Brandolini et al. (2009) afirman que la comunicación interna es la comunicación específicamente dirigida al público interno, al personal de una empresa, a todos sus integrantes y que surge a partir de generar un entorno productivo armonioso y participativo.

Asimismo, Brandolini et al. (2009) afirman:

La comunicación interna intenta estrechar los vínculos entre los

diferentes sectores y niveles de mando de manera que esa relación sea capaz de retener a los empleados calificados dentro de la empresa, ofrecer un buen clima de trabajo y responder a las expectativas e inquietudes que sus integrantes presentan” (p.25).

Del mismo Capriotti (2013), menciona que:

“La comunicación interna está formada por toda la comunicación con las personas que integran la organización, por medio fundamentalmente de programas de comunicación y difusión interna. El objetivo fundamental de este tipo de comunicación es lograr la aceptación e integración de los empleados a los fines globales de la organización” (p.15).

Por lo anterior, se entiende que el objetivo de la comunicación interna es dirigirse netamente a los colaboradores de la organización, con la finalidad de alcanzar metas como un clima adecuado para el buen desarrollo de las tareas y funciones que tienen los trabajadores, ya sea individual o conjuntas. Si existiese una mala comunicación, produciría quiebres en las organizaciones y generaría barreras jerárquicas y funcionales.

En ese sentido, Tessi (2011), menciona que el objetivo de la comunicación interna es:

“Alinear a los integrantes de la organización en pos de un beneficio común. Ante esta pregunta, los propios directivos de empresas responden con el mismo verbo: alinear. Sin embargo, este principio de alineación no es nada fácil, ya que debe gestionarse de manera integral a través de diferentes pasos metodológicos que permitan lograr una efectividad sustentable en el tiempo” (p.19).

- Beneficios de la comunicación interna en una organización:

Bermúdez (2016) indica:

“Los beneficios que genera la implantación de una correcta política de comunicación interna en la organización son: Sentimiento de pertenencia, mayor transparencia, mayor motivación, unión entre las

distintas áreas y departamentos, ejemplo de buenas prácticas, coherencia con la imagen de empresa” (p.14).

✓ Sentimiento de pertenencia: Se entiende la afinidad emocional o sensación de afinidad de un individuo hacia un grupo, una organización o una comunidad, donde se encuentra a gusto, acogido y/o integrado, es decir, donde experimenta que forma parte.

✓ Mayor transparencia: Uno de los aspectos más apreciados por los empleados es la transparencia en su organización. El hecho de que estén al tanto de los sucesos de su organización, que reciban la información directamente en lugar de a través de fuentes externas, es uno de los factores más estimados por los colaboradores.

✓ Mayor motivación: La claridad que se logra a través de la comunicación en la organización contribuye a incrementar la motivación de muchos empleados, y esto se manifestará en una mayor eficiencia en la utilización de los recursos de la empresa y organizaciones, permitiendo realizar tareas de manera más efectiva y al menor costo posible. Este mayor entusiasmo se traduce en un aumento en la retención del talento interno, transformando al colaborador en el principal defensor de las cualidades de su organización.

✓ Unión entre las distintas áreas y departamentos: En muchas ocasiones, la presencia de varios departamentos en una misma organización resulta en la formación de pequeñas empresas dentro de una misma. La falta de conexión con el resto de la organización hace que la noción de la empresa como una entidad unificada sea inexistente o muy complicada. Es por ello por lo que la comunicación interna es la herramienta fundamental para lograr la conexión no solo entre departamentos, sino también entre los compañeros de trabajo. Facilitar momentos de encuentro entre los colaboradores de diferentes áreas, así como la utilización de medios como revistas, blogs o espacios en la intranet que permitan conocer lo que sucede en la empresa en su conjunto, fomenta la unidad.

✓ Ejemplo de buenas prácticas: Cada vez más, las personas buscan adquirir e invertir en empresas que les resulten atractivas y que además

tengan un compromiso social. Por eso, las organizaciones están dirigiendo sus esfuerzos en el ámbito de la comunicación interna hacia destacar las acciones relacionadas con la responsabilidad social corporativa.

✓ Coherencia con la imagen de empresa: La confianza, la credibilidad y la transparencia son elementos que tienen éxito tanto en el ámbito interno como en el externo, siempre y cuando exista una correspondencia entre la promesa de valor y las características distintivas de la marca. Si no hay concordancia entre ambas, se perderá la credibilidad y la confianza.

- Importancia de la comunicación interna:

La efectividad de una organización depende en gran medida de la comunicación interna, ya que esta es esencial para coordinar las labores de manera eficaz, fomentar la integración de los empleados y llevar a cabo la misión, la visión y los valores de la organización.

- Ventajas de la comunicación interna:

Por las diferentes definiciones de la comunicación interna, se puede señalar como sus ventajas las siguientes:

- ✓ Aumento de la eficiencia y la participación de todos los colaboradores.
- ✓ Fomento de relaciones más positivas entre distintos niveles jerárquicos.
- ✓ Mayor sentido de pertenencia hacia la organización.
- ✓ Reducción de la malinterpretación de la confidencialidad (evitando rumores).
- ✓ Mejora del ambiente laboral.

- Dimensiones:

Finalmente, Tessi (2016), en su modelo 1A determina tres dimensiones para poder gestionar los diferentes tipos de palabras: la gestión de la palabra escrita se manifiesta en la dimensión institucional, la gestión de la palabra oral en la dimensión interpersonal y la gestión de la palabra pensada, en la dimensión intrapersonal.



Figura 1

Gestión de la palabra en tres dimensiones



Nota. Tomado del portal de comunicación interna integrada 1A) (Tessi, 2016)

➤ Comunicación interpersonal

Según Zayas (2011) la comunicación interpersonal es la interacción que tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en la que pueden utilizarse los cinco sentidos con retroalimentación inmediata.

Del mismo modo, Domínguez (2013), la define como la comunicación entre personas, la gran diferencia entre reconocerla como tal estriba en que las personas son irrepitibles, singulares, reflexivas, inconmensurables y con capacidad de elección, entre otras cosas.

➤ Comunicación intrapersonal

Santoró (1986), menciona que la comunicación intrapersonal supone el intercambio de mensajes del sujeto consigo mismo. Es a la vez receptor y emisor.

Asimismo, Zayas (2011), indica que la comunicación intrapersonal corresponde con el procesamiento individual de la información. Esta

propuesta para muchos no constituye un nivel de comunicación por la ausencia de dos actores que intercambien la información.

Sobre la comunicación intrapersonal, García (2002), menciona lo siguiente:

“El hombre es capaz de entablar consigo mismo un diálogo en un proceso que le permite desdoblarse de tal manera que aparentemente puede haber dos personas que hablan y responden entre sí. En este caso, el hombre mismo es emisor, receptor y medio mismo de comunicación” (p.14).

➤ Comunicación Institucional

Según Zayas (2011), la comunicación institucional supone la asignación de recursos materiales y humanos a una organización especializada en la obtención, procesamiento y distribución de información destinada a la comunicación pública. Es la referida al sistema político y la empresa comercial.

Del mismo modo, Alcorta y Mantinian (2004) la definen como el conjunto de relaciones que se extiende a todos los ámbitos de interacción organizacional y que se desarrolla como expresión oficial e intencional de la institución.

2.2.2. Clima organizacional

Según García et al. (citado en Benjamín et al., 2020) definen al clima organizacional como:

“El resultado de la forma en que los empleados disponen un proceso de interacción social influenciado por sus propios valores, actitudes y creencias, así como por el ambiente interno y externo de la empresa, todo lo cual constituye percepciones que por su origen hacen que la organización sea vista como un todo” (p.37).

Del mismo modo, Guevara (2018), define al clima organizacional como fundamental dentro de una organización, está constituido por



directrices que cada trabajador tiene de sí mismo y de la organización.

Asimismo, Vallejo (2021), sobre el clima laboral u organizacional menciona:

“El clima laboral es una forma de percibir a la organización y la manera de integrarse el trabajador al sistema acorde a sus características personales relacionadas con la aptitud, la motivación, el nivel de satisfacción y su relación intergrupala y organizacional” (p.18).

Adicionalmente, García et al. (citado en Benjamín et al., 2020) mencionan:

“El clima organizacional está compuesto por las apreciaciones que tienen los trabajadores sobre sus actuaciones en relación con los otros miembros de la organización, a la vez que se considera como una condición del ambiente interno, practicada por los colaboradores, que impacta en el comportamiento, y que se puede explicar en función de los valores o características de la organización” (p.38).

Asimismo, Atiquipa y Jaimes (2017) refieren que el conjunto de características que describen una organización y los distinguen de otras organizaciones, inciden en la conducta de las personas y por ende de la misma organización (p.19).

Piñeyro y Aragón (2015), lo definen como la percepción del clima organizacional refleja la cultura de una empresa e incide en el desempeño y satisfacción del personal, que a su vez más tarde se harán visibles en la satisfacción de los clientes y sus opiniones respecto del servicio brindado por la organización (p.31).

De esta misma forma, teniendo en cuenta las definiciones de los diferentes autores con respecto al clima organizacional se puede acotar que La relevancia de fomentar un ambiente propicio en una organización se basa en que este tiene un efecto significativo en el rendimiento de los

empleados, ya que ejerce una influencia profunda en la motivación, las actitudes y la satisfacción de los empleados a nivel personal.

- **Importancia:**

Fomentar un entorno laboral positivo es una tarea que no se limita únicamente a una persona, y su consecución no es sencilla. Por lo tanto, aunque se perciba un salario competitivo, un ambiente negativo y poco tolerable puede ser motivo para renunciar a un empleo, y, además, tiene el potencial de impactar adversamente en la productividad de la empresa. Es por estas razones que resulta esencial establecer un ambiente de trabajo agradable.

Asimismo, Solorzano et al. (2020) afirman lo siguiente:

“El clima organizacional es un factor clave en el desarrollo empresarial, que, junto con las estructuras, las particularidades organizacionales y las personas que la componen forman un sistema interdependiente altamente activo que tiene un impacto directo en los resultados de la institución. Por tanto, el clima laboral debe ser el medio ambiente humano, cordial, afectivo y físico en el que se desarrolla el trabajo diario que influye en el desempeño y la satisfacción de los trabajadores”. (p.545).

- **Tipos de clima organizacional:**

- ✓ Clima organizacional positivo: Este tipo de ambiente se distingue por ser un entorno laboral saludable, cooperativo y estimulante, donde los empleados se sienten apreciados y comprometidos.

- ✓ Clima organizacional negativo: Este tipo de ambiente se distingue por ser un entorno laboral perjudicial, poco cooperativo y desalentador, donde los empleados se sienten menospreciados y no se comprometen.

- ✓ Clima organizacional autoritario: Este tipo de ambiente se define por ser un entorno laboral estructurado y jerárquico, donde los empleados tienen limitada libertad y autonomía para tomar decisiones y expresar su creatividad.

- ✓ Clima organizacional democrático: Este tipo de ambiente se destaca por ser un entorno laboral inclusivo y cooperativo, donde los empleados tienen la oportunidad de participar y contribuir en la toma de decisiones, y se promueve la creatividad y la innovación.
- ✓ Clima organizacional competitivo: Este tipo de ambiente se define por ser un entorno laboral centrado en la rivalidad interna, donde los empleados compiten entre sí por logros y recompensas en lugar de colaborar.
- ✓ Clima organizacional colaborativo: Este tipo de ambiente se distingue por ser un entorno laboral en el que los empleados colaboran en conjunto para alcanzar metas compartidas y se brindan apoyo mutuo.

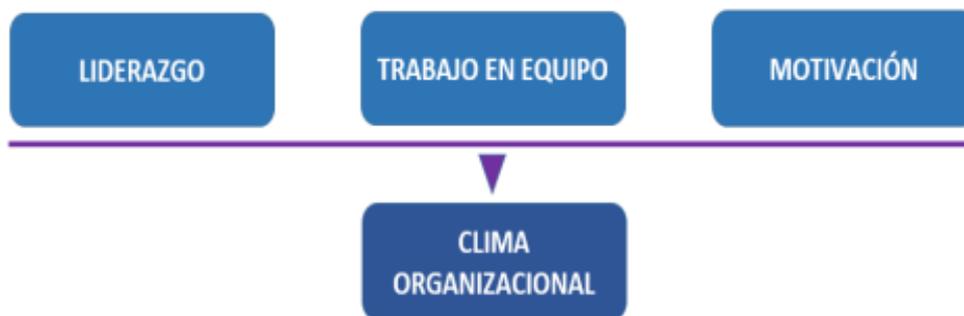
- Dimensiones

Cota (como se citó en García et al., 2020) menciona:

“Este constructo se ve reflejado en diferentes variables del comportamiento organizacional, como el liderazgo, la motivación, las condiciones de trabajo, el trabajo en equipo y el sistema de remuneraciones, entre otros (p.39).

Figura 2

Dimensiones del clima organizacional



Nota. Tomado de la tesis “Influencia de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas 2017” (Trujillo, 2017).

A continuación, se abordan algunas variables asociadas al constructo de clima organizacional:

➤ Motivación:

La motivación es la suma de elementos internos y externos que estimulan el anhelo y la energía en las personas y la motivación en el trabajo es lo que te impulsa hacia el éxito en tu empleo.

Terán et al. (como se citó en García et al., 2020), sobre la motivación menciona que, desde la perspectiva organizacional, la motivación se manifiesta en las acciones que emprenden los trabajadores para el logro de las metas organizacionales, pero estas acciones son condicionadas siempre y cuando el empleado pueda satisfacer una necesidad individual (p.39).

Perret (2016), define a la motivación como la disposición a invertir recursos, que suelen ser limitados, para el logro de algo que, perceptualmente, te dará los mayores beneficios, deseados por tu consciente o por tu inconsciente.

Asimismo, Padovan (2020), refiere que la motivación tiene que ver con la acción. La diferencia está en qué provoca tal acción y si puede ser de origen externo o interno.

➤ Liderazgo:

El liderazgo es un proceso de comportamiento en el que se busca influir, tanto a nivel individual como grupal, con el propósito de lograr metas específicas.

Serrano y Portanza (como se citó en García et al., 2020) indican que el liderazgo impacta sobre el clima organizacional de manera fundamental, ya que con las prácticas de un jefe se puede propiciar un clima positivo, generar motivación, e incluso decantar en mejoras en el desempeño de los empleados (p.44).

Asimismo, Alves (como se citó en García et al., 2020) afirma lo siguiente:

“Para que se tenga un clima propicio en la organización es importante que las personas que ejercen el liderazgo lo hagan de manera eficaz, para lo cual deben ser flexibles y adaptarse a las diversas

situaciones que les presenten, de manera tal que se tenga una visión colectiva de los objetivos de la organización” (p.44).

➤ Trabajo en equipo:

El trabajo en equipo es una metodología estructurada de colaboración entre múltiples individuos con el propósito de lograr objetivos compartidos. En el trabajo en equipo, las capacidades de los miembros son complementarias, y se mantiene una responsabilidad tanto individual como compartida, junto con un compromiso colectivo evidente hacia las metas.

Ríos (2017) define al trabajo en equipo como la serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas.

De igual forma, Díaz et al. (2019) indican lo siguiente:

“El trabajo en equipo nace como una necesidad de tener relaciones fuertes y constantes con otras personas. El desarrollo de equipos debe comenzar con una necesidad de mejorar algunas condiciones o procesos básicos que están interfiriendo en el logro de las metas organizacionales. Cuando se agrupan las personas como un equipo, la rotación disminuye y se realiza un trabajo mucho mejor” (p.13).

Asimismo, Aguilar (como se citó en García et al., 2020) indica que:

“El desarrollo de un trabajo en equipo implica la presencia de un líder con la capacidad de guiar a un grupo de personas comprometidas, en donde la función del líder es ser un facilitador de la integración del equipo de manera efectiva” (p.42).

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Comunicación interna

Una de las razones más importante de la comunicación interna es saber su esquema. Según Berceruelo (2014):

La comunicación consiste en trasladar un mensaje desde un

determinado origen –emisor– hasta un destinatario –receptor– haciendo que la información circule y vaya de un extremo al otro sin pérdida de contenido. Este esquema elemental se complica cuando nos referimos a la Comunicación Interna dentro de una organización, ya que en ella todos sus componentes son, potencialmente y a la vez, origen y destino de esa información que circula y se cruza en múltiples sentidos. (p.87).

Asimismo, Castro y Díaz (2021) consideran que “la comunicación interna se ha convertido en una de las áreas de máxima importancia en la estructura organizacional”. (p.2).

En este sentido, tomando como referencia a la teoría de Manuel Tessi con respecto a la comunicación interna, nosotros consideramos para lograr una comunicación interna entre todos los integrantes de la organización se debe tener en cuenta que los colaboradores tienen que estar alineados para lograr un beneficio común, y para poder realizar esta alineación se debe gestionar integralmente, a través de métodos que faciliten lograr efectividad y sustentación en el tiempo.

2.3.2. Clima organizacional

García (2009) menciona:

“El clima organizacional es la identificación de características que hacen los individuos que componen la organización y que influyen en su comportamiento, lo que hace necesario para su estudio, la consideración de componentes físicos y humanos, donde prima la percepción del individuo dentro de su contexto organizacional” (p.48).

Del mismo modo, de acuerdo con la teoría de Mónica García, Juan Gómez y Juan Vesga, nosotras opinamos que para obtener un clima organizacional óptimo entre todos los integrantes de la organización es fundamental analizar, entender y exponer las particularidades de cualquier acontecimiento en una organización específica, con la finalidad de concebir estrategias de acción destinadas a potenciar y perfeccionar los resultados identificados.

2.4. Definiciones de términos básicos

2.4.1. Comunicación interna

Son procesos y actividades de intercambio de información, mensajes y conocimientos dentro de una organización o empresa, con el propósito de facilitar la coordinación, la colaboración, la transmisión de valores y la toma de decisiones efectivas entre los miembros esta.

2.4.2. Clima organizacional

El clima organizacional se refiere al ambiente psicológico y emocional que prevalece en una organización o empresa. Este ambiente se deriva de las percepciones y experiencias de los empleados en su lugar de trabajo y afecta su nivel de satisfacción, motivación, compromiso y bienestar en la organización.

2.4.3. Comunicación intrapersonal

La comunicación intrapersonal se refiere al proceso de comunicación que ocurre dentro de la mente o el individuo mismo, es decir, que se produce en el interior de una persona y se relaciona con sus pensamientos, emociones, reflexiones y procesos cognitivos.

2.4.4. Comunicación Interpersonal

La comunicación interpersonal se refiere al intercambio de información, ideas, emociones y mensajes entre dos o más personas a través de un proceso de comunicación directa y bidireccional.

