

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Facultad de Educación, Comunicación y Humanidades

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

**LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL CLIMA
ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN
G&V, TACNA – 2023**

TESIS

Presentada por:

Bach. Samuel Mario Ponce Zapana

Para optar el Título Profesional de:

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ESPECIALIDAD
DE PERIODISMO Y RELACIONES PÚBLICAS**

TACNA – PERÚ

2024

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

**“LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE
LA CORPORACIÓN G&V, TACNA - 2023”**

Tesis sustentada y aprobada el 26 de abril del 2024, ante el siguiente jurado:

PRESIDENTE:



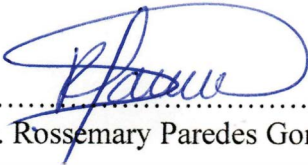
Dr. Pascual Senón Puma Estaca

SECRETARIO:



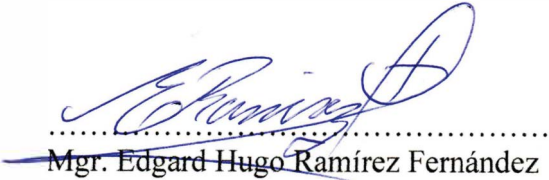
Mgr. Carmen Graciela Consuelo Salleres Sánchez

MIEMBRO:



Mgr. Rossemary Paredes Gonzales

ASESOR:

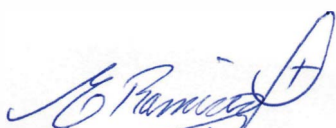


Mgr. Edgard Hugo Ramírez Fernández

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, **Edgar Ramírez Fernández** en mi condición de asesor acreditado por la Resolución de Consejo De Facultad N° 6377-2023 FECH/UNJBG de la Tesis titulada: **La comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V, Tacna – 2024**. Presentado por el Bachiller **Samuel Mario Ponce Zapana**. Para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social en la Especialidad de Periodismo y Relaciones Públicas.

Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y de similitud de trabajo de investigación y producción intelectual, considerando que según la revisión, evaluación y análisis realizado a través del **software de similitud textual Turnitin** cuenta con el nivel de **similitud permitido cuyo porcentaje es 14%**. Por lo que, **CERTIFICO LA SIMILARIDAD** de la Tesis enunciado líneas arriba, la cual está expedita para continuar con los trámites para la obtención del Título Profesional según corresponda consiguientemente la publicación en el repositorio institucional.



FIRMA ASESOR

digital

Nombres y apellidos, DNI

29222508Edgard Hugo Ramírez Fernández

FIRMA TESISTA

digital

Nombres y apellidos, DNI

76675191Samuel Mario Ponce Zapana

Huella



Huella

DEDICATORIA

A mis padres, quienes me han brindado amor, apoyo y orientación a lo largo de mi vida, y a mi querida tía, cuyo cariño y aliento trascienden fronteras. Su influencia y respaldo incondicional han sido constantes en mi búsqueda de conocimiento y en este viaje hacia la realización personal y académica. Les agradezco profundamente por ser mi fuente de inspiración y fortaleza en cada etapa de mi educación.

AGRADECIMIENTO

A mis estimados profesores, cuya orientación y sabiduría fueron esenciales en este proceso. A mis padres y a mi tía, gracias por su amor y apoyo constante en este viaje. Su influencia es invaluable.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Descripción del problema	3
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema principal	4
1.2.2. Problemas específicos	4
1.3. Justificación de la investigación	4
1.3.1. Justificación teórica.....	4
1.3.2. Justificación práctica.....	5
1.3.3. Justificación metodológica.....	5
1.4. Objetivos	6
1.4.1. Objetivo general.....	6
1.4.2. Objetivos específicos	6
1.5. Hipótesis.....	6
1.5.1. Hipótesis general.....	6
1.5.2. Hipótesis específicas	7
1.6. Operacionalización de variables	7
1.6.1. Variables de investigación	7
1.6.2. Diseño operativo de las variables.....	8
1.6.3. Diseño de distribución por ítems de variables	11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	12

2.1.	Antecedentes de la investigación	12
2.1.1.	A nivel internacional	12
2.1.2.	A nivel nacional	12
2.1.3.	A nivel local	14
2.2.	Bases teóricas científicas	15
2.2.1.	Bases teóricas sobre la comunicación interna.....	15
2.2.2.	Bases teóricas sobre el clima organizacional	21
2.3.	Bases conceptuales o referenciales	27
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		30
3.1.	Tipo de investigación y nivel de investigación	30
3.1.1.	Tipo de investigación	30
3.1.2.	Nivel de investigación.....	30
3.1.3.	Diseño de investigación	30
3.2.	Población y muestra	31
3.2.1.	Población.....	31
3.2.2.	Muestra.....	31
3.3.	Técnicas de recolección de datos	32
3.3.1.	Confiabilidad del cuestionario	32
3.3.2.	Confiabilidad por variable.....	33
3.3.	Procesamiento y análisis de datos	33
3.3.1.	Prueba de normalidad.....	34
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS		36
4.1.	Presentación de resultados obtenidos	36
4.2.	Análisis e interpretación de resultados.....	36
4.2.1.	Resultados variable: Comunicación interna.....	36
4.2.2.	Resultados variable: Clima organizacional.....	41
4.3.	Contrastación de hipótesis.....	45

4.3.1. Verificación de hipótesis específicas	45
4.3.2. Verificación de hipótesis general	48
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS	49
5.1. Discusión de resultados.....	49
5.1.1. En el plano a nivel internacional.....	49
5.1.2. En plano a nivel nacional	49
5.1.3. En el plano a nivel local	50
CONCLUSIONES	52
RECOMENDACIONES.....	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
ANEXOS	60

ÍNDICE DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1 <i>Confiabilidad del cuestionario</i>	32
Tabla 2 <i>Confiabilidad comunicación interna</i>	33
Tabla 3 <i>Confiabilidad de clima organizacional</i>	33
Tabla 4 <i>Prueba de normalidad</i>	34
Tabla 5 <i>Nivel de la comunicación formal</i>	36
Tabla 6 <i>Nivel de la comunicación informal</i>	37
Tabla 7 <i>Nivel de la comunicación estratégica</i>	38
Tabla 8 <i>Nivel de la comunicación interna</i>	39
Tabla 9 <i>Nivel del desempeño organizacional</i>	41
Tabla 10 <i>Nivel de satisfacción laboral</i>	42
Tabla 11 <i>Nivel de compromiso organizacional</i>	43
Tabla 12 <i>Nivel del clima organizacional</i>	44
Tabla 13 <i>Hipótesis específica 1 Comunicación formal y clima organizacional</i>	45
Tabla 14 <i>Hipótesis específica 2 Comunicación informal y clima organizacional</i>	46
Tabla 15 <i>Hipótesis específica 3 Comunicación estratégica y clima organizacional</i>	47
Tabla 16 <i>Verificación hipótesis general</i>	48

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 <i>Nivel de la comunicación formal</i>	37
Figura 2 <i>Nivel de la comunicación informal</i>	38
Figura 3 <i>Nivel de la comunicación estratégica</i>	39
Figura 4 <i>Nivel de la comunicación interna</i>	40
Figura 5 <i>Desempeño organizacional</i>	41
Figura 6 <i>Nivel de satisfacción laboral</i>	42
Figura 7 <i>Nivel de compromiso organizacional</i>	43
Figura 8 <i>Nivel del clima organizacional</i>	44

RESUMEN

La presente investigación se planteó, como objetivo general, determinar la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V de Tacna en el año 2023, considerando la participación del personal de esta empresa privada. Respecto al diseño de investigación se le configura como no experimental de corte transversal (en un periodo de tiempo determinado), igualmente le corresponde el nivel correlacional, de tipo básico. La población estuvo conformada por el personal que labora en la corporación de forma permanente. En el contexto metodológico se trabajó con una muestra de 35 colaboradores como unidades de estudio. Se utilizó la técnica de la encuesta, y como instrumento se aplicó el cuestionario cuyo propósito fue la obtención de datos por cada variable investigada. Se determinó la validez del cuestionario a través de juicios de expertos con resultado de aplicable, y la confiabilidad se realizó a través del alfa de Cronbach cuyo indicador fue alto.

Los resultados de la investigación en cuanto a la comprobación de la hipótesis general se determinaron mediante la prueba estadística de Chi-cuadrado cuyo p-valor de 0,000 fue menor a 0,05. Por lo que se concluye, que la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es significativa.

Palabras clave: Comunicación interna, clima organizacional, comunicación formal, comunicación informal, comunicación estratégica, desempeño organizacional, satisfacción laboral, compromiso organizacional.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the relationship between internal communication and the organizational climate of the G&V Corporation of Tacna in the year 2023, considering the participation of the staff of this private company. Regarding the research design, it is configured as non-experimental, cross-sectional (in a specific period of time), and the correlational level, of a basic type, also corresponds. The population was made up of the personnel who work in the corporation permanently. In the methodological context, we worked with a sample of 35 collaborators as study units. The survey technique was used, and the questionnaire was applied as an instrument, the purpose of which was to obtain data for each variable investigated. The validity of the questionnaire was determined through expert judgments with a result of applicable, and the reliability was carried out through Cronbach's alpha, whose indicator was high.

The results of the research regarding the verification of the general hypothesis were determined using the Chi-square statistical test whose p-value of 0,000 was less than 0.05. Therefore, it is concluded that the relationship between internal communication and the organizational climate in the G&V Corporation of Tacna is significant.

Keywords: Internal communication, organizational climate, formal communication, informal communication, strategic communication, organizational performance, job satisfaction, organizational commitment.

INTRODUCCIÓN

Una organización se caracteriza en los tiempos actuales como un sistema de competencia abierta en el mercado empresarial, en especial en el rubro de hospedaje y alojamientos, existiendo cadenas transnacionales que representan un mundo complejo en cuanto a su gestión y administración.

La comunicación interna, como parte de la comunicación social es una función fundamental para gestionar una empresa o institución, fortaleciendo de esta manera la toma de decisiones que se tomen a favor de una organización.

