

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

ESCUELA DE POSGRADO

**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**



**“COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
EN LA EMPRESA BECA INVERSIONES Y PROYECTOS SAC- LIMA 2022”.**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTOR: FREDDY DIJALMA AYULO ARAUJO

ASESOR:

Dr. JOSE LUIS REYES DORIA

**LINEA DE INVESTIGACIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y DESARROLLO HUMANO
GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

Callao, 2024

PERÚ



TESIS DOCTORADO - AYULO ARAUJO

14%
Textos
copiosos



13% Similitudes
+ 1% similitudes entre oraciones
+ 1% entre las fuentes
mencionadas
1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: TESIS DOCTORADO - AYULO ARAUJO.pdf
ID del documento: 05b74b6b7b296c100a86eaab6ca145939ea9
Tamaño del documento original: 694,12 KB

Deposante: FCA PREGRADO UNIDAD DE
INVESTIGACION
Fecha de depósito: 7/5/2024
Tipo de carga: Interface
Fecha de fin de análisis: 7/5/2024

Número de palabras: 16.890
Número de caracteres: 121.259

Ubicación de las similitudes en el documento



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	librii.org Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organiz... https://librii.org/documentos/del-14-el-comportamiento-organizacional-la-dinamica-del-exito-organizacio... 13 fuentes similares	3%		1) Palabras idénticas: 3% (952 palabras)
2	www.studocu.com Características del comportamiento organizacional - Es un ca... http://www.studocu.com/pe/document/escuela-superior-politecnica-de-dibujos-administracion... 8 fuentes similares	2%		1) Palabras idénticas: 2% (412 palabras)
3	repositorio.unan.edu.ni http://repositorio.unan.edu.ni/17885/1/17885.pdf 9 fuentes similares	2%		1) Palabras idénticas: 2% (408 palabras)
4	repositorio.uap.edu.pe http://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/bitstream/20.500.12690/7414/1/Texto_producto_s_Lectura.pdf 6 fuentes similares	2%		1) Palabras idénticas: 2% (329 palabras)
5	aprendetv.com Tesis - La comunicación organizacional interna y su... http://aprendetv.com/doc/1868990/tesis-La-comunicacion-organizacional-internacional... 13 fuentes similares	2%		1) Palabras idénticas: 2% (473 palabras)

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
Fuentes con similitudes fortuitas				
1	maygeraia.com Introducción al Comportamiento Organizacional Mar y Cera... http://maygeraia.com/2010/05/09/Introduccion-al-comportamiento-organizacional/	<1%		1) Palabras idénticas: <1% (80 palabras)
2	repositorio.unma.edu.ec La satisfacción laboral en la Universidad Metropolitana Sed... https://repositorio.unma.edu.ec/index.php/RMCA/article/view/134	<1%		1) Palabras idénticas: <1% (83 palabras)
3	repositorio.unao.edu.pe http://repositorio.unao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8669/1/0517-MATTO-BORGUEJO...	<1%		1) Palabras idénticas: <1% (81 palabras)
4	repositorio.usc.edu.pe Estrategias de comunicación para la mejora del clima lab... http://repositorio.usc.edu.pe/handle/20.500.12692/81477?show=full	<1%		1) Palabras idénticas: <1% (84 palabras)
5	repositorio.urp.edu.pe http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/20.500.14126/2912/1/000073120_25417480/1/202401...	<1%		1) Palabras idénticas: <1% (84 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8415/1/MUTC-001138.pdf
2	http://doi.org/10.1108/13566281811294146
3	https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60890/Cabel
4	http://ojs.uqam.ca/revistas/revistas/revistas/bitstream/handle/20.500.12672/6743/Chamy
5	https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/data/file/335680/Comportamiento_o

INFORMACIÓN BÁSICA

Facultad:	Ciencias Administrativas
Unidad de Investigación:	Posgrado
Título	Comunicación Empresarial y Comportamiento Organizacional en la Empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.
Autor:	Mg. Freddy Dijalma Ayulo Araujo Código ORCID: 0000-0002-6295-7276 D.N.I.: 08172450
Asesor:	Dr. Adm. José Luis Reyes Doria Código ORCID: 000-0001-6741-4919 D.N.I.: 08445583
Lugar de ejecución:	Empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC
Unidad de Análisis:	Administración- Recursos Humanos
Tipo de investigación:	Básica
Tema OSCE:	5.00.00 Ciencias Sociales 5.02.04 Negocios, Administración

HOJA DE REFERENCIA DE JURADO Y APROBACIÓN

SUSTENTACION DE TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE DOCTOR EN ADMINISTRACION

JURADO:

Presidente: DR. DURAN HERRERA VICTOR HUGO

Secretario: DR. DE LA TORRE COLLAO LUIS ALBERTO

Vocal: DR. HUARCAYA GODOY MADISON

Vocal: DR. SUAREZ BAZALAR RAUL

Asesor: DR. REYES DORIA JOSE LUIS

N° Libro: 01

N° Folio: 117

N° de Acta de Sustentación: 015-2024- UPG- FCA-UNAC

Fecha de Aprobación de Sustentación de Tesis: 05 de julio del 2024

RESOLUCIÓN DEL COMITÉ DIRECTIVO: N° 144-2024-CD-UPG-FCA-UNAC

DEDICATORIA

A mi grandiosa familia, Mi esposa y mis hijos, quienes me han acompañado en todo momento, quienes son mi motivación diaria para seguir creciendo. A mis padres Práxedes y Berta, que desde el cielo guían mis pasos

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios, quien me permite estar hoy presente dando todo de mí.

A mi familia nuclear, a mis docentes de la universidad, quienes aportaron conocimientos en mí y me guiaron en todo momento.

INDICE

INDICE	1
INDICE DE TABLAS	4
INDICE DE FIGURAS	5
RESUMEN	6
RIEPILOGO	7
ABSTRATO	8
INTRODUCCIÓN	9
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1. Descripción de la realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	12
1.2.1. Problema general	12
1.2.2. Problemas específicos	12
1.3. Objetivos	12
1.3.1. Objetivo general	12
1.3.2. Objetivos específicos	12
1.4. Justificación	13
1.4.1. Justificación teórica	13
1.4.2. Justificación social	13
1.4.3. Justificación metodológica	13
1.4.4. Justificación personal	13
1.5. Delimitantes de la investigación	14
1.5.1. Delimitantes teóricas	14

1.5.2.	Delimitante temporal	14
1.5.3.	Delimitante espacial	14
II.	MARCO TEÓRICO	15
2.1.	Antecedentes	15
2.1.1.	Antecedentes internacionales	15
2.1.2.	Antecedentes nacionales	18
2.2.	Bases teóricas	22
2.2.1.	Comunicación empresarial.....	22
2.2.2.	Comportamiento organizacional.....	33
2.2.3.	Base filosófica	43
2.3.	Conceptual	44
2.4.	Definiciones de términos básicos.....	45
III.	HIPÓTESIS Y VARIABLES	46
3.1.	Hipótesis	46
A.	Hipótesis general	46
B.	Hipótesis específicas	46
3.1.1.	Operacionalización de las variables	46
IV.	METODOLOGÍA DEL PROYECTO	48
4.1.	Diseño metodológico.....	48
4.2.	Método de investigación.....	48
4.3.	Población y muestra	48
4.4.	Lugar de estudio	49
4.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	49
4.6.	Análisis y procedimiento de datos	51
4.7.	Aspectos éticos en investigación	51

V.	RESULTADOS	52
5.1.	Resultados descriptivos	52
5.2.	Resultados inferenciales	59
VI.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	64
6.1.	Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados.....	64
6.2.	Contrastación de los resultados con otros estudios similares	65
6.3.	Responsabilidad ética de acuerdo con los reglamentos vigentes.....	66
VII.	CONCLUSIÓN	67
VIII.	RECOMENDACIÓN	68
IX.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	69

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Anexo 2: Propuesta de instrumento de recolección de datos

Anexo 3: Juicio de expertos

Anexo 4: Base de datos

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evaluación de jueces	49
Tabla 2: Estadísticas de fiabilidad de comunicación empresarial	50
Tabla 3: Estadísticas de fiabilidad de comportamiento organizacional	51
Tabla 4: Distribución de frecuencias de las formas de comunicación empresarial	52
Tabla 5: Distribución de frecuencias de las comunicaciones internas	53
Tabla 6: Distribución de frecuencias de las comunicaciones externas	54
Tabla 7: Distribución de frecuencias de las personas	55
Tabla 8: Distribución de frecuencias de las estructuras	56
Tabla 9: Distribución de frecuencias de las entorno.....	58
Tabla 10: Pruebas de normalidad	59
Tabla 11: Pruebas Rho de Spearman entre la comunicación empresarial y el comportamiento organizacional	60
Tabla 12: Pruebas Rho de Spearman entre formas de comunicación y el comportamiento organizacional	61
Tabla 13: Pruebas Rho de Spearman entre la comunicación interna y el comportamiento organizacional	62
Tabla 14: Pruebas Rho de Spearman entre la comunicación externa y el comportamiento organizacional	63

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1: Formas de comunicación empresarial	52
Ilustración 2: Comunicaciones internas.....	53
Ilustración 3: Comunicaciones externas.....	54
Ilustración 4: Personas.....	55
Ilustración 5: Estructuras.....	57
Ilustración 6: Entorno	58

RESUMEN

La comunicación empresarial contribuye a la capacidad de influir en los demás, con el objetivo positivo de provocar cambios en las actitudes y puntos de vista de las personas, impulsando a la motivación y a la transmisión de información corporativa tanto a nivel interno como externo en la organización, por lo cual el comportamiento del trabajador jugará un papel decisivo en todo el proceso, sobre todo en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC situada en Lima, 2022.

Las empresas exitosas tienen trabajadores creativos que saben comunicar, liderar, motivar y trabajar en equipo, lo cual es parte de su comportamiento organizacional.

El presente trabajo de investigación es de metodología tipo básica, diseño no experimental, método descriptivo; el universo poblacional estará conformado por un total de 10 trabajadores administrativos y 20 empresas clientes. La técnica e instrumento de obtención de información a utilizar es la observación y la encuesta.

Los resultados obtenidos, permitieron rechazar la hipótesis nula de manera altamente significativa donde la comunicación empresarial se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022, respaldado por la prueba estadística Rho de Spearman, con el grado de Sig. p valor < 0.01 , de distribución normal.

Palabras claves: Comunicación Empresarial y Comportamiento Organizacional.

RIEPILOGO

La comunicazione aziendale contribuisce alla capacità di influenzare gli altri, con l'obiettivo positivo di provocare cambiamenti negli atteggiamenti e nei punti di vista delle persone, promuovendo la motivazione e la trasmissione delle informazioni aziendali sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione, quindi giocherà il comportamento del lavoratore un ruolo decisivo nell'intero processo, in particolare nella società Beca Inversiones y Proyectos SAC con sede a Lima, 2022.

Le aziende di successo hanno lavoratori creativi che sanno comunicare, guidare, motivare e lavorare in squadra, il che fa parte del loro comportamento organizzativo.

Questo lavoro di ricerca ha una metodologia di base, progettazione non sperimentale, metodo descrittivo; L'universo della popolazione sarà composto complessivamente da 10 impiegati amministrativi e 20 aziende clienti. La tecnica e lo strumento per ottenere informazioni da utilizzare è l'osservazione e il sondaggio.

I risultati ottenuti hanno permesso di rifiutare in modo altamente significativo l'ipotesi nulla laddove la comunicazione aziendale è significativamente correlata al comportamento organizzativo nella società Beca Inversiones y Proyectos SAC-Lima 2022, supportato dal test statistico Spearman Rho, con il grado di Sig p valore $< 0,01$, distribuito normalmente.

Parole chiave: Comunicazione d'impresa e comportamento organizzativo.

ABSTRATO

A comunicação empresarial contribui para a capacidade de influenciar os outros, com o objetivo positivo de provocar mudanças nas atitudes e pontos de vista das pessoas, promovendo a motivação e a transmissão de informações corporativas tanto interna quanto externamente na organização, por tanto, o comportamento do trabalhador Tera um papel importante. um papel decisivo em todo o processo, especialmente na empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC localizada em Lima, 2022.

As empresas de sucesso contam com trabalhadores criativos que sabem comunicar, liderar, motivar e trabalhar em equipa, o que faz parte do seu comportamento organizacional.

Este trabalho de pesquisa possui metodologia básica, desenho não experimental, método descritivo; O universo populacional será composto por um total de 10 trabalhadores administrativos e 20 empresas clientes. A técnica e instrumento de obtenção de informação a utilizar é a observação e o levantamento.

Os resultados obtidos permitiram rejeitar de forma altamente significativa a hipótese nula onde a comunicação empresarial está significativamente relacionada com o comportamento organizacional na empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC-Lima 2022, apoiada pelo teste estatístico Spearman Rho, com o grau de Sig p valor $< 0,01$, normalmente distribuído.

Palavras-chave: Comunicação Empresarial e Comportamento Organizacional.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo y finalidad estudiar y analizar los problemas de la comunicación y el comportamiento organizacional en la Empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

El propósito de la comunicación es efectuar cambios, modificar la conducta o actitud del personal hacia el bienestar de la Empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC.

Mediante el comportamiento organizacional nos permite interactuar con el personal, no interesa su número, porque cada uno cumple un rol, en cualquier nivel jerárquico como en el tamaño y tipo de empresa.

El presente trabajo de investigación se desarrollará teniendo en consideración mejorar y optimizar la comunicación entre el personal en la Empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC, de esta forma la interacción de roles de cada trabajador será eficiente y eficaz en su puesto de trabajo.

El trabajo estará estructurado en IX capítulos, el primer capítulo se mencionará el planteamiento del problema, el segundo capítulo se planteará el marco teórico, el tercer capítulo se plasmará la hipótesis y variables, el cuarto capítulo se analizará la metodología del proyecto, el quinto capítulo se diseñará los resultados, en el sexto capítulo se encontrará la discusión de resultados, el séptimo capítulo se desarrollaran las conclusiones, el octavo capítulo se mencionará las recomendaciones, en el noveno capítulo las referencias bibliográficas y anexos.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Peru21 (2018), detalla que las organizaciones en el Perú deberían mejorar los canales de comunicación empresarial, pudiendo adaptar de esta forma tecnología innovadora de información web que existe en la nube. Señalan también que las empresas que no se adapten al uso de la tecnología (digital) pierden ventaja competitiva, lo que genera una reducción de su mercado. Las comunicaciones y herramientas de comunicación organizacional digital, facilitan el acceso a la información desde cualquier parte de la organización, además permiten custodiar datos importantes de las empresas en servidores de tipo nube.