2.4.5. Comunicación Institucional

La comunicación institucional se refiere al conjunto de estrategias, procesos y actividades de comunicación que una organización, institución o entidad utiliza para enfocar en transmitir de manera coherente y efectiva los mensajes, valores, objetivos y acciones de la organización hacia el público interno y externo.

2.4.6. Motivación

La motivación se refiere al conjunto de razones, incentivos, deseos y fuerzas internas o externas que impulsan a una persona a actuar, esforzarse y persistir en la búsqueda de metas, objetivos o deseos.

2.4.7. Productividad

La productividad es un concepto en la gestión de empresas, ya que tiene un impacto directo en la eficiencia y la rentabilidad. A nivel individual, la productividad se relaciona con la capacidad de una persona para realizar tareas y lograr objetivos en un período determinado de tiempo, maximizando la utilización de sus habilidades y recursos disponibles.

2.4.8. Organización

Es una entidad compuesta por individuos, recursos, estructuras y procesos que trabajan juntos para lograr un objetivo o una serie de objetivos comunes. Las organizaciones pueden variar significativamente en tamaño, propósito y estructura, y se pueden encontrar en una amplia variedad de contextos, como empresas, instituciones gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro, instituciones educativas, grupos comunitarios y más.



III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

a) Hipótesis general

H₀: Existe influencia positiva significativa de la comunicación interna en el clima organizacional en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

b) Hipótesis específicas

H_{E1}: Existe influencia positiva significativa de la comunicación intrapersonal en el liderazgo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

H_{E2}: Existe influencia positiva significativa de la comunicación interpersonal en la motivación de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

H_{E3}: Existe influencia positiva significativa de la comunicación institucional en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

3.1.1. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables de investigación

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES/ ÍTEMS	MÉTODO	TÉCNICAS
COMUNICACIÓN INTERNA	Manuel Tessi (2011), La comunicación interna es toda comunicación que se genera en una organización esta integrada por todos los mensajes que circulan en el ámbito organizacional, sean estratégicos o no, asimismo Tessi menciona que, para darle sentido al trabajo, es necesario tener en cuenta estas tres dimensiones: Comunicación intrapersonal, Comunicación interpersonal y Comunicación institucional.	Esta variable se medirá por medio de 16 ítems divididos en tres dimensiones.	COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Escucharse. • Entenderse. • Enseñar. 	1,2,3,4,5,6	Hipotético deductivo	Encuesta Instrumento: Cuestionario
			COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Remuneración. • Sentido. 	7,8,9,10		
			COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Escucha. • Empatía. • Emisión. 	11,12,13,14,15,16		
CLIMA ORGANIZACIONAL	Mónica García, Juan Gómez y Juan Vesga (2020), para estos autores el clima organizacional hace referencia a un constructo caracterizado por su multidimensionalidad al representar las características de una organización que se define por las apreciaciones generadas, por las experiencias compartidas de sus empleados, que se origina a partir de sus interacciones personales, este constructo se ve reflejado en las diferentes dimensiones: liderazgo, motivación y trabajo en equipo.	Esta variable se medirá por medio de 14 ítems divididos en tres dimensiones.	LIDERAZGO	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento. • Libertad de expresión. • Valorización personal. 	1,2,3,4,5,6		Escala de Likert Valores: 1.Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.Siempre
			MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción. • Participación. 	7,8,9,10		
			TRABAJO EN EQUIPO	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso. 	11,12,13,14		

IV. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

4.1. Diseño metodológico

La presente investigación hace uso del diseño no experimental, con corte transversal y el nivel de la investigación es descriptiva correlacional, debido a que no se manipulan las variables y se trata de establecer la relación entre las mismas.

4.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación, según el problema propuesto y los objetivos planteados, determina un estudio básico, enfoque cuantitativo.

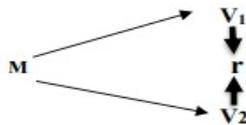
4.2. Método de investigación

La presente investigación hace uso del método hipotético deductivo.

4.3. Población y muestra

La población que se tiene es de 25 colaboradores, motivo por el cual, los cuales fueron considerados como muestra censal.

Según Hernández, et. al (citado en Castro, F. 2003), expresa que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p. 69).



Donde:

M: Representa la muestra

V1: Comunicación interna.

V2: Clima organizacional.

r: Coeficiente de correlación.

4.4. Lugar de estudio y periodo desarrollado

Esta investigación se efectuó en la empresa SIMCAL S.A.C., la cual se encuentra ubicada en Av. Carlos Izaguirre 520, Los Olivos - Lima - Perú, respecto con el periodo a desarrollar es una duración de 4 meses de septiembre a diciembre.

4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

4.5.1. Técnicas

La presente investigación se realizó a través de un conjunto de técnicas evaluativas haciendo empleo de las encuestas de comunicación interna y de clima organizacional. A los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

4.5.2. Instrumentos

La investigación en cuestión empleo los cuestionarios de comunicación interna y clima organizacional (Escala de Likert), la cual los mencionados instrumentos, presentan validez y confiabilidad.

4.6. Análisis y procesamiento de datos

La evolución del presente trabajo de investigación ejecutó el uso de todo un conjunto de procedimientos estadísticos de datos que se desarrollaron a través del programa estadístico SPSS25 para Windows, lo cual facilitó la explicación de la relación entre las dimensiones de la comunicación interna y el clima organizacional en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C., Asimismo, la técnica de estadística que utilizamos fue la contrastación de las pruebas de hipótesis.

4.7. Aspectos éticos en investigación

El desarrollo de la presente investigación buscó la autenticidad y la responsabilidad durante todas las etapas que se llevarán a cabo. Esto se

logró mediante el respeto a las personas involucradas en el estudio, informándoles acerca de los procesos de desarrollo de esta investigación y destacando la importancia y relevancia del estudio que se está llevando a cabo. En otras palabras, se aplicó la “conducta responsable en investigación”, un principio que todo investigador debe tener en mente.

4.8. Si la orientación es hacia un proyecto de inversión

No aplica.

4.9. Si el proyecto se orienta al impacto ambiental

No aplica.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados descriptivos

Confiabilidad

Para el caso, se ha hecho el uso de la prueba de alfa de Cronbach, la misma que llegó a 0,912 para la variable Comunicación interna y para el Clima organizacional fue de 0,846 denotando una alta y fuerte confiabilidad.

Tabla 2

Resultados de análisis de confiabilidad del instrumento

Variable	Alfa de Cronbach	N° de ítems
Comunicación interna	0,912	16
Clima organizacional	0,846	14
Correlación	0,802	30

En relación con la aplicación del instrumento de los cuestionarios, se han obtenido respuestas sobre los datos generales y luego de las preguntas específicas realizadas de este mismo, la cual se presenta a continuación:

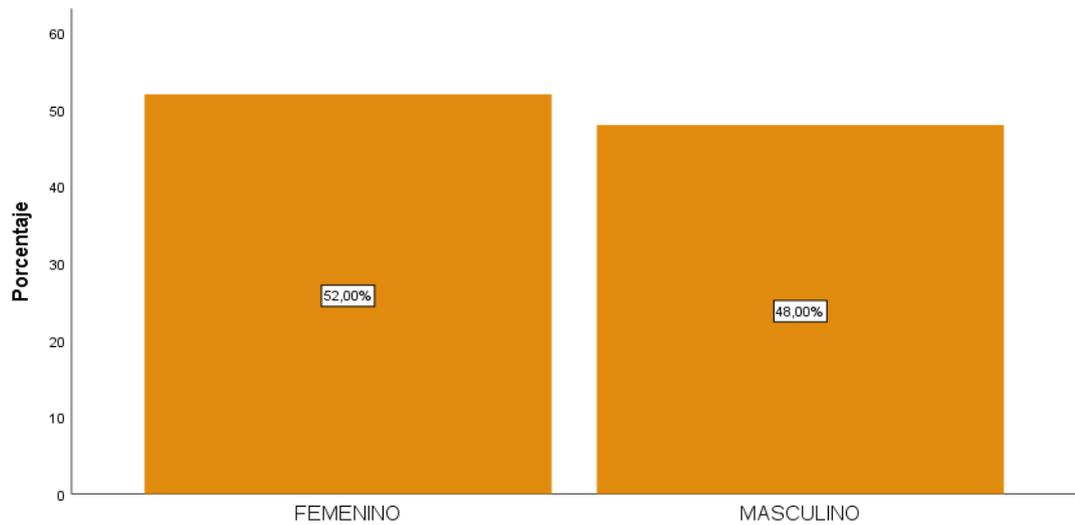
Tabla 3

Género de los colaboradores encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	13	52,0
Masculino	12	48,0
Total	25	100,0

Figura 3

Hombres y mujeres de SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Del total de los encuestados, trabajadores de la empresa SIMCAL, el 52% son del sexo femenino y el 48% es de sexo masculino.

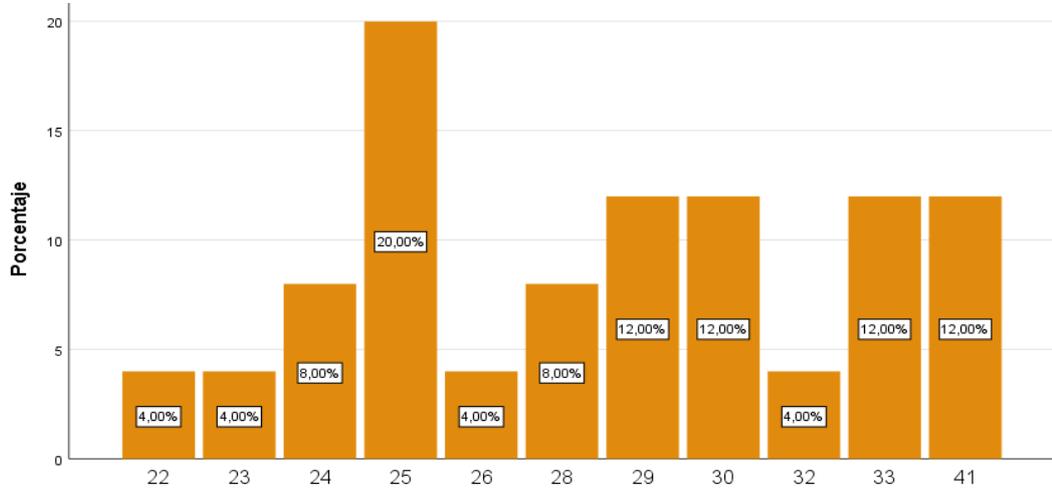
Tabla 4

Edades de los colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje
22	1	4.0
23	1	4.0
24	2	8.0
25	5	20.0
26	1	4.0
28	2	8.0
29	3	12.0
30	3	12.0
32	1	4.0
33	3	12.0
41	3	12.0
Total	25	100.0

Figura 4

Edades de los colaboradores de SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Observamos que las edades de los trabajadores de 25 años son del 20%, de 29 años son del 12%, de 30 años son del 12%, de 33 años son del 12%, de 41 años son del 12%, de 24 años son del 8%, de 28 años son del 8%, de 32 años son del 4%, de 26 años son del 4%, de 23 años son del 4% y de 22 años son del 4%.

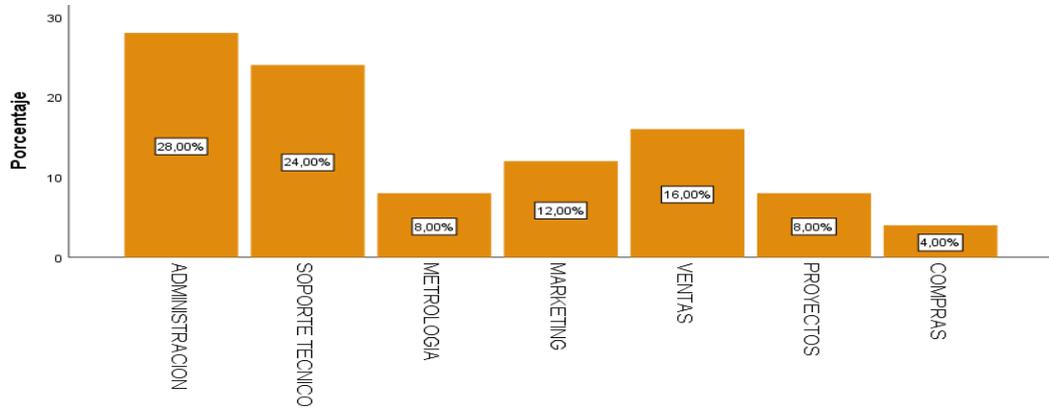
Tabla 5

Área en que laboran

	Frecuencia	Porcentaje
Administración	7	28,0
Soporte técnico	6	24,0
Metrología	2	8,0
Marketing	3	12,0
Ventas	4	16,0
Proyectos	2	8,0
Compras	1	4,0
Total	25	100,0

Figura 5

Personal de la empresa SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Se deduce que el 28% son del área administrativa, el 24% son del área de soporte técnico (operaciones), el 16% son del área de ventas, el área de marketing es el 12%, el área de proyectos y metrología es del 8% y el área de compras es el 4%.

PREGUNTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

1. ¿Considera usted que la escucha es una parte importante de la comunicación?

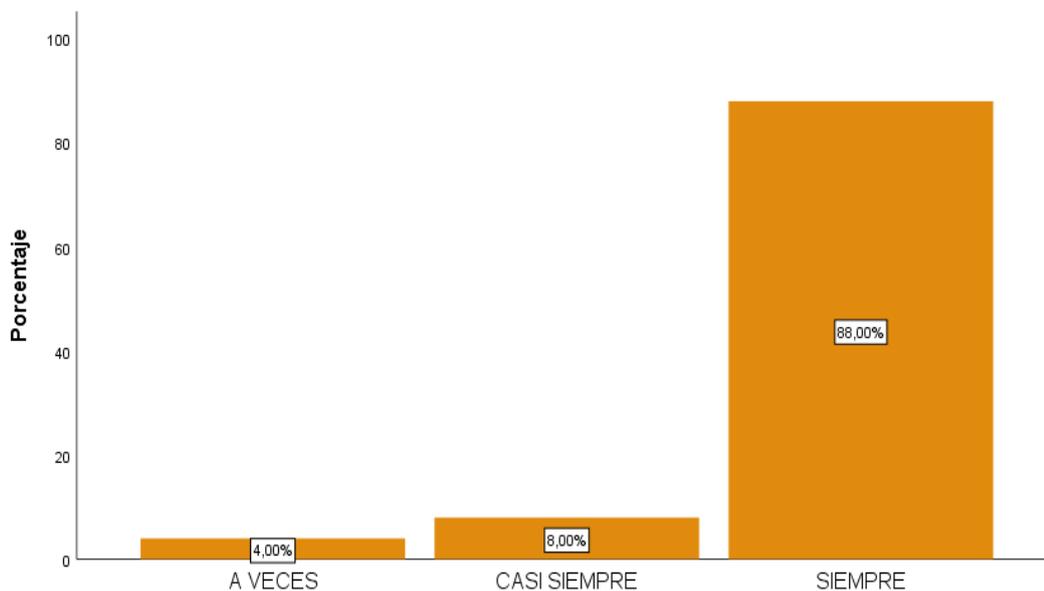
Tabla 6

La escucha es importante en la comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	1	4,0
Casi siempre	2	8,0
Siempre	22	88,0
Total	25	100,0

Figura 6

La escucha en la empresa SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Al consultar a los encuestados sobre si consideran que la escucha es una parte importante de la comunicación el 88% respondió a la opción siempre, casi siempre al 8% y a veces 4%.

2. ¿Cree usted que el silencio es relevante para la escucha?

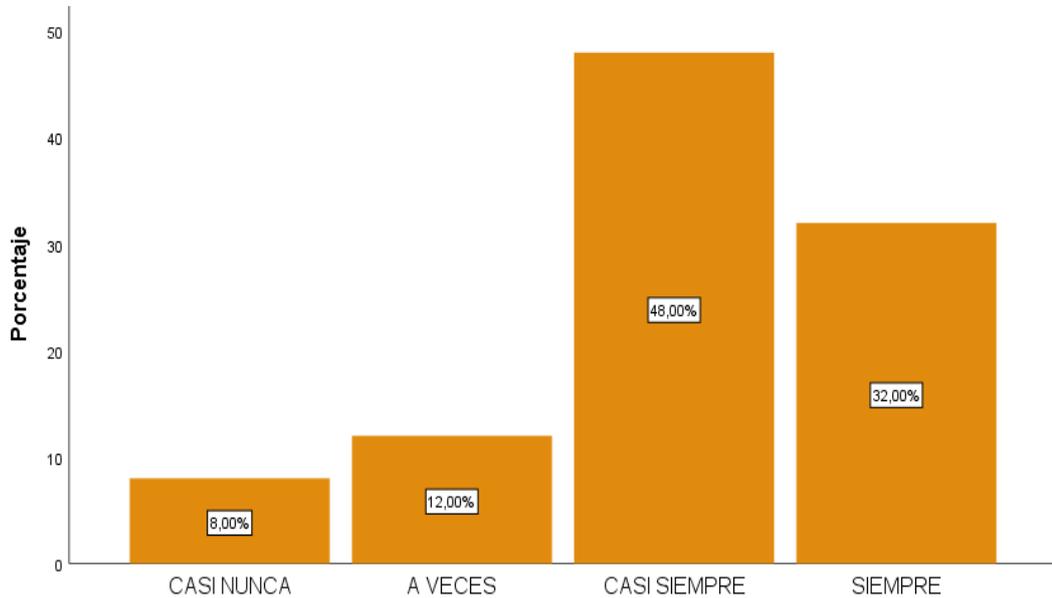
Tabla 7

El silencio es relevante para la escucha

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	8,0
A veces	3	12,0
Casi siempre	12	48,0
Siempre	8	32,0
Total	25	100,0

Figura 7

Es relevante el silencio en la escucha para la empresa SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Se consulto a los encuestados sobre si creen que el silencio es relevante para la escucha el 48% respondió a la opción casi siempre, siempre al 32%, a veces al 12% y casi nunca al 8%.

3. ¿Considera usted que es imprescindible la claridad mental para entender?