Con referencia al clima organizacional, se trata de un componente esencial para toda gestión de dirección de una empresa o institución, se sabe que el ambiente de trabajo es determinante para el buen cumplimiento de las funciones que le toca desempeñar a todo colaborador, y, por lo tanto, se hace necesario que exista un espacio de seguridad y confort para el óptimo desempeño de sus procesos. En consecuencia, se convierte en un desafío mantener un clima organizacional que contribuya a mejorar las relaciones humanas al interior de la corporación.

En este sentido, el trabajo de investigación contempla dos variables que representan un compromiso de toda organización con relación a sus colaboradores, una buena comunicación interna, así como un eficiente clima organizacional se traducen en la capacidad de gestión que posee una organización responsable y competitiva.

La estructura que se propone en el presente trabajo de investigación está de acuerdo con lo señalado en el reglamento de grados y títulos y se detalla del siguiente modo:

El Capítulo I presenta el planteamiento del problema, en él se detalla y señala la formulación de la pregunta genérica como esencia del trabajo de investigación, es decir, el problema a solucionarse considerando las variables que participan en la investigación; de otra parte, se incluyen la justificación, los objetivos, la hipótesis y la operacionalización de las variables.

El Capítulo II contiene el marco teórico, que a su vez contiene los antecedentes, las bases teóricas científicas y las bases teóricas conceptuales.

En el Capítulo III se presenta la metodología de la investigación clasificando el tipo y nivel de investigación, el diseño, la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos para la recolección de datos y finalizando con el procesamiento y análisis de los datos.

En el Capítulo IV se presentan los resultados de la investigación, así como su análisis e interpretación y la contrastación de las hipótesis.

Finalmente, en el Capítulo V se plantea la discusión de los resultados obtenidos, en base al ámbito metodológico y el proceso estadístico aplicado de acuerdo con las variables empleadas, para finalmente describir las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

La comunicación interna es una herramienta de considerable importancia gerencial para la cohesión y el encauce de grupos de personas asociadas para un fin determinado. En este sentido, Túñez y Costa (2015) señalan que: “A través de la comunicación, las organizaciones difunden con mayor eficiencia sus claves estratégicas y fortalecen, por tanto, su nivel de competitividad”. Por otro lado, el clima organizacional, se ha venido considerando como una parte fundamental en las empresas para abordar de forma efectiva diferentes competencias del ambiente y para el alcance esperado de sus objetivos. “El clima organizacional es un “estado homeostático” conformado por políticas formales de la organización y por las necesidades de sus colaboradores, sus valores y directivos” (Argyris, 1958 citado en Rubiano et al., 2020).

Se observa que en la Corporación G&V se desconoce cómo es el clima organizacional, lo que podría conllevar a un inadecuado desempeño organizacional, una conflictiva satisfacción laboral y una falta de compromiso organizacional, perjudicando el correcto desempeño de sus actores y ralentizando el alcance de los objetivos dispuestos.

De lo anteriormente descrito se le atribuye a la comunicación interna, la explicación de esta condición desfavorable para la empresa, por lo que urge la necesidad de comprender cómo se encuentran la comunicación formal, la comunicación informal, y la comunicación estratégica que se desarrollan en la corporación.

Se prevé a futuro que, si no se mejora la comunicación interna en la Corporación G&V, el clima organizacional se verá afectado propiciando una condición desfavorable que atente con el logro de los objetivos propuestos por la organización.

Se considera oportuno y necesario optimizar la administración de la comunicación interna en la Corporación G&V para que la empresa muestre un clima organizacional idóneo

que vaya en consonancia con el proceso necesario para el logro de sus objetivos y su funcionamiento ideal.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿Cómo es la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional en la Corporación G&V, Tacna - 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo es la relación entre la comunicación formal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna?
- b) ¿Cómo es la relación entre la comunicación informal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna?
- c) ¿Cómo es la relación entre la comunicación estratégica y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación teórica

El presente proyecto a disposición permitirá a través de los resultados obtenidos generar nuevos conocimientos en el ámbito de las relaciones públicas, y en forma particular en los campos de la comunicación interna y el clima organizacional que se caracterizan por ser trascendentales en las instituciones públicas y privadas. La investigación se orienta a lograr un clima organizacional favorable que permita fortalecer una sólida imagen a la institución, a través de los procesos y técnicas de la especialidad para contribuir con la gestión de turno.

El aporte de la presente investigación se orienta a comprender el comportamiento de los colaboradores mediante las dimensiones que presenta la comunicación interna, como son: la comunicación formal, informal y estratégica; por otro lado, se requiere profundizar el

concepto de clima organizacional, así como sus dimensiones de la desempeño organizacional, satisfacción laboral y compromiso organizacional.

“Se concluye que la justificación teórica en la tesis tiene como finalidad probar una teoría en el problema que se está investigando, y con ello ampliar y/o modificar los conocimientos existentes” (Guillén et al., 2020, p. 58)

1.3.2. Justificación práctica

La institución elegida como es la Corporación G&V en Tacna, requiere permanentemente conocer cómo se presenta el clima organizacional de su público interno, dada la naturaleza de sus funciones y el rol social que cumple con los servicios permanentes que presta a la comunidad.

A partir de los resultados obtenidos, urge la necesidad de monitorear profesionalmente las tendencias que presenta el clima organizacional a fin de asegurar la cohesión y un entorno propicio para el cumplimiento eficiente de las funciones de sus colaboradores, generando programas y planes a su favor.

“La justificación práctica se vincula con los resultados que la investigación demuestre y que logre aportar con la solución de un determinado problema en la empresa o sociedad, entre otros, asimismo hace posible la aparición de nuevos conocimientos” (Guillén et al., 2020, p. 59).

1.3.3. Justificación metodológica

La ejecución del presente estudio se realiza a través del método científico, se han aplicado las técnicas que pertenecen al ámbito de las ciencias sociales y que han sido seleccionadas de acuerdo al tratamiento de la información, así mismo se han utilizado los instrumentos que le otorguen validez y confiabilidad a la presente investigación. La técnica principal utilizada es la encuesta y el instrumento empleado es el cuestionario.

La metodología propuesta se sustenta en el campo científico de las ciencias sociales, empleando un método inductivo que parte con el planteamiento del problema y finaliza con la demostración de las pruebas de hipótesis, para finalmente, llegar a las conclusiones y sugerencias que demuestren los objetivos planteados.

“La justificación metodológica está relacionada con la aplicación de la metodología, es decir, el tipo de investigación, con el diseño de instrumentos de recolección de datos como el cuestionario, que representa su soporte para el tesista con relación a la problemática” (Guillén et al., 2020, p. 59).

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional en la Corporación G&V, Tacna – 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Encontrar la relación entre la comunicación formal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna.
- b) Inferir la relación entre la comunicación informal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna.
- c) Identificar la relación entre la comunicación estratégica y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La relación entre la comunicación interna y el clima organizacional en la Corporación G&V, Tacna - 2023 es significativa.

1.5.2. Hipótesis específicas

- a) La relación entre la comunicación formal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es alta.
- b) La relación entre la comunicación informal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es alta.
- c) La relación entre la comunicación estratégica y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es alta.

1.6. Operacionalización de variables

1.6.1. Variables de investigación

Las variables de investigación son de carácter cualitativo ordinales y están constituidas por la variable comunicación interna y la variable clima organizacional.

1.6.1.1. Variable 1: Comunicación interna

Es una herramienta que gestiona de manera estratégica los procesos, funciones, acciones de la organización en función del bien de los empleados, en base al intercambio de información bilateral, la igualdad y la equidad dentro de la organización, incluye la comunicación formal, comunicación informal y la comunicación estratégica (Gutiérrez, 2016).

Dimensiones:

- Comunicación informal
- Comunicación formal
- Comunicación estratégica

a) Variable 2: Clima organizacional

Medida perceptiva de los atributos de las organizaciones, que suele contemplar el desempeño organizacional, la satisfacción laboral y el compromiso organizacional (Brunet, 1987).

Dimensiones:

- Desempeño organizacional
- Satisfacción laboral
- Compromiso organizacional

1.6.2. Diseño operativo de las variables

DEFINICIÓN CONCEPTUAL VARIABLE 1	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	CATEGORÍA
<p>COMUNICACIÓN INTERNA Es una herramienta que gestiona de manera estratégica los procesos, funciones, acciones de la organización en función del bien de los empleados, en base al intercambio de información bilateral, la igualdad y la equidad dentro de la organización (Gutierrez, 2016).</p> <p>Definición operacional Es un proceso que desarrolla nexos internos entre los colaboradores de una organización a través de la comunicación formal, comunicación informal y la comunicación estratégica.</p>	<p>Comunicación formal “La comunicación formal se encarga de tratar temas laborales bajo un principio ético, legal y administrativo principalmente. Se trata de una comunicación planificada, sistemática y delineada por la organización (Brandolini et al, 2009, p. 34).</p>	Ascendente	1	<ul style="list-style-type: none"> - Totalmente de acuerdo - De acuerdo - Ni de acuerdo ni en desacuerdo - En desacuerdo - Totalmente en desacuerdo <p>ESCALA: Ordinal</p>
		Descendente	2	
		Horizontal	3	
	<p>Comunicación informal “Es aquella que surge de la espontaneidad y de la necesidad de comunicación de cualquier miembro de la empresa” (Arizcuren et al., 2008)</p>	Consultas	4	
		Comunicación interpersonal	5	
		Interacción social	6	
	<p>Comunicación estratégica “La comunicación estratégica es una interactividad, una tarea multidisciplinaria que pretende trabajar con una empresa en situación y proyección” (Scheinsohn, 2011, p. 93).</p>	Valores corporativos	7	
		Relevancia	8	
		Actividades sociales	9	