El comercio (2017) da a conocer que la comunicación dentro de la empresa, no solamente ayudará al cumplimiento de los objetivos empresariales, sino que además también facultará el desarrollo de otros logros que hacen referencia al bienestar del personal y el desarrollo de un agradable clima de trabajo. Señala que la comunicación correctamente gestionada logra mejorar cada una de las percepciones que se tiene de soluciones justas en cuanto a los conflictos que se pueden ocasionar dentro de la empresa. El manejo de información precisa y oportuna ante situaciones de crisis que pueden ocurrir dentro de la empresa, facilitan la gestión de clima laborales inapropiados. Es necesario que los dirigentes de las organizaciones cuenten con las habilidades de comunicación y asertividad más desarrolladas con el fin de gestionar los índices de clima laboral, además es necesario que la organización cuente con un diseño de canales de comunicación formales que permitan el flujo de información en todos los niveles organizacionales.

Alarcón y Vásquez (2020) estudiaron las relaciones entre la comunicación empresarial y los conflictos laborales que ocurren en una empresa de comercio internacional. La investigación toma como situación problemática los diferentes mal entendidos y conflictos que ocurren en la organización debido a una falta de transmisión de información entre los diferentes niveles organizacionales. El estudio

tuvo un enfoque cuantitativo, con un tipo de investigación descriptiva, correlacional, haciendo uso del diseño no experimental. Para el recojo de información se aplicaron cuestionarios a un grupo muestral de 15 colaboradores, entre los resultados se encuentra que existe relación significativa entre las variables de estudio. Entre las principales conclusiones se obtiene que las dimensiones que no contribuyen a un nivel adecuado de comunicación empresarial son los tipos de canales de información, además se observa un desmedido uso de información en niveles organizacionales que no necesitan tanta información, además la calidad de información no es la suficiente para la toma de decisiones.

Asimismo, la investigación titulada “Comunicación Empresarial y Comportamiento Organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC-Lima 2022”, tiene como objetivo conocer cuáles son las causas y efectos de la comunicación en el comportamiento organizacional de la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

Mediante la comunicación empresarial podemos efectuar cambios, modificar actitudes hacia el bienestar de la organización. El comportamiento organizacional permite relacionarse con la dirección, es decir, saber comunicar, liderar, motivar y trabajar en equipo, para ello la persona que dirige debe tener ciertas competencias a destacar. Por lo tanto, el comportamiento organizacional se verifica en todo tipo de organizaciones cualquiera sea su tamaño, rubro u objetivo, o su carácter público o privado, artístico o deportivo.

La problemática que se presenta en esta empresa es la siguiente:

- Comunicación deficiente
- Lentitud en la respuesta comunicativa
- Actitudes negativas por el personal y algunos directivos.

Como resultado:

- Indiferencia por parte de los trabajadores
- Comportamiento de no identificación con la organización

- Baja productividad
- Baja rentabilidad
- No permite lograr un cambio cultural
- Pérdidas de clientes

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo influye la Comunicación Empresarial en el Comportamiento Organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022?

1.2.2. Problemas específicos

P1: ¿Cómo las formas de comunicación influyen en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022?

P2: ¿De qué modo la comunicación interna contribuye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022?

P3: ¿De qué manera la comunicación externa influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar como la Comunicación Empresarial influye en el Comportamiento Organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

O1: Establecer las formas de comunicación influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

O2: Determinar de qué modo la comunicación interna contribuye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

O3: Establecer de qué manera la comunicación externa influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación teórica

En esta investigación se desarrollará teorías modernas de comunicación empresarial y comportamiento organizacional, esto permitirá una mejor administración y gestión en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC.

1.4.2. Justificación social

Se identificará las características de cada variable que se utilizará y de esta forma mejorar la comunicación y comportamiento de los trabajadores en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC.

1.4.3. Justificación metodológica

El tipo de la investigación es básica, no experimental porque no se manipula la variable independiente y así se verá el afecto sobre la variable dependiente; es descriptivo porque describiremos técnicas, tipos, características de las variables de investigación; dicha información será plasmada en los resultados, conclusiones y recomendaciones.

1.4.4. Justificación personal

Es obtener el grado de Doctor en Administración de la Facultad de Ciencias Administrativas, en la Universidad Nacional del Callo, mediante la sustentación de mi tesis.

1.5. Delimitantes de la investigación

1.5.1. Delimitantes teóricas

La presente investigación busca determinar de qué manera la comunicación empresarial influye en el comportamiento organizacional de la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022, a su vez, esta información y será de utilidad para los investigadores universitarios que deseen conocer y obtener nuevos conocimientos.

1.5.2. Delimitante temporal

El desarrollo de este proyecto de investigación y tesis se realizará desde setiembre 2022 hasta 2023.

1.5.3. Delimitante espacial

La investigación se realizará en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC, situado en Lima.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Jimenez (2017) en la investigación titulada “La comunicación organizacional satisfactoria en el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Min TIC) de Colombia” con la Maestría en Dirección en la Universidad Del Rosario, ubicada en Bogotá. Tuvo como objetivo principal el describir las características de LCO en el Min TIC, y las percepciones recolectadas de la aplicación del Cuestionario sobre la Satisfacción en la Comunicación (CSQ) a una muestra estadística de esa organización y hacer recomendaciones al respecto. Esta investigación uso una metodología de nivel descriptivo, cuantitativo.

Se concluyó la evidencia de la falta de reconocimiento a los esfuerzos femeninos, como parte de la retroalimentación personal, una de las dimensiones del CSQ. Con esto se puede concluir que la retroalimentación es un factor determinante en la percepción de LCO en el Min TIC y, por ese motivo, debe ser parte de las actividades a practicar para su mejoramiento.

Gómez (2018) en su tesis titulada “Estado del arte del ejercicio de las comunicaciones en el sector empresarial productivo en la Ciudad de Bogotá” de la Universidad Cooperativa De Colombia ubicada en Bogotá. Tuvo como objetivo principal el evaluar sistemáticamente el ejercicio de las comunicaciones en el sector empresarial en las ciudades de Bogotá y Medellín. Se usó una metodología cuantitativa descriptiva y a medida que se relacionen los conceptos se convertirá en correlativa.

Se concluyó que en la carrera de Comunicación social, se puede concluir la importancia de la comunicación organizacional, cómo la comunicación puede ayudar o puede empeorar una empresa? ¿Cuál es la metodología para seguir cuando una empresa entra en crisis y el comunicador pueda sacarla de esa crisis?

También con los aportes de este proyecto se puede concluir el papel tan interesante que la comunicación tiene en una empresa, ya que sin la comunicación nada puede funcionar, con la ayuda de un comunicador que pueda mejorar el clima organizacional.

Díaz (2014) En la tesis titulada “Comunicación Organizacional y Trabajo en Equipo” Estudio realizado en una Institución de Educación Superior en la Ciudad De Quetzaltenango de la Universidad Rafael Landívar situado en Guatemala. Tuvo el objetivo principal el determinar la influencia de la comunicación organizacional y el trabajo en equipo en una institución de educación superior en la ciudad de Quetzaltenango. Usó una metodología de tipo descriptiva.

Se concluyó que la comunicación organizacional en las diferentes áreas de la institución si influye considerablemente sobre el proceso del trabajo en equipo, lo que fomenta un ambiente laboral de confianza, armonía y respeto a través de una comunicación óptima. Ante a la percepción que tienen los colaboradores respecto a cómo se desarrolla la comunicación cruzada, ascendente y descendente; en términos generales es que las tres están consideradas como una buena comunicación, ya que dentro de la institución existe una relación cordial entre los colaboradores y los jefes.

Díaz y Colmenares (2019) En su tesis titulada “Comunicación organizacional como fundamento para la productividad en empresas competitivas” proyecto realizado para optar al título de Profesional en Lenguas Modernas de la Universidad ECCI situado en Bogotá, Colombia. Tuvo el objetivo principal de documentar una serie de información relacionada con la comunicación interna y la productividad, sus implicaciones dentro de las organizaciones y su relación directa entre la teoría y la práctica en un entorno laboral real. Usó la metodología descriptiva, ya que es una investigación teórica desarrollado por medio de un análisis identificando los beneficios obtenidos a través del uso e implementación de sistemas.

Se concluyó que la Comunicación organizacional es el instrumento de las organizaciones para fortalecer su funcionamiento e impulsar su maquinaria de servicio y producción tanto a nivel interno como a nivel externo de una manera ordenada y sistemática. Visto desde este punto de vista, la comunicación organizacional abarcando un espectro supremamente amplio e importante en el ámbito laboral, manteniendo unas funciones determinadas que deben ser fielmente seguidas, de lo contrario, aunque en una organización cohabite un grupo de personas si en ellos no hay ni la unión ni la sinergia del trabajo en equipo seguramente se presentarán inconvenientes, mal entendidos o desavenencias entre sus integrantes.

Balarezo (2014) en su tesis titulado “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE” para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas de la Universidad Técnica de Ambato situado en Ecuador. Tuvo como objetivo principal el identificar de forma técnica el problema latente, sus causas y efectos, así como el diseño de una propuesta que sirva como guía para que la organización pueda tomar las medidas pertinentes. Usó una metodología descriptiva, correlacional, estudio sistemático, documental.

Se concluyó que las falencias que presenta la comunicación organizacional interna está repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización. Por ello, la comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad de la empresa San Miguel Drive, así como también en las actitudes de los trabajadores.

Acurio (2022) en su tesis titulada “El comportamiento organizacional como estrategia de mejora del desempeño laboral en las organizaciones. Caso de estudio Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi” para optar por el grado de Maestro en Administración de Empresas en la Universidad Técnica De Cotopaxi situado en Latacunga-Ecuador. Tuvo el objetivo principal de establecer los

elementos que conforman el modelo de comportamiento organizacional para la Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi. Usó la metodología cuantitativa de tipo descriptiva exploratoria.

Se concluyó que la evidencia empírica indica que existen diversos modelos de comportamiento organizacional, dentro de los que se destacan: el autocrático, de custodia, de apoyo, colegiado y cooperativo. En la EPMC no existe un modelo definido, sin embargo, entre sus miembros prevalecen actitudes democráticas asociadas a actitudes participativas que permitirían que todos formen parte del cambio y se adapten a un nuevo modelo de comportamiento organizacional que contribuya a desarrollar las potencialidades de los miembros de la empresa.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Cabel (2020) en su investigación titulada "Comunicación interna digital y comportamiento de los trabajadores de la empresa B12 Perú durante la cuarentena del Covid-19" para optar por el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo situada en Trujillo, Perú. Tuvo el objetivo principal de evaluar el impacto de la comunicación interna digital en el comportamiento de los trabajadores de la empresa B12 Perú durante la cuarentena del Covid – 19. Usó una metodología de enfoque cualitativo aplicada.

Se concluyó que la comunicación interna digital establecida por la empresa B12 Perú durante la cuarentena del Covid-19, tuvo un impacto positivo en los colaboradores al ser directa y precisa, mejorando así la relación laboral entre sí mismos. Así mismo, los procesos habituales de la comunicación interna en la empresa B12 Perú eran en formato impreso, utilizando periódicos murales, boletines, volantes y banners, ahora aquellos procesos cambiaron totalmente durante la cuarentena del Covid-19, ya que son totalmente digitales, empleando los canales de Instagram y WhatsApp. Por tal razón, estos procesos han quedado de manera definitiva en la organización, al ver que este ha logrado tener un impacto positivo por convertirse en comunicación es más ordenada y transparente.

Charry (2017) en la investigación titulada “Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional” para optar el Grado Académico de Magíster en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el departamento de Lima, Perú. Tuvo como objetivo principal el establecer la relación entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 03 de Lima metropolitana durante el segundo trimestre de 2016. Esta investigación uso una metodología de nivel descriptivo, correlacional, con una población de estudio fue de 285 trabajadores y se trabajó con una muestra de 200.

Se concluyó la existencia de una correlación significativa entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional que se da en $r = 0,959$. También se colige que hay una relación significativa entre la comunicación interna y las 5 dimensiones de estudio del clima organizacional. A su vez, es una institución pública dispuesta al cambio, organizada, con déficit de infraestructura, se practica el valor de la puntualidad y compañerismo, bajo nivel de relaciones humanas, poco dinámico, cosmopolita, bajo nivel de comunicación corporativa, déficit de nuevas tecnologías, deficiencia en el sistema de procesos, deserción laboral y rotación.

Cercado y Tafur (2021) en la investigación titulada “Comunicación Organizacional y su Relación en la Atención al cliente de la empresa Washington Automotriz E.I.R.L. Cajamarca 2021”, de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, ubicado en la Cajamarca, Perú. Tuvo como objetivo principal el establecer la relación entre Comunicación Organizacional y atención al cliente en los trabajadores de la empresa Washington Automotriz E.I.R.L. durante el año 2021. Y usó como metodología del presente estudio de investigación fue de tipo cuantitativo, descriptivo correlacional.

Se concluyó que de una población de 20 colaboradores de la empresa Washington automotriz E.I.R.L y 20 clientes, se determina con la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk ($n < 50$), bajo el valor de significación de 0.092 para la comunicación organizacional y 0.626 para la atención al cliente, ambos casos

mayores al 0.05 (5 %), que las variables tienen una relación positiva y significativa. Basándonos en los resultados, se recomienda a la empresa Washington Automotriz E.I.R.L, considerar en su estrategia un programa de formación en comunicación para todos, directivos y profesionales pues a pesar de que los trabajadores muestran amabilidad y buena actitud, necesitan adquirir mayor conocimiento para llegar a un nivel superior en cuanto a la atención al cliente. Las capacitaciones juegan un papel primordial para el logro de tareas y proyectos, dado que es el proceso mediante el cual las y los trabajadores adquieren los conocimientos, herramientas, habilidades y actitudes para interactuar en el entorno laboral y cumplir con el trabajo que se les encomienda.