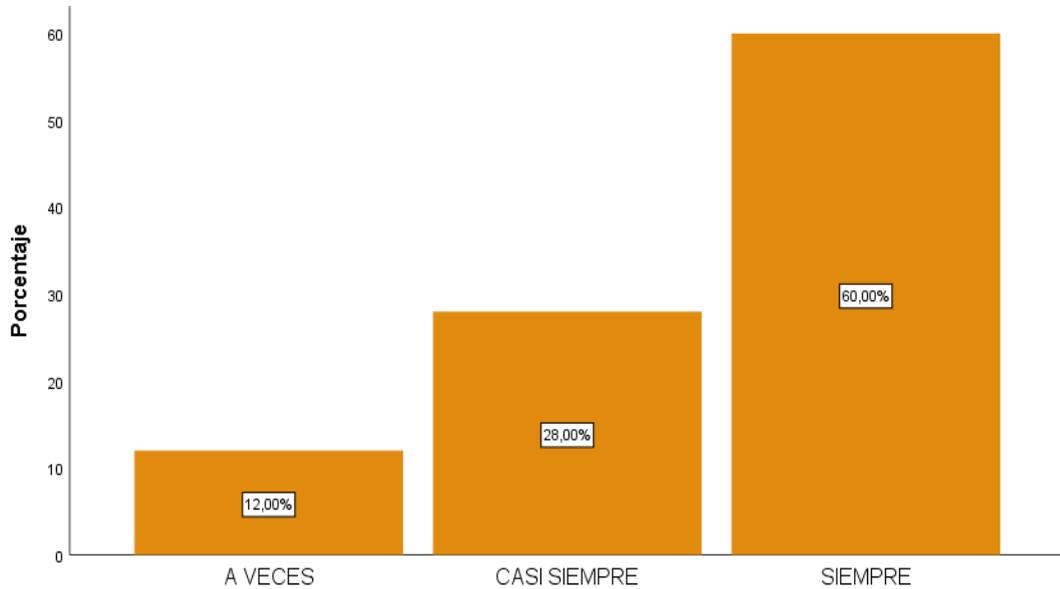
Tabla 8

Es imprescindible la claridad mental para entender

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	3	12,0
Casi siempre	7	28,0
Siempre	15	60,0
Total	25	100,0

Figura 8

Es imprescindible la claridad para entender en la empresa SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Los encuestados fueron consultados sobre si consideran que es imprescindible la claridad mental para entender el 60% respondió a la opción siempre, casi siempre al 28% y a veces al 12%.

4. ¿Considera usted que para utilizar una adecuada comunicación es necesario entender?

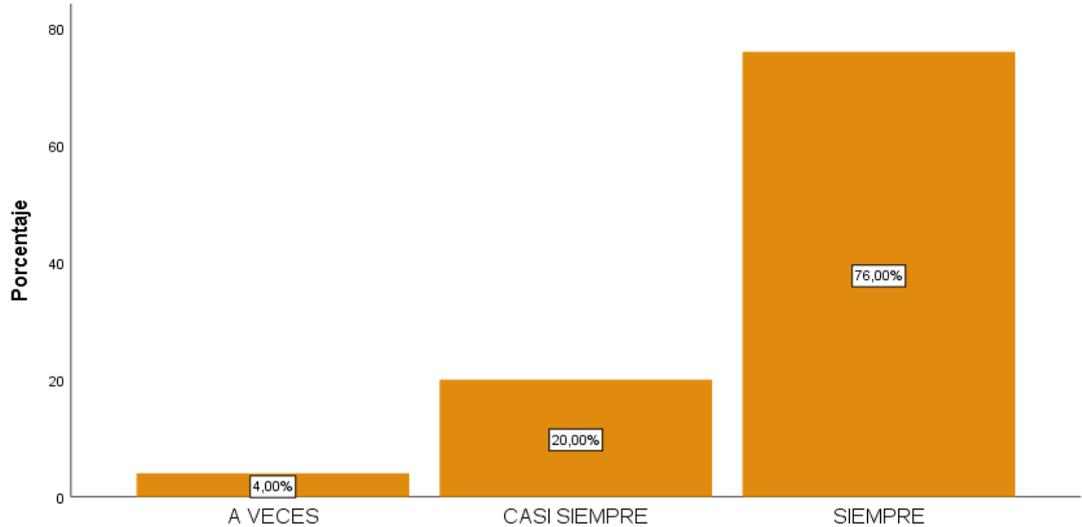
Tabla 9

Para una adecuada comunicación es necesario entender

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	1	4,0
Casi siempre	5	20,0
Siempre	19	76,0
Total	25	100,0

Figura 9

Para una adecuada comunicación es necesario entender en la empresa SIMCAL S.A.C



Interpretación:

Se hizo la consulta a los encuestados sobre si consideran que para utilizar una adecuada comunicación es necesario entender el 76% respondió a la opción siempre, casi siempre al 20% y a veces al 4%.

5. ¿Considera usted que es relevante haber sido instruido por otras personas para enseñar?

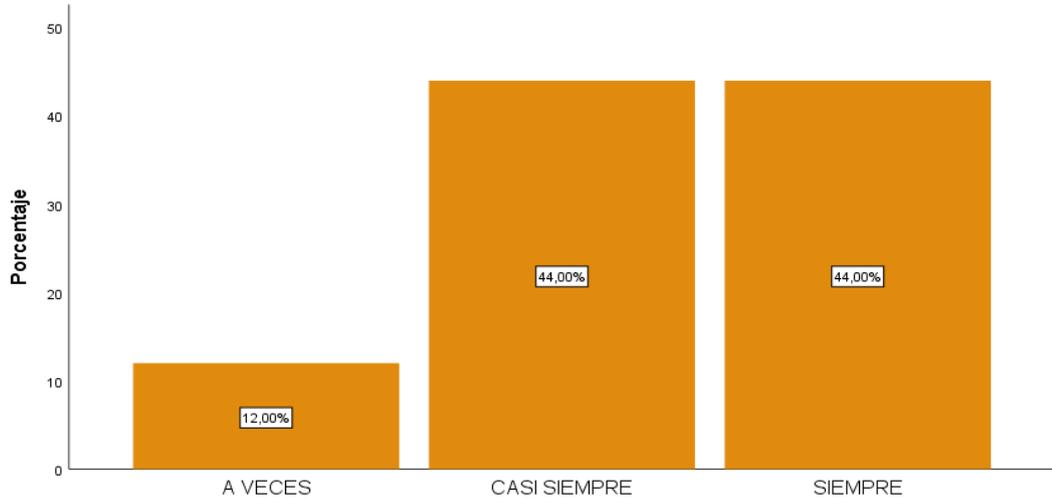
Tabla 10

Es relevante el ser instruido por otras personas para enseñar

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	3	12,0
Casi siempre	11	44,0
Siempre	11	44,0
Total	25	100,0

Figura 10

*Es relevante ser instruido por otras personas para enseñar en la empresa
SIMCAL S.A.C.*



Interpretación:

Los encuestados respondieron a la pregunta sobre si consideran que es relevante haber sido instruido por otras personas para enseñar se visualiza que el 44% respondió a las opciones siempre y casi siempre, a la opción a veces es del 12%.

6. ¿Considera usted que al comunicar sus conocimientos de manera adecuada puede enseñar?

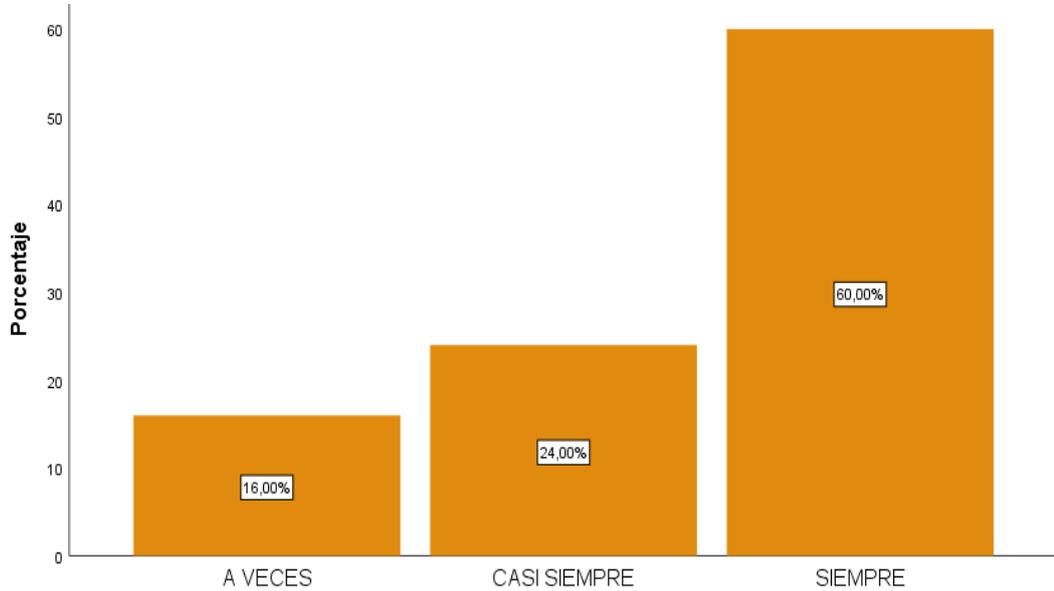
Tabla 11

El comunicar sus conocimientos de manera adecuada puede enseñar

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	4	16,0
Casi siempre	6	24,0
Siempre	15	60,0
Total	25	100,0

Figura 11

El comunicar sus conocimientos de manera adecuada puede enseñar en la empresa SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Se consulto a los encuestados sobre si consideran que al comunicar sus conocimientos de manera adecuada puede enseñar el 60% respondió a la opción siempre, casi siempre al 24% y a veces al 16%.

7. ¿Considera usted que las empresas deben tener políticas de escucha de sus empleados para identificar oportunidades de mejora?

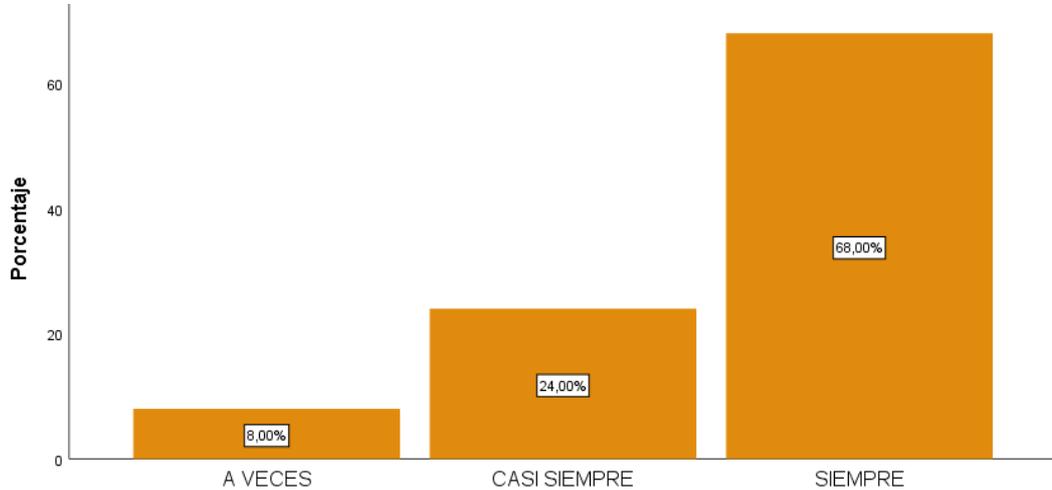
Tabla 12

Las empresas deben tener políticas de escucha de sus empleados para identificar oportunidades de mejora

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	2	8,0
Casi siempre	6	24,0
Siempre	17	68,0
Total	25	100,0

Figura 12

La empresa SIMCAL S.A.C. deben tener políticas de escucha de sus empleados para identificar oportunidades de mejora



Interpretación:

Los encuestados fueron consultados sobre si consideran que las empresas deben tener políticas de escucha de sus empleados para identificar oportunidades de mejora el 68% respondió a la opción siempre, casi siempre al 24% y a veces al 8%.

8. ¿Considera usted que los directivos empresariales deben escuchar las ideas, opiniones y recomendaciones de sus empleados?

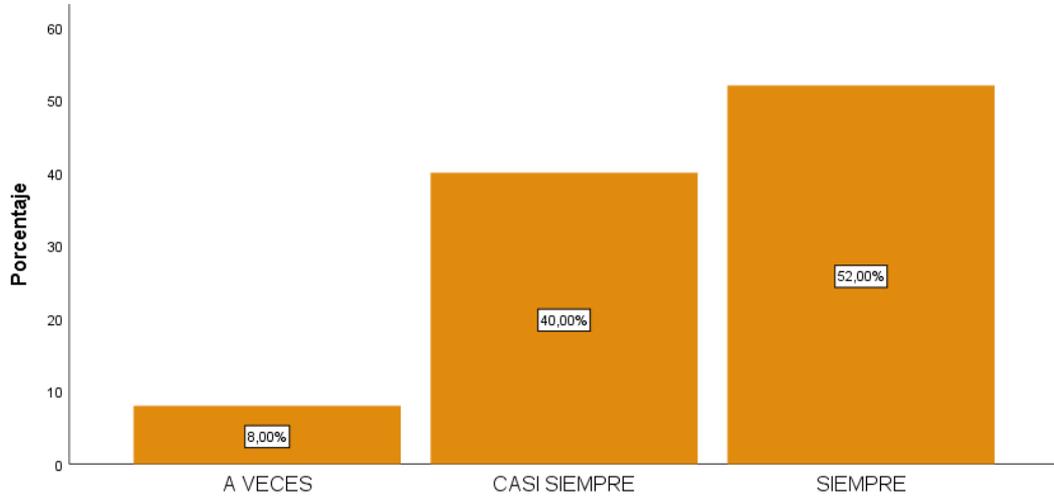
Tabla 13

Los directivos empresariales deben escuchar las ideas, opiniones y recomendaciones de sus empleados

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	2	8,0
Casi siempre	10	40,0
Siempre	13	52,0
Total	25	100,0

Figura 13

Los directivos de la empresa SIMCAL S.A.C. deben escuchar las ideas, opiniones y recomendaciones de sus empleados



Interpretación:

Al consultar a los encuestados sobre si consideran que los directivos empresariales deben escuchar las ideas, opiniones y recomendaciones de sus empleados el 52% respondió a la opción siempre, casi siempre al 40% y a veces el 8%.

9. ¿Considera usted que es esencial que los empleados se sientan parte de la organización y se comprometan con sus objetivos y metas para que la empresa sea exitosa?

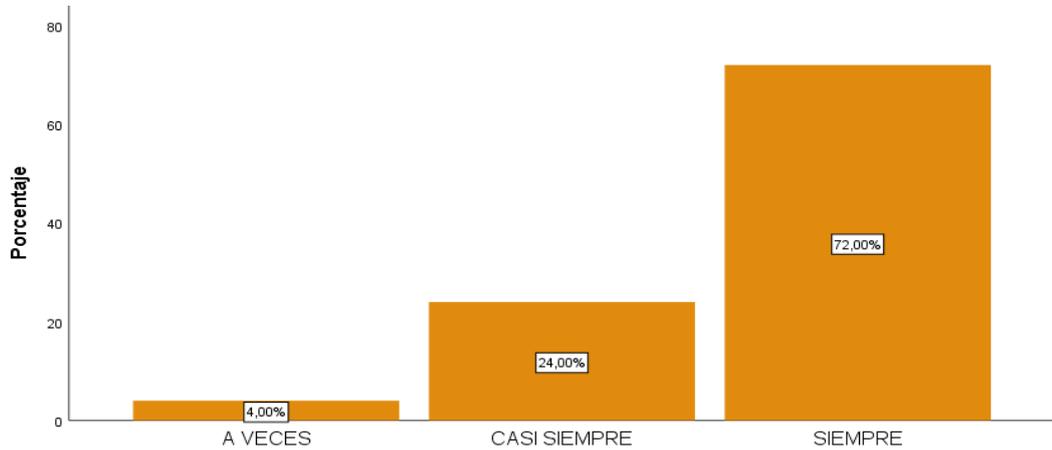
Tabla 14

Es esencial que los empleados se sientan parte de la organización y se comprometan con sus objetivos y metas para que la empresa sea exitosa

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	1	4,0
Casi siempre	6	24,0
Siempre	18	72,0
Total	25	100,0

Figura 14

Es esencial en SIMCAL S.A.C. que sus empleados se sientan parte de la organización y se comprometan con sus objetivos y metas para que la empresa sea exitosa



Interpretación:

Se hizo la consulta a los encuestados sobre si consideran que es esencial que los empleados se sientan parte de la organización y se comprometan con sus objetivos y metas para que la empresa sea exitosa el 72% respondió a la opción siempre, casi siempre al 24% y a veces el 4%.

10. ¿Considera usted que la empresa debería crear ambientes que fomenten reuniones de integración para que los empleados puedan expresar sus opiniones con confianza?

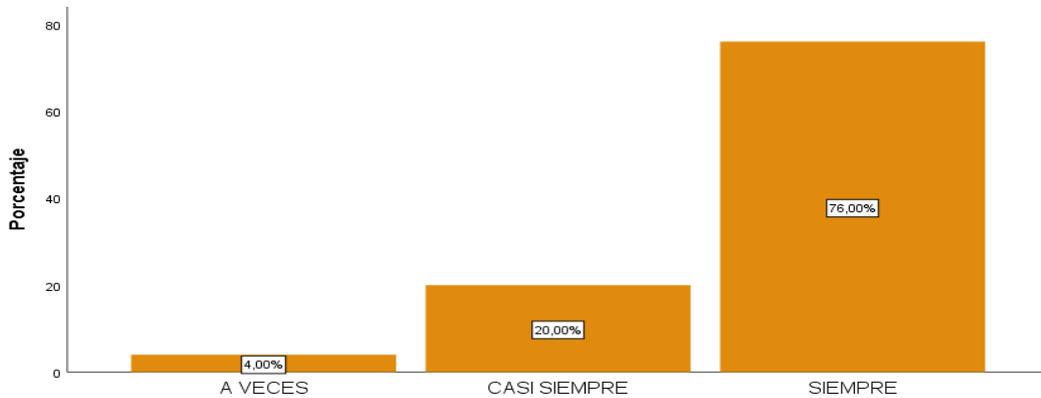
Tabla 15

La empresa debe fomentar reuniones de integración para que los empleados pueden expresar sus opiniones con confianza

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	1	4,0
Casi siempre	5	20,0
Siempre	19	76,0
Total	25	100,0

Figura 15

En SIMCAL S.A.C. se debe crear ambientes que fomenten reuniones de integración para que los empleados puedan expresar sus opiniones con confianza



Interpretación:

Los encuestados respondieron a la pregunta sobre si consideran que la empresa debería crear ambientes que fomenten reuniones de integración para que los empleados puedan expresar sus opiniones con confianza el 76% respondió a las opciones siempre, casi siempre el 20% y a veces el 4%.

11. ¿Considera usted que la organización debe utilizar exclusivamente los canales de comunicación formales para transmitir información?