DEFINICIÓN CONCEPTUAL VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	CATEGORÍA
CLIMA ORGANIZACIONAL Medida perceptiva de los atributos de las organizaciones, que suele contemplar el desempeño organizacional, la satisfacción laboral y el compromiso organizacional (Brunet, 1987).	Desempeño organizacional “Consecución o buen accionar de objetivos, metas, relaciones con clientes, relaciones con el personal, resultados financieros, resultados operativos, políticas internas, evaluación de la gerencia; todo lo que sea relevante en el cumplimiento de la misión” (Del Valle, 2016, p. 21).	Motivación	10	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo ESCALA: Ordinal
		Eficiencia	11	
		Responsabilidad laboral	12	
	Satisfacción laboral “La actitud del trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla de su propio trabajo” (Vallejo, 2010, p. 105).	Liderazgo	13	
		Relaciones interpersonales	14	
		Sentido de pertenencia	15	
	Compromiso organizacional “El grado en que un empleado se identifica con una organización en particular y las metas de esta, y desea mantener su relación con ella” (Robbins y Judge, 2009, p. 79).	Actitudes	16	
		Compromiso afectivo	17	
		Desarrollo profesional	18	

1.6.3. Diseño de distribución por ítems de variables

VARIABLE 1	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS
Comunicación interna	Comunicación formal	Ascendente	1
		Descendente	2
		Horizontal	3
	Comunicación informal	Conductas	4
		Comunicación interpersonal	5
		Interacción social	6
	Comunicación estratégica	Actitudes	7
		Compromiso afectivo	8
		Desarrollo profesional	9

VARIABLE 2	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS
Clima organizacional	Desempeño organizacional	Motivación	10
		Eficiencia	11
		Responsabilidad laboral	12
	Satisfacción laboral	Liderazgo	13
		Relaciones interpersonales	14
		Sentido de pertenencia	15
	Compromiso organizacional	Actitudes	16
		Compromiso afectivo	17
		Desarrollo profesional	18

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo del presente proyecto se logró ubicar temas relacionados con el propuesto, sin embargo, de forma independiente, cada variable se muestra en contextos particulares para su análisis.

A continuación, se resumen las tesis que sirven de base como antecedentes para el presente trabajo de investigación:

2.1.1. A nivel internacional

Una primera tesis en el contexto internacional le corresponde a Gauchi (2013) cuya tesis se titula: “Comunicación interna y clima laboral organizacional de la empresa pasteurizadora San Pablo en la ciudad de Píllaro”.

En cuanto a la metodología presenta un diseño no experimental, el tipo de investigación es teórico y su nivel es correlacional. Empleó la técnica de la encuesta y el instrumento: el cuestionario, el cual presenta preguntas que son de tipo Likert y dan una opción al entrevistado a responder con mayor amplitud la percepción de los trabajadores de la empresa. Con relación a la muestra, se detalla que la población está representada por 23 trabajadores, y, que en consecuencia se consideró a la totalidad de ellos asumiendo el valor de una muestra.

La investigación concluye en que no existe una relación entre la comunicación interna y el clima organizacional y que se requiere mejorar el sistema de comunicación de la empresa.

2.1.2. A nivel nacional

Se halló una primera tesis de Chihuahua (2017) Titulada “Comunicación interna y clima organizacional de trabajadores en una institución educativa privada – Villa El

Salvador”, cuyo objetivo fue determinar si la comunicación interna se relaciona con el clima organizacional de trabajadores en una institución educativa privada en Villa El Salvador.

En cuanto a su metodología se trata de una investigación de diseño no experimental de corte transversal (un período de tiempo). El tipo de investigación es aplicado y el nivel es correlacional. La población está representada por 45 trabajadores del plantel, los mismos que serán encuestados en su totalidad, es decir, que la muestra está representada en este caso por la totalidad de la población. El estadístico empleado para la demostración de las hipótesis fue la Rho de Spearman.

La conclusión de la investigación llega a evidenciar que existe relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de los trabajadores en una institución privada en Villa El Salvador.

Una segunda tesis como antecedente en el plano nacional se tiene a la autora Quiñones (2017) con su tema denominado “Relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la gerencia de producción griferías de la empresa VSI industrial”.

El trabajo tuvo como objetivo identificar cómo se relaciona la comunicación interna y el clima organizacional en la Gerencia de Producción Griferías de la empresa VSI Industrial. Esta investigación se trabajó bajo un enfoque cuantitativo no probabilístico, en el que se emplearon métodos descriptivos.

En cuanto a su metodología se trata de una investigación de diseño no experimental de corte transversal (un período de tiempo). El tipo de investigación es aplicado de corte transversal siendo su nivel de investigación correlacional. La población está representada por 100 trabajadores de la empresa con más de tres años de labores en la organización. La muestra está representada por los 100 trabajadores, es decir, por la totalidad de la población.

La conclusión principal demuestra que la comunicación interna se relaciona significativamente con el clima organizacional, con un promedio porcentual significativamente alto.

2.1.3. A nivel local

Se encontró la tesis de Chara (2018) de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann denominada “La comunicación interna y el clima organizacional en la tienda D'MODA en la ciudad de Tacna – 2014”, su investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de los colaboradores, para lo cual, se identificó y resumió planteamientos teóricos respecto a ambas temáticas, luego, se describió la situación en la Tienda D'MODA, por consiguiente, se interpretó sus variables en forma predominantemente cuantitativa. Se justifica por su valor teórico, metodológico y práctico. Se aplicó un cuestionario en 35 colaboradores. Los resultados prueban la existencia de una relación significativa con el clima organizacional en la Tienda D'MODA.

El segundo trabajo local le pertenece a Paucar (2021) de la Universidad Privada de Tacna, su tesis denominada “La comunicación interna y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores del C.S. San Francisco durante el año 2021” tuvo como objetivo principal analizar la influencia que existe de la comunicación interna en el desempeño laboral de los colaboradores del Centro de Salud San Francisco, ubicado en el distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa de la ciudad de Tacna.

El tipo de investigación es básica, ya que los resultados se darán de forma rigurosa, organizada y sistemática para conocer la realidad, de nivel explicativo ya que se trabajará sobre hechos reales, de diseño no experimental explicativa. La población, estuvo conformada por 77 colaboradores nombrados que vienen realizando trabajo presencial. La técnica utilizada para recolectar información fue la encuesta, los instrumentos para la recolección de datos fue el cuestionario que están validados a través de juicios de expertos y determinado su confiabilidad a través del estadístico de fiabilidad (Alfa de Cronbach, KR-20).

Como conclusión general señala que la comunicación interna tiene una influencia importante en el desempeño laboral de los colaboradores del centro de salud San Francisco correspondiente al año 2021.

2.2. Bases teóricas científicas

2.2.1. Bases teóricas sobre la comunicación interna

2.2.1.1. Alcances de la comunicación interna

La comunicación en general es lo que mantiene dinámico el proceso administrativo y productivo de la organización que se encuentra en permanente renovación. En una organización, todo comunica. Este es el primer argumento y uno de los motivos por los cuales se afirma con seguridad que no existen organizaciones sin comunicación interna. La alta dirección o dirección general, los gerentes, los funcionarios de la más alta jerarquía, los mandos intermedios, los empleados, los trabajadores siempre hablan, interactúan, dialogan, realizan comentarios y hasta en cada uno de sus gestos comunican dentro y fuera de los ámbitos de trabajo.

De esta manera, la comunicación interna asume uno de los roles más importantes dentro de la gestión empresarial y considera la misión de generar confianza entre todos los miembros de la empresa con relación al proyecto de trabajo que se ejecuta dentro de la organización y fortalece su cultura. Un factor clave es que todos los colaboradores de la organización se comprometan con la comunicación interna que proponga la dirección ya que sus aportes, sugerencias harán posible generar una actitud comunicativa y participativa en donde escuchar sea tan importante como comunicar.

2.2.1.2. Definición de la comunicación interna

Según Guachi (2013) es el conjunto de procesos que permiten el intercambio de información entre los miembros de la empresa. Esta comunicación parte de la dirección y permite a sus integrantes tener conocimiento de los temas que les pueden afectar, profesionales o personales.

Una segunda definición sostiene que la comunicación interna comprende informar a todos los integrantes de una entidad sobre sus actividades y, especialmente, involucrar a dichos miembros en las acciones de la organización (Arizcuren et al., 2008).

Se puede argumentar que la comunicación interna es una herramienta de gestión que se convierte en una técnica fundamental para cualquier tipo de administración. Se le reconoce también como un medio para alcanzar determinados objetivos, donde el enfoque principal está en alcanzar la eficacia en la recepción y en la interpretación de los mensajes.

La comunicación interna se dirige al público interno, a cada uno de sus colaboradores y surge cuando se busca propiciar un entorno productivo, armonioso y participativo.

De acuerdo con las dos definiciones mostradas, la comunicación interna se ocupa también de gestionar las relaciones entre los diferentes *stakeholders* internos y afecta a la percepción que estos tienen de la organización.

Por tanto, se puede señalar que la comunicación contribuye a la creación de la reputación corporativa, a nivel interno, pero también externo, esto debido a que los públicos internos se convierten en portavoces de la empresa también fuera del trabajo, en su contexto familiar y de ocio. La percepción que transmiten sobre la organización en sus interacciones diarias con parte de la familia, amigos y de otras personas influye directamente en la reputación externa de la empresa o institución.

2.2.1.3. Dimensiones de la comunicación interna

La comunicación interna presenta tres dimensiones que hacen posible su valoración y medición de forma integral, a continuación, se presenta a cada una de ellas.

2.2.1.3.1. Comunicación formal

La comunicación formal se encarga de tratar temas laborales bajo un principio ético, legal y administrativo principalmente. Se trata de una comunicación planificada, sistemática y delineada por la organización. Generalmente, de forma oficial utiliza la escritura como medio de expresión y canales oficialmente instituidos. Suele ser más lenta que la informal ya que requiere del cumplimiento de las normas y tiempos institucionales. (Brandolini et al., 2009).