Huamán (2021) En la tesis titulada "Estrategias de Comunicación para la mejora del Clima Laboral en la Caja Trujillo, Agencia Cutervo-2019" para optar el título profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Señor de Sipán situado en Trujillo. Tuvo el objetivo principal de proponer de qué manera las estrategias de comunicación mejoran el clima laboral en la caja Trujillo, agencia cutervo-2019. Usó una metodología de la investigación se ha basado en un estudio de tipo descriptivo y propositivo.

Se concluyó que las estrategias de comunicación interna han mejorado el clima laboral en la caja Trujillo, Cutervo, mediante las siguientes acciones principales: Integrar a todo el personal, analizar las habilidades, conocimientos y experiencia que necesitamos, buscar personas con espíritu de equipo para fortalecer el trabajo en equipo, establecer metas comunes para el equipo de trabajo, establecer roles claros para que el equipo pueda actuar de manera efectiva y mantener un diálogo fluido, por supuesto, también es necesario crear ejemplos. Todos los miembros pueden expresarse y formar líderes para que el equipo supere y desarrolle la visión empresarial.

Pérez (2022) en su tesis titulada "El impacto de la comunicación interna en el comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega S. A. C., en el periodo 2021 - 2022" para optar por el grado de licenciado, de la Universidad Continental, ubicado en Lima. Tuvo el objetivo general de determinar de qué manera la comunicación interna influye en el clima organizacional en la empresa Corporación Vega SAC. Usó una metodología de tipo descriptivo, explicativo con enfoque cuantitativo, no experimental.

Se concluyó que la comunicación interna influye de manera significativa en el comportamiento organizacional de los empleados” de la empresa Corporación Vega SAC. De acuerdo a la correlación del estadístico de prueba “Chi cuadrado con un 0, 05 de nivel de significancia”, lo cual demuestra una muy buena correlación entre las dos variables, concluyendo que, si una organización cuenta con una buena comunicación interna, esta influirá asertiva y positivamente en el comportamiento organizacional de los trabajadores en las organizaciones.

Huamán (2020) en su tesis titulada "Comunicación Interna y comportamiento organizacional en Maestro Perú S.A., Puente Piedra, 2020" para obtener el título profesional de licenciada en Administración de la Universidad Cesar Vallejo, ubicado el Lima. Tuvo el objetivo principal de determinar la relación que existe entre comunicación interna y comportamiento organizacional en en Maestro Perú S.A., Puente Piedra, 2020. Usó una metodología descriptivo básica, de un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental. Se aplicó la técnica de encuesta y su instrumento que utilizó fue la escala de Likert.

Se concluyó que la presencia de una relación del 88.51% en las variables de estudio, entre comunicación interna y comportamiento organizacional en la empresa Maestro Perú S.A., Puente Piedra, 2020, en la cual mediante el Rho Spearman con un coeficiente de 0,941** correlación positiva alta. Entonces, se concluye indicando que la comunicación si influye en el comportamiento organizacional, ya que gracias a la comunicación se puede obtener mejores resultados y que los colaboradores sean eficientes y así puedan lograr mejores resultados.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Comunicación empresarial

A. Concepto

La comunicación empresarial facilita la interacción entre el personal, mejorar el clima laboral, la productividad y la reacción ante las situaciones que viva la empresa.

Bakar y Mustafa (2013) definen la comunicación organizacional como el proceso o flujo de difusión de información dentro de una organización.

Según Terán (2015), la comunicación organizacional es el medio más importante para la coordinación de los miembros de un equipo dentro de una organización y el logro de objetivos corporativos.

También lo definen como el centro básico de la empresa que garantiza el compromiso e involucramiento de los colaboradores en el éxito común de la organización. Una buena comunicación organizacional favorece que todos los miembros de la empresa puedan permanecer motivados y que sus acciones puedan ser conocidas, reduciendo la incertidumbre tanto de trabajadores como de dirigentes con respecto al estado de esta.

B. Epistemología de la comunicación organizacional

Para entender el plan estratégico de la comunicación organizacional, es necesario partir desde la epistemología de la comunicación como disciplina de las ciencias sociales. En la discusión de diversos autores encuentran más coincidencias que divergencias. En primera instancia, el tipo de investigación que se realiza por parte de los estudiosos de la comunicación tanto como básica como aplicada tanto como científica como tecnológica. Segunda, la conformación de comunidades académicas de discusión y validación de carácter universal. Tercera, el reconocimiento por parte de las comunidades de escuelas de pensamiento comunicativo. Cuarta, el afán constante por explicar y comprender la comunicación como fenómeno de la sociedad humana.

C. Aportes disciplinares al estudio de la comunicación organizacional

Sabemos que el estudio de la comunicación en las organizaciones se ha realizado diferentes posturas y disciplinas sociales. A lo largo de los años diversos autores tienen un punto de vista totalmente diferente y mucho de estos concuerdan en algunos puntos, por ejemplo, en unos de los libros de referencia, Ocampo (2015) comenta que el autor Barnard (1935) dimensionó a la organización como un sistema de cooperación entre los miembros partícipes, donde identificó que cada miembro por naturaleza tiene la necesidad de relacionarse con sus compañeros de trabajo abriendo caminos a lo que denominamos comunicación horizontal. McGregor (1960) plantea en una tesis la teoría X y la teoría Y donde advierte los conflictos internos de la empresa, específicamente entre las necesidades de los empleados y los fines de la organización. Lawrence y Lorsch (1967) quienes ampliaron el espectro del entorno de la organización, con múltiples cambios coyunturales y ocasionales que se presentaban en el día a día de la empresa, dando paso a la consolidación de la teoría de la contingencia.

Muchos autores con diversas líneas de pensamientos más allá de movimientos bruscos de corta duración, mira la comunicación estratégica como comunicación interna y la externa y la intermediaria, la comunicación empresarial de la comunicación corporativa son intentos invaluable por delimitar un saber que se reclama desde las organizaciones.

La gerencia debe de considerar a la comunicación como el lubricante de la cadena cerrada

Lo que piensa un gerente o administrador sobre el papel de la comunicación en su organización es determinante para el buen funcionamiento de la organización.

La comunicación es un asunto de todos, de cada uno de los miembros de la organización. No basta con la formulación de un plan de desarrollo o un plan estratégico de comunicación para garantizar el pleno funcionamiento de la comunicación. Es necesario, elevar la comunicación a un nivel de macroestructura,

no vista solamente como el medio de interrelación de las personas sino como la atmósfera que impregna a toda la organización.

Ocampo (2015) comenta que el mejor ejemplo para identificar el papel de la comunicación en la organización es el lubricante de una cadena de tracción cerrada. Esta se trata de que el lubricante tiene la función de disminuir al mínimo los roces que se generan entre los eslabones de la cadena. Este fenómeno a su vez disminuye la tensión entre las partes que avanzan hacia la misma dirección y a la misma velocidad, por efecto de la energía transmitida.

Por su parte, la organización se concibe como una cadena cerrada dado que los diferentes públicos han sido establecidos por la organización a partir de los objetivos corporativos, la misión institucional, la visión y los intereses particulares de la empresa, donde la premisa fundamental es establecer un diálogo común entre las audiencias permitiendo a la organización marchar en la misma y por la misma dirección. Integralmente hacia sus fines, es decir, todos los públicos están orientados.

Pintado (2021) comenta que la comunicación organizacional juega un papel fundamental en el desarrollo de una empresa pues es preciso tener en cuenta que esta debe establecerse muchas veces sin jerarquías, es decir con canales abiertos y con códigos que los miembros de la empresa deben respetar.

La comunicación es la transferencia de información de una persona a otra. la comunicación involucra siempre al menos dos personas, esta es un medio de contacto con los demás ya que se busca transmitir ideas datos, reflexiones, opiniones y valores. el propósito es que el receptor comprenda el mensaje de acuerdo con lo previsto. un personal puede enviar cientos de mensajes, pero si la comunicación no se efectúa de la forma correcta, esta no será claramente leída y comprendida.

D. La importancia de la comunicación empresarial

La comunicación empresarial es decisiva en la gestión estratégica de todo organismo, empresa o institución, por lo que afirmamos que su gestión es clave para la integración de los equipos de trabajo, ya que cuando hay una buena comunicación en la gestión empresarial y en todos los niveles, las organizaciones funcionan de manera excelente, ya que todas las personas involucradas saben cómo actuar en todo momento, así se aumenta la seguridad, se reducen los errores, se fomenta la motivación, la interacción mejora la productividad y la resolución de problemas de manera satisfactoria para todos.

Podemos afirmar que la falta de una gestión en la comunicación empresarial provoca un impacto negativo en la cultura, la identidad y la reputación de toda empresa, resulta nociva para el ambiente laboral, la excelencia, calidad y productividad.

E. La comunicación

La comunicación es gestión, porque promueven e impulsa una actividad, una tarea dentro de una organización social que permite ser accesible al hombre en la sociedad. Certo (2015) comenta que la comunicación es el proceso de compartir información con otros individuos. La información se utiliza aquí para describir cualquier pensamiento o idea que los gerentes desean compartir con otros.

La diferencia entre información y comunicación es que, en la primera el emisor consciente o inconscientemente solo trata de aumentar los conocimientos del receptor, sin pretender influir en sus comportamientos y/o decisiones, en tanto que, con la segunda, el emisor conscientemente a más de aumentar los conocimientos del receptor busca influir y direccionar su comportamiento.

Cuando el receptor capta con suma claridad el mensaje, lo decodifica y responde, se da inicio al circuito de retroalimentación continua entre el emisor y receptor, pues han logrado sintonizarse sintiendo el placer de comunicarse.

La comunicación asertiva significa expresar con confianza lo que se piensa, se siente y se cree (valores). Respetar los derechos propios al mismo tiempo que se respetan los de los otros. La comunicación no asertiva es la incapacidad para expresar en forma coherente lo que se piensa, se siente y se cree (valores), así como el hecho que otros vulneren los derechos ajenos sin provocación.

Pintado (2021) dice que una comunicación realmente eficaz y efectiva habrá de diseñarse considerando los siguientes puntos:

- Propiciar la cultura corporativa a través de estrategias de acción
- Resolver problemas en equipo y facilitar la toma de decisiones
- Reforzar la identidad del problema con los propósitos de la empresa
- Promover en la organización la integración holística funcional
- Lograr óptimas relaciones humanas, lo cual significa mayor consideración con el personal, quiénes son nuestros socios o aliados estratégicos.
- Definir el modo y tipo de medio por el cual se emitirá la información al personal
- Promover, desarrollar y gestionar la comunicación a través de sus propios códigos signos, símbolos y significados.

Habilidades básicas para la comunicación

- Organice sus ideas y expréselas tal como son.
- Elija el tiempo y lugar adecuado, póngase en el lugar del oyente o pregúntele directamente si está dispuesto a escucharle.
- Indague el conocimiento y el interés del oyente respecto de lo que usted pretenda comunicar.
- Averigüe si vuestro mensaje (verbal o no verbal) fue entendido.
- Saber escuchar es la habilidad que muy pocas personas han aprendido a desarrollar bien, y requiere de una plena disposición para solucionar fallas.

No es sorpresa observar y comprobar que muchos de los trabajadores cometen errores por qué sus supervisores o superiores no les han dado la suficiente

información para la ejecución de su labor. Precisamente para resolverlas deberá considerar las siguientes sugerencias:

- Contacto visual directo, constante y disciplinario hacia el receptor.
- Control mental para reafirmar y cuestionar lo que se escucha.
- Evitar el parloteo, esto impide escuchar con atención y claridad lo que los demás desean decir.
- Mantenga la mente abierta, escuche pacientemente aquello que los demás tengan que decir, esto nos permitirá analizarlas y cuestionarlas, sin renunciar a las ideas propias.
- Evite prejuicios respecto de los demás. Evitar conjeturas sin antes conocer a los interlocutores.
- Evite elaborar conclusiones apresuradas, se puede cometer errores cerrándose con ello la comunicación.

Comunicación Interpersonal

Las actividades de comunicación de los gerentes, por lo general, implican la comunicación interpersonal: compartir información con otros miembros de la organización.

Pintado (2021) dice que para ser un comunicador interpersonal eficaz, un gerente tiene que comprender lo siguiente:

1. Cómo funciona la comunicación interpersonal
2. La relación entre retroalimentación y comunicación interpersonal
3. La importancia de la comunicación interpersonal verbal y no verbal

Certo (2015) indica que la comunicación interpersonal puede definirse como el proceso de transmitir información a otros. Para que el proceso sea completo, debe tener los siguientes tres elementos básicos:

- El emisor, es la persona en la comunicación interpersonal que origina y codifica la información que será compartida con los demás. Codificar se refiere a poner la información de una forma que pueda recibirse y comprenderse por otro individuo.

- La señal, es la información codificada que la fuente intenta compartir y constituye un mensaje. Un mensaje que ha sido transmitido.
- El receptor, se refiere a la persona en la comunicación interpersonal con que la fuente intenta compartir información. Esa persona recibe la señal y decodifica o interpreta el mensaje para determinar su significado.

F. Tipos de comunicación

El éxito en las comunicaciones se representa en la satisfacción de sentirse entendido y comprendido con claridad, pensando y elaborando el mensaje el trabajador hará uso correcto de la recepción de estos.

Somos conscientes que los problemas aparecen cuando las personas no escuchan con la intención de comprender, sino con la intención de contestar. Las gerencias conductivas optan por la comunicación directa es decir cara a cara, con los empleados sobre problemas personales, familiares o laborales ya que esto influye de alguna manera dentro de sus labores.

El que la comunicación sea buena o mala dependerá de la estrategia con la que se emita a nivel verbal, escrita por señales, gestos, presenciales y modales, etc. El ser humano a través de la comunicación puede crear, procrear, construir y desarrollar, dar cariño y amar; pero puede también odiar, agredir, lastimar y destruir sin contemplación.