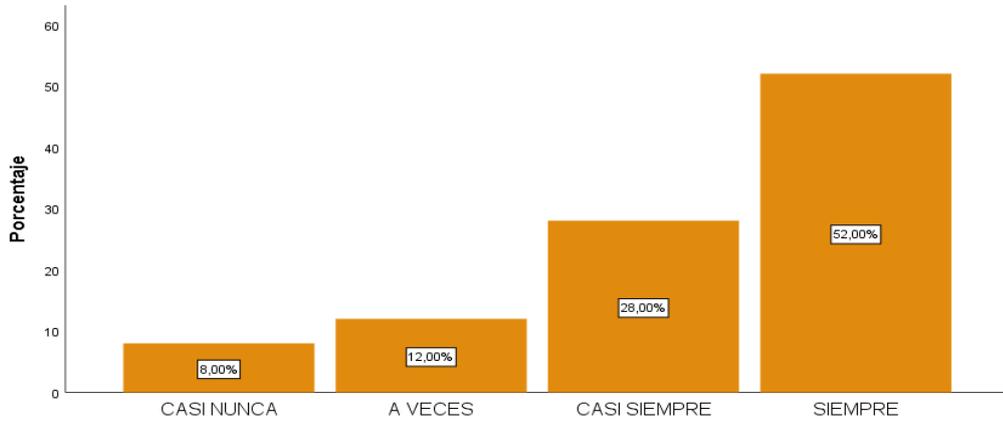
Tabla 16

La organización debe utilizar exclusivamente los canales de comunicación formales para transmitir información

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	8,0
A veces	3	12,0
Casi siempre	7	28,0
Siempre	13	52,0
Total	25	100,0

Figura 16

SIMCAL S.A.C. debe utilizar exclusivamente los canales de comunicación formales para transmitir información



Interpretación:

Se consulto a los encuestados sobre si consideran que la organización debe utilizar exclusivamente los canales de comunicación formales para transmitir información el 52% respondió a la opción siempre, casi siempre el 28%, a veces el 12% y casi nunca el 8%.

12. ¿Considera usted que le interesa la información general proporcionada por la empresa?

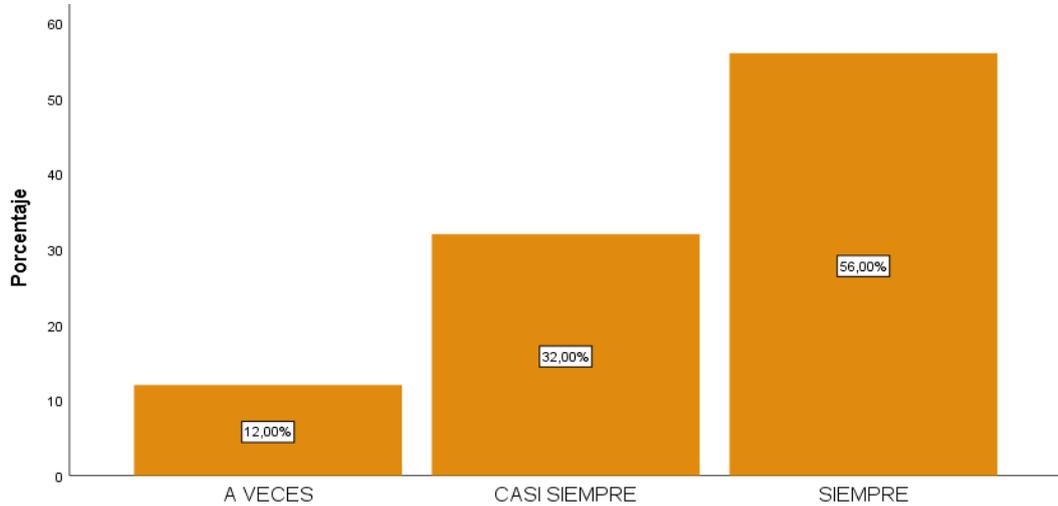
Tabla 17

Le interesa la información general proporcionada por la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	3	12,0
Casi siempre	8	32,0
Siempre	14	56,0
Total	25	100,0

Figura 17

Le interesa la información general proporcionada por la empresa SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Los encuestados fueron consultados sobre si consideran que le interesa la información general proporcionada por la empresa el 56% respondió a la opción siempre, casi siempre el 32% y a veces el 12%.

13. ¿Considera usted que la remuneración que recibe es justa en relación con su trabajo?

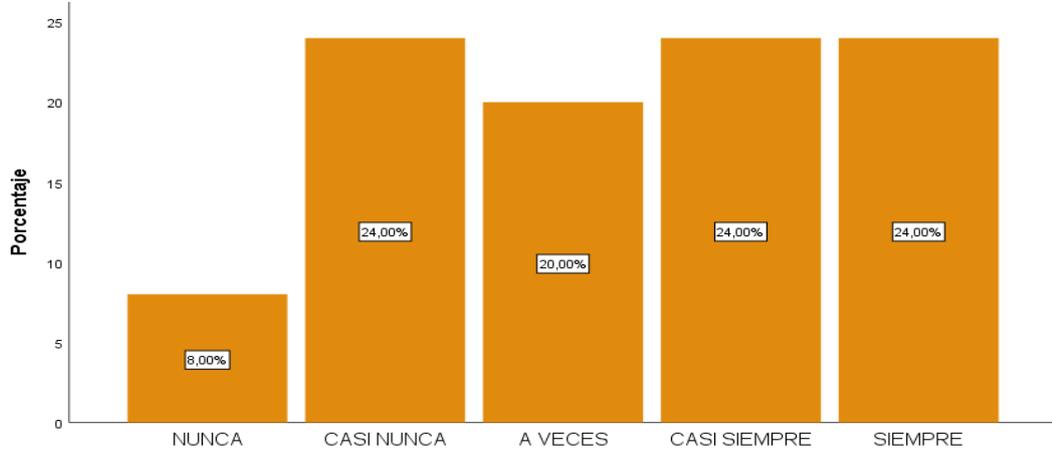
Tabla 18

La remuneración que recibe es justa en relación con su trabajo

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,0
Casi nunca	6	24,0
A veces	5	20,0
Casi siempre	6	24,0
Siempre	6	24,0
Total	25	100,0

Figura 18

En la empresa SIMCAL S.A.C. la remuneración que recibe es justa en relación con su trabajo



Interpretación:

Al consultar a los encuestados sobre si consideran que la remuneración que recibe es justa en relación con su trabajo el 24% respondió a la opción siempre, casi siempre el 24%, a veces el 20%, casi nunca el 24% y nunca el 8%.

14. ¿Considera usted que la remuneración debe aumentar en base al rendimiento laboral?

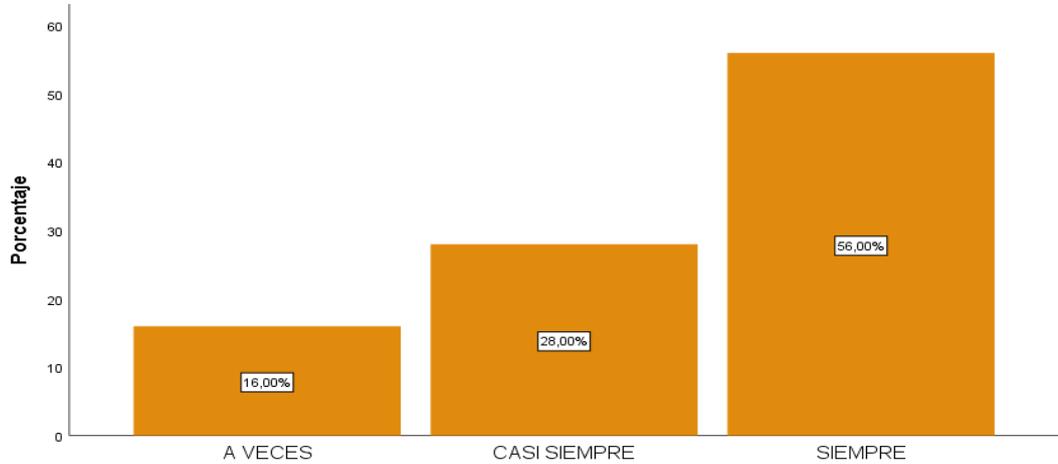
Tabla 19

La remuneración debe aumentar en base al rendimiento laboral

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	4	16,0
Casi siempre	7	28,0
Siempre	14	56,0
Total	25	100,0

Figura 19

En la empresa SIMCAL S.A.C. la remuneración debe aumentar en base al rendimiento laboral



Interpretación:

Los encuestados fueron consultados sobre si consideran que la remuneración debe aumentar en base al rendimiento laboral el 56% respondió a la opción siempre, casi siempre el 28% y a veces el 16%.

15. ¿Considera usted que las empresas deben apreciar los logros y esfuerzos y apreciar los niveles de desempeño?

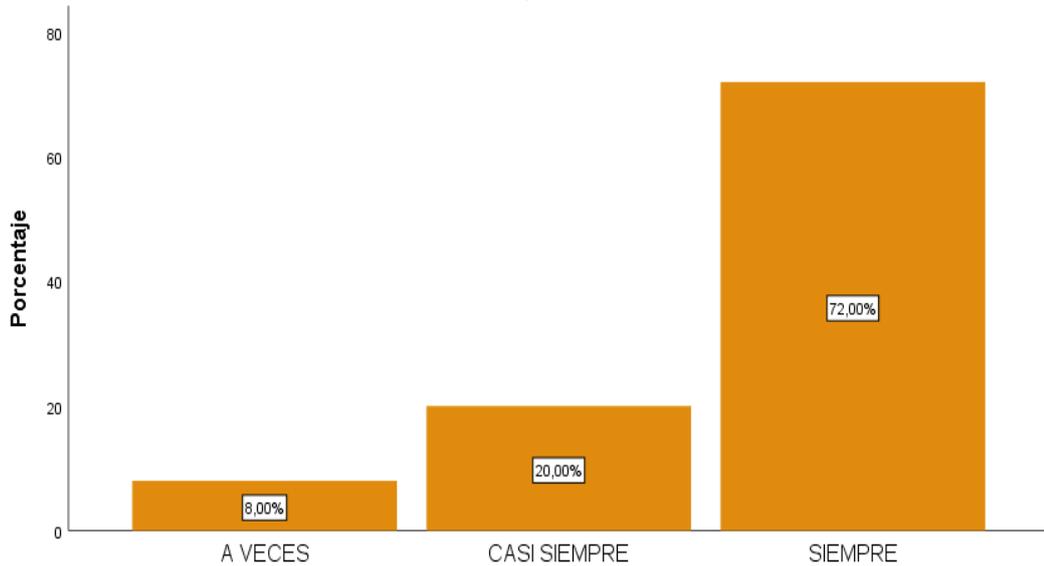
Tabla 20

Las empresas deben apreciar los logros y esfuerzos y apreciar los niveles de desempeño

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	2	8,0
Casi siempre	5	20,0
Siempre	18	72,0
Total	25	100,0

Figura 20

SIMCAL S.A.C. debe apreciar los logros y esfuerzos y apreciar los niveles de desempeño



Interpretación:

Se consultó a los encuestados sobre si consideran que las empresas deben apreciar los logros y esfuerzos y apreciar los niveles de desempeño el 72% respondió a la opción siempre, casi siempre el 20% y a veces el 8%.

16. ¿Considera usted que realizar las actividades diarias en la organización contribuye a su crecimiento personal?

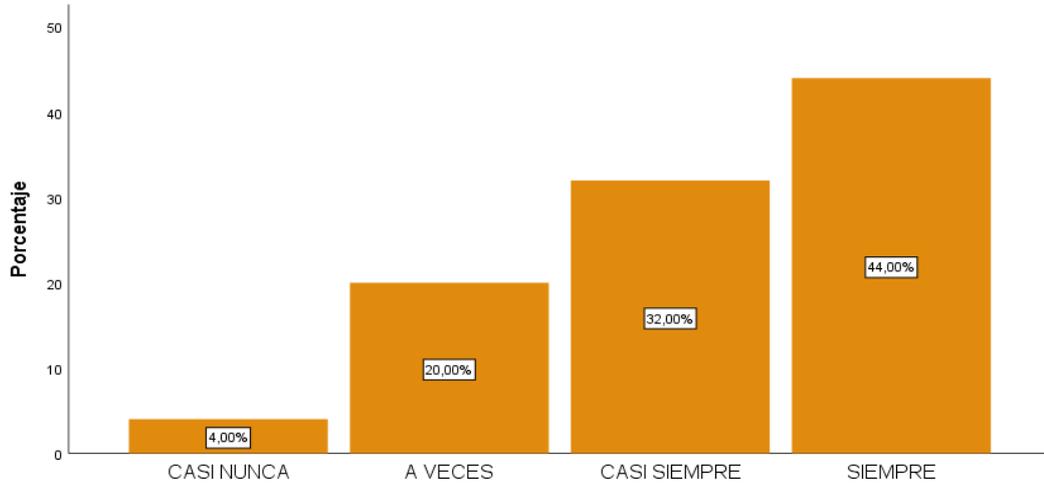
Tabla 21

Las actividades diarias en la organización contribuyen a su crecimiento personal

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	4,0
A veces	5	20,0
Casi siempre	8	32,0
Siempre	11	44,0
Total	25	100,0

Figura 21

Realizar las actividades diarias en SIMCAL S.A.C. contribuye a su crecimiento personal



Interpretación:

Al consultar a los encuestados sobre si consideran que realizar las actividades diarias en la organización contribuye a su crecimiento personal el 44% respondió a la opción siempre, casi siempre al 32%, a veces el 20% y casi nunca el 4%.

PREGUNTAS DE CLIMA ORGANIZACIONAL

17. ¿Considera usted que los trabajadores de una organización deben tener el derecho a expresarse libremente?

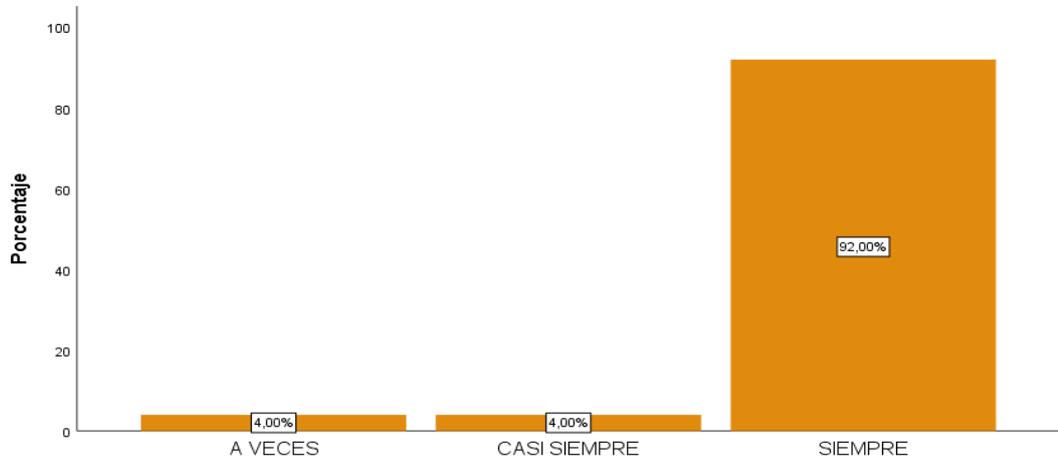
Tabla 22

Los trabajadores de una organización deben tener el derecho a expresarse libremente

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	1	4,0
Casi siempre	1	4,0
Siempre	23	92,0
Total	25	100,0

Figura 22

Los trabajadores de SIMCAL S.A.C. tienen el derecho de expresarse libremente



Interpretación:

Los encuestados fueron consultados sobre si consideran que los trabajadores de una organización deben tener el derecho a expresarse libremente el 92% respondió a la opción siempre, casi siempre al 4% y a veces al 4%.

18. ¿Considera usted que los empleados deben tener la confianza de discutir con sus jefes inmediatos de asuntos laborales de importancia?

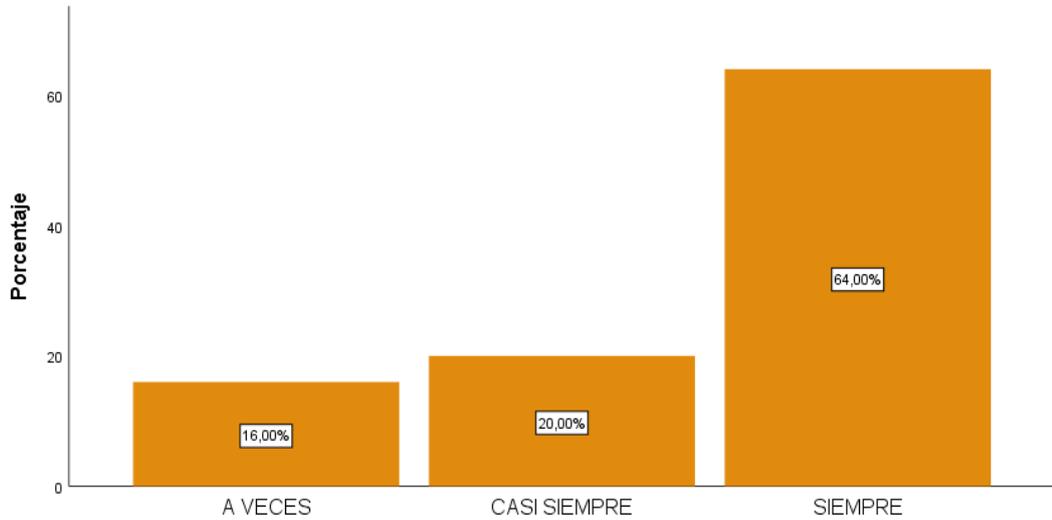
Tabla 23

Los empleados deben tener la confianza de discutir con sus jefes inmediatos de asuntos laborales de importancia

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	4	16,0
Casi siempre	5	20,0
Siempre	16	64,0
Total	25	100,0

Figura 23

Los empleados de SIMCAL S.A.C. deben tener la confianza de discutir con sus jefes inmediatos de asuntos laborales de importancia



Interpretación:

Los encuestados respondieron a la pregunta sobre si consideran que los empleados deben tener la confianza de discutir con sus jefes de inmediatos de asuntos laborales de importancia el 64% respondió a la opción siempre, casi siempre el 20% y a veces el 16%.

19. ¿Considera usted que los empleados deben expresar sus sentimientos, pensamientos y opiniones a sus jefes inmediatos sin dificultad?