La comunicación formal presenta tres indicadores:

- La comunicación ascendente: Se trata de la comunicación que proviene de los miembros de la organización a la dirección de la misma. Mediante este tipo de comunicación los miembros de una empresa o institución pueden participar de manera activa contribuyendo con el logro de objetivos de la organización.
- Esta comunicación facilita un mejor conocimiento de los integrantes de la empresa y hace posible conocer directamente posibles conflictos y soluciones a futuro.
- La comunicación descendente: Es aquella comunicación que se inicia en las áreas directivas de la organización y desciende utilizando los canales oficiales. Su objetivo es que todo el personal conozca y entienda los principios y metas de la organización, de modo que se logre la credibilidad y la confianza de su público interno, para luego extender la idea de participación, identificación y agilizar los canales de transmisión de la información, fortaleciendo el rol jerárquico y favorecer y hacer operativa la comunicación (Brandolini et al., 2009).
- La comunicación horizontal: Se entiende por comunicación horizontal a la transmisión de información entre grupos de trabajo o personas que están al mismo nivel jerárquico. Este tipo de comunicación es fundamental para lograr una coordinación eficiente entre los miembros de la empresa. Es más intensa que la vertical, debido a que las personas se comunican con mayor sinceridad y libertad con sus iguales que con sus superiores.
- La comunicación horizontal incentiva y consolida el compañerismo y el trabajo en equipo, previene confusiones mejora la formación y el conocimiento de los miembros, lo que simplifica la toma de decisiones.

2.2.1.3.2. Comunicación informal

La comunicación informal es aquella que surge de la espontaneidad y de la necesidad de comunicación de cualquier miembro de la empresa. Suele ser personal y no está sujeta a regulaciones, lo que la sitúa en una posición ambivalente, como una herramienta con potencial tanto positivo como negativo. (Arizcuren et al., 2008).

Existen una corriente de expertos que consideran que la comunicación informal es muy necesaria para fomentar la integración de las personas de una entidad, a través de la “socialización” en el grupo y la participación en el mismo, contribuyendo con ello a una mayor identificación con la organización y a una mayor cohesión interna.

La comunicación interna en el campo de la investigación es con frecuencia estudiada en el campo de la comunicación organizacional, sobre todo para vincularse con tres dimensiones que presenta la comunicación organizacional como son: los flujos de comunicación, las redes de comunicación y los canales de comunicación, las mismas que contribuyen a coordinar y controlar las actividades de los miembros y relaciones organizacionales con el público interno.

La comunicación informal suele presentar tres elementos como medidores.

- Las consultas: Condición necesaria para entablar una comunicación sobre un hecho de interés particular y grupal que no emana de una necesidad de información oficial. Las consultas en la comunicación informal responden a la curiosidad natural de todo colaborador en prevenir situaciones futuras que suele afrontar toda organización, generada muchas veces por una inestabilidad económica o política a nivel macro.
- La comunicación interpersonal: Es la comunicación que se presenta entre dos personas o más para abordar temas de carácter general o empresarial dentro de una organización de manera informal.
- La interacción social: La interacción social es un proceso de participación conjunta de hechos que generan una comunicación participativa y que logra una coordinación de quienes participan de ella. La interacción social hace posible el proceso de socialización dentro de la empresa haciendo posible una mayor confianza y credibilidad entre los miembros de la organización.

2.2.1.3.3. Comunicación estratégica

“La comunicación estratégica es una interactividad, una tarea multidisciplinaria que pretende trabajar con una empresa en situación y proyección” (Scheinson, 2011, p. 93).

La comunicación estratégica presenta tres indicadores:

- **Valores corporativos:** Son los atributos que posee una empresa o institución, los valores definen la forma de comportarse y trabajar. Representan la respuesta a la pregunta: ¿Cómo se comporta la organización?
- **Relevancia:** Que representa la importancia y trascendencia de un hecho de interés común, que logra un impacto en la percepción de una o varias personas.
- **Actividades sociales:** Las actividades sociales en el campo de la comunicación interna están referidas a toda programación o evento que genere la organización a fin de buscar una interacción entre su público interno y externo.

2.2.1.4. La gestión de la comunicación interna

La función de la Comunicación Interna –en cuanto a su ubicación en la estructura organizativa– se encuentra en muchas ocasiones en una situación un tanto indefinida, aunque por su creciente y reconocida importancia aspira a convertirse en una unidad funcional con peso propio dentro de la estructura de la empresa.

Las relaciones públicas con una trayectoria más consolidada en la gestión empresarial, han establecido firmemente su posición en la alta dirección. En cuanto a la comunicación interna, es frecuente que su responsabilidad recaiga en el departamento de Talento Humano.

En la realidad corporativa o empresarial no resulta extraño encontrar casos en los que se forman áreas de comunicación unificadas que contiene toda la comunicación, tanto interna como externamente. Esta característica suele presentarse en grandes corporaciones, mientras que en las pequeñas y medianas organizaciones son los gerentes quienes asumen las tareas propias de los profesionales de la Comunicación Interna. La complejidad de administrar la comunicación requiere de profesionales altamente preparados y con la experticia adecuada.

2.2.1.5. Necesidad de valorar la comunicación interna

De acuerdo con Carretón y Ramos (2009) La necesidad de establecer comunicación interna a menudo aparece cuando:

- La comunicación evita repeticiones en los procesos de gestión, cosa que está directamente vinculada con la eficacia y los costes, pues es una forma de corregir arbitrariedades.
- Para dar coherencia y confianza a las acciones y, en general, a los procesos de cambio.
- Para alinear los objetivos individuales con los colectivos.
- Para crear una cultura corporativa sólida: establecer un estilo propio.
- Para que repercuta en la consecución de objetivos generales de la organización
- Para potenciar el ahorro económico y de tiempo en el análisis y la aplicación de la estrategia.

Y, en especial, para concienciar a todos los empleados de la importancia y necesidad de gobernar los procesos comunicativos, que añadan valor a la organización y a su marca.

2.2.1.6. Medios empleados por la comunicación interna

Se puede mencionar el aporte sustancial que proporciona López (2019) al precisar los medios de los que se vale la comunicación interna:

a) Señalizaciones

Representan un medio que lo conforman en general todos aquellos carteles o símbolos que hacen posible la identificación de cada sector de la empresa o institución.

b) Buzón de sugerencias

Es el espacio que hace posible que los integrantes de una empresa participen de la misma a través de una misiva o carta escrita dando a conocer sus aportes, inquietudes o reclamos a la empresa. Resulta complicado encontrarlos hoy en día debido a que la presencia de los buzones virtuales en las plataformas digitales, han reemplazado en gran medida a los clásicos buzones físicos; sin embargo, la tecnología trae consigo un supuesto de mejorar con agilidad y rapidez la comunicación interna.

- Correo electrónico: Se trata de una herramienta muy útil y eficaz. Permite que el destinatario sea una persona o grupo, se destaca por la comodidad y rapidez de enviar mensajes a quienes sean de interés.
- Intranet: Es la denominada red interna de la organización que posibilita a todos los trabajadores y empleados, a través de una identificación personal, publicar, almacenar e intercambiar contenido con el resto de miembros de la organización. Se trata de un medio que agiliza y facilita la comunicación interna a través del *feedback*.
- Reuniones: Representa el trabajo de escucha e intercambio de información dentro de una organización. Normalmente se genera de forma presencial y cara a cara. Existen una serie de reuniones de diversos tipos, según sean las necesidades de información de la organización considerando determinados momentos o situaciones. Se suelen organizar reuniones de trabajo, de organización, de debate, de diálogo abierto para solucionar conflictos, de toma de decisiones, de formación, de futuros proyectos, etc.
- Audiovisuales: Se trata de una herramienta muy útil de formación, información y promoción de la organización, sobre todo en reuniones, que rompe con el discurso tradicional.
- Entrevistas individuales: A diferencia de las reuniones, las entrevistas individuales se preparan entre dos participantes. Normalmente se dan entre altos directivos y niveles subordinados de la empresa o institución. Se considera una buena oportunidad tanto para empleado como para directivo ya que se puede hablar con libertad y sin intermediarios.
- Manual de trabajador y/o empresa: Es un documento que se utiliza para dar a conocer a todo colaborador acerca de los objetivos de la organización y familiarizarlo con la misma. Por lo general, se suele entregar a los empleados en sus primeros días de trabajo.
- Acogida: En relación con lo descrito en el punto anterior, un colaborador con experiencia y normalmente con un rango superior al del principiante recién incorporado, dará una bienvenida acogedora presentando la organización, los compañeros, y haciendo que el nuevo miembro se sienta integrado y cómodo para que su inserción sea de lo más rápida posible.

2.2.2. Bases teóricas sobre el clima organizacional

Alcances sobre el clima organizacional

El estudio del clima organizacional es importante en el ámbito empresarial porque permite conocer la interacción entre los colaboradores de una empresa o institución. Conocer la tendencia de su conducta, así como su desempeño en la organización hace factible prevenir los denominados brotes de indisciplina, una de las causas que suelen distorsionar el clima organizacional en la empresa.

2.2.2.1. Definición sobre clima organizacional

Chiavenato (2007) genera el siguiente concepto sobre clima organizacional:

La cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan sus miembros y que influye en su conducta. Este término se refiere específicamente a las propiedades motivacionales del ambiente organizacional, es decir, a los aspectos de la organización que causan diferentes tipos de motivación en sus participantes (p. 87).

El reconocido autor hace mención de la necesidad de disponer de una información vinculante al clima organizacional para establecer las motivaciones laborales que se requieran para lograr una satisfacción laboral en los colaboradores de la institución.

Una segunda definición referente al clima organizacional señala que se trata de una “medida perceptiva de los atributos de las organizaciones” (Brunet, 1987, p. 18).

Una tercera definición considera lo siguiente: “El concepto de clima organizacional se deriva de las propuestas administrativas que otorgan una importancia determinante al factor humano dentro de la organización, en particular la escuela de las relaciones humanas y las teorías de la motivación”. (Prieto, 2011, p. 63).

Al precisar tres definiciones vinculadas con el clima organizacional se puede deducir que se trata de conocer el ambiente en el cual se desenvuelven los colaboradores de una organización considerando esencialmente sus características y condiciones de trabajo en la organización.

En esta perspectiva, se requiere conocer el contexto de la organización y su rol de apoyo a la comunidad para mejorar las vinculaciones con su público interno y externo. Cada organización presenta una forma particular de ser percibida por su entorno social y queda el reto de asumir con responsabilidad el brindar un buen servicio o producto que garantice la aceptación del público y se identifique con su propuesta de trabajo.