Por esta razón, Ocampo (2015) comenta que existen dos tipos de comunicación, los cuales son:

1. Comunicación interna

Esta está compuesta en tres formas, las cuales obedecen una razón de ser.

- Comunicación descendente; se ocupa de comunicar el orden establecido para el desarrollo de funciones, tareas, roles y más. Su carácter principal es dar orden, no solamente en un sentido imperativo, sino en organizar. Una de sus principales funciones es comunicar la cultura organizacional y las directrices de como cumplirlas.

- Comunicación ascendente, regula el clima organizacional de la empresa. Esta debe abrirse paso entre la comunicación descendente. Aquí se basa en la participación de los empleados en las diversas decisiones de la empresa, lo cual en ocasiones se ven como amenazas a los intereses de gerencia.
- Comunicación horizontal, es aquí donde se respira la atmosfera de la organización, y se ve la dinámica de la empresa. Esta funciona como un sistema de amarres en una construcción.

2. Comunicación externa:

La comunicación externa surge de la necesidad de interrelacionarse con otros públicos externos a la organización. Esta está dividida en dos categorías:

- Comunicación comercial, esta comprende las relaciones comunicativas que se establece entre cliente, proveedores, competidores y medios de comunicación.
- Comunicación pública, esta se establece por las relaciones de obligatoriedad con el gobierno político de los estados, el pago de impuestos, las disposiciones técnicas y legales, el régimen laboral y normas ambientales, entre otras.

G. Medios fundamentales de comunicación:

1. Comunicación Escrita:

Como una de las formas de transmisión:

- a. Puede ser almacenada y clasificada en archivos, permitiéndonos tenerla a nuestro alcance para cualquier consulta.
- b. Puede replicarse en el caso de ser necesario y hacerla llegar con mayor rapidez a quien la solicite.
- c. Mediante conocimientos básicos sobre redacción el mensaje puede tener un orden lógico y congruente.

- d. El receptor puede corroborar el mensaje una y otra vez, y detenerse en cada una de sus partes hasta entenderlo.

Para transmitir de forma correcta el mensaje que se desea, se debe tener básicamente las consideraciones siguientes:

- Defina a quién va dirigido, por qué, para qué
- Definir el asunto u objetivo con mucha claridad respecto de lo que se quiere transmitir, estructurarlo, codificarlo y redactarlo adecuada y resumidamente, sin omitir detalles importantes
- Determinar el momento, la situación y las condiciones más adecuadas
- Considerar los adecuados recursos, medios materiales audiovisuales y demás recursos que habrán de utilizarse
- Cuide el orden, limpieza, caligrafía y la ortografía
- Cuidar la forma de la escritura (grafología lineal) esta revela algunos rasgos de personalidad.

2. Comunicación Oral:

Medios de comunicación oral en la organización:

- a. Diálogo persona - persona.
- b. Diálogo entre personas o comunicación secuencial. Se conoce como el "rumor".
- c. Comunicación por teléfono.
- d. Información oral con copia escrita.
- e. Información por medios audiovisuales.

3. Comunicación Metacognitiva

El hombre a través de los tiempos se enfrenta a la naturaleza, la transforma y domina y es en ella que va encontrando respuestas a su razón de ser.

4. Comunicación estratégica

Se entiende como la forma de coordinación integral y funcional los recursos comunicacionales existentes en la organización para lograr una ventaja sobre la competencia

5. Comunicación empresarial

Se define como el intercambio planificado de mensajes debidamente codificados dentro y fuera de la empresa. Es la herramienta integradora del conjunto de las partes (sistemas) que estructuran al interior de la organización.

H. Barreras de la comunicación:

Estos son factores que impiden la comunicación, los cuales están relacionados con el entorno.

- La creciente necesidad de información, ante los cambios constante y rápidos, los individuos andan con la necesidad de adquirir más información.
- La necesidad de información cada vez más compleja, debido a los rápidos avances tecnológicos, la mayoría de gente se enfrenta con situaciones complejas de comunicación, por lo que la empresa busca ofrecer capacitaciones que busquen dar al personal tencas, estrategias y más para enfrentar las barreras de forma adecuada.
- La realidad del idioma, la diversidad de cultura se extiende con el tiempo, y lo que se busca que todo el personal se encuentre capacitado para la comunicación.
- La constante necesidad de aprender nuevos conceptos recude el tiempo para una buena comunicación

El logro de una comunicación efectiva es cuando los gerentes pueden mejorar sus destrezas comunicativas poniendo en práctica los siguientes diez mandamientos de la buena comunicación:

1. Trate de aclarar sus ideas antes de comunicarse; este es el primer paso hacia la comunicación efectiva, muchas comunicaciones fallan debido a una planeación inadecuada. La buena planeación tiene que considerar las metas y las actitudes de quienes recibirán y serán afectados por la comunicación.
2. Examine el verdadero propósito de cada comunicación, por ello lo mejor es pregúntese qué es quiere lograr realmente con su mensaje, identificar el objetivo y luego adapte su lenguaje, el tono y el enfoque general para ese objetivo específico.
3. Considere el entorno físico y humano general cuando se comunique, debemos ser conscientes que muchos factores influyen en el impacto total de una comunicación.
4. Consulte con otros, cuando sea conveniente, al planear las comunicaciones, el consultar, a veces, ofrece otros conceptos y agrega objetividad a su mensaje.
5. Piense muy bien los matices de lo que va a decir, piensen en tu tono de voz, su expresión, la aparente receptividad que muestre a las respuestas de los demás tienen un efecto significativo sobre aquellos a quien se dirige.
6. Cuando surja la oportunidad, aprovéchela para comunicar algo que sea de ayuda o de valor para el receptor, por ello es importante que se considere los intereses y necesidades de los demás.
7. Hágale seguimiento a su comunicación, es usual que muchos de los esfuerzos de comunicación se pierdan en el transcurso del proceso. Si no hace seguimiento para ver qué tan bien ha llegado el mensaje. Usted puede: preguntar o estimular al receptor para que exprese sus reacciones; hacer seguimiento sobre los contactos y supervisar el desempeño posterior.
8. Comuníquese para mañana, así como para hoy, aunque la comunicación puede estar dirigida primordialmente a cumplir las demandas de una situación inmediata, aquélla debe planearse teniendo en cuenta el pasado para comprobar si el receptor las ve coherentes con este.
9. Asegúrese de que sus acciones respalden sus comunicaciones; cuando sus acciones o actitudes contradicen sus palabras, otros tienden a desechar lo que

usted ha dicho. Para el buen gerente, esto significa que algunas prácticas de supervisión comunican más que todos los recursos retóricos.

10. Busque no sólo ser comprendido sino también comprender; cuando uno comienza a hablar a menudo deja de escuchar o por lo menos deja de estar a tono con las reacciones y actitudes no expresadas por la otra persona.

2.2.2. Comportamiento organizacional

A. Concepto

Alles (2017) comenta que, en un enfoque simple y directo, la expresión comportamiento organizacional hace referencia al comportamiento de los individuos en su ámbito laboral, entendiendo que éstos desarrollan su actividad de trabajo dentro de organizaciones.

Podemos decir, si una organización tiene un problema de transmisión de información entre áreas, conocer y comprender cómo fluye la información y de qué manera se relacionan las personas entre sí, puede ayudar al diseño de un mejor procedimiento, o tal vez a darse cuenta de que lo que se necesita no es modificar el procedimiento, sino desarrollar ciertas competencias en los colaboradores. Por lo tanto, el estudio del comportamiento en las organizaciones no implica sólo un catálogo de situaciones y problemas para integrar un libro o una asignatura universitaria, sino también material de ayuda concreta a los directivos de una organización.

El comportamiento organizacional es el estudio de las distintas formas del comportamiento en el trabajo, tanto individual como grupal, incluyendo el análisis de las interrelaciones entre individuos y grupos, su interacción con su entorno.

Chiavenato (2009) por otro lado, comenta que el comportamiento organizacional estudia la dinámica y el funcionamiento de las organizaciones. Indica que el comportamiento organizacional define las bases y las características generales de su funcionamiento.

Sabemos que las organizaciones se caracterizan por tener un diseño estructural, además, cada una tiene su propia cultura organizacional, es decir, un conjunto de creencias, valores y comportamientos que caracterizan su funcionamiento. El primer paso para conocer el comportamiento de una organización es analizar su entorno y su ambiente interno, es decir, su diseño y cultura organizacionales.

Robbins y Judge (2009) dice que el comportamiento organizacional retrata la continua interacción y la influencia recíproca entre las personas y las organizaciones. Es un importante campo de conocimiento para toda persona que deba tratar con organizaciones, ya sea para crear otras o cambiar las existentes, para trabajar o invertir en ellas o, lo más importante, para dirigir las.

Chiavenato (2017) relaciona con el comportamiento de los grupos, es decir, incluye temas como normas, funciones, formación de equipos y manejo de conflictos. En este sentido, se basa en las aportaciones de sociólogos y de psicólogos sociales. Sin embargo, el comportamiento de un grupo de personas no se puede comprender únicamente como la suma de las acciones de los individuos. El comportamiento del grupo es diferente al de cada uno de sus integrantes. Esta característica resulta más visible en casos extremos, por ejemplo, cuando una pandilla ataca a ciudadanos inocentes.

B. Objetivos del comportamiento organizacional

Los objetivos pueden sintetizarse en los siguientes aspectos:

- Describir sistemáticamente el modo en que se conducen las personas en una determinada variedad de circunstancias.
- Comprender por qué las personas se comportan como lo hacen
- predecir comportamientos futuros.
- Controlar y procurar o lograr que las personas tengan un cierto comportamiento dentro del trabajo.

Alles (2017) afirma que el comportamiento organizacional se relaciona con otros temas de Recursos Humanos y con la cultura organizacional, por lo cual podemos adicionar otros dos objetivos:

- Relacionar el comportamiento organizacional con los temas de Recursos Humanos
- Accionar sobre la cultura organizacional, ya sea para resolver alguno de los problemas detectados o para alinear a las personas con la estrategia organizacional.

C. Cómo aprender sobre comportamiento organizacional

Podemos afirmar que el comportamiento organizacional es una mezcla de 3 componentes: teoría, investigación y práctica; la cual puede ser útil para el estudio del comportamiento del trabajador.

- Aprender de la teoría, en esta explica por qué los individuos y los grupos se comportan como lo hacen, y buscan explicar cómo se relacionan los factores intervinientes.
- Aprender de la investigación, diferentes tipos de investigadores ayudan a conocer el comportamiento de los individuos en las organizaciones, éstas se realizan a través de estudios de campo, estudios de laboratorio estudios de muestra.
- Definir las competencias cardinales, para alcanzar la misión y la visión tanto los planes estratégicos, se necesitan ciertas capacidades básicas de directivos y empleados es decir las competencias.

Teoría del refuerzo del comportamiento organizacional

Según Chiavenato (2009) indica que hay 3 estrategias que intervienen y modifican el comportamiento del personal.

- El refuerzo positivo sirve para aumentar la intensidad del comportamiento deseable, que traen efectos agradables dentro de la organización

- El refuerzo negativo sirve para aumentar la intensidad del comportamiento deseable porque se procura evitar una consecuencia desagradable relacionada con un comportamiento indeseable.
- La sanción sirve para disminuir la intensidad o eliminar un comportamiento indeseable, por medio de la aplicación de una consecuencia desagradable que depende de que el comportamiento ocurra.
- La extinción sirve para disminuir o eliminar un comportamiento indeseable, al anular sus posibles efectos agradables.

Estas cuatro estrategias son opciones para influir en las personas a fin de lograr mejoras laborales continuas. Sea el refuerzo positivo como el negativo sirven para fortalecer comportamientos deseables.

D. Características del comportamiento organizacional

El comportamiento organizacional tiene características distintivas. Es un campo del conocimiento humano vital para comprender el funcionamiento de las organizaciones.

Para Chiavenato (2017) comenta que las principales características del comportamiento organizacional son las siguientes:

1. Es una disciplina científica aplicada; la cual está ligado a cuestiones prácticas cuyo objeto es ayudar a las personas y a las organizaciones a alcanzar niveles de desempeño más elevados. Su aplicación busca que las personas se sientan satisfechas con su trabajo y, al mismo tiempo, elevar las normas de competitividad de la organización y contribuir a que ésta alcance el éxito.
2. Se enfoca en las contingencias; como también procura identificar diferentes situaciones de la organización para poder manejarlas y obtener el máximo provecho de ellas. Utiliza el enfoque de situaciones porque no existe una manera única de manejar las organizaciones y a las personas. Todo depende de las circunstancias y nada es fijo ni inmutable.

3. Utiliza métodos científicos, busca formula hipótesis y generalizaciones sobre la dinámica del comportamiento en las organizaciones y las comprueba empíricamente. Esta se basa en la investigación sistemática propia del método científico.
4. Sirve para administrar a las personas en las organizaciones; el objetivo básico del comportamiento organizacional es ayudar a las personas y las organizaciones a entenderse cada vez mejor.
5. Se enriquece con aportaciones de varias ciencias del comportamiento, entre ellas:
 - a) Las ciencias políticas, de las que retoma conceptos relativos al poder, el conflicto, la política organizacional, etcétera.
 - b) La antropología, que analiza la cultura de las organizaciones, los valores y las actitudes, entre otros aspectos.
 - c) La psicología, que ha desarrollado conceptos relativos a las diferencias individuales, la personalidad, los sentimientos, la percepción, la motivación, el aprendizaje, etcétera.
 - d) La psicología social: que analiza conceptos relativos al grupo, la dinámica grupal, la interacción, el liderazgo, la comunicación, las actitudes, la toma de decisiones en grupo, además de otros.
 - e) La sociología, en lo referente al estatus, el prestigio, el poder, el conflicto, y varios otros.
6. Está íntimamente relacionado con diversas áreas de estudio, como la teoría de las organizaciones (TO), el desarrollo organizacional (DO) y la administración de personas o de recursos humanos (ARH).

La administración abarca procesos, sistemas, gestión del conocimiento, manejo de contingencias, etc. El profesional de la administración debe poseer un conocimiento profundo del comportamiento organizacional para tener éxito.