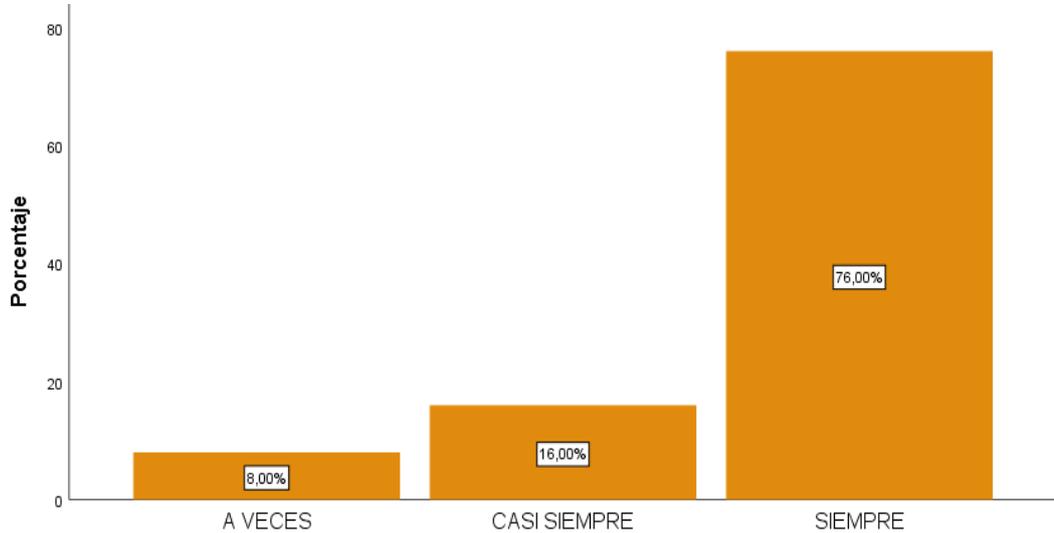
Tabla 24

Los empleados deben expresar sus sentimientos, pensamientos y opiniones a sus jefes inmediatos sin dificultad

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	2	8,0
Casi siempre	4	16,0
Siempre	19	76,0
Total	25	100,0

Figura 24

Los empleados de SIMCAL S.A.C. deben expresar sus sentimientos, pensamientos y opiniones a sus jefes inmediatos sin dificultad



Interpretación:

Al consultar a los encuestados sobre si consideran que los empleados deben expresar sus sentimientos, pensamientos y opiniones a sus jefes inmediatos sin dificultad el 76% respondió a la opción siempre, casi siempre el 16% y a veces el 8%.

20. ¿Considera usted que los empleados merecen ser elogiados por sus jefes inmediatos cuando desempeñan su labor de manera sobresaliente?

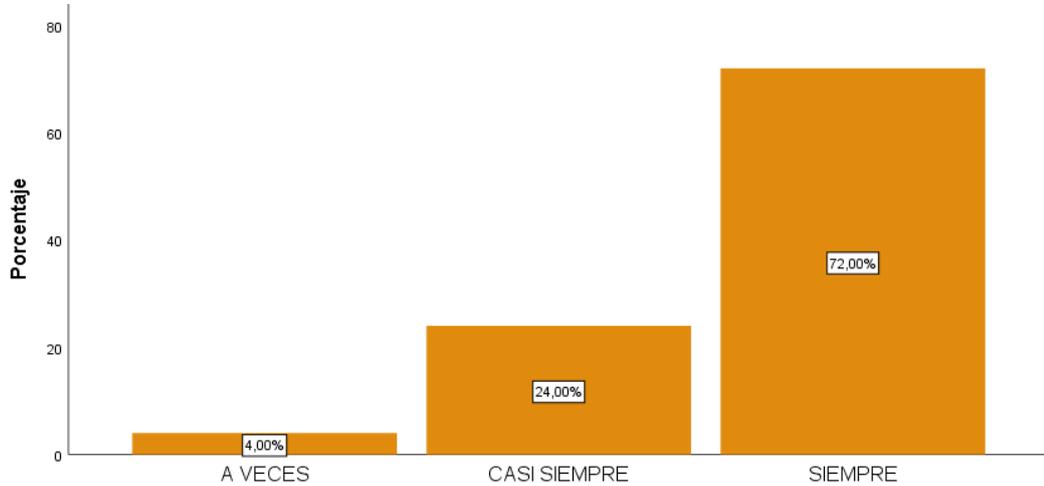
Tabla 25

Los empleados merecen ser elogiados por sus jefes inmediatos cuando desempeñan su labor de manera sobresaliente

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	1	4,0
Casi siempre	6	24,0
Siempre	18	72,0
Total	25	100,0

Figura 25

Los empleados de SIMCAL S.A.C. deben ser elogiados por sus jefes inmediatos cuando desempeñan su labor de manera sobresaliente



Interpretación:

Se consultó a los encuestados sobre si consideran que los empleados merecen ser elogiados por sus jefes inmediatos cuando desempeñan su labor de manera sobresaliente el 72% respondió a la opción siempre, casi siempre el 24% y a veces el 4%.

21. ¿Considera usted que el triunfo de los colaboradores se reflejará en el éxito de la empresa?

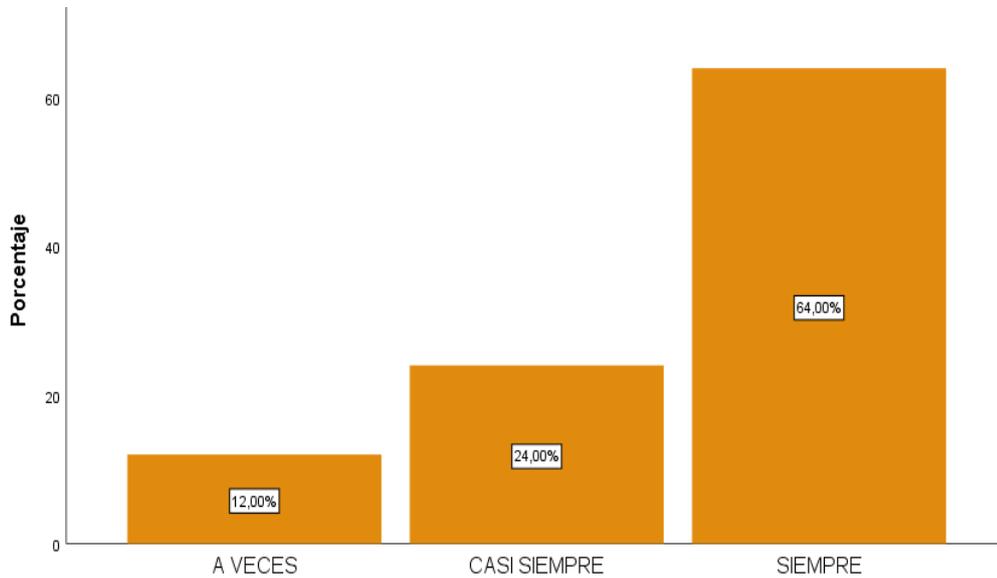
Tabla 26

El triunfo de los colaboradores se reflejará en el éxito de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	3	12,0
Casi siempre	6	24,0
Siempre	16	64,0
Total	25	100,0

Figura 26

El triunfo de los colaboradores se reflejará en el éxito de SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Los encuestados fueron consultados sobre si consideran que el triunfo de los colaboradores se reflejará en el éxito de la empresa el 64% respondió a la opción siempre, casi siempre el 24% y a veces el 12%.

22. ¿Considera usted que los jefes inmediatos deben tomar en consideración las ideas o sugerencias de los colaboradores?

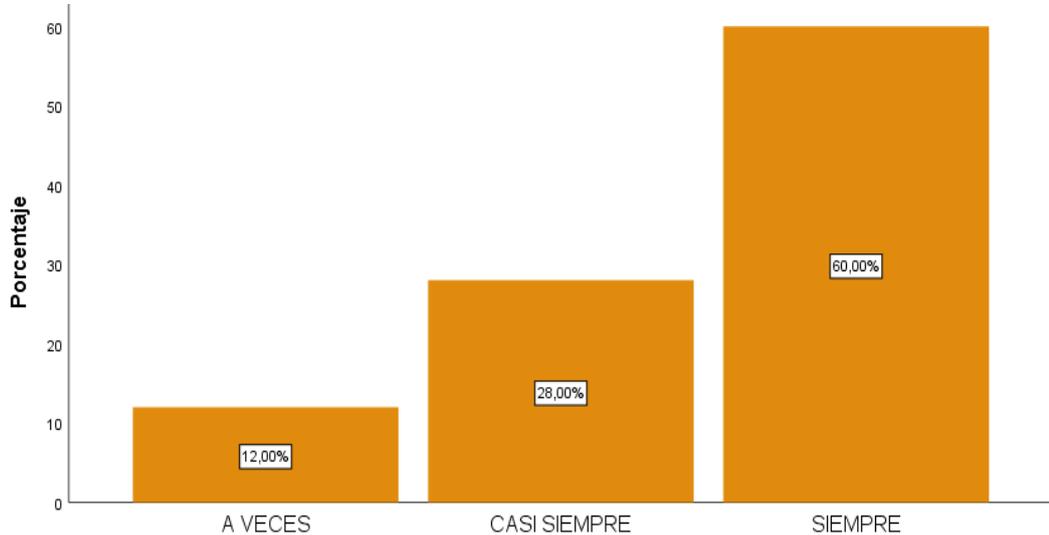
Tabla 27

Los jefes inmediatos deben tomar en consideración las ideas o sugerencias de los colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	3	12,0
Casi siempre	7	28,0
Siempre	15	60,0
Total	25	100,0

Figura 27

Los jefes inmediatos de SIMCAL S.A.C. deben tomar en consideración las ideas o sugerencias de los colaboradores



Interpretación:

Se consulto a los encuestados sobre si consideran que los jefes inmediatos deben tomar en consideración las ideas o sugerencias de los colaboradores el 60% respondió a la opción siempre, casi siempre el 28% y a veces el 12%.

23. ¿Considera usted que es importante las capacitaciones constantes por parte de su empresa?

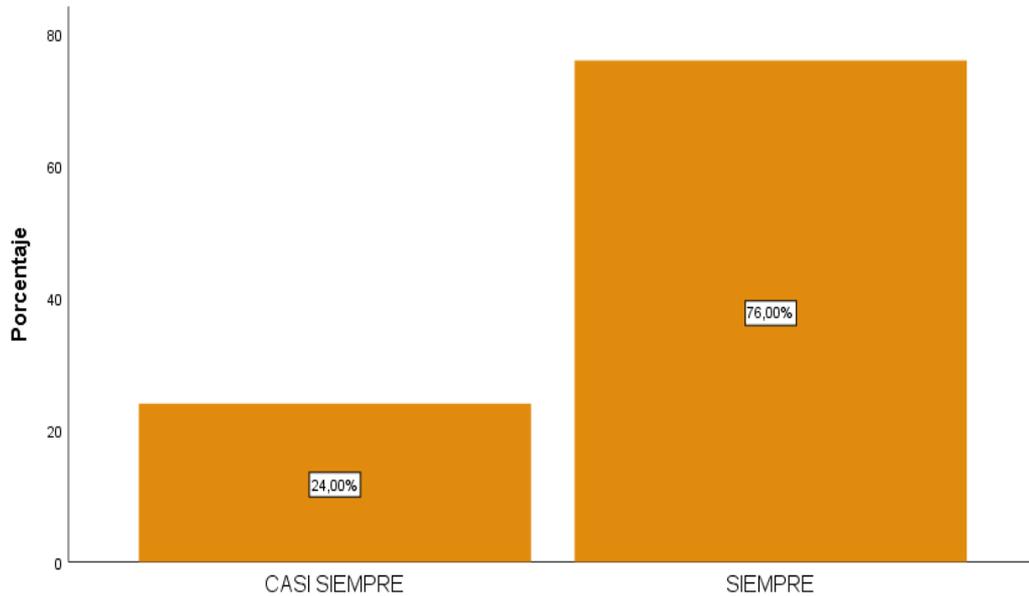
Tabla 28

Es importante las capacitaciones constantes por parte de su empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	6	24,0
Siempre	19	76,0
Total	25	100,0

Figura 28

Es importante las capacitaciones constantes por parte de la empresa SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Los encuestados fueron consultados sobre si consideran que es importante las capacitaciones constantes por parte de su empresa el 76% respondió a la opción siempre y casi siempre al 24%.

24. ¿Considera usted que es beneficioso promover a los colaboradores que desempeñan sus funciones con éxito?

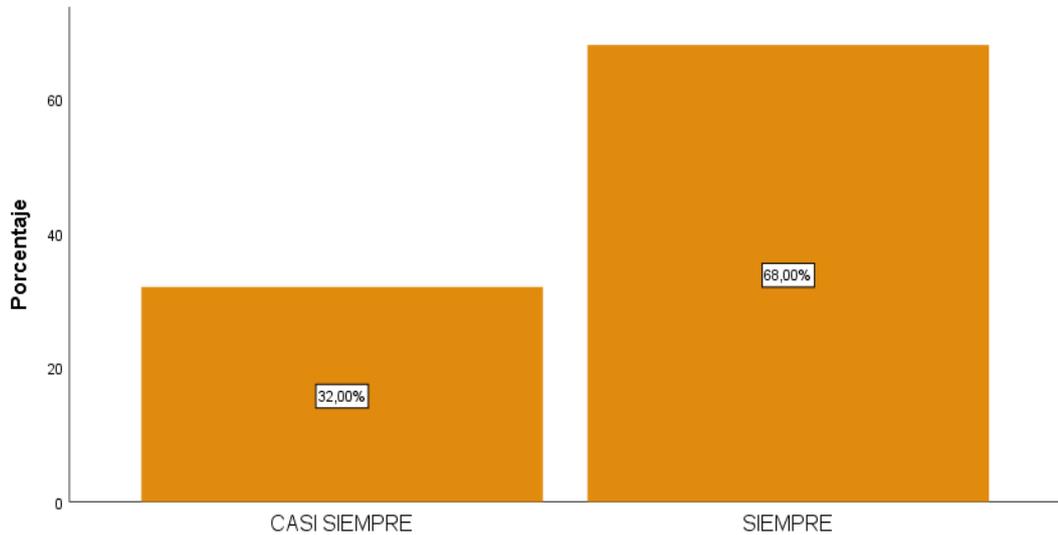
Tabla 29

Es beneficioso promover a los colaboradores que desempeñan sus funciones con éxito

	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	8	32,0
Siempre	17	68,0
Total	25	100,0

Figura 29

Es beneficioso que SIMCAL S.A.C. promueva a sus colaboradores que desempeñen sus funciones con éxito



Interpretación:

Se hizo la consulta a los encuestados sobre si consideran que es beneficioso promover a los colaboradores que desempeñan sus funciones con éxito el 68% respondió a la opción siempre y casi siempre al 32%.

25. ¿Considera usted que es importante que el empleado se sienta apreciado y respetado por el trabajo que realiza?

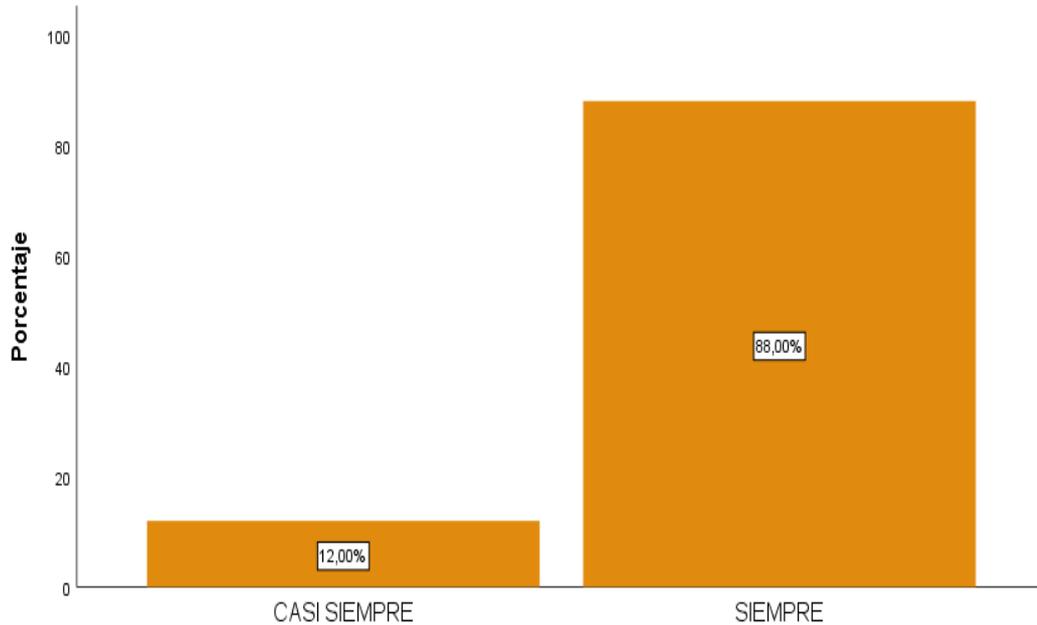
Tabla 30

Es importante que el empleado se sienta apreciado y respetado por el trabajo que realiza

	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	3	12,0
Siempre	22	88,0
Total	25	100,0

Figura 30

Es importante que el empleado se sienta apreciado y respetado por el trabajo que realiza en la empresa



Interpretación:

Al consultar a los encuestados sobre si consideran que es importante que el empleado se sienta apreciado y respetado por el trabajo que realiza el 88% respondió a la opción siempre y casi siempre el 12%.

26. ¿Considera usted que es importante mantener una relación afectiva y adecuada con sus jefes inmediatos?

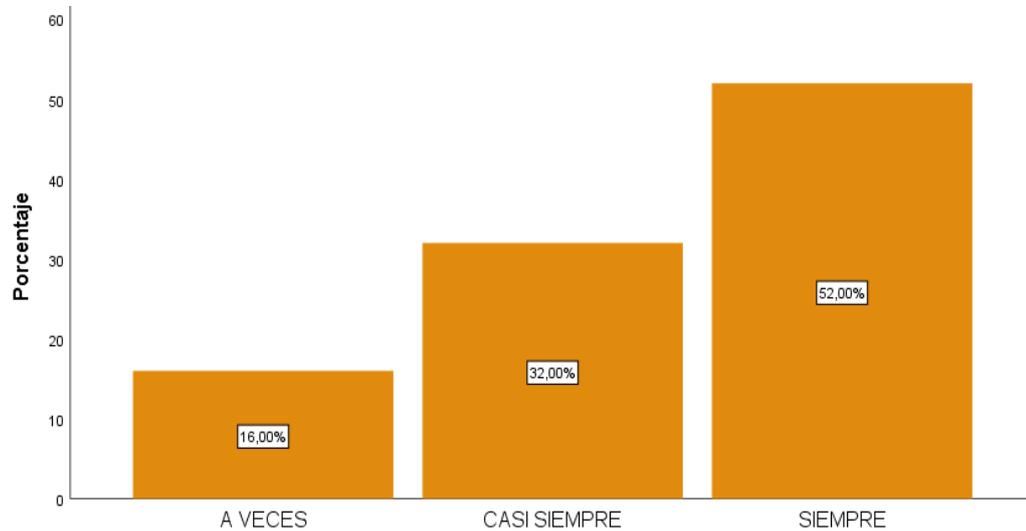
Tabla 31

Es importante mantener una relación afectiva y adecuada con sus jefes inmediatos

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	4	16,0
Casi siempre	8	32,0
Siempre	13	52,0
Total	25	100,0

Figura 31

Es importante mantener una relación afectiva y adecuada con sus jefes inmediatos



Interpretación:

Se consultó a los encuestados sobre si consideran que es importante mantener una relación afectiva y adecuada con sus jefes inmediatos el 52% respondió a la opción siempre, casi siempre el 32% y a veces el 16%.