2.2.2.2. Dimensiones del clima organizacional

Los tipos de clima organizacional se fundamentan en el aporte realizado por Questionpro (2022) y son los siguientes:

2.2.2.2.1. Desempeño organizacional

Consecución o buen accionar de objetivos, metas, relaciones con clientes, relaciones con el personal, resultados financieros, resultados operativos, políticas internas, evaluación de la gerencia; todo lo que sea relevante en el cumplimiento de la misión. (Del Valle, 2016, p. 21).

El desempeño organizacional implica conocer tres indicadores para su medición operativa:

- **Motivación:** Factor psicológico que permite elevar la moral y la actitud de un colaborador de la empresa a cargo de un especialista en psicología o similar.
- **Eficiencia:** Resultado de logros alcanzados por una empresa en base a los objetivos trazados.
- **Responsabilidad laboral:** Está referido al cumplimiento responsable de las funciones encomendadas a quienes laboran dentro de una organización (Castillo, 2010).

2.2.2.2.2. Satisfacción laboral

En este tipo de clima organizacional se utilizan las recompensas o penalizaciones para motivar a los empleados.

Por otro lado, la satisfacción laboral, para una mejor comprensión en términos de evaluación requiere de tres criterios básicos:

a) Liderazgo

El liderazgo está representado por la acción de los líderes. Un líder es una persona a quien se recurre para la interpretación de los mensajes, la acción, eventos fortuitos o problemas. (Fuentes, 1994). El liderazgo es percibido por el personal, como el estilo de mando y la forma de ejercer el poder en la organización.

El liderazgo se define como “la persona que influye en el cambio de conducta de otros, supera a sus seguidores y da el ejemplo” (Delano, 1998, p. 42).

El liderazgo es un factor determinante en la organización, ya que le aporta personalidad, responsabilidad, compromiso y sobre todo lealtad a los propósitos que persigue la gestión encargada de conducir la empresa o institución.

b) Relaciones Interpersonales

Es el conjunto de habilidades que tiene el ser humano de establecer comunicación con otras personas pues están destinados a convivir, relacionarse y compartir sus experiencias con los demás. Cuando se establecen relaciones con otras personas las actitudes y conductas tienden a configurar una determinada forma de interaccionar que, en buena parte condiciona el proceso de relación. (Barceló, 2008).

Las relaciones interpersonales en el campo educativo no escapan del manejo de estas relaciones y las más empleadas son las humanas, laborales y las interpersonales, facilitando las funciones de los trabajadores que se desenvuelven dentro de este campo.

c) Sentido de pertenencia

El sentido de pertenencia es la satisfacción de una persona al sentirse parte de una comunidad. Es el sentimiento de arraigo e identificación de un individuo con un grupo, que genera compromiso con ese colectivo. (Brea, 2014).

Por lo descrito, el sentido de pertenencia se caracteriza por ser una vivencia que combina lo personal e íntimo con lo oficial y colectivo, fundamentándose en la memoria colectiva y el simbolismo compartido dentro de una comunidad. Su significado en la esfera individual deriva de las afiliaciones, creencias e ideologías particulares. Mediante este sentimiento, se genera en el individuo una conciencia de su conexión con el grupo y el territorio común.

Es por las razones expuestas que el sentido de pertenencia es fundamental para el desarrollo de los procesos de cooperación social, permitiendo a la comunidad contrarrestar tendencias de fragmentación y fortaleciendo la inclusión y cohesión social.

2.2.2.2.3. Compromiso organizacional

El compromiso organizacional está referido a la responsabilidad de cumplir con las funciones encargadas por parte de la Dirección.

Amorós (2007) define el compromiso organizacional como:

El grado en que un empleado se identifica con una organización específica y con sus metas, además su deseo por quedarse en ella como integrante. Las investigaciones muestran que existe una relación negativa entre el compromiso organizacional y el ausentismo y la rotación, sobre todo de este último, pues demuestra ser un mejor indicador de la rotación que la satisfacción en el puesto (p. 73).

De acuerdo con la definición presentada se puede afirmar que el compromiso organizacional tiene la capacidad de afectar positivamente a la organización, pero, considerando que su público interno debe comprometerse con los objetivos de la misma, logrando así mejorar su clima organizacional mientras se construye una adecuada reputación corporativa.

El compromiso organizacional es cuantificable a través de los siguientes componentes o indicadores:

a) Actitudes

La actitud es la predisposición de aceptar o rechazar una situación o condición que puede ser una persona o hecho.

Las actitudes se expresan a partir de las acciones y las opiniones que se generan frente a una situación, las actitudes pueden ser positivas o negativas, lo que generará un efecto o una acción favorable o desfavorable, frente a la toma de decisiones que el sujeto debe realizar para emprender sus tareas (Babativa, 2017).

Las actitudes desempeñan un rol importante para comprender el comportamiento de toda persona, especialmente aquellas se desenvuelven dentro de una organización.

b) Compromiso afectivo

Deseo de un colaborador de permanecer laborando en una organización debido a una atadura netamente emocional. Podríamos traducirlo en “se está en la organización porque así se quiere” (Quiñones, 2017, p. 42).

c) Desarrollo profesional

El desarrollo profesional está circunscrito al ámbito organizacional, cuando un individuo se siente en una fase de crecimiento en su trabajo ya que ha alcanzado objetivos importantes y por lo tanto, experimenta cierto nivel de autorrealización (Quiñones, 2017).

2.2.2.3. Tipo de clima organizacional: enfoque comunicacional

Los tipos de clima comunicativo son una categorización respecto al modo en que se realiza la comunicación en una organización. Lucas (1997) se centra en cuatro grandes procedimientos: círculo, rueda, cadena y total.

- La comunicación circular: Es la comunicación que se inicia en un sujeto y vuelve a él después de circular por otra serie de miembros de la organización; un proceso que

registra comunicaciones unidireccionales y bidireccionales entre los distintos miembros.

- La comunicación rueda: La comunicación rueda es un modelo de red altamente centralizado, en que un individuo monopoliza la capacidad de conducción de los flujos comunicacionales. Este tipo de red funciona operativamente en grupos de fuerte coherencia interna, con objetivos claramente delineados. (Delano, 1998)
- La comunicación cadena: Donde se observa un flujo de comunicación parecido a la circular, aunque la comunicación no se extiende hasta el último eslabón, y la cadena responde a una estructura organizacional rígida.
- La comunicación total: En este tipo de comunicación, todos los sujetos dentro de la organización se relacionan de manera holística.

2.3. Bases conceptuales o referenciales

Para el presente trabajo de investigación se consideran las siguientes las bases conceptuales:

La comunicación interna

“Procesos comunicativos que se llevan a cabo dentro de la organización interna”
(Ramos et al., 2017, p. 20).

Se suele precisar que la comunicación interna de la empresa representa el conjunto de procesos que hacen posible el intercambio de información entre los colaboradores de la empresa.

Esta comunicación parte de la dirección y posibilita a sus integrantes obtener conocimiento acerca de los temas que les pueden afectar sean de carácter profesional o personal.

Comunicación formal

La comunicación formal se define como:

En este tipo de comunicación es requerida la solemnidad, protocolo, etiqueta y todas las herramientas que permitan mantener el formalismo debido, por ejemplo: el uso correcto de los tratamientos de las personas a las que se dirige el mensaje, forma en la que se inicia el saludo, etc. (Traverso et al., 2017, p. 26).

Comunicación informal

“Se le denomina así porque la comunicación es flexible, y no procede de un órgano oficial de la empresa, es espontánea, libre y abierta a cualquier tema, por ejemplo, comunicación entre compañeros de trabajo” (Traverso et al., 2017, p. 26).

Comunicación estratégica

Es aquella que se convierte en una necesidad dentro de la organización, ya que, muchos trabajadores realizan y miden sus tareas diarias de forma propia y no las relacionan a los propósitos de la organización (Campos, 2021). Se suele orientar a los valores.

Clima organizacional

El clima organizacional es la identificación de características que hacen los individuos que componen la organización y que influyen en su comportamiento, lo que hace necesario para su estudio, la consideración de componentes físicos y humanos, donde prima la percepción del individuo dentro de su contexto organizacional (García, 2009).

Desempeño organizacional

Consecución o buen accionar de objetivos, metas, relaciones con clientes, relaciones con el personal, resultados financieros, resultados operativos, políticas internas, evaluación de la gerencia; todo lo que sea relevante en el cumplimiento de la misión (Del Valle, 2016).

Satisfacción laboral

“Actitud general de un individuo hacia su empleo. La actitud del trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla de su propio trabajo” (Vallejo, 2010, p. 105).

Compromiso organizacional

El grado en que un empleado se identifica con una organización en particular y las metas de ésta, y desea mantener su relación con ella. Por tanto, involucramiento en el trabajo significa identificarse con un trabajo específico, en tanto que el compromiso organizacional es la identificación del individuo con la organización que lo emplea (Robbins y Judge, 2009).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación es una actividad que se orienta a solucionar problemas. Su objetivo radica en encontrar respuestas a preguntas mediante el empleo de procesos científicos.

A la presente investigación le corresponde el tipo de investigación pura, básica o teórica porque pretende contribuir con la teoría de la comunicación interna y la teoría del clima organizacional.

Se entiende como investigación pura, básica o tórica como: “El estudio de un problema, orientado exclusivamente a la búsqueda de conocimiento” (Baena, 2017, p. 17).

3.1.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es correlacional, en razón que pretende analizar el nivel de relación entre dos variables.

“Tienen como propósito conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, variables, categorías o fenómenos en un contexto en particular. Permiten cierto grado de predicción” (Hernandez y Mendoza, 2018, p. 36).

3.1.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental. “Los diseños no experimentales se apoyan en la observación de la información o de los datos que se obtienen, tal y cual se expresan las variables en la realidad, no tiene influencia el investigador en el comportamiento de las variables” (Velázquez y Nérida, 2013, p. 122).

En el caso de la investigación presentada se debe considerar dentro de las modalidades de investigación no experimental corresponde a la investigación ex post facto (después del hecho) y a la descriptiva.