E. Enfoque del comportamiento organizacional

Robbins y Coulter (2017) comentan que los enfoques son divididos en tres áreas principales:

1. Comportamiento individual: esta área incluye aspectos como las actitudes, la personalidad, la percepción, el aprendizaje y la motivación.
2. Comportamiento grupal: abarca las normas, los roles, la creación de equipos, el liderazgo y el conflicto. Lo que sabemos acerca de los grupos es resultado, en esencia, del trabajo realizado por sociólogos y psicólogos sociales.
3. Comportamientos organizacionales: como la estructura, la cultura y las políticas y prácticas relacionadas con los recursos humanos.

Las cinco bases del poder

Robbins (2004) Indica que existen bases del poder dentro del comportamiento.

- Poder compensatorio: se brinda un estímulo positivo cuando se logra que las personas hagan sus tareas.
- Poder coercitivo: cuando se logra que otros realicen sus tareas bajo amenazas.
- Poder legítimo: radica en la autoridad o poder formal de una persona en la cadena de mando. El poder legítimo puede ser utilizado de manera positiva o negativa,
- Poder del conocimiento: el conocimiento y la información valiosa otorgan a un individuo poder sobre quienes lo necesitan.
- Poder de referencia: también relacionado con el carisma; es la personalidad del individuo a veces se convierte en el elemento que motiva a otros.

F. Modelos de comportamiento organizacional

Alles (2017) comenta que a lo largo de los años somos conscientes existen diferentes teorías o descripciones referente al comportamiento organizacional, por ello describiremos a las más reconocidas. Como son:

Teorías clásicas

Perspectivas	Enfoque	Exponentes	Periodo
Científica, racional y operacional	Estructura de las organizaciones. División de tareas Autoridad por niveles Controles cruzados Management científico.	Henry Fayol E. W. Taylor L. F. Unwick Max Weber	1880 a 1940

Teorías basadas en las relaciones humanas

Perspectivas	Enfoque	Exponentes	Periodo
Social, foco en la gente y en las necesidades del trabajador	Identidad a los grupos Los trabajadores como miembros de los grupos Se reconoce la importancia de los grupos informales	Elton Mayo Roethlisberger Y Dickson	1927 a 1936

Escuela psicológico- social

Perspectivas	Enfoque	Exponentes	Periodo
Necesidades individuales y motivación	Gestión del conocimiento y contribuciones individuales. Motivación personal y auto actualización. Orientación al logro, independencia individual y apoyo en las relaciones.	Abraham Maslow Douglas McGregor R. Likert C. Argyris D. McClelland	1950 a 1960

Teorías sobre liderazgo

Perspectivas	Enfoque	Exponentes	Periodo
Cualidades y estilo de liderazgo	Naturaleza de las cualidades y estilos de liderazgo	D McGregor Tannenbaum/ Schmidt C. Argyris	1927 a 1936
	Liderazgo situacional/ funcional Como enfocar las contingencias	Blake/Mouton F.E. Fiedler Victor Vroom Jhon Adair W. Reddin	1960 a 1970

Teorías sistémicas

Perspectivas	Enfoque	Exponentes	Periodo
Las personas dentro de un sistema (social y técnico)	Unión entre las necesidades sociales y requerimientos técnicos. Naturaleza de los grupos en la organización.	Trist/Emery Burns/ Stalker	1950 a 1960

Teorías sobre la contingencia

Perspectivas	Enfoque	Exponentes	Periodo
Estructura/ el diseño depende de la situación	No existe un único modelo de estructura	Joan Woodward	1950
	El tipo de producción influencia la estructura		
	El entorno influencia la estructura	Lawrence & Lorsch	1960
	El tamaño de la organización, su historia, etc., afectan la estructura		
Los factores contingentes, entre ellos el poder, influyen sobre la estructura	Pugh D. S.	1960	
		Mintzberg	1970/1980

Teorías sobre el management de la calidad

Perspectivas	Enfoque	Exponentes	Periodo
Proveer al consumidor con calidad y valor	Naturaleza de la calidad	W. Edwards	1970 a 1980
	Enfoque de calidad total	Deming	
	Naturaleza del valor	J.Juran	
	Precio versus calidad	M.E. Porter	

Por otro lado, Ibañez (2012) comenta que las organizaciones dilatan en reforzar la calidad del comportamiento organizacional. Estas diferencias se producen sustancialmente gracias a distintos modelos de comportamiento organizacional que predominan en el criterio general de cada empresa.

El modelo que aplica un gerente es en base a supociones de sucesos que han pasado con anterioridad dentro de la organización este suele ser una guía inconsciente por la conducta gerencial.

G. Niveles jerárquicos del comportamiento organizacional

Robbins y Judge (2009) comentó que en el estudio del comportamiento organizacional se aplica un enfoque dividido en tres niveles jerárquicos:

- **Macro perspectiva:**
Se refiere al comportamiento del sistema organizacional como un todo. El enfoque macro se basa en comunicar, liderar, plantear decisiones, manejar el estrés y los conflictos, negociar y coordinar actividades de trabajo, así como en distintos tipos de poder y política.
- **Perspectiva intermedia**
Trata sobre el comportamiento de los grupos y los equipos de la organización. Recibe el nombre de comportamiento meso organizacional, pues funciona como nexo entre las otras dos perspectivas del comportamiento organizacional. Se enfoca en el comportamiento de las personas que trabajan en grupos o en equipos. Busca encontrar formas de socialización que incentiven la cooperación entre las personas y que aumenten la productividad del grupo y las combinaciones de aptitudes de los miembros de un equipo para mejorar el desempeño colectivo.
- **Micro perspectiva**
Analiza el comportamiento del individuo que trabaja solo en la organización. Se llama comportamiento micro organizacional. Por su origen, la micro perspectiva tiene una orientación claramente psicológica. Se enfoca en las diferencias individuales, la personalidad, la percepción y la atribución, la motivación y la satisfacción en el trabajo. Las investigaciones en este campo se concentran en los efectos que las aptitudes tienen en la productividad de las personas, en aquello que las motiva para desempeñar sus tareas, en su satisfacción laboral y en cómo se sienten o perciben su centro de trabajo.

El comportamiento de los supervisores y directivos

El comportamiento organizacional este compuesto por una serie de elementos internos y externos.

- a. El comportamiento de las personas con responsabilidades directivas de cualquier nivel como CEO, director general, gerente general u otros.
- b. El comportamiento de los colaboradores desde la perspectiva de su cargo.

Considerando que un gerente de área ocupa al mismo tiempo un rol de dirección como empleado, el liderazgo será su herramienta de soporte, pues con ella plasmará el rumbo en la organización, de la mano con la retroalimentación guiará el camino a seguir y definir una ruta que como organización debe de alcanzarla. Es importante en el comportamiento organizacional interno y externo influyan y apoyan a todo el equipo de trabajo, plasmando actitudes entusiastas.

2.2.3. Base filosófica

El filósofo Chiavenato (2017) en su libro fundamentos de la administración conceptúa la comunicación en un proceso que utiliza símbolos, por virtud el cual nuestro conocimiento, experiencia, sentimiento son conocidos y aceptado por otro. Además, manifiesta que los costos de la comunicación son de habitual cambio, modificar actitudes a su bienestar de la organización.

La comunicación es la base para una buena coordinación, confianza, cohesión, logrando de esta manera en los grupos de una empresa logren sus objetivos.

Chiavenato (2017) manifiesta que la comunicación es base para una buena gestión administrativa.

La filosofía considera la comunicación como un fenómeno y experiencia inherente al hombre, por ello ha sido objeto de atención filosófica, también considera al dialogo como la propuesta socrática para comunicar lo que sabemos y llegar a saber más. Es así que Aristóteles considera la comunicación como el compartir información, ideas o actitudes por lo que siempre requiere por lo menos de tres

elementos: fuente, mensaje y destinatario. Platón considera a la comunicación como el lenguaje del instrumento humano que pretende imitar la esencia de las cosas, pero que termina tergiversando la realidad.

La ontología define la comunicación existencial como la dimensión de intercambio que supera lo signico, el interés pragmático y la mera transmisión de experiencia de mundo para culminar en la maduración ontológica de la persona. La relación es central: mi ser yo mismo depende del vínculo con el otro.

2.3. Conceptual

Variable independiente: Comunicación Empresarial

Es el conjunto de procesos que lleva a cabo una organización con el fin de transmitir su información corporativa tanto a nivel interno como externo, en ella utiliza símbolos, a través de canales abiertos se transmite conocimientos, experiencias, sentimientos que buscan ser recepcionados y aceptados por otros.

Esta comunicación se puede dar a través de diversas formas, verbales, no verbales, escrita.

La comunicación interna, dependerá de la estructura de la organización, sin embargo, lo más común es que sea una comunicación horizontal o vertical

La comunicación externa puede que sea comercial o publica, la cual será transmitida para sus clientes, usuarios y audiencia en general, a través de estrategias.

Variable dependiente: Comportamiento Organizacional

El comportamiento organizacional es el estudio del desempeño, actitudes, interacción e influencia reciproca de las personas que participan en la organización.

Podemos afirmar que es mucho más que la interacción entre trabajadores, grupos y estructuras de una empresa, pues se ocupa del análisis de cómo estas variables influyen el desarrollo del talento humano y el funcionamiento en

general. Observan el comportamiento y buscan direccionarlo hacia el logro de los objetivos. El gerente, supervisor o encargado debe de enfocarse en las características destacables del trabajador de forma individual, como también cuando trabaja en equipo, sobresaliendo las funciones que este puede tener.

2.4. Definiciones de términos básicos

- Autonomía: Grado en que el trabajo ofrece libertad y discrecionalidad sustanciales al individuo, para que programe su trabajo.
- Capacidad de comunicación: Uso de un lenguaje directo, claro y comprensible por el cliente.
- Comunicación: Trasferencia de información de un emisor a un receptor, siendo la información comprendida por el receptor.
- Competencia: es la atribución social asignada a quien pone en acción, en distintos contextos, los componentes cognoscitivos, actitudinales y procedimentales que conforman un saber profesional para actuar eficazmente en una situación determinada
- Eficacia: Grado en la en el cual una organización satisface las necesidades de sus clientes o de sus consumidores.
- Eficiencia: Grado en el cual una organización puede lograr sus fines a un bajo costo.
- Estructura organizacional: es la clasificación de las actividades que realiza la empresa, agrupando en divisiones o departamentos, asignando autoridades para la toma de decisiones y seguimiento.
- Presión social: es la influencia ejercida entre personas dentro de un mismo grupo social. También es el término utilizado para describir el efecto que dicha influencia tiene sobre una persona para que se conforme a sus estándares y obtenga aceptación grupal.
- Relación: es la conexión, trato, correspondencia, comunicación de alguien con otra personal.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

A. Hipótesis general

La Comunicación Empresarial influye en el Comportamiento Organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

B. Hipótesis específicas

H1: Las formas de comunicación influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

H2: La comunicación interna contribuye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

H3: La comunicación externa influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

3.1.1. Operacionalización de las variables

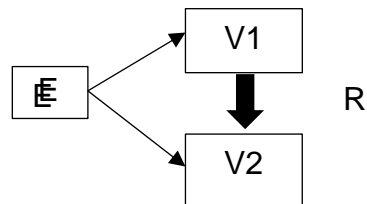
Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Método y técnica
<u>Variable Independiente</u> X: Comunicación empresarial	Es el proceso que utiliza símbolo, por virtud del cual nuestros conocimientos, experiencias, sentimientos son conocidos y aceptados por otros. (Certo, 2015)	Es el proceso de compartir información con otras personas.	X1: Formas	<ul style="list-style-type: none"> • Verbal • No verbal • Escrita 	1-3	Cuestionario Escala de Likert
			X2: Internas	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontal • Vertical 	4-6	
			X3: Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Comercial • Publico 	7-8	
<u>Variable Dependiente</u> Y: Comportamiento organizacional	Es el modo en que se conduce a las personas en una determinada variedad de circunstancias en la organización (Alles, 2017)	Manera de comportarse en una organización se refleja mediante sus actitudes o conducta.	Y1: Personas	<ul style="list-style-type: none"> • Individual • Grupos 	1-2	Cuestionario Escala de Likert
			Y2: Estructuras	<ul style="list-style-type: none"> • Puestos • Relaciones 	3-5	
			Y3: Entorno	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Competencia • Presiones sociales 	6-8	

IV. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

4.1. Diseño metodológico

El diseño de la investigación corresponde a No experimental, al no involucrar la manipulación deliberada de la variable independiente para ver su afecto sobre la variable dependiente.

Esquema correlacional entre la variable independiente y variable dependiente



Donde:

E	:	Beca Inversiones y Proyectos SAC
V1	:	Comunicación empresarial
V2	:	Comportamiento organizacional
R	:	Relación entre variable V1 y V2

4.2. Método de investigación

El método para emplearse o utilizarse en la investigación es el descriptivo, porque describiré las características y objetivos de la investigación en estudio.

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población:

La población de la presente investigación está determinada por trabajadores de la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC con un total de 10 trabajadores administrativos y 20 empresas clientes. Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, y Baptista-Lucio (2014) comenta que la población es relativamente pequeña, no es recomendable extraer una muestra de ella, es preferible que la población sea igual a la muestra.

4.3.2. Muestra:

Se considera el total de la población de 10 trabajadores administrativos y 20 empresas clientes.

4.4. Lugar de estudio

Se desarrollará en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima, aplicándose la encuesta a sus trabajadores.

4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Descripción del instrumento: El instrumento a utilizar es un cuestionario, el cual será basado en las variables “Comunicación Empresarial y Comportamiento Organizacional”

Validez del cuestionario

Tabla 1

Evaluación de expertos

CRITERIOS	EVALUACIÓN DE EXPERTOS			
	E 1	E 2	E 3	TOTAL
Claridad	5	4	5	14
Objetividad	4	4	5	13
Actualidad	5	4	4	13
Organización	4	5	5	14
Suficiencia	4	5	4	13
Pertinencia	4	4	5	13
Consistencia	5	5	5	15
Coherencia	5	5	5	15
Metodología	5	5	5	15
Aplicación	5	4	4	13
TOTAL DE OPINIÓN	46	45	47	138

$$Total = (N^{\circ} \text{ de criterios}) \times (N^{\circ} \text{ de jueces}) \times (Puntaje \text{ m\u00e1ximo de respuesta})$$

C\u00e1lculo de coeficiente de validez:

$$Validez = \frac{138}{150} = 0.92 = 92\%$$

En conclusi\u00f3n, es considerado Bueno ya que el coeficiente de validez del instrumento es %.