27. ¿Considera usted que la participación de sus compañeros de trabajo le permite realizar mejor sus tareas?

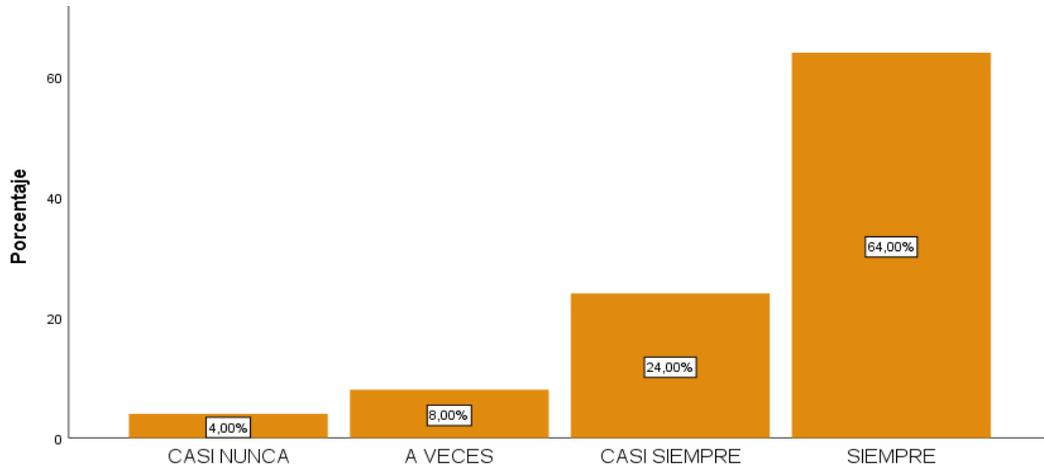
Tabla 32

La participación de sus compañeros de trabajo le permite realizar mejor sus tareas

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	4,0
A veces	2	8,0
Casi siempre	6	24,0
Siempre	16	64,0
Total	25	100,0

Figura 32

La participación de sus compañeros de trabajo le permite realizar mejor sus tareas



Interpretación:

Los encuestados fueron consultados sobre si consideran que la participación de sus compañeros de trabajo le permite realizar mejor sus tareas el 64% respondió a la opción siempre, casi siempre al 24%, a veces al 8% y casi nunca el 4%.

28. ¿Considera usted que su empresa fomenta la colaboración y la participación entre los colaboradores?

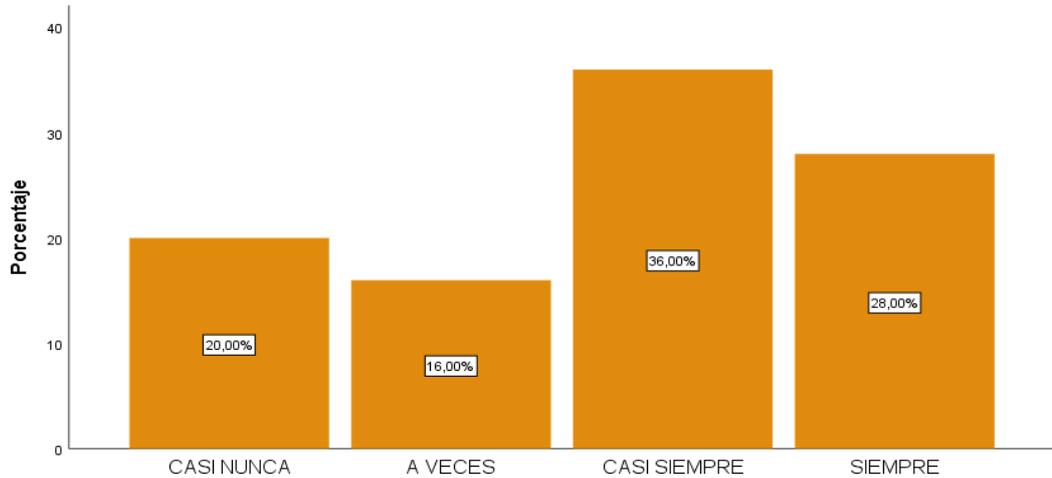
Tabla 33

Su empresa fomenta la colaboración y la participación entre los colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	5	20,0
A veces	4	16,0
Casi siempre	9	36,0
Siempre	7	28,0
Total	25	100,0

Figura 33

SIMCAL S.A.C. fomenta la colaboración y la participación entre los colaboradores



Interpretación:

Los encuestados fueron consultados sobre si consideran que su empresa fomenta la colaboración y la participación entre los colaboradores el 36% respondió a la opción casi siempre, siempre el 28%, casi nunca el 20% y a veces el 16%.

29. ¿Considera usted que los colaboradores se sienten obligados por sus necesidades en seguir laborando en la empresa?

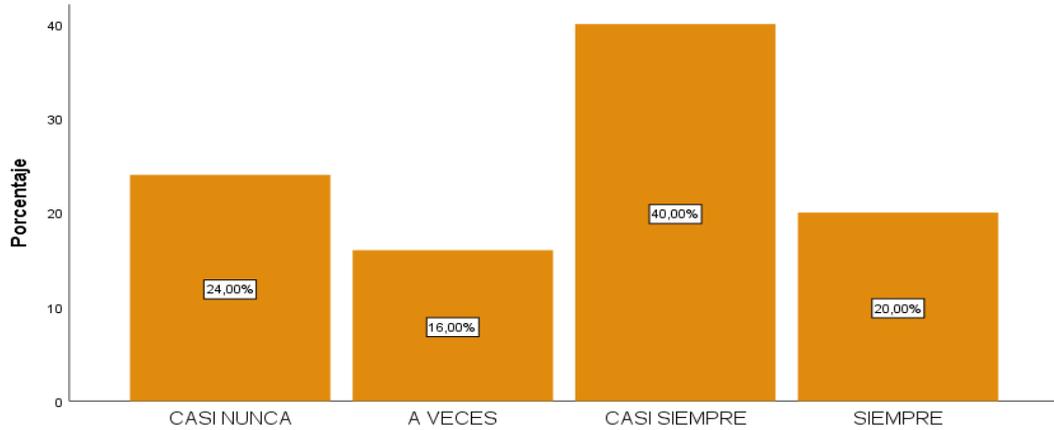
Tabla 34

Los colaboradores se sienten obligados por sus necesidades en seguir laborando en la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	6	24,0
A veces	4	16,0
Casi siempre	10	40,0
Siempre	5	20,0
Total	25	100,0

Figura 34

Los colaboradores se sienten obligados por sus necesidades en seguir laborando en SIMCAL S.A.C.



Interpretación:

Se consulto a los encuestados sobre si consideran que los colaboradores se sienten obligados por sus necesidades en seguir laborando en la empresa el 40% respondió a la opción casi siempre, casi nunca el 24%, siempre el 20% y a veces el 16%.

30. ¿Considera usted que se siente comprometido con su trabajo y con los objetivos de la empresa?

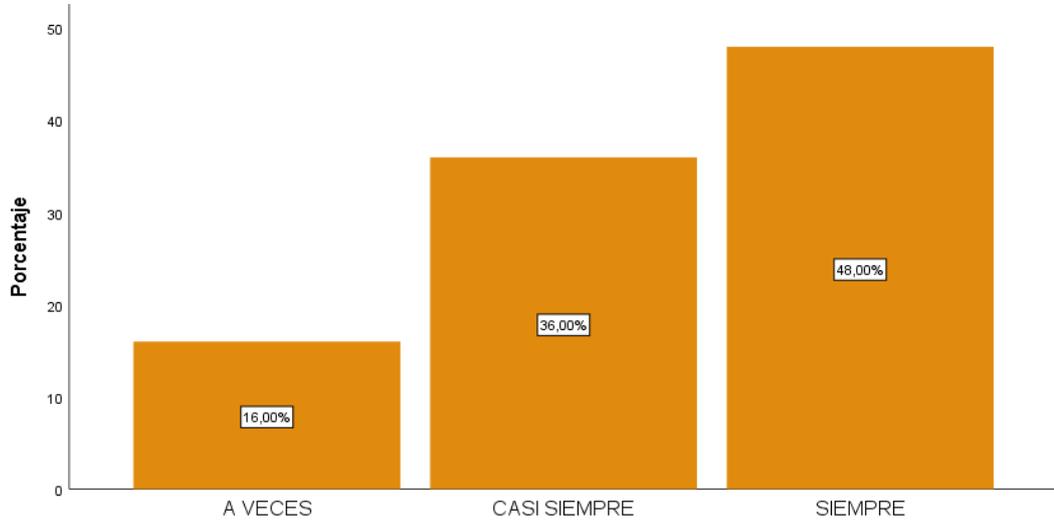
Tabla 35

Se siente comprometido con su trabajo y con los objetivos de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	4	16,0
Casi siempre	9	36,0
Siempre	12	48,0
Total	25	100,0

Figura 35

*Se siente comprometido con su trabajo y con los objetivos de la empresa
SIMCAL S.A.C.*



Interpretación:

Se hizo la consulta a los encuestados sobre si consideran que se siente comprometido con su trabajo y con los objetivos de la empresa el 48% respondió a la opción siempre, casi siempre al 36% y a veces el 16%.

5.2. Resultados inferenciales

Hipótesis general

H₀: No existe influencia positiva significativa de la comunicación interna en el clima organizacional en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

H₁: Existe influencia positiva significativa de la comunicación interna en el clima organizacional en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

Prueba estadística

Para la presente investigación se ha usado el R de Pearson por ser una prueba paramétrica, estadígrafo que se utiliza con frecuencia.

Tabla 36

Coefficiente de correlación de Pearson: comunicación interna y clima organizacional



		Comunicación Interna	Clima organizacional
Comunicación interna	Correlación de Pearson	1	,704**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Clima organizacional	Correlación de Pearson	,704**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

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

El valor del estadístico R de Pearson es de 0,704, además esta correlación es muy significativa. Por lo que se puede afirmar por un 99% de confianza, porque el valor del Sig.(bilateral) es del 0.000, que se encuentra por debajo del 0,01 requerido, en este sentido se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, de tal manera que, se evidencia que existe una correlación positiva alta entre la variable comunicación interna y la variable clima organizacional en los trabajadores de la empresa SIMCAL S.A.C.

Hipótesis específica 1

HE0: No existe influencia positiva significativa en la comunicación intrapersonal en el liderazgo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

HE1: Existe influencia positiva significativa en la comunicación intrapersonal en el liderazgo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.



Tabla 37

Correlación entre comunicación intrapersonal y liderazgo

		Comunicación intrapersonal	Liderazgo
Comunicación intrapersonal	Correlación de Pearson	1	,410*
	Sig. (bilateral)		,042
	N	25	25
Liderazgo	Correlación de Pearson	,410*	1
	Sig. (bilateral)	,042	
	N	25	25

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

El valor del estadístico R de Pearson es de 0,410, además esta correlación es significativa. Por lo que se puede afirmar por un 95% de confianza, porque el valor del Sig.(bilateral) es del 0.042, que se encuentra por debajo del 0,05 requerido, en este sentido, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, de tal manera que se evidencia que existe una correlación positiva moderada significativa entre la comunicación intrapersonal y el liderazgo en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

Hipótesis específica 2

HE0: No existe influencia positiva significativa en la comunicación interpersonal en la motivación de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

HE2: Existe influencia positiva significativa en la comunicación interpersonal en la motivación de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.



Tabla 38

Correlación entre comunicación interpersonal y motivación

		Comunicación interpersonal	Motivación
Comunicación interpersonal	Correlación de Pearson	1	,721**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Motivación	Correlación de Pearson	,721**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

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

El valor del estadístico R de Pearson es de 0,721, además esta correlación es muy significativa. Por lo que se puede afirmar por un 99% de confianza, porque el valor del Sig.(bilateral) es del 0.000, que se encuentra por debajo del 0,01 requerido, en este sentido se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, de tal manera que, se evidencia que existe una correlación positiva alta entre la comunicación interpersonal y motivación en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

Hipótesis específica 3

HE0: No existe influencia positiva significativa en la comunicación institucional en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

HE3: Existe influencia positiva significativa en la comunicación institucional en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

Tabla 39

Correlación entre comunicación institucional y trabajo en equipo

		Comunicación institucional	Trabajo en equipo
Comunicación institucional	Correlación de Pearson	1	,697**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Trabajo en equipo	Correlación de Pearson	,697**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

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

El valor del estadístico R de Pearson es de 0,697, además esta correlación es muy significativa. Por lo que se puede afirmar por un 99% de confianza, porque el valor del Sig.(bilateral) es del 0.000, que se encuentra por debajo del 0,01 requerido, en este sentido se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, de tal manera que, se evidencia que existe una correlación positiva alta entre la comunicación institucional y trabajo en equipo en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.

5.3. Otro tipo de resultados estadísticos, de acuerdo con la naturaleza del problema y la hipótesis

Prueba de normalidad de la comunicación interna y el clima organizacional

H0: Los datos tienen una distribución normal

H1: Los datos no tienen una distribución normal

mf

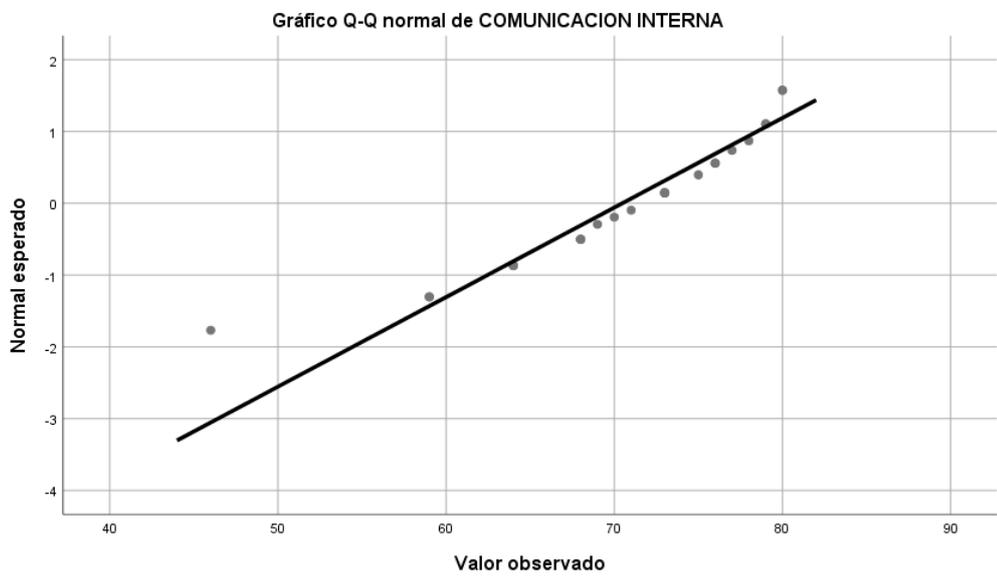
Tabla 40

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación Interna	,143	25	,197	,901	25	,019
Clima Organizacional	,109	25	,200*	,932	25	,096

Figura 36

Prueba de normalidad para comunicación interna

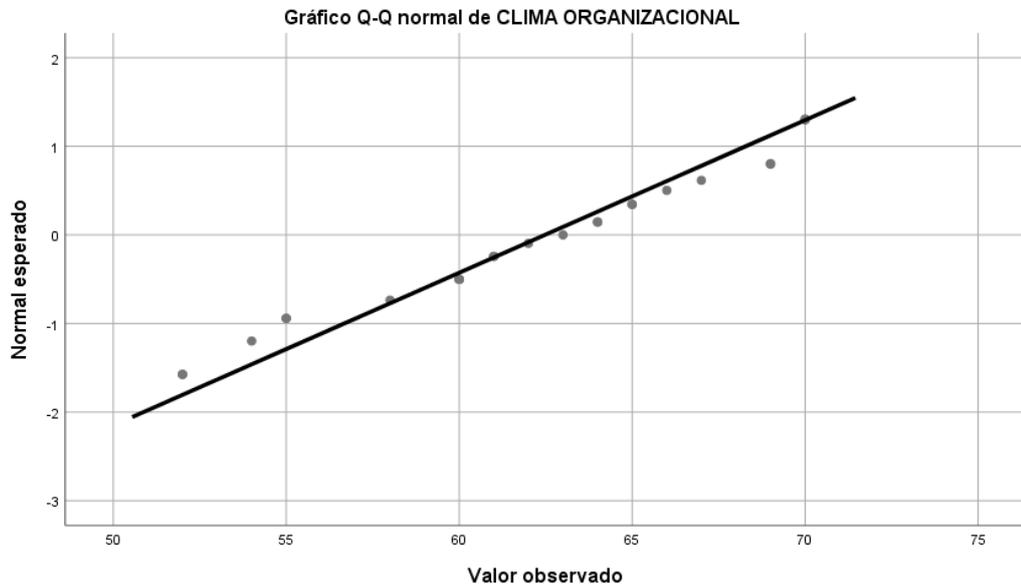


a. Corrección de significación de Lilliefors

[Handwritten signatures]

Figura 37

Prueba de normalidad para clima organizacional



Dado que nuestra población es de 25 colaboradores utilizaremos la prueba de normalidad de Shapiro Wiks, en donde se puede visualizar que $P \geq 0.05$ entonces aceptamos la H_0 y rechazamos la H_1 , es decir, los datos tienen una distribución normal, por tanto, aplicamos la estadística paramétrica.