La investigación ex post facto trata de determinar las relaciones entre las variables, tal y cual se suelen presentar en la realidad, en esta modalidad el investigador no manipula las variables, es decir, no interviene en ellas.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población en el presente estudio está representada por el conjunto de personas que se vinculan a los consorcios o negocios de hoteles, registrándose a los colaboradores que pertenecen a la Corporación G&V de Tacna, que en total son 35 colaboradores.

“En las ciencias sociales la población es el conjunto de individuos o personas u organizaciones que son motivo de investigación” (Ñaupas et al., 2014).

3.2.2. Muestra

Según Vara (2012) el método por conveniencia “Es un muestreo no probabilístico, los criterios para seleccionar la muestra no son estadísticos, son racionales, suelen ser los más frecuentes, por ser más económicas y, en algunos casos, más convenientes” (p. 223).

Para efecto del presente trabajo se consideró una muestra de 35 trabajadores de la corporación que reúnen los requisitos de la población para ser encuestados. El método se denomina Muestreo por conveniencia, intencional o por criterio. Este es el mejor tipo de muestreo no probabilístico. “El muestreo se realiza sobre la base del conocimiento y criterios del investigador. Se basa, primordialmente, en la experiencia con la población” (Vara, 2012, p. 226).

3.3. Técnicas de recolección de datos

Para recolectar los datos se aplicó una encuesta directa, mediante un instrumento como es el cuestionario el mismo que será confiable y validado por expertos en la especialidad.

La técnica empleada es la encuesta debido a que: “Persigue indagar la opinión que tiene un sector de la población sobre determinado problema” (Polanía et al., 2020).

La encuesta ha sido validada por tres expertos docentes en la especialidad a fin de garantizar el contenido de las preguntas realizadas y que atienden a los objetivos requeridos para la presente investigación.

El instrumento aplicado es el cuestionario definido como: “Conjunto de preguntas formuladas por escrito para ciertas personas, para que opinen sobre un asunto en específico” (Polanía et al, 2020, p. 47).

La técnica de recolección de datos está sujeta a la metodología que requiere la investigación en cuanto a la distribución del instrumento entre las personas seleccionadas para aplicarles el cuestionario diseñado de acuerdo con las necesidades de la investigación.

3.3.1. Confiabilidad del cuestionario

Tabla 1

Confiabilidad del cuestionario

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,920	18

Nota. Data SPSS v 24.

El índice de Cronbach evidencia que el cuestionario general obtuvo un valor del 92,20 %, por lo que se considera confiable.

3.3.2. Confiabilidad por variable

Confiabilidad de la comunicación interna

Tabla 2

Confiabilidad comunicación interna

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,872	9

Nota. Data SPSS v 24.

El índice de Cronbach evidencia que la variable comunicación interna del cuestionario general obtuvo un valor del 87,2 %, por lo que el instrumento se considera confiable

Confiabilidad de clima organizacional

Tabla 3

Confiabilidad de clima organizacional

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,834	9

Nota. Data SPSS v 24.

El índice de Cronbach evidencia que la variable clima organizacional del cuestionario general obtuvo un valor del 83,4 %, por lo que el instrumento se considera confiable.

3.3. Procesamiento y análisis de datos

Los procedimientos se ciñen al método científico y se desarrollan de acuerdo al diseño no experimental, considerando a la encuesta directa y personal, se aplicó un instrumento validado como es el cuestionario, el mismo que contiene a las dos variables empleadas; y, estuvo en función a las hipótesis planteadas y coordinadas para la información

requerida. Con relación a las fuentes de información estas serán primarias y secundarias, considerándose los requerimientos de cada variable, así como los indicadores respectivos.

En cuanto al análisis y discusión de las variables, se procederá según la característica metodológica del nivel correlacional considerando los antecedentes de la presente investigación; de modo tal, que se logre establecer la probable relación existente entre las variables participantes con sus respectivas dimensiones; finalmente, el propósito es el de establecer los valores significativos que demuestren las hipótesis planteadas bajo un enfoque riguroso estadístico y arribar a las conclusiones que respondan a los objetivos planteados.

3.3.1. Prueba de normalidad

Tabla 4

Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COMUNICACIÓN INTERNA (Agrupada)	0,319	35	0,000	0,744	35	0,000
CLIMA ORGANIZACIONAL (Agrupada)	0,433	35	0,000	0,586	35	0,000
Comunicación formal (Agrupada)	0,249	35	0,000	0,806	35	0,000
Comunicación informal (Agrupada)	0,337	35	0,000	0,711	35	0,000
Comunicación estratégica (Agrupada)	0,371	35	0,000	0,714	35	0,000
Desempeño organizacional (Agrupada)	0,351	35	0,000	0,708	35	0,000
Satisfacción laboral (Agrupada)	0,362	35	0,000	0,727	35	0,000
Compromiso organizacional (Agrupada)	0,376	35	0,000	0,716	35	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Elaboración propia con uso del SPSS.

Por tratarse de una muestra menor a 50 personas se emplea la prueba de Shapiro - Wilk.

Condición:

Si: el Valor de significancia es $> 0,05$ entonces se trata de una distribución normal.

Si: el Valor de significancia es $< 0,05$ entonces se trata de una distribución **no** normal.

En este caso presenta una distribución no paramétrica (no normal).

Al obtenerse valores de significancia menores a 0,05 se trata de dos variables no paramétricas cualitativas y, por lo tanto, se empleará el estadístico Chi-cuadrado.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados obtenidos

En el desarrollo de la presente investigación se procede a mostrar los resultados obtenidos en el proceso de obtención de los datos sobre la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna.

Con relación al método seleccionado se trata de una investigación cualitativa, que utilizó como instrumento de investigación al cuestionario con 18 preguntas, que fueron aplicadas a una muestra de 35 personas que laboran en la empresa. El cuestionario presenta una escala politómica, que contempla cinco categorías:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

4.2. Análisis e interpretación de resultados

4.2.1. Resultados Variable: Comunicación interna

4.2.1.1. Análisis por dimensión

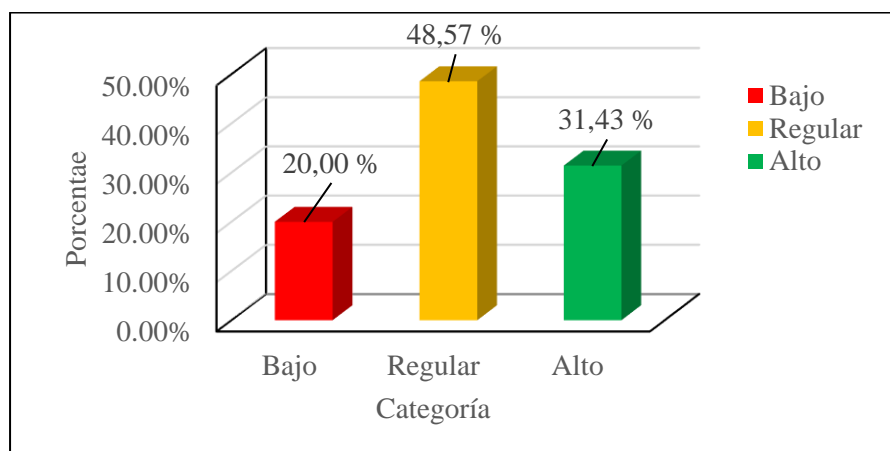
Dimensión 1: Comunicación formal

Tabla 5

Nivel de la comunicación formal

ITEM	F	%
Bajo	7	20,00 %
Regular	17	48,57 %
Alto	11	31,43 %
Total	35	100,00 %

Nota. Cuestionario aplicado.

Figura 1*Nivel de la comunicación formal**Nota.* Tabla 5.**Análisis e interpretación**

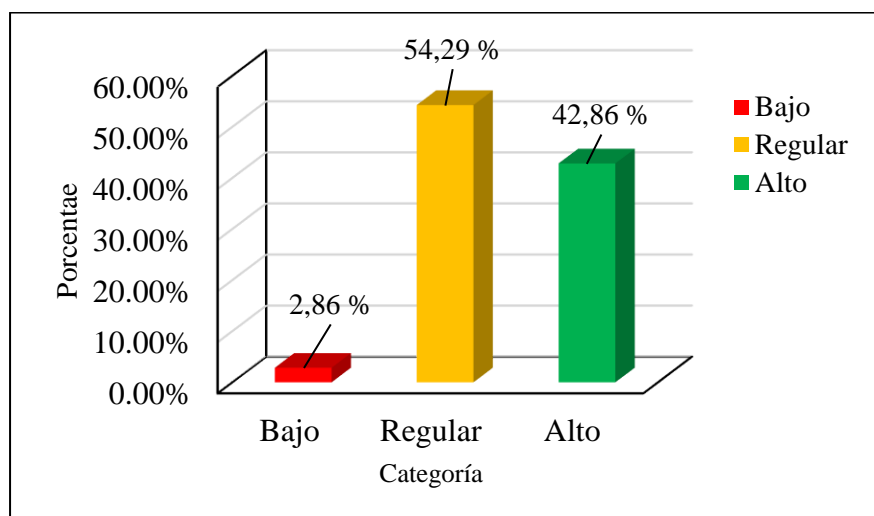
En la presente figura se observa que un 20,00 % de los encuestados consideran que el nivel de la *comunicación formal* en la corporación G&V de Tacna es bajo; en tanto que un 48,57 % manifiesta que es regular; finalmente, el 31,43 % señala que es alto.

Se interpreta en estos resultados que existe una tendencia desfavorable del 68,57 % y favorable del 31,43 % en relación a la *comunicación formal* en la empresa.

Dimensión 2: Comunicación informal**Tabla 6***Nivel de la comunicación informal*

ITEM	F	%
Bajo	1	2,86 %
Regular	19	54,29 %
Alto	15	42,86 %
Total	35	100,00 %

Nota. Cuestionario aplicado.