Confiabilidad del cuestionario

Para dicha confiabilidad se utiliz\u00f3 el Alfa de Cronbach, el cual los criterios a evaluar son los siguientes:

Coeficiente alfa < 0.5 es pobre		No es confiable
Coeficiente alfa < 0.6 es cuestionable		Moderada confiabilidad
Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable		Fuerte confiabilidad
Coeficiente alfa > 0.8 es bueno		Alta confiabilidad
Coeficiente alfa > 0.9 es excelente		

Confiabilidad de comunicaci\u00f3n empresarial

Tabla 2

Estad\u00edsticas de fiabilidad de comunicaci\u00f3n empresarial

Alfa de Cronbach	N de elementos
.906	8

El Alfa de Cronbach, herramienta estad\u00edstica de confiabilidad tuvo un valor de 0.906, lo cual dentro del an\u00e1lisis de confiabilidad se consideran altamente confiables.

Confiabilidad de comportamiento organizacional

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad de comportamiento organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
.891	8

El Alpha de Cronbach, herramienta estadística de confiabilidad tuvo un valor de 0.891, lo cual dentro del análisis de confiabilidad se consideran altamente confiables.

Tomando en consideración que los instrumentos altamente confiables son aquel que logra puntuaciones mayores o iguales a 0.80.

4.6. Análisis y procedimiento de datos

La recopilación de datos se realizó en campo, con la elaboración del instrumento y aplicación de un cuestionario a los trabajadores de la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC.

El análisis y procesamientos de datos de la investigación usamos el SPSS Statistics versión 25 y el Software Microsoft Excel versión 2019 para ordenar los resultados obtenidos.

La prueba de hipótesis se utilizará el estadístico de Rho de Spearman según corresponda a la prueba de normalidad.

4.7. Aspectos éticos en investigación

El presente trabajo de investigación respetará las opiniones de otros investigadores, a su vez, rescatará información relevante y lo citará de forma transferente siguiendo los lineamientos de la Universidad.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados descriptivos

5.1.1. Resultados descriptivos de comunicación empresarial

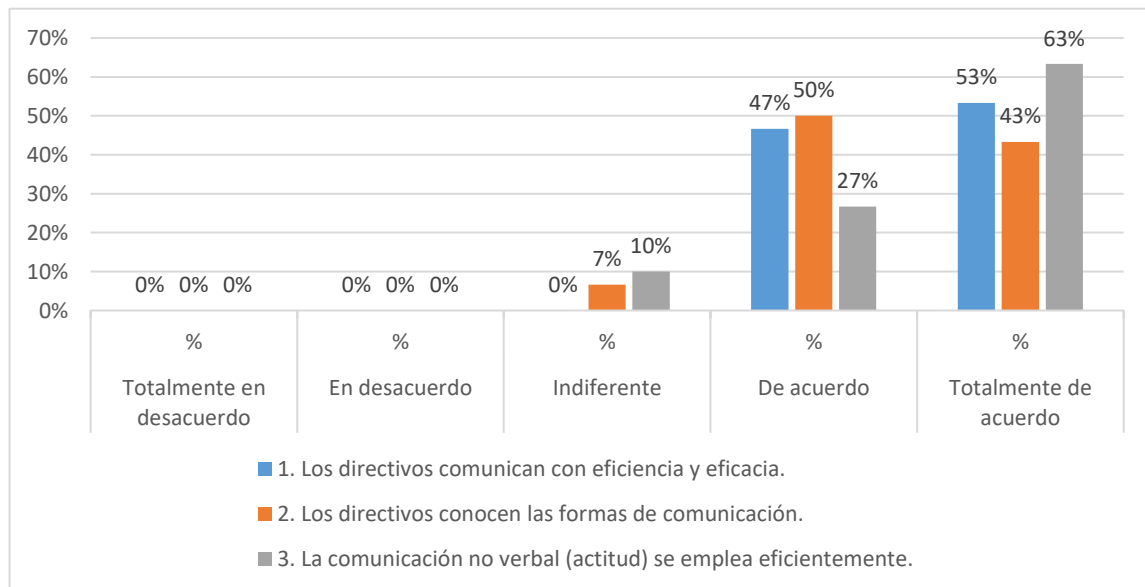
Tabla 4

Distribución de frecuencias de las formas de comunicación empresarial

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Los directivos comunican con eficiencia y eficacia.	0	0%	0	0%	0	0%	14	47%	16	53%
2. Los directivos conocen las formas de comunicación.	0	0%	0	0%	2	7%	15	50%	13	43%
3. La comunicación no verbal (actitud) se emplea eficientemente.	0	0%	0	0%	3	10%	8	27%	19	63%
Promedio total	0	0	0	0	2	6%	12	41%	16	53%

Ilustración 1

Formas de comunicación empresarial



Se observa en la Tabla 4 que el mayor porcentaje en promedio obtenido es de 53% del total de trabajadores que conforman la muestra, quienes consideran que la variable Comunicación Organizacional en la dimensión formas de comunicación que comentan que están totalmente de acuerdo, un 41% se muestra de acuerdo, el 6% se muestra indiferente y un 0% en desacuerdo, y totalmente en desacuerdo.

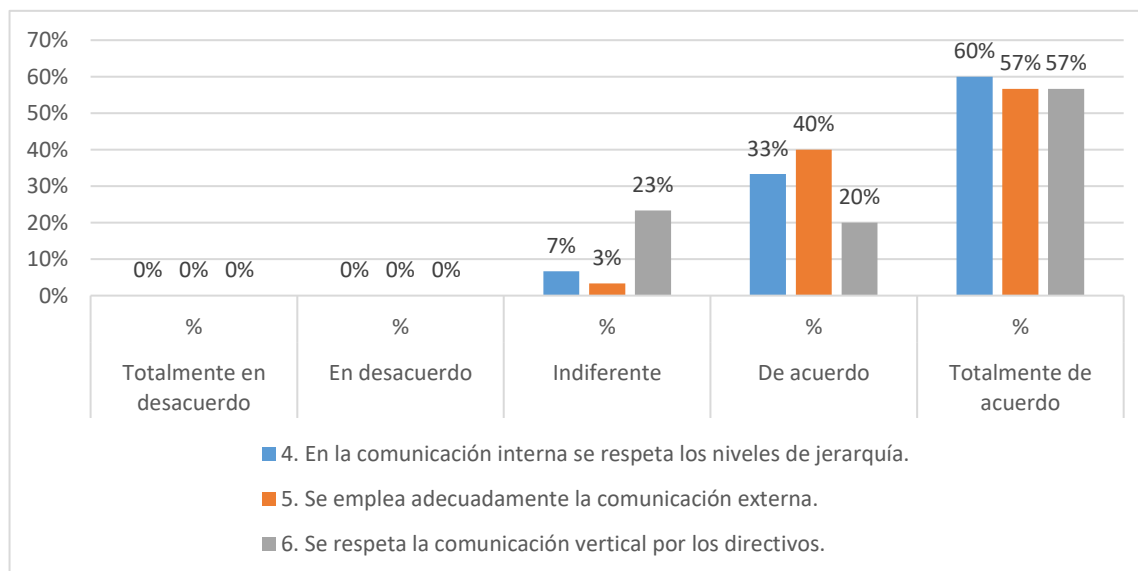
Tabla 5

Distribución de frecuencias de las comunicaciones internas

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
4. En la comunicación interna se respeta los niveles de jerarquía.	0	0%	0	0%	2	7%	10	33%	18	60%
5. Se emplea adecuadamente la comunicación externa.	0	0%	0	0%	1	3%	12	40%	17	57%
6. Se respeta la comunicación vertical por los directivos.	0	0%	0	0%	7	23%	6	20%	17	57%
Promedio total	0	0	0	0	3	11%	9	31%	17	58%

Ilustración 2

Comunicaciones internas



Se observa en la Tabla 5 que el mayor porcentaje en promedio obtenido es de 58% del total de trabajadores que conforman la muestra, quienes consideran que la variable Comunicación Organizacional en la dimensión comunicaciones internas que comentan que están totalmente de acuerdo, un 31% se muestra de acuerdo, el 11% se muestra indiferente y un 0% en desacuerdo, y totalmente en desacuerdo.

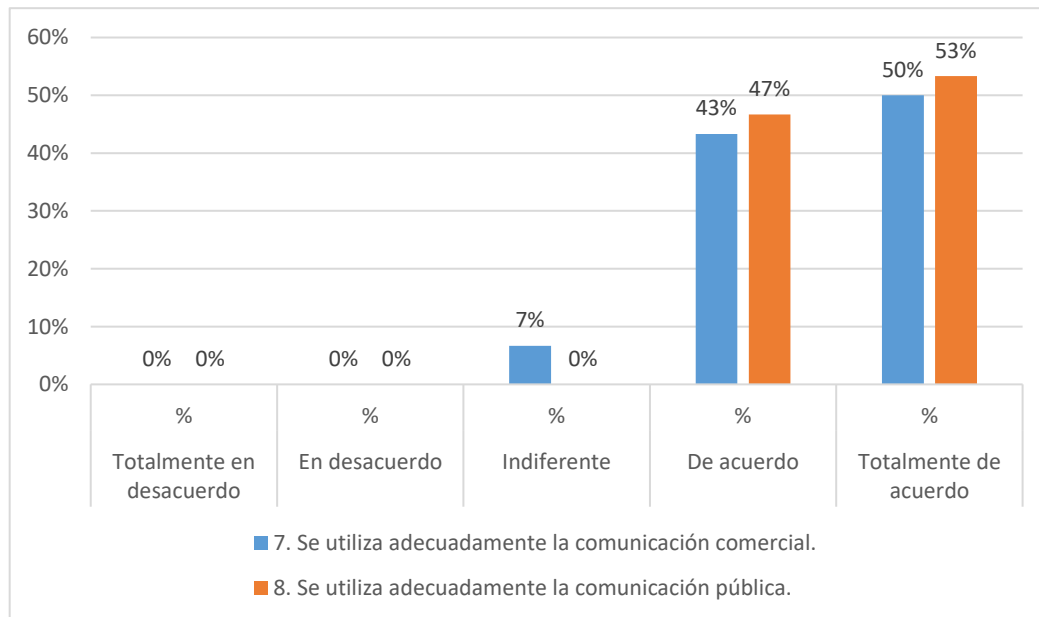
Tabla 6

Distribución de frecuencias de las comunicaciones externas

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
7. Se utiliza adecuadamente la comunicación comercial.	0	0%	0	0%	2	7%	13	43%	15	50%
8. Se utiliza adecuadamente la comunicación pública.	0	0%	0	0%	0	0%	14	47%	16	53%
Promedio total	0	0	0	0	1	3%	14	45%	16	52%

Ilustración 3

Comunicaciones externas



Se observa en la Tabla 6 que el mayor porcentaje en promedio obtenido es de 52% del total de trabajadores que conforman la muestra, quienes consideran que la variable Comunicación Organizacional en la dimensión comunicaciones externas que comentan que están totalmente de acuerdo, un 45% se muestra de acuerdo, el 3% se muestra indiferente y un 0% en desacuerdo, y totalmente en desacuerdo.

5.1.2. Resultados descriptivos de comportamiento organizacional

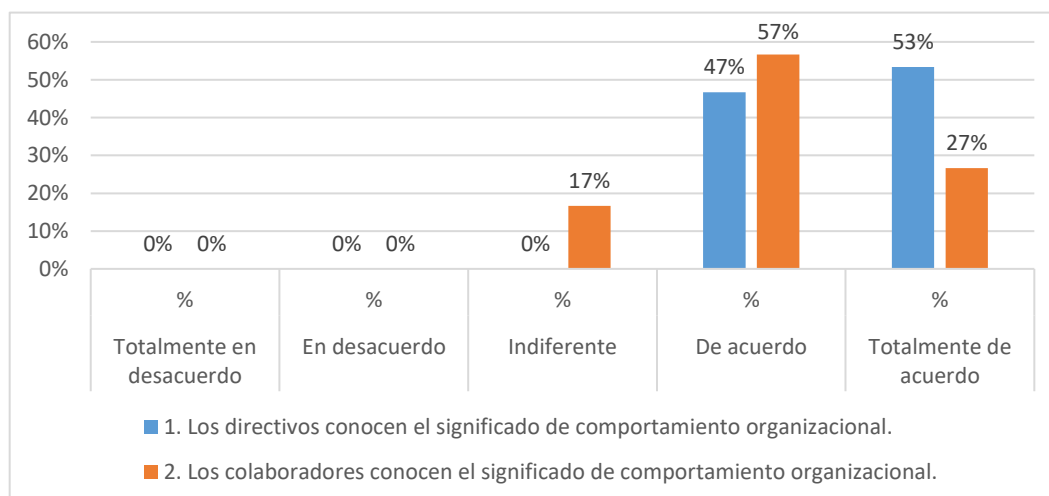
Tabla 7

Distribución de frecuencias de las personas

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Los directivos conocen el significado de comportamiento organizacional.	0	0%	0	0%	0	0%	14	47%	16	53%
2. Los colaboradores conocen el significado de comportamiento organizacional.	0	0%	0	0%	5	17%	17	57%	8	27%
Promedio total	0	0	0	0	2.5	8%	16	52%	12	40%

Ilustración 4

Personas



Se observa en la Tabla 7 que el mayor porcentaje en promedio obtenido es de 52% del total de trabajadores que conforman la muestra, quienes consideran que la variable comportamiento organizacional en la dimensión personas que comentan que están de acuerdo, un 40% se muestra totalmente de acuerdo, el 8% se muestra indiferente y un 0% en desacuerdo, y totalmente en desacuerdo.