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1. Contratación y demostración de la hipótesis con los resultados

Al realizar el cálculo del coeficiente de correlación r^2 de Pearson cuyo valor llegó a 0.704 se interpretó correlación positiva muy significativa, por ello se aceptó H_0 lo que se pudo comprobar que existe una influencia significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C., el valor de p que fue < 0.05 , con lo que se puede deducir que en la empresa SIMCAL S.A.C. la comunicación interna alcanzó el 70.4%, asimismo el cálculo del coeficiente entre la comunicación intrapersonal y el liderazgo cuyo valor es 0.401 donde es moderada, la comunicación intrapersonal obtuvo un valor de 40.1%, en donde se puede identificar que en los empleados sus pensamientos e interacciones influye de manera moderada en el liderazgo de la empresa. La comunicación interpersonal y la motivación alcanzó un valor de 0.721 donde hay una influencia positiva significativa, en donde la comunicación interpersonal adquirió un 72.1%, en donde se puede evidenciar que la comunicación interpersonal influye de manera significativa en la motivación del personal, en donde una comunicación sólida y eficaz en el entorno laboral no solo ayudaría a facilitar la transmisión de información, además que influye significativamente a la motivación de los empleados al forjar un ambiente de confianza, porque se obtiene una claridad en los objetivos, cultura de apoyo y desarrollo. La comunicación institucional y el trabajo en equipo alcanzó un valor de 0.697 donde hay una influencia positiva significativa, en donde la comunicación institucional adquirió un 69.7% en donde se puede evidenciar que la comunicación institucional influye de manera significativa en el trabajo en equipo, en donde una comunicación institucional bien manejada y transparente es esencial para reforzar el trabajo en equipo al poder coincidir objetivos, incitar la colaboración, solucionar conflictos y sostener a los equipos motivados e involucrados con la misión y visión de la empresa.



6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares

Para Barrera (2021), Se evidenció una relación significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional, en los colaboradores de la empresa de alimentos en Cartagena de Indias, lo cual concuerda con la presente investigación en donde se puede observar los niveles de correlación, puesto que en toda empresa existe una comunicación interna entre los colaboradores, y esto puede afectar de manera directa al clima organizacional o a la percepción de los colaboradores de la empresa, por lo cual tener una buena comunicación interna permitirá un buen entorno.

Garcés (2021), menciona en su investigación que se pudo desarrollar una propuesta de mejora, con el fin de garantizar un adecuado clima laboral que garantice una comunicación fluida, trabajo en equipo, incentivos permanentes, y fundamentalmente, la involucración de los colaboradores con la filosofía y objetivos organizacionales. En concordancia con el estudio en SIMCAL S.A.C. de acuerdo con los resultados obtenidos, se puede evidenciar que es necesario un plan de comunicación interna que ayude a mantener un clima organizacional óptimo, debido que al no ver una adecuada comunicación afecta a los resultados de la empresa.

Espinoza y Velásquez (2021), determinaron que dentro de la institución existe un nivel regular de comunicación interna, subsecuentemente a ello un nivel regular del clima organizacional lo que demuestra que la comunicación interna incide en forma positiva en el clima organizacional del personal administrativo, los resultados son similares en los obtenidos en nuestra investigación en donde también se puede demostrar que la comunicación interna influye de manera positiva y significativa en el clima organizacional en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C., en donde a mayor comunicación interna mayor clima organizacional y viceversa.



Alarcón y Prado (2021), se encontró que existe una buena correlación con un buen nivel de intensidad ($r = 0,619$, $p = 0,000$) entre las variables de comunicación Interna y el clima organizacional. en nuestra investigación tiene una concordancia con sus resultados, puesto que se obtuvo una correlación del $r = 0.704$, $p = 0.000$, en donde ambas variables tienen una correlación positiva y alta.

Asimismo, Trujillo (2017), en su investigación determinó que la comunicación interna influye de manera positiva en el clima organizacional, recomendándose tener una comunicación interna integrada donde se considere a todos los integrantes de la organización como emisores de comunicación, con respecto a nuestro estudio se puede evidenciar una relación a lo propuesto por el estudio anterior, al tener evidenciado una influencia alta y significativa entre ambas variables.

En una organización es necesario tener en cuenta que, para el buen funcionamiento de una empresa, es necesario comprender que la base de todo es tener una adecuada comunicación interna, al transmitir los mensajes de manera correcta, evitar malos entendidos e incomodidades entre los colaboradores, se genera un buen clima organizacional.

6.3. Responsabilidad ética de acuerdo con los reglamentos vigentes

De acuerdo con las directivas de la universidad, se ha tomado pleno conocimiento, dándole integridad científica a través de una conducta responsable, tomando como referencia las formas recomendadas del estilo APA 7ma. versión, las que establecen la estructura para las fuentes citadas de libros, artículos y tesis de las cuales están sustentadas nuestro marco teórico y bases teóricas de nuestra investigación, adquiriendo el deber de sostener los rangos de la directiva dispuestos por la universidad.

VII. CONCLUSIONES

- ✓ Se determino de modo práctico al probar que existe influencia significativa de la comunicación interna en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C., en donde se puede visualizar en el valor del coeficiente de r de Pearson, que $r = 0.704$ y el p-valor es menor a 0.05.
- ✓ Se determino que existe una influencia moderada significativa de la comunicación intrapersonal en el liderazgo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C., con un valor del coeficiente de r de Pearson ($r=0.410$), en donde el p-valor = 0.042 menor al valor de alfa (0.05).
- ✓ Se determino que existe una influencia alta significativa de la comunicación interpersonal en la motivación de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C., con un índice del r de Pearson = 0.721 y un p-valor = 0.000 valor inferior a alfa (0.05).
- ✓ Se determino que existe una influencia alta significativa de la comunicación institucional en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C., con un coeficiente del r de Pearson = 0.697, en donde el p-valor = 0.000 menor al valor de alfa (0.05).

VIII. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a los directivos de la empresa SIMCAL S.A.C., implementar un manual que indique los canales de comunicación, que tenga objetivos claros, mensajes consistentes y en el que se detalle cómo y de qué manera se llevará a cabo la comunicación interna dentro de la empresa, a fin de permitir fortalecer el clima organizacional y por consecuencia obtener resultados efectivos para la organización.
- ✓ Se sugiere que la empresa busque constantemente el aprendizaje y desarrollo personal de sus colaboradores, implementando capacitaciones y actividades que permitan a estos crecer tanto en habilidades técnicas como habilidades blandas, puesto que, esto impactaría positivamente en el fortalecimiento del liderazgo de los colaboradores de la empresa.
- ✓ Si bien es cierto, la empresa reconoce los esfuerzos y el buen trabajo de sus colaboradores mediante felicitaciones de los jefes; sin embargo, se recomienda que, la empresa reconozca el trabajo bien hecho y los logros de sus colaboradores, a través de recompensas, premios o certificados para destacar a los empleados más productivos del mes, puesto que el reconocimiento público o privado es un elemento clave para mantener altos niveles de motivación en el equipo.
- ✓ Se sugiere que la empresa implemente y fomente el uso de canales de comunicación efectivos (reuniones semanales, videoconferencias, redes sociales, correo electrónico) que permitan el intercambio de ideas, información relevante sobre la empresa, sus objetivos, decisiones y estrategias, de manera clara y accesible a todos los colaboradores, debido a que, de esta manera, se conseguirá crear un ambiente favorable para promover el trabajo en equipo.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alarcón, A., & Prado, M. (2021). *La comunicación interna y su incidencia en el clima organizacional en la empresa transnacional en hidrocarburos, Lima, 2018*. [Tesis de Maestría, Universidad San Martín de Porres].
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8319/alarcon_mam-prado_dlc mj.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alcorta, F., & Mantinian, M. (2004). *La comunicación institucional: Una herramienta estratégica* (1.ª ed., Vol. 1). Centro de Comunicaciones.
<https://decomunicantes.wordpress.com/2014/05/08/la-comunicacion-institucional-una-herramienta-estrategica/>

Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica* (1.ª ed.). Netbiblo.
<https://books.google.com.co/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Atiquipa, L., & Jaimes, F. (2017). *Clima laboral en relación al desempeño laboral en el centro Materno Infantil Dr. Enrique Martín Altuna. Puente Piedra. 2015* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14257/Atiquipa_PLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Barrera, E. (2021). *Comunicación interna y su relación con el clima organizacional en una compañía de alimentos en Cartagena de Indias*

[Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar].

<https://repositorio.utb.edu.co/handle/20.500.12585/10021>

Berceruelo, B. (2014). *Nueva comunicación interna en la empresa* (1.ª ed.).

Estudio de la comunicación.

[https://www.estudiodecomunicacion.com/wp-](https://www.estudiodecomunicacion.com/wp-content/uploads/2018/01/140801ARF-ESTUDIO-interior-comuni-interna-1.pdf)

[content/uploads/2018/01/140801ARF-ESTUDIO-interior-comuni-interna-1.pdf](https://www.estudiodecomunicacion.com/wp-content/uploads/2018/01/140801ARF-ESTUDIO-interior-comuni-interna-1.pdf)

Bermúdez, C. (2016). *La comunicación interna en las organizaciones* [Tesis de Maestría, ICADE Business School].

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/7425>

Brandolini, A., Gonzales, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna: Claves para una gestión exitosa* (1.ª ed.). DIRCOM.

<https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/view/978/965/3193-1>

Briceño, S. (2019). *Clima organizacional y comunicación en los trabajadores de una entidad educativa de Lima* [Tesis de Maestría, Universidad Ricardo Palma].

<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/2512>

Calhua, G., & Rosales, M. (2018). *La comunicación interna y su relación con el*

clima organizacional de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de

Chavín de Huántar, Huari, 2018 [Tesis de Licenciatura, Universidad

Santiago Antúnez de Mayolo].

https://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/4269/T033_43713678_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa* (4.^a ed.). Editorial Ariel.

[https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/\[PD\]%20Libros%20-%20Imagen%20Corporativa.pdf](https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/[PD]%20Libros%20-%20Imagen%20Corporativa.pdf)

Carrasco, K., & Enríquez, D. (2022). *Comunicación interna y su relación con el clima organizacional en la empresa de transporte Transmar, Lambayeque 2022* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/105148/Carrasco_GKX-Enr%c3%adquez_ADF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castro, A., & Díaz, P. (2021, marzo 31). La comunicación interna como área estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional. *Obra digital: revista de comunicación*, Article 20.
<https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/385602>

Castro, F. (2003). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración (2.a ed.). Editorial Uyapar. http://sibucv.ucv.ve/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=22937&shelfbrowse_itemnumber=30252

Chara, D. (2018). La comunicación interna y el clima organizacional en la tienda D´moda en la ciudad de Tacna – 2014 [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann].
<http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/3253>

Chimbo, J., & Tipán, G. (2023). *Incidencia de la comunicación interna en el clima laboral del cuerpo de bomberos del cantón Pujilí en el período*

2022- 2023 [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Cotopaxi].

<http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/5286>

Contreras, A., Guisasola, M., & Guevara, L. (2006). *Comunicación estratégica para las organizaciones*. CIESPAL.

Cuenca, J. (2017). *Como hacer un plan estratégico de comunicación* (1.^a ed., Vol. 3). UOC.

<https://reader.digitalbooks.pro/book/preview/113926/x9788491164012-1?1697598643757>

Díaz, K., López, J., & Esquivel, J. (2019). *Trabajo en equipo: Una investigación realizada en el sector de marketing y programación de una empresa de telecomunicaciones multinacional, ubicada en el partido de Vicente López, con el fin de descubrir el impacto que genera el trabajo en equipo*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Martín].

<https://ri.unsam.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/803/TFPPEEY-N-2019-DKD-LJC-EJM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Domínguez, R. (2013). La comunicación interpersonal: Elemento fundamental para crear relaciones efectivas en el aula. *Razón y Palabra*, 82.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199525737032>

Espinoza, R., & Velásquez, D. (2021). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la dirección regional de salud Ancash – 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Santiago Antúnez de Mayolo].

<http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/5037>

- Garcés, S. (2021). *Análisis de los factores de la comunicación interna que influyen en el clima laboral del área de negocios de una entidad financiera de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16959/1/T-UCSG-PRE-FIL-CPO-317.pdf>
- García, M. (2009). Clima organizacional y su diagnóstico: Una aproximación conceptual. *Cuadernos de Administración*, 25(42), 43-61.
<https://doi.org/10.25100/cdea.v25i42.413>
- García, M. (2002). La comunicación y los medios de comunicación. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 3(2), 9.
- García, M., Vesga, J., & Gómez, C. (2020). *Clima organizacional: Teoría y práctica*. Universidad Católica de Colombia.
<https://doi.org/10.14718/9789585133396.2020>
- García, P. (2023). *Comunicación interna relacionada al clima organizacional del personal asistencial, Hospital de Apoyo, Recuay, 2020* [Tesis de Maestría, Universidad Santiago Antúnez de Mayolo].
<http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/5552>
- Gualtero, M. (2022). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de una institución de educación superior de la ciudad de Medellín—Colombia* [Tesis de Maestría, Instituto Tecnológico Metropolitano]. <https://repositorio.itm.edu.co/handle/20.500.12622/5836>

Guevara, X. (2018). *Nivel de satisfacción en la Unidad Educativa Particular La Dolorosa* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar].

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6169/1/T2597-MIE-Guevara-Clima.pdf>

Hurtado, K. (2022). *Formulación de un plan de comunicación organizacional interno para la empresa Contrachapados de Esmeraldas S.A. Codesa* [Pontificia Universidad Católica del Ecuador].

<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/3177/1/Hurtado%20Meza%20Katty%20Paola.pdf>

Maldonado, A. (2018). *Impacto de la comunicación interna en el clima laboral del Instituto de Salud Pública* [Tesis de Maestría, Universidad Academia de Humanismo Cristiano].

<http://bibliotecadigital.academia.cl/xmlui/handle/123456789/4407>

Marroquin, A. (2020). *Propuesta de un plan de comunicación interna para mejorar el clima organizacional del Hospital Distrital II-1 Jerusalén – La Esperanza* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53391/Marroquin_AAV-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Mayor, M. (2022). *La comunicación interna y su influencia en el clima organizacional en la Federación Nacional de Cultivadores de Cereales y Leguminosas, (FENALCE) Regional Valle Del Cauca.* [Tesis de Licenciatura, Universidad del Valle].

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/a34bca6f-2d6b-4afe-81d7-49ab28713548/content>

Medina, L. (2018). *Clima laboral y comunicación organizacional en los colaboradores de la empresa Inversiones Eivissa SAC “Picas bar” – Barranco* [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma del Perú].
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/857>

Padovan, I. (2020). *Teorías de la motivación. Aplicación práctica*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Cuyo].
https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15664/teorias-de-la-motivacin.-aplicacin-prctica.pdf

Perret, R. (2016). *El secreto de la motivación* (2.^a ed.). Ediciones Ricardo Perret Erhard.
<https://static1.squarespace.com/static/54d1216ae4b032ab36c26b61/t/5aa32f749140b73db65c927f/1520643968955/EI+Secreto+de+La+Motivaci%C3%B3n+WEB.pdf>

Piñeyro, R., & Aragón, L. (2015). *Diagnóstico organizacional: Herramientas prácticas* (1.^a ed.). Osmar D. Buyatti.
http://www.osmarbuyatti.com/Libros/ind_de_lib/2015/Diagnostico_aragon.pdf

Ríos, R. (2017). *El trabajo en equipo y su influencia en el desempeño laboral en la Municipalidad Distrital “Alto de la Alianza”, en el año 2015* [Tesis de

Licenciatura, Universidad Privada de Tacna].

<http://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/317>

Samanez, N. (2018). *Relación de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Orange 360°* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres].

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4332>

Santoro, E. (1986). *Efectos de la comunicación*. CIESPAL.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/106491-opac>

Solorzano, N., Parra, C., Espinoza, M., & Macías, J. (2020). Clima laboral y su incidencia en el desempeño de los funcionarios del registro de la propiedad Manta – EP. – Manabí. En *Polo del conocimiento* (43.^a ed., Vol. 5, pp. 541-553). <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-tecnica-particular-de-loja/psicologia/clima-laboral-y-su-incidencia-en-el-desempeno-de-los-funcionarios-del-registro-de-la-propiedad-manta-ep-manabi/23918536>

Tessi, M. (2011). ¿Qué hacemos cuando hacemos comunicación interna? *BCD Travel México*. http://manuelnessi.com/sitio/wp-content/uploads/2013/02/Revista_BCD_Entrevista_en_M%C3%A9xico_ViajeroEjecutivo_11.pdf

Tessi, M. (2016). Metodología – 1A) Comunicación Interna | Primero Adentro. 1A) *Primero Adentro*. <https://comunicacioninterna.com/metodologia/>

- Trujillo, L. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Inca Garcilazo de la Vega].
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UIGV_5a0ec52aa20a03618934f65a11f57f23
- Vallejo, Á. (2021). *Clima laboral y productividad de los trabajadores en las organizaciones de la economía popular y solidaria* [Tesis de Maestría, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/33495>
- Vásquez, J. (2010, agosto 24). *La comunicación interna*. Gestipolis.
<https://www.gestipolis.com/comunicacion-interna/>
- Vidarte, J. (2019). *La comunicación interna y su relación con el clima organizacional en las instituciones públicas. Caso: Consejo Nacional de la Magistratura* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/10372>
- Zayas, P. (2011). *La comunicación interpersonal: Un proceso socio-psicológico en el trabajo y en la vida diaria*. Editorial Académica Española.
https://books.google.com.pe/books/about/La_comunicaci%C3%B3n_interpersonal.html?id=ChADtgAACAAJ&redir_esc=y



ANEXOS

- **Matriz de consistencia: Influencia de la comunicación interna en el clima organización de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES/ DIMENSIONES/ INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable 1: COMUNICACIÓN INTERNA	TIPO DE INVESTIGACIÓN: Básica.
¿De qué manera influye la comunicación interna en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.?	Demostrar la influencia de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.	Existe influencia positiva significativa de la comunicación interna en el clima organizacional en los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.	DIMENSIONES: <ul style="list-style-type: none"> • COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL • COMUNICACIÓN INTERPERSONAL • COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL INDICADORES: <ul style="list-style-type: none"> • Escucharse, Entenderse, Enseñar. • Remuneración, Sentido. • Escucha, Empatía, Emisión. 	ENFOQUE: Cuantitativo.
				NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo – Correlacional.
				DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: No experimental – Transversal.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable 2: CLIMA ORGANIZACIONAL	MÉTODO: Hipotético - Deductivo
¿De qué manera la comunicación intrapersonal influye en el liderazgo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.? ¿De qué manera la comunicación interpersonal influye en la motivación de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.? ¿De qué manera la comunicación institucional influye en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.?	Determinar si existe influencia de la comunicación intrapersonal en el liderazgo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C. Determinar si existe influencia de la comunicación interpersonal en la motivación de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C. Determinar si existe influencia de la comunicación institucional en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.	Existe influencia positiva significativa en la comunicación intrapersonal en el liderazgo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C. Existe influencia positiva significativa en la comunicación interpersonal en la motivación de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C. Existe influencia positiva significativa en la comunicación institucional en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C.	DIMENSIONES: <ul style="list-style-type: none"> • LIDERAZGO • MOTIVACIÓN • TRABAJO EN EQUIPO INDICADORES: <ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento, Libertad de expresión. • Satisfacción, Valorización personal. • Participación, Compromiso. 	POBLACIÓN: La población, en la presente investigación estuvo conformada por todos los colaboradores de la empresa en SIMCAL S.A.C.
				MUESTRA: La muestra será la población la cual es llamada "población muestral", son todos los colaboradores que forman parte de la empresa SIMCAL S.A.C., haciendo un total de 25 personas.
				TÉCNICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas. INSTRUMENTOS: <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario de Comunicación Interna. • Cuestionario de Clima Organizacional.