Figura 2*Nivel de la comunicación informal**Nota.* Tabla 6.**Análisis e interpretación**

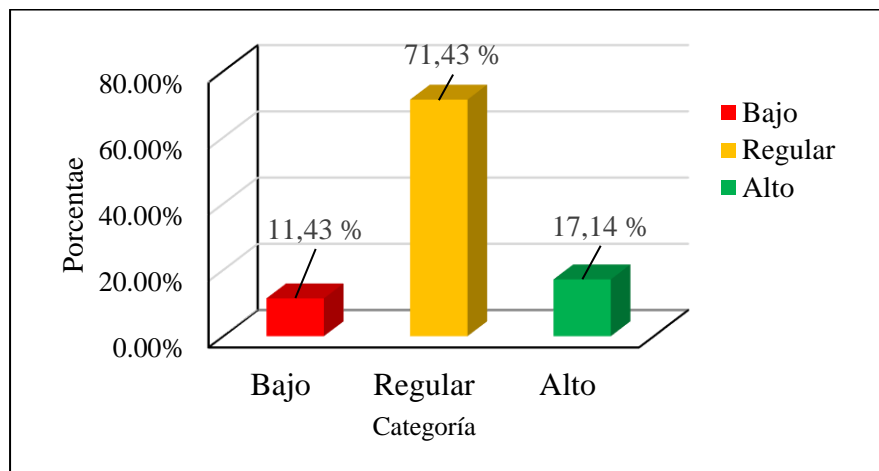
En la presente figura se observa que un 2,86 % de los encuestados consideran que el nivel de la *comunicación informal* en la Corporación G&V de Tacna es bajo; en tanto que un 54,29 % manifiesta que es regular; finalmente, el 42,86 % señala que es alto.

Se interpreta en estos resultados que existe una tendencia desfavorable del 57,14 % y favorable del 42,86 % en relación a la *comunicación informal* en la empresa.

Dimensión 3: Comunicación estratégica**Tabla 7***Nivel de la comunicación estratégica*

ITEM	F	%
Bajo	4	11,43 %
Regular	25	71,43 %
Alto	6	17,14 %
Total	35	100,00 %

Nota. Cuestionario aplicado.

Figura 3*Nivel de la comunicación estratégica**Nota.* Tabla 7.**Análisis e interpretación**

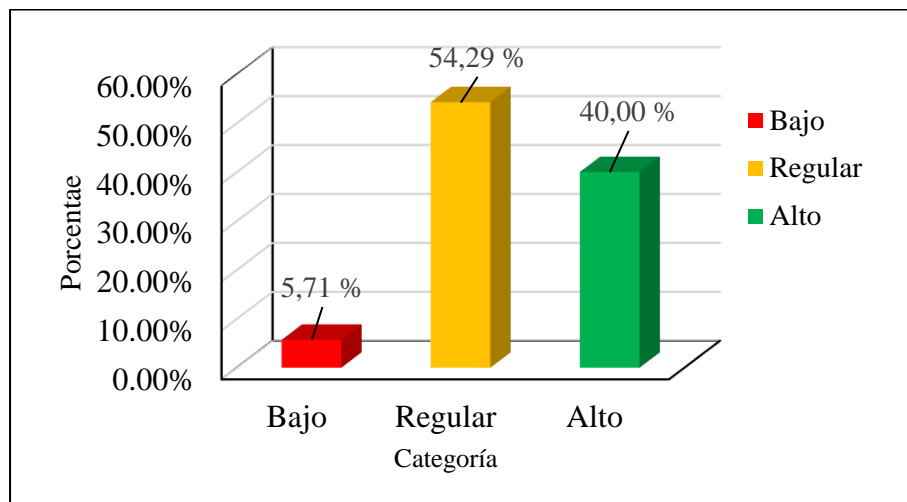
En la presente figura se observa que un 11,43 % de los encuestados consideran que el nivel de la *comunicación estratégica* en la Corporación G&V de Tacna es bajo; en tanto que un 71,43 % manifiesta que es regular; finalmente el 17,14 % señala que es alto.

Se interpreta en estos resultados que existe una tendencia desfavorable del 82,86 % y favorable del 17,14 % en relación a la *comunicación estratégica* en la empresa.

4.2.1.2. Análisis general de la variable: Comunicación interna**Tabla 8***Nivel de la comunicación interna*

ITEM	F	%
Bajo	2	5,71 %
Regular	19	54,29 %
Alto	14	40,00 %
Total	35	100,00 %

Nota. Cuestionario aplicado.

Figura 4*Nivel de la Comunicación interna*

Nota. Tabla 8.

Análisis e interpretación

En la presente figura se observa que un 5,71 % de los encuestados consideran que el nivel de la *comunicación interna* en la Corporación G&V de Tacna es bajo; en tanto que un 54,29 % manifiesta que es regular; finalmente, el 40,00 % señala que es alto.

Se interpreta en estos resultados que existe una tendencia desfavorable del 60,00 % y favorable del 40,00 % en relación a la *comunicación interna* de la corporación.

4.2.2. Resultados Variable: Clima organizacional

4.2.2.1. Análisis por dimensión

Dimensión 4: Desempeño organizacional

Tabla 9

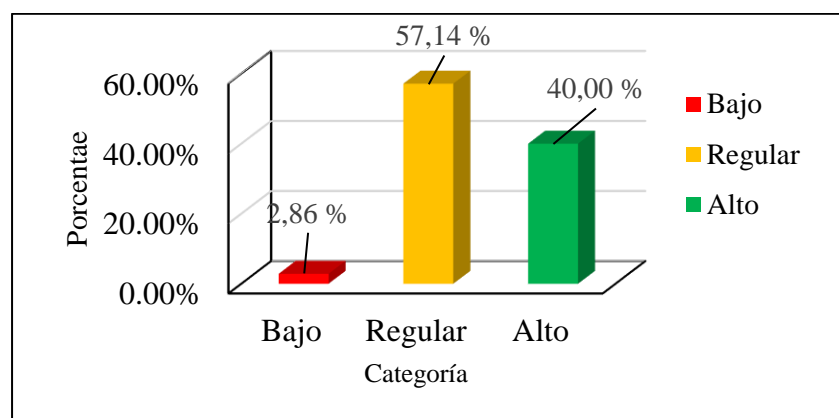
Nivel del desempeño organizacional

ITEM	F	%
Bajo	1	2,86 %
Regular	20	57,14 %
Alto	14	40,00 %
Total	35	100,00 %

Nota. Cuestionario aplicado.

Figura 5

Desempeño organizacional



Nota. Tabla 9.

Análisis e interpretación

En la presente figura se observa que un 2,86 % de los encuestados consideran que el nivel de *desempeño organizacional* en la Corporación G&V de Tacna es bajo; en tanto que, un 57,14 % manifiesta que es regular; finalmente, el 40,00 % señala que es alto.

Se interpreta en estos resultados que existe una tendencia desfavorable del 60,00 % y favorable del 40,00 % en relación al nivel del *desempeño organizacional* en la empresa.

Dimensión 5: Satisfacción laboral

Tabla 10

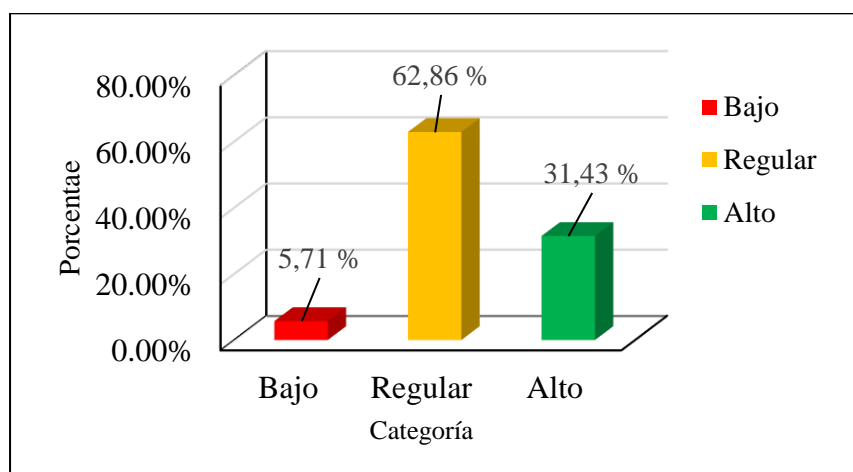
Nivel de satisfacción laboral

ITEM	F	%
Bajo	2	5,71 %
Regular	22	62,86 %
Alto	11	31,43 %
Total	35	100,00 %

Nota. Cuestionario aplicado.

Figura 6

Nivel de satisfacción laboral



Nota. Tabla 10.

Análisis e interpretación

En la presente figura se observa que un 5,71 % de los encuestados consideran que el *nivel de satisfacción laboral* en la Corporación G&V de Tacna es bajo; en tanto que, un 62,86 % manifiesta que es regular; finalmente, el 31,43 % señala que es alto.

Se interpreta en estos resultados que existe una tendencia desfavorable del 68,57 % y favorable del 31,43 % en relación al *nivel de satisfacción laboral* en la corporación.

Dimensión 6: Compromiso organizacional

Tabla 11

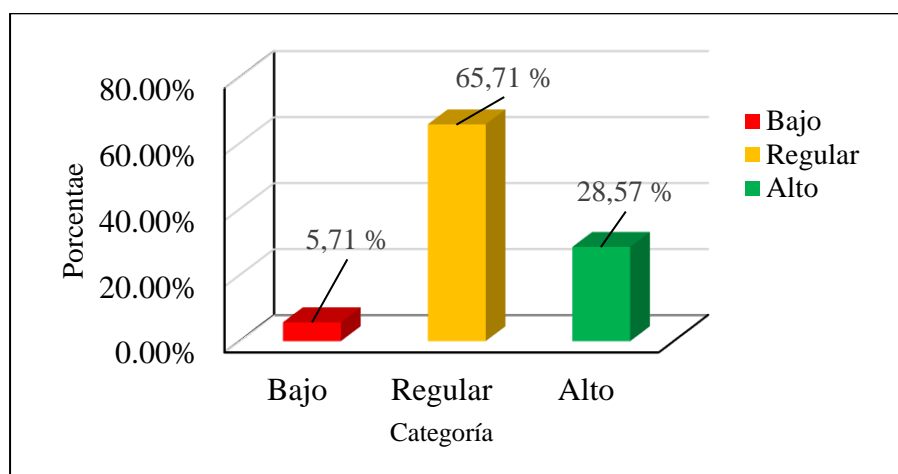
Nivel de compromiso organizacional

ITEM	F	%
Bajo	2	5,71 %
Regular	23	65,71 %
Alto	10	28,57 %
Total	35	100,00 %

Nota. Cuestionario aplicado.