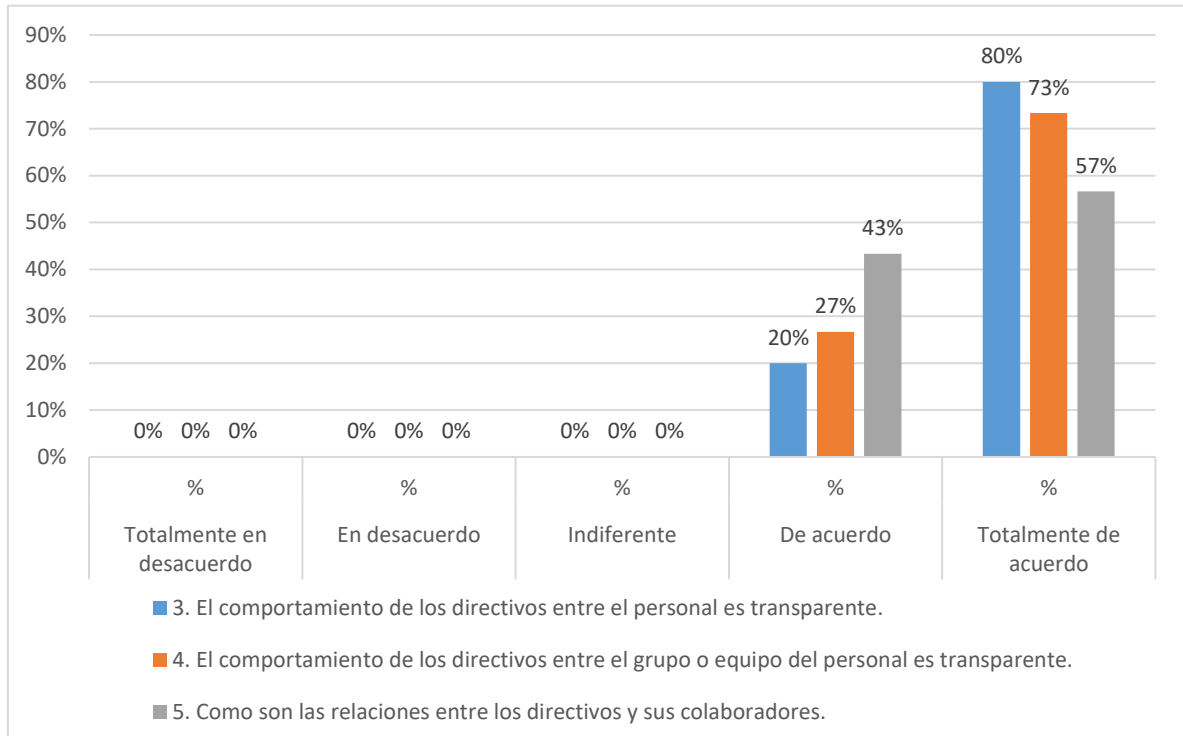
Tabla 8

Distribución de frecuencias de estructuras

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
3. El comportamiento de los directivos entre el personal es transparente.	0	0%	0	0%	0	0%	6	20%	24	80%
4. El comportamiento de los directivos entre el grupo o equipo del personal es transparente.	0	0%	0	0%	0	0%	8	27%	22	73%
5. Como son las relaciones entre los directivos y sus colaboradores.	0	0%	0	0%	0	0%	13	43%	17	57%
Promedio total	0	0	0	0%	0	0%	9	30%	21	70%

Ilustración 5

Estructuras



Se observa en la Tabla 8 que el mayor porcentaje en promedio obtenido es de 70% del total de trabajadores que conforman la muestra, quienes consideran que la variable comportamiento organizacional en la dimensión estructuras que comentan que están totalmente de acuerdo, un 30% se muestra de acuerdo, el 0% se muestra indiferente, en desacuerdo, y totalmente en desacuerdo.

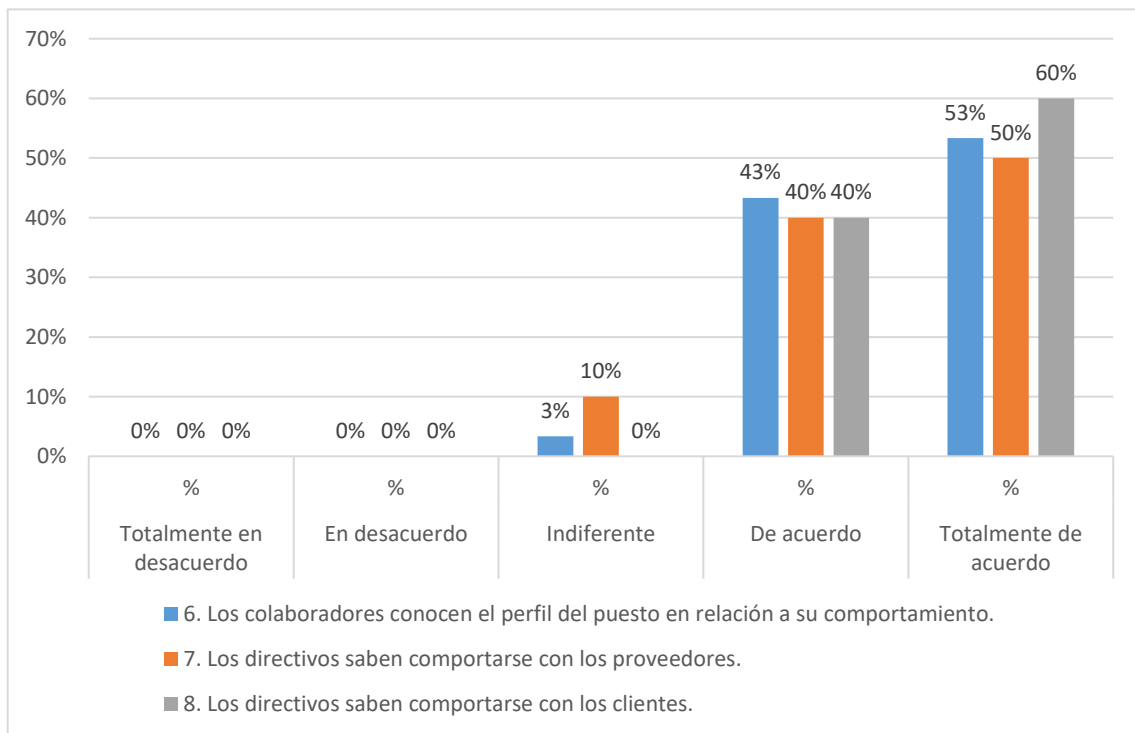
Tabla 9

Distribución de frecuencias de entorno

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
6. Los colaboradores conocen el perfil del puesto con relación a su comportamiento.	0	0%	0	0%	1	3%	13	43%	16	53%
7. Los directivos saben comportarse con los proveedores.	0	0%	0	0%	3	10%	12	40%	15	50%
8. Los directivos saben comportarse con los clientes.	0	0%	0	0%	0	0%	12	40%	18	60%
Promedio total	0	0	0	0	1	4%	12	41%	16	54%

Ilustración 6

Entorno



Se observa en la Tabla 9 que el mayor porcentaje en promedio obtenido es de 54% del total de trabajadores que conforman la muestra, quienes consideran que la variable comportamiento organizacional en la dimensión entorno que comentan que están totalmente de acuerdo, un 41% se muestra de acuerdo, el 4% se muestra indiferente y un 0% en desacuerdo, y totalmente en desacuerdo.

5.2. Resultados inferenciales

Prueba de normalidad

Para elegir la prueba estadística, se procede a aplicar la prueba de normalidad. Considerando lo siguiente:

H_0 : Los datos tienen distribución de normalidad.

H_a : Los datos no tienen una distribución de normalidad.

Tabla 10

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación Empresarial	.344	30	<.001	.755	30	<.001
Comportamiento Organizacional	.426	30	<.001	.616	30	<.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Según los resultados, nuestro Sig. Indica que el p es < 0.01, lo cual significa que no sigue una distribución normal y se emplean pruebas no paramétricas, es decir, rechazamos la hipótesis nula de manera altamente significativa, por ende, se realizará el procesamiento de datos con la prueba estadística Rho de Spearman.

Comprobación de hipótesis general

Para verificar si existe relación significativa entre la Comunicación Empresarial y el Comportamiento Organizacional, se usará la prueba estadística Rho de Spearman.

H.G.: La comunicación empresarial influye significativamente en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

H.O.: La comunicación empresarial no influye significativamente en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

Tabla 11

Pruebas Rho de Spearman entre comunicación empresarial y el comportamiento organizacional

		Formas de comunicación	Comportamiento organizacional
Rho de Spearman	Comunicación Empresarial	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.617**
		N	30
	Comportamiento organizacional	Coeficiente de correlación	.617**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	30

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

Según la Tabla 12 se obtiene una correlación 0.617 indicando que es una correlación positiva moderada; también obtenemos la Sig. (bilateral) igual a < 0.001 , por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna, donde la dimensión la comunicación empresarial se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.

Comprobación de hipótesis específica 1

H.1.: Las formas de comunicación influye significativamente en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

H.0.: Las formas de comunicación no influye significativamente en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

Tabla 12

Pruebas Rho de Spearman entre formas de comunicación y el comportamiento organizacional

			Formas de comunicación	Comportamiento organizacional
Rho de Spearman	Formas de comunicación	Coeficiente de correlación	1.000	.687**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	30	30
	Comportamiento organizacional	Coeficiente de correlación	.687**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	30	30

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

Fuente: Elaboración propia.

Según la Tabla 12 se obtiene una correlación 0.687 indicando que es una correlación positiva moderada; también obtenemos la Sig. (bilateral) igual a < 0.001, por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna, donde la dimensión formas de comunicación se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.

Comprobación de hipótesis específica 2

H.2.: La comunicación interna contribuye significativamente en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

H.0.: La comunicación interna no contribuye significativamente en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

Tabla 13

Pruebas Rho de Spearman entre la comunicación interna y el comportamiento organizacional

			Comunicación Interna	Comportamiento Organizacional
Rho de Spearman	Comunicación Interna	Coeficiente de correlación	1.000	.489**
		Sig. (bilateral)	.	.006
		N	30	30
	Comportamiento Organizacional	Coeficiente de correlación	.489**	1.000
		Sig. (bilateral)	.006	.
		N	30	30

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

Según la Tabla 13 se obtiene una correlación 0.489 indicando que es una correlación positiva moderada; también obtenemos la Sig. (bilateral) igual a 0.006, por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna, donde la dimensión comunicación interna se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.

Comprobación de hipótesis específica 3

H.3.: La comunicación externa influye significativamente en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

H.0.: La comunicación externa no influye significativamente en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.

Tabla 14

Pruebas Rho de Spearman entre la comunicación externa y el comportamiento organizacional

			Comunicación Externa	Comportamiento Organizacional
Rho de Spearman	Comunicación Externa	Coeficiente de correlación	1.000	.370*
		Sig. (bilateral)	.	.044
		N	30	30
	Comportamiento Organizacional	Coeficiente de correlación	.370*	1.000
		Sig. (bilateral)	.044	.
		N	30	30

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

Según la Tabla 14 se obtiene una correlación 0.370 indicando que es una correlación positiva baja; también obtenemos la Sig. (bilateral) igual a 0.044, por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna, donde la dimensión comunicación externa se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados

Del análisis la hipótesis general la Comunicación Empresarial influye en el Comportamiento Organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC-Lima 2022, el grado de Sig. Indica que el p es < 0.01 , lo cual significa que no sigue una distribución normal y rechazamos la hipótesis nula de manera altamente significativa, con una correlación de 0.617 indicando que es una correlación positiva moderada.

Según la hipótesis específica 1 “Las formas de comunicación influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC-Lima 2022” se obtiene una correlación 0.687 indicando que es una correlación positiva moderada; también obtenemos la Sig. (bilateral) igual a < 0.001 , por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna, donde la dimensión formas de comunicación se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.

Según la hipótesis específica 2 “La comunicación interna contribuye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC-Lima 2022” se obtiene una correlación 0.489 indicando que es una correlación positiva moderada; también obtenemos la Sig. (bilateral) igual a 0.006, por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna, donde la dimensión comunicación interna se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.

Según la hipótesis específica 3 “La comunicación externa influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC-Lima 2022” se obtiene una correlación 0.370 indicando que es una correlación positiva baja; también obtenemos la Sig. (bilateral) igual a 0.044, por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna, donde la dimensión comunicación externa se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.

6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares

En la presente investigación, los resultados de mayores porcentajes se ha obtenido en cuando la variable Comunicación empresarial en la dimensión formas un 53% están totalmente de acuerdo, en la dimensión comunicaciones internas un 58% están totalmente de acuerdo, en la dimensión comunicaciones externas un 52% están totalmente de acuerdo; en cuanto a la otra variable, el comportamiento organizacional encontramos la dimensión personas un 52% de acuerdo, en la dimensión estructura un 70% totalmente de acuerdo, y en la dimensión entorno un 54% totalmente de acuerdo. Todo ello se relaciona con las investigaciones de Jiménez (2017) en su investigación “La comunicación organizacional satisfactoria en el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Min TIC) de Colombia” con la Maestría en Dirección en la Universidad Del Rosario, ubicada en Bogotá. Concluyó la evidencia de la falta de reconocimiento a los esfuerzos femeninos, como parte de la retroalimentación personal, una de las dimensiones del CSQ. Con esto se puede concluir que la retroalimentación es un factor determinante en la percepción de LCO en el Min TIC y, por ese motivo, debe ser parte de las actividades a practicar para su mejoramiento. Por otro lado tenemos a Charry (2017) en su investigación “Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional” para optar el Grado Académico de Magíster en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el departamento de Lima, Perú. Concluyó la existencia de una correlación significativa entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional que se da en $r = 0,959$. También se colige que hay una relación significativa entre la comunicación interna y las 5 dimensiones de estudio del clima organizacional. A su vez, es una institución pública dispuesta al cambio, organizada, con déficit de infraestructura, se practica el valor de la puntualidad y compañerismo, bajo nivel de relaciones humanas, poco dinámico, cosmopolita, bajo nivel de comunicación corporativa, déficit de nuevas tecnologías, deficiencia en el sistema de procesos, deserción laboral y rotación.