- Instrumentos validados

CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN INTERNA

Instrucciones

A continuación, se presentan una serie de afirmaciones relacionadas con la Comunicación Interna en la empresa. Responda, de manera sincera a cada una de ellas, marcando con un aspa (X), según el grado que se sienta identificada con cada frase. No hay respuesta buena ni mala, todas son importantes. Asegúrese de haber contestado a todas las preguntas. Considere que la mínima puntuación corresponde al numeral 1 (Nunca) y la máxima puntuación al numeral 5 (Siempre).

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Nº	ÍTEM	1	2	3	4	5
ESCUCHARSE						
1	¿Considera usted que la escucha es una parte importante de la comunicación?					
2	¿Cree usted que el silencio es relevante para la escucha?					
ENTENDERSE						
3	¿Considera usted que es imprescindible la claridad mental para entender?					
4	¿Considera usted que para utilizar una adecuada comunicación es necesario entender?					
ENSEÑAR						
5	¿Considera usted que es relevante haber sido instruido por otras personas para enseñar?					
6	¿Considera usted que al comunicar sus conocimientos de manera adecuada puede enseñar?					
REMUNERACIÓN						
7	¿Considera usted que la remuneración que recibe es justa en relación con su trabajo?					
8	¿Considera usted que la remuneración debe aumentar en base al rendimiento laboral?					
SENTIDO						





9	¿Considera usted que las empresas deben apreciar los logros y esfuerzos y apreciar los niveles de desempeño?				
10	¿Considera usted que realizar las actividades diarias en la organización contribuye a su crecimiento personal?				
ESCUCHA					
11	¿Considera usted que las empresas deben tener políticas de escucha de sus empleados para identificar oportunidades de mejora?				
12	¿Considera usted que los directivos empresariales deben escuchar las ideas, opiniones y recomendaciones de sus empleados?				
EMPATIA					
13	¿Considera usted que es esencial que los empleados se sientan parte de la organización y se comprometan con sus objetivos y metas para que la empresa sea exitosa?				
14	¿Considera usted que la empresa debería crear ambientes que fomenten reuniones de integración para que los empleados puedan expresar sus opiniones con confianza?				
EMISION					
15	¿Considera usted que la organización debe utilizar exclusivamente los canales de comunicación formales para transmitir información (correo, memorando circulares e intranet)?				
16	¿Considera usted que le interesa la información general proporcionada por la empresa?				

Fuente: Elaboración propia.

Informe de evaluación y opinión de experto del instrumento de investigación

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
SANTURIO RAMÍREZ JUAN CARLOS	DOCENTE FCA-UNAC	CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN INTERNA	DAPHNE ARA LI BEJAR LOPEZ, CARLA VANESA CASTILLO ZAPATA, MARY KATERIN RIVAS PORTALES
Título del Estudio: INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMCAL S.A.C.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE		REGULAR				BUENA				MUY BUENA				EXCELENTE				SUB TOTAL	%	
		00-20%		21-40%				41-60%				61-80%				81-100%						
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86			91
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																				90	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables																				90	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación es decir la ciencia y la tecnología																				85	
4. ORGANIZACION	Existe un constructo lógico en los ítems																				90	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad																				85	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir en los objetivos trazados																				85	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos, basados en aspectos teórico- científicos																				85	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																				85	
9. METODOLOGIA	Cumple con los lineamientos metodológicos																				85	
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia																				90	
PROMEDIO																					87	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:	Procede su aplicación	✓
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
	No procede su aplicación	

Bellavista, 02/11/2023	25838289		992212302
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono



Informe de evaluación y opinión de experto del instrumento de investigación

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
PUELLES CACHO LEONCIO	DOCENTE FCA-UNAC	CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN INTERNA	DAPHNE ARALI BEJAR LOPEZ, CARLA VANESA CASTILLO ZAPATA, MARY KATERIN RIVAS PORTALES
Título del Estudio: INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMCAL S.A.C.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				SUB TOTAL %
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																		✓		90	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables																		✓		85	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación es decir la ciencia y la tecnología																		✓		90	
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems																		✓		85	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad																		✓		90	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir en los objetivos trazados																		✓		85	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos, basados en aspectos teórico- científicos																		✓		90	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																		✓		90	
9. METODOLOGIA	Cumple con los lineamientos metodológicos																		✓		90	
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia																		✓		90	
PROMEDIO																				88.5		

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:	Procede su aplicación	✓
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
	No procede su aplicación	

Bellavista, 02/11/2023	25745385		920252368
------------------------	----------	---------------------------------------------------------------------------------------	-----------





Informe de evaluación y opinión de experto del instrumento de investigación

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
CORILLA CONDOR MARGOT CECILIA	DOCENTE FCA-UNAC	CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN INTERNA	DAPHNE ARA LI BEJAR LOPEZ, CARLA VANESA CASTILLO ZAPATA, MARY KATERIN RIVAS PORTALES
Título del Estudio: INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMCAL S.A.C.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				SUB TOTAL %
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																		✓			90
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables																		✓			85
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación es decir la ciencia y la tecnología																		✓			90
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems																		✓			90
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad																		✓			90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir en los objetivos trazados																		✓			85
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos, basados en aspectos teórico- científicos																		✓			85
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																		✓			90
9. METODOLOGIA	Cumple con los lineamientos metodológicos																		✓			90
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia																		✓			90
PROMEDIO																					88.5	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:	Procede su aplicación	✓
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
	No procede su aplicación	

108

Bellavista, 02/11/2023	07880150		965-938-182
------------------------	----------	---------------------------------------------------------------------------------------	-------------

CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Instrucciones

A continuación, se presentan una serie de afirmaciones relacionadas con el Clima Organizacional de la empresa. Responda, de manera sincera a cada una de ellas, marcando con un aspa (X), según el grado que se sienta identificada con cada frase. No hay respuesta buena ni mala, todas son importantes. Asegúrese de haber contestado a todas las preguntas. Considere que la mínima puntuación corresponde al numeral 1 (Nunca) y la máxima puntuación al numeral 5 (Siempre).

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
RECONOCIMIENTO						
1	¿Considera usted que los trabajadores de una organización deben tener el derecho a expresarse libremente?					
2	¿Considera usted que los empleados deben tener la confianza de discutir con sus jefes de inmediatos de asuntos laborales de importancia?					
3	¿Considera usted que los empleados deben expresar sus sentimientos, pensamientos y opiniones a sus jefes inmediatos sin dificultad?					
LIBERTAD DE EXPRESIÓN						
4	¿Considera usted que los empleados merecen ser elogiados por sus jefes inmediato cuando desempeñan su labor de manera sobresaliente?					
5	¿Considera usted que el triunfo de los colaboradores se reflejará en el éxito de la empresa?					
6	¿Considera usted que los jefes inmediatos deben tomar en consideración las ideas o sugerencias de los colaboradores?					
VALORIZACIÓN PERSONAL						
7	¿Considera usted que es importante las capacitaciones constantes por parte de su empresa?					
8	¿Considera usted que es beneficioso promover a los colaboradores que desempeñan sus funciones con éxito?					



SATISFACCIÓN					
9	¿Considera usted que es importante que el empleado se sienta apreciado y respetado por el trabajo que realiza?				
10	¿Considera usted que es importante mantener una relación afectiva y adecuada con sus jefes inmediatos?				
PARTICIPACIÓN					
11	¿Considera usted que la participación de sus compañeros de trabajo le permite realizar mejor sus tareas?				
12	¿Considera usted que su empresa fomenta la colaboración y la participación entre los colaboradores?				
COMPROMISO					
13	¿Considera usted que los colaboradores se sienten obligados por sus necesidades en seguir laborando en la empresa?				
14	¿Considera usted que se siente comprometido con su trabajo y con los objetivos de la empresa?				

Fuente: Elaboración propia.

Informe de evaluación y opinión de experto del instrumento de investigación

DATOS GENERALES:



Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
SANTURIO RAMÍREZ JUAN CARLOS	DOCENTE FCA-UNAC	CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	DAPHNE ARALI BEJAR LOPEZ, CARLA VANESA CASTILLO ZAPATA, MARY KATERIN RIVAS PORTALES
Título del Estudio: INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMCAL S.A.C.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE		REGULAR				BUENA				MUY BUENA				EXCELENTE				SUB TOTAL %	
		00-20%		21-40%		41-60%		61-80%		81-100%		81-100%		81-100%							
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86		91
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																				85
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables																				90
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación es decir la ciencia y la tecnología																				85
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems																				90
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad																				85
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir en los objetivos trazados																				85
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos, basados en aspectos teórico- científicos																				90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																				85
9. METODOLOGIA	Cumple con los lineamientos metodológicos																				85
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia																				90
PROMEDIO																					87

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:	Procede su aplicación	✓
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
	No procede su aplicación	

Bellavista, 02/11/2023	25838289		992212302
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono





Informe de evaluación y opinión de experto del instrumento de investigación

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
PUELLES CACHO LEONCIO	DOCENTE FCA-UNAC	CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	DAPHNE ARA LI BEJAR LOPEZ, CARLA VANESA CASTILLO ZAPATA, MARY KATERIN RIVAS PORTALES
Título del Estudio: INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMCAL S.A.C.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE		REGULAR				BUENA				MUY BUENA				EXCELENTE				SUB TOTAL %	
		00-20%		21-40%				41-60%				61-80%				81-100%					
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86		91
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																			✓	90
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables																			✓	85
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación es decir la ciencia y la tecnología																			✓	90
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems																			✓	85
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad																			✓	90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir en los objetivos trazados																			✓	90
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos, basados en aspectos teórico- científicos																			✓	90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																			✓	90
9. METODOLOGIA	Cumple con los lineamientos metodológicos																			✓	90
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia																			✓	90
PROMEDIO																				89	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:	Procede su aplicación	✓
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
	No procede su aplicación	

Bellavista, 02/11/2023	25745385		920252368
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono





Informe de evaluación y opinión de experto del instrumento de investigación

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
CORILLA CONDOR MARGOT CECILIA	DOCENTE FCA-UNAC	CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	DAPHNE ARALI BEJAR LOPEZ, CARLA VANESA CASTILLO ZAPATA, MARY KATERIN RIVAS PORTALES
Título del Estudio: INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMCAL S.A.C.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%		REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				SUB TOTAL %		
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86		91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90		95	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																		✓			90
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables																		✓			85
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación es decir la ciencia y la tecnología																		✓			90
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems																		✓			90
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad																		✓			90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir en los objetivos trazados																		✓			85
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos, basados en aspectos teórico- científicos																		✓			90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																		✓			90
9. METODOLOGIA	Cumple con los lineamientos metodológicos																		✓			90
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia																		✓			90
PROMEDIO																					89	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:	Procede su aplicación	✓
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
	No procede su aplicación	

Bellavista, 02/11/2023	07880150		965-938-182
------------------------	----------	---------------------------------------------------------------------------------------	-------------





- Consentimiento informado

SIMCAL

**CONSENTIMIENTO INFORMADO
PARA USO EXCLUSIVAMENTE ACADÉMICO**

El que suscribe: Juan Román Valerio Cuadros, Gerente de SIMCAL S.A.C., por medio del presente documento, brindo el consentimiento para que la Br. Carla Vanesa Castillo Zapata, elabore la investigación "Influencia de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional de los colaboradores de la empresa SIMCAL S.A.C." en SIMCAL S.A.C., información recabada que será para USO EXCLUSIVAMENTE ACADÉMICO, guardando la reserva y confidencialidad que la entidad requiere en el ejercicio de la buena fe.

Asimismo, he sido debidamente informado previo a este consentimiento del uso y tratamiento que se dará en la entidad y los colaboradores, por lo que emito mi consentimiento:

ACEPTO

NO ACEPTO

Lima, 08 de septiembre de 2023


"JUAN VALERIO CUADROS"
DNI° 43184039
GERENTE GENERAL
SIMCAL S.A.C.
RUC° 20800407598

Juan Román Valerio Cuadros
Firma y sello del representante
que otorga el consentimiento

📍 Av. Carlos Izaguirre 520 Int. 301 - Los Olivos - Lima

☎ (01) 345-3862 📠 939 776 436

🌐 www.simcalperu.com





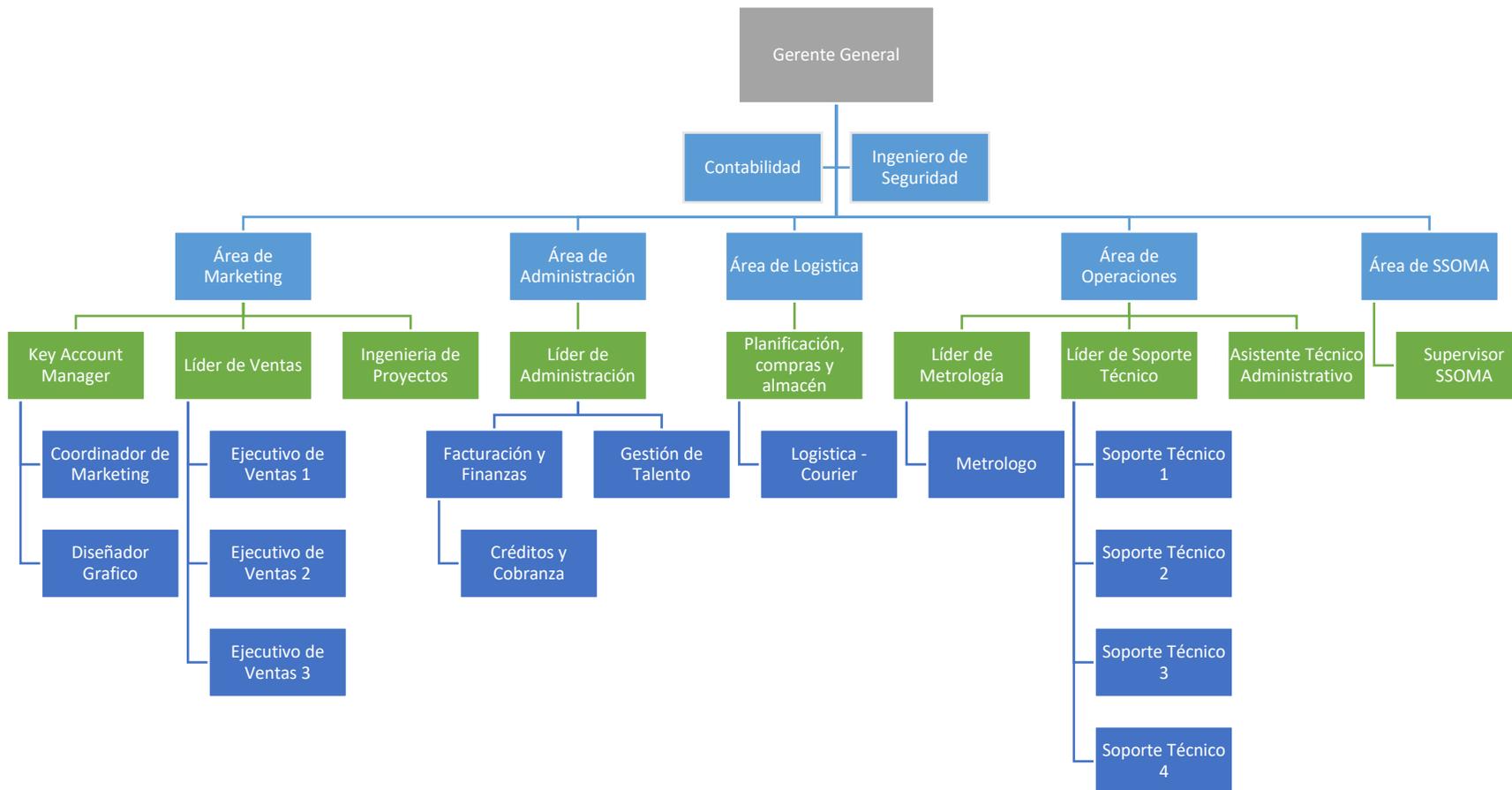


- Base de datos

N°	GÉNERO	EDAD	ÁREA	COMUNICACIÓN INTERNA																CLIMA ORGANIZACIONAL																	
				V1 P1	V1 P2	V1 P3	V1 P4	V1 P5	V1 P6	V1 P7	V1 P8	V1 P9	V1 P10	V1 P11	V1 P12	V1 P13	V1 P14	V1 P15	V1 P16	V2 P17	V2 P18	V2 P19	V2 P20	V2 P21	V2 P22	V2 P23	V2 P24	V2 P25	V2 P26	V2 P27	V2 P28	V2 P29	V2 P30				
1	1	23	3	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
2	1	29	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
3	2	25	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5			
4	2	29	1	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	2	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5			
5	2	22	4	5	4	5	5	4	3	4	3	5	5	2	5	5	3	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4			
6	2	25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5			
7	2	25	1	5	3	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	2	4	4			
8	2	30	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4			
9	2	29	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4		
10	1	33	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5		
11	2	30	1	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	3	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4		
12	1	24	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5		
13	1	24	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
14	1	33	6	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	1	32	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	1	41	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
17	1	30	2	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	
18	2	25	2	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	2	4	4	4	4	
19	1	41	7	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	1	33	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
21	2	25	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	2	4	3	4	4	3	3
22	1	41	2	5	2	3	5	3	3	3	4	4	4	5	3	2	5	5	3	5	4	5	5	3	3	4	4	5	3	2	2	4	4	3	3	3	
23	2	28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	4	3	3	
24	2	26	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	
25	1	28	1	5	2	3	4	3	4	5	4	4	5	5	3	2	4	4	2	5	4	5	5	3	4	5	5	5	3	3	2	3	3	3	3	3	

- Otros anexos necesarios de acuerdo a la naturaleza del problema

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA SIMCAL S.A.C. AÑO 2023



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]