6.3. Responsabilidad ética de acuerdo con los reglamentos vigentes

En la investigación, buscamos preservar la ética y transparencia en cada proceso de su realización, desde la recopilación de información, nuestros análisis y el planteamiento y estructura de las conclusiones. El realizar el trabajo de investigación con buena redacción, coherencia y de simple entendimiento, es la responsabilidad que tenemos ante otros investigadores o estudiantes que están inmersos en el tema. Ante ello, se respeta el código de ética perteneciente a la Universidad Nacional del Callao, con el compromiso de respetar la propiedad intelectual de los investigadores.

VII. CONCLUSIÓN

1. En cuanto a la hipótesis general, se obtiene una correlación de 0.617 indicando que es una correlación positiva moderada, con grado de Sig. p valor < 0.01 , al ser menor que 0.05, su distribución es no normal y se rechaza la hipótesis nula de manera altamente significativa, por lo que se concluye que la comunicación empresarial se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.
2. En cuanto a la hipótesis específica 1, se obtiene una correlación 0.687 indicando que es una correlación positiva moderada; el grado de Sig. (bilateral) es < 0.001 , por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna donde la dimensión formas de comunicación se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.
3. En cuanto a la hipótesis específica 2, se obtiene una correlación 0.489 indicando que es una correlación positiva moderada; el grado de Sig. (bilateral) es igual a 0.006, por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna donde la dimensión comunicación interna se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.
4. En cuanto a la hipótesis específica 3, se obtiene una correlación 0.370 indicando que es una correlación positiva baja; el grado de Sig. (bilateral) es igual a 0.044, por lo que significa que aceptamos la hipótesis alterna, donde la dimensión comunicación externa se relaciona significativamente con el comportamiento organizacional.

VIII. RECOMENDACIÓN

1. Se recomienda implementar estrategias que permita una mejora en la comunicación empresarial considerando el área y nivel organizacional del personal, con la finalidad de estimular la participación, la responsabilidad y el sentido de pertenencia construyendo una cultura organizacional saludable en beneficio del comportamiento de los trabajadores pertenecientes a la organización.
2. Las formas de comunicación dentro de la empresa deben ser transparente, simple de comprender y sin ambigüedad, por lo que se recomienda implementar capacitaciones de trabajo en equipo y comunicación empresarial, donde den herramientas para manejo de conflictos y toma de decisiones; de esta manera los colaboradores tendrán una comunicación más clara y todas las consecuencias de sus actos serán con un comportamiento positivo, el cual busca resolver conflictos y no crearlos.
3. Se recomienda programar las reuniones de equipo, con la implementación de reuniones semanales, trimestrales y semestrales para la revisión de los resultados, estas serán de beneficios para conocer la realidad de la empresa, un feedback realista, que aporte y beneficie en la comunicación interna, que sea manejado en un ambiente respetuoso y tolerante con el prójimo.
4. Se recomienda implementar una correcta difusión de mensajes por medio de la comunicación externa, para esto es necesario que una persona capacitada sea la encargada de supervisar la recepción y salida de comunicados por parte del área asignado, de esta manera de buscará disminuir la mayor cantidad de errores en el manejo de información.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acurio, D. (2022). El comportamiento organizacional como estrategia de mejora del desempeño laboral en las organizaciones. Caso de estudio Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi. *Grado de Maestro*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8415/1/MUTC-001138.pdf>
- Alles, M. (2017). *Comportamiento organizacional*. México: Granica.
- Ávila, H. (2010). *Metodología de la Investigación*. Perú: San Pablo EIRL.
- Bakar, H., & Mustafa, C. (2013). *Organizational communication in Malaysia organizations*. Corporate Communications: An International Journal. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/13563281311294146>
- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e..pdf>
- Cabel, M. (2020). Comunicación interna digital y comportamiento de los trabajadores de la empresa B12 Perú durante la cuarentena del Covid-19. *Grado de licenciado*. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60890/Cabel_HME-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cercado, N., & Tafur, D. (2021). *Comunicación Organizacional y su Relacion en la Atencion al cliente de la empresa Washington Automotriz E.I.R.L. Cajamarca 2021*. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca, Perú. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/2200>

- Certo, S. (2015). *Administración Moderna, Quinta edición*. Colombia: Editorial Printice Hall.
- Charry, H. (2017). Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional. *Grado de Magister*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Obtenido de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/6743/Charry_ch.pdf
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito de las organizaciones*. México: McGraw-Hill. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dina_mica_en_las_organizaciones..pdf
- Chiavenato, I. (2017). *Fundamentos de Administración*. México: McGraw-Hill.
- Díaz, D., & Colmenares, B. (2019). Comunicación organizacional como fundamento para la productividad en empresas competitivas. *Grado de licenciado*. Universidad ECCI, Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/984/Comunicacion%20organizacional%20como%20fundamento%20para%20la%20productividad%20en%20empresas%20competitivas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, S. (2014). *Comunicación Organizacional y Trabajo en Equipo*. Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Diaz-Susana.pdf>
- Gómez, A. (2018). *Estado del arte del ejercicio de las comunicaciones en el sector empresarial productivo en la Ciudad de Bogotá*. Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/a2a5ddb9-0daa-495d-9832-8ce73de8a016/content>

- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Selección de la muestra. En Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Huamán, L. (2021). Estrategias de Comunicación para la mejora del Clima Laboral en la Caja Trujillo, Agencia Cutervo-2019. *Grado de licenciado*. Universidad Señor de Sipán, Trujillo. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8127/Huam%C3%A1n%20C%C3%A9spedes,%20Luis%20Javier.pdf?sequence=1>
- Huamán, R. (2020). Comunicación Interna y comportamiento organizacional en Maestro Perú S.A., Puente Piedra, 2020. *Grado de Licenciado*. Universidad cesar Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54985/Huam%C3%A1n_ERM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ibañez. (2012). *Comportamiento organizacional*. Perú: Universitario.
- Jimenez, N. (2017). La comunicación organizacional satisfactoria en el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Min TIC) de Colombia. *Maestría en Dirección*. Universidad del Rosario, Bogota. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13808/Jim%C3%A9nezEstrada-N%C3%A9storAlonso-2017.pdf?sequence=6>
- Ocampo, M. (2015). *Comunicación empresarial. Plan estrategico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones*. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Pérez, S. (2022). *El impacto de la comunicación interna en el comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega S. A. C., en el periodo 2021 - 2022*. Universidad Continental, Lima. Obtenido de

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12465/1/IV_FCE_308_TE_Perez_Pisco_2022.pdf

Pintado, E. (2021). *Comportamiento organizacional : Gerenciación y liderazgo conductivo del talento humano*. Lima.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson- Prentice Hall.

Robbins, S., & Coulter, M. (2017). *Administración*. México: Pearson.

Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.

Terán, M. (2015). *Configuración de Proyectos: La importancia de una comunicación organizacional planificada, auditoría y campaña de comunicación interna*. Universidad San Francisco de Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/18394237.html>

Anexo N°1

Matriz de Consistencia

Título: “Comunicación Empresarial y Comportamiento Organizacional en la Empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.”

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
<p><u>Problema General:</u> P: ¿Cómo influye la Comunicación Empresarial en el Comportamiento Organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022?</p> <p><u>Problemas Específicos:</u> P1: ¿Cómo las formas de comunicación influyen en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022?</p>	<p><u>Objetivo General:</u> O: Determinar como la Comunicación Empresarial influye en el Comportamiento Organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.</p> <p><u>Objetivos Específicos:</u> O1: Establecer las formas de comunicación influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.</p>	<p><u>Hipótesis General:</u> La Comunicación Empresarial influye en el Comportamiento Organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.</p> <p><u>Hipótesis Específicas:</u> H1: Las formas de comunicación influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.</p>	<p><u>Variable Independiente:</u> X: Comunicación empresarial</p> <p>Dimensiones: X1: Formas X2: Internas X3: Externas</p> <p><u>Variable Dependiente:</u> Y: Comportamiento organizacional</p> <p>Dimensiones: Y1: Personas Y2: Estructuras Y3: Entorno</p>	<p><u>Tipo de Investigación:</u> Básica</p> <p><u>Nivel de investigación:</u> Correlacional</p> <p><u>Diseño de Investigación:</u> No experimental</p> <p><u>Método de Investigación:</u> Descriptiva -cuantitativo</p>

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
<p>P2: ¿De qué modo la comunicación interna contribuye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022?</p> <p>P3: ¿De qué manera la comunicación externa influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022?</p>	<p>O2: Determinar de qué modo la comunicación interna contribuye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.</p> <p>O3: Establecer de qué manera la comunicación externa influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.</p>	<p>H2: La comunicación interna contribuye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.</p> <p>H3: La comunicación externa influye en el comportamiento organizacional en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022.</p>		<p><u>Población y Muestra:</u> 10 trabajadores administrativos y 20 empresas clientes</p> <p><u>Técnicas e Instrumentos:</u></p> <p>Técnicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Observación b. Encuesta <p>Instrumentos:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Fichas b. Cuestionario (Escala de Likert)



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIDAD DE POSGRADO**



**Anexo N°2: Instrumento de Recolección de Datos
Escala de Comunicación empresarial en la empresa Beca Inversiones y
Proyectos SAC.**

Genero:

F:

M:

Instrumentos: El objetivo de la escala es conocer su opinión acerca la comunicación empresarial que emplean o utilizan en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC-Lima 2022. El cuestionario es de estructura confidencial, agradecemos su participación. Marque usted con un aspa (x) una de las alternativas, teniendo en cuenta lo siguiente:

TA	DA	I	ED	TD
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

N°	Ítems	Escala valorativa				
		TA	DA	I	ED	TD
01	Los directivos comunican con eficiencia y eficacia.					
02	Los directivos conocen las formas de comunicación.					
03	La comunicación no verbal (actitud) se emplea eficientemente.					
04	En la comunicación interna se respeta los niveles de jerarquía.					
05	Se emplea adecuadamente la comunicación externa.					
06	Se respeta la comunicación vertical por los directivos.					
07	Se utiliza adecuadamente la comunicación comercial.					
08	Se utiliza adecuadamente la comunicación pública.					



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIDAD DE POSGRADO**



**Anexo N°2: Instrumento de Recolección de Datos
Escala de Comportamiento organizacional en la empresa Beca
Inversiones y Proyectos SAC.**

Genero:

F:

M:

Instrumentos: El objetivo de la escala es conocer su opinión acerca el comportamiento organizacional que emplean o utilizan en la empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC-Lima 2022. El cuestionario es de estructura confidencial, agradecemos su participación. Marque usted con un aspa (x) una de las alternativas, teniendo en cuenta lo siguiente:

TA	DA	I	ED	TD
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

N°	Ítems	Escala valorativa				
		TA	DA	I	ED	TD
01	Los directivos conocen el significado de comportamiento organizacional.					
02	Los colaboradores conocen el significado de comportamiento organizacional.					
03	El comportamiento de los directivos entre el personal es transparente.					
04	El comportamiento de los directivos entre el grupo o equipo del personal es transparente.					
05	Como son las relaciones entre los directivos y sus colaboradores.					
06	Los colaboradores conocen el perfil del puesto en relación con su comportamiento.					
07	Los directivos saben comportarse con los proveedores.					
08	Los directivos saben comportarse con los clientes.					



ANEXO N°3:
VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
JUICIO DE EXPERTO



Título de tesis: "Comunicación Empresarial y Comportamiento Organizacional en la Empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022."

La opinión que usted brinde es personal. Favor de marcar con un aspa (X) dentro del cuadro de validación, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy malo | 2: Malo | 3: Regular | 4: Bueno | 5: Muy bueno

No	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Claridad Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible					X
2	Objetividad Permite medir hechos observables				X	
3	Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
4	Organización Presentación Ordenada				X	
5	Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6	Pertinencia Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos				X	
7	Consistencia Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología La estrategia responde al propósito de la Investigación					X
10	Aplicación Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X
Promedio:		46				

Apellidos y nombres del juez experto:	REYES WLFÉ JUAN CARLOS
D.N.I. del juez experto:	15622453
Grado Académico del juez experto:	DOCTOR.
N° del celular:	996263741

Firma:



**ANEXO N°3:
VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
JUICIO DE EXPERTO**



Título de tesis: "Comunicación Empresarial y Comportamiento Organizacional en la Empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022."

La opinión que usted brinde es personal. Favor de marcar con un aspa (X) dentro del cuadro de validación, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy malo	2: Malo	3: Regular	4: Bueno	5: Muy bueno
-------------	---------	------------	----------	--------------

No	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Claridad Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	Objetividad Permite medir hechos observables				X	
3	Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización Presentación Ordenada					X
5	Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6	Pertinencia Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos				X	
7	Consistencia Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología La estrategia responde al propósito de la Investigación					X
10	Aplicación Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	
Promedio:		4.5				

Apellidos y nombres del juez experto:	<i>Puican Castro, Juan Benjamín</i>
D.N.I. del juez experto:	<i>07926152</i>
Grado académico del juez experto:	<i>DOCTOR</i>
Número del celular:	<i>985-986-124</i>
Firma del juez experto:	<i>[Firma manuscrita]</i>



**ANEXO N°3:
VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
JUICIO DE EXPERTO**



Título de tesis: "Comunicación Empresarial y Comportamiento Organizacional en la Empresa Beca Inversiones y Proyectos SAC- Lima 2022."

La opinión que usted brinde es personal. Favor de marcar con un aspa (X) dentro del cuadro de validación, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy malo	2: Malo	3: Regular	4: Bueno	5: Muy bueno
-------------	---------	------------	----------	--------------

No	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Claridad Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible					X
2	Objetividad Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización Presentación Ordenada					X
5	Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6	Pertinencia Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos					X
7	Consistencia Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología La estrategia responde al propósito de la Investigación					X
10	Aplicación Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	
Promedio:		47				

Apellidos y nombres del juez experto:	CORREA SILVA Edward.
D.N.I. del juez experto:	25773355
Grado Académico del juez experto:	DOCTOR.
N° del celular:	996080648.

Firma: E. Correa Silva

Anexo N°4: Instrumento de recolección de datos

E	Comunicación Empresarial								Comportamiento Organizacional							
1	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
3	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
7	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
8	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
9	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4
10	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5
12	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
13	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
14	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
15	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
16	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
17	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
18	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
21	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
23	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
24	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4
27	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
28	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4
30	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5