Figura 7

Nivel de compromiso organizacional



Nota. Tabla 11.

Análisis e interpretación

En la presente figura se observa que un 5,71 % de los encuestados consideran que el *nivel de compromiso organizacional* en la Corporación G&V de Tacna es bajo; en tanto que, un 65,71 % manifiesta que es regular; finalmente, el 28,57 % señala que es alto.

Se interpreta en estos resultados que existe una tendencia desfavorable del 68,57 % y favorable del 31,43 % en relación al *nivel compromiso organizacional* en la corporación.

4.2.2.2. Análisis general de la variable: Clima organizacional

Tabla 12

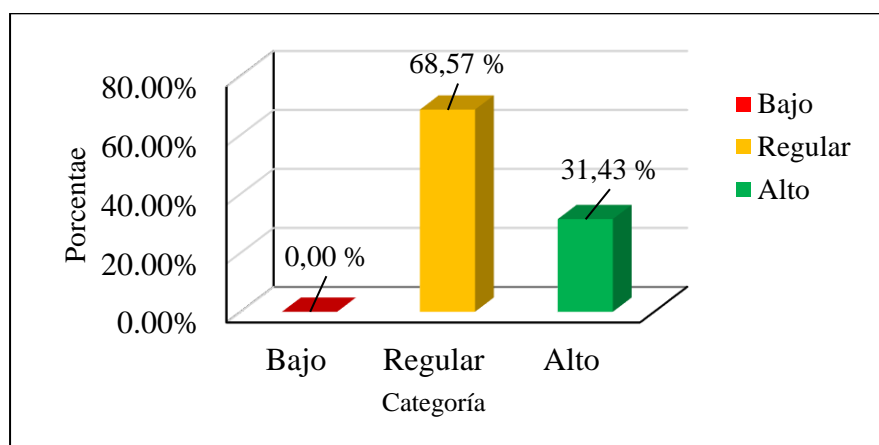
Nivel del clima organizacional

ITEM	F	%
Bajo	0	0,00 %
Regular	24	68,57 %
Alto	11	31,43 %
Total	35	100,00 %

Nota. Cuestionario aplicado.

Figura 8

Nivel del clima organizacional



Nota. Tabla 12.

Análisis e interpretación

En la presente figura se observa que un 0,00 % de los encuestados consideran que el *nivel del clima laboral* en la Corporación G&V de Tacna es bajo; en tanto que, un 65,71 % manifiesta que es regular; finalmente, el 28,57 % señala que es alto.

Se interpreta en estos resultados que existe una tendencia desfavorable del 68,57 % y favorable del 31,43 % en relación al *nivel compromiso organizacional* en la corporación.

4.3. Contrastación de hipótesis

4.3.1. Verificación de hipótesis específicas

4.3.1.1. Verificación de primera hipótesis específica

Ha: La relación entre la comunicación formal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es alta.

Ho: La relación entre la comunicación formal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna no es alta.

Decisión: Si p valor es menor que 0,05 se rechaza hipótesis nula

Tabla 13

Hipótesis específica 1: Comunicación formal y clima organizacional

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,412a	2	0,001
Razón de verosimilitud	14,839	2	0,001
Asociación lineal por lineal	11,682	1	0,001
N de casos válidos	35		

a. 3 casillas (50,0 %) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,20.

Nota. Elaboración propia con uso del SPSS.

El P valor = 0,001 es menor que 0,05 entonces, se rechaza la hipótesis nula.

Conclusión

Existen evidencias estadísticas a un nivel de confianza del 95 %, y un nivel de significancia del 5 % para afirmar que el P-valor es menor que el nivel de significancia ($0,001 < 0,05$). Se concluye con el rechazo de la hipótesis nula (H_0). Por tanto, se puede afirmar que la relación entre la *comunicación formal* y el *clima organizacional* en la Corporación G&V de Tacna es alta.

4.3.1.2. Verificación de segunda hipótesis específica

Ha: La relación entre la comunicación informal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es alta.

Ho: La relación entre la comunicación informal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna no es alta.

Decisión: Si p valor es menor que 0,05 se rechaza hipótesis nula

Tabla 14

Hipótesis específica 2: Comunicación informal y clima organizacional

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,992a	2	0,007
Razón de verosimilitud	10,597	2	0,005
Asociación lineal por lineal	9,171	1	0,002
N de casos válidos	35		

a. 3 casillas (50,0 %) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 0,31.

Nota. Elaboración propia con uso del SPSS.

El P valor = 0,007 es menor que 0,05 entonces, se rechaza la hipótesis nula.

Conclusión

Existen evidencias estadísticas a un nivel de confianza del 95 %, y un nivel de significancia del 5 % para afirmar que el P-valor es menor que el nivel de significancia ($0,007 < 0,05$). Se concluye con el rechazo de la hipótesis nula (H_0). Por tanto, se puede afirmar que la relación entre la *comunicación informal* y el *clima organizacional* en la Corporación G&V de Tacna es alta.

4.3.1.3. Verificación de tercera hipótesis específica

Ha: La relación entre la comunicación estratégica y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es alta.

Ho: La relación entre la comunicación estratégica y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna no es alta.

Decisión: Si p valor es menor que 0,05 se rechaza hipótesis nula

Tabla 15

Hipótesis específica 3: Comunicación estratégica y clima organizacional

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,974a	2	0,007
Razón de verosimilitud	10,613	2	0,005
Asociación lineal por lineal	8,713	1	0,003
N de casos válidos	35		

a. 4 casillas (66,7 %) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,26.

Nota. Elaboración propia con uso del SPSS.

El P valor = 0,007 es menor que 0,05 entonces, se rechaza la hipótesis nula.

Conclusión

Existen evidencias estadísticas a un nivel de confianza del 95 %, y un nivel de significancia del 5 % para afirmar que el P-valor es menor que el nivel de significancia ($0,007 < 0,05$). Se concluye con el rechazo de la hipótesis nula (H_0). Por tanto, se puede afirmar que la relación entre la *comunicación estratégica* y el *clima organizacional* en la Corporación G&V de Tacna es alta.

4.3.2. Verificación de hipótesis general

Ha: La relación entre la comunicación estratégica y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es alta.

Ho: La relación entre la comunicación estratégica y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna no es alta.

Decisión: Si p valor es menor que 0.05 se rechaza hipótesis nula

Tabla 16

Verificación hipótesis general

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,346a	2	0,000
Razón de verosimilitud	18,987	2	0,000
Asociación lineal por lineal	14,713	1	0,000
N de casos válidos	35		

a. 3 casillas (50,0 %) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 0,63.

Nota. Elaboración propia con uso del SPSS Versión 25.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Discusión de resultados

Para establecer la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V, Tacna – 2023, se aplicó un cuestionario con escala Likert de cinco categorías, el mismo que incluía a las dos variables de la investigación; además, dicho instrumento fue sometido al método de juicio de expertos, quienes la validaron, de tal manera que se certifica la validez de los resultados conseguidos.

5.1.1. En el plano a nivel internacional

Una primera tesis en el contexto internacional le corresponde a Gauchi (2013) cuya tesis se titula: “Comunicación interna y clima laboral organizacional de la empresa pasteurizadora San Pablo en la ciudad de Píllaro”. La investigación concluye en que no existe una relación entre la comunicación interna y el clima organizacional y que se requiere mejorar el sistema de comunicación de la empresa. En el caso de la investigación presente, se demostró que existe una relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V, por lo tanto, difiere con la investigación realizada por Cristina Gaichi.

5.1.2. En plano a nivel nacional

Se halló una primera tesis de Chihuahua (2017) Titulada “Comunicación interna y clima organizacional de trabajadores en una institución educativa privada – Villa El Salvador”.

La conclusión de la investigación de Chihuahua (2017) llega a evidenciar que existe relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de los trabajadores en una institución privada en Villa El Salvador.

En el caso de la investigación presente, se demostró que existe una relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V; por lo tanto, presenta una similitud con la investigación realizada por Kimberli Chihuahua.

La segunda tesis como antecedente en el plano nacional Quiñones (2017) con su tema denominado “Relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la gerencia de producción griferías de la empresa VSI industrial”.

La conclusión principal demuestra que la comunicación interna se relaciona significativamente con el clima organizacional, con un promedio porcentual significativamente alto.

En el caso de la investigación presentada, igualmente, se demostró que existe una relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V; por lo tanto, guarda similitud con la investigación realizada por Elizabeth Quiñones.

5.1.3. En el plano a nivel local

Se encontró la tesis de Chara (2018) de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, titulada: “La comunicación interna y el clima organizacional en la tienda D’Moda en la ciudad de Tacna – 2014”.

La conclusión principal de su trabajo de investigación señala que existe una relación directa entre la comunicación interna y el clima organizacional.

El segundo trabajo local le pertenece a Paucar (2021) de la Universidad Privada de Tacna, su trabajo tuvo como objetivo principal analizar la influencia que existe de la comunicación interna en el desempeño laboral de los colaboradores del Centro de Salud San Francisco, establecimiento de salud que se encuentra ubicado en el distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa de la ciudad de Tacna.

Como conclusión general señala que la comunicación interna tiene una influencia importante en el desempeño laboral de los colaboradores del Centro de Salud San Francisco correspondiente al año 2021.

En el caso de la presente investigación, se demostró que existe una relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V; por lo tanto, coincide con los resultados obtenidos en la investigación realizada por Juli Paucar.

CONCLUSIONES

1. Se ha demostrado que existe una relación entre la comunicación formal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna y es alta. Esta afirmación se comprueba en la Tabla 9, donde al aplicar el estadístico Chi cuadrado se obtiene un p-valor de 0,001 menor al 0,05 de error; por lo tanto, se mantiene una tendencia alta entre la comunicación formal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna.
2. Se ha demostrado que la relación entre la comunicación informal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es alto. Esta afirmación se comprueba en la Tabla 10, donde al aplicar el estadístico Chi-cuadrado se obtiene un p-valor de 0,007 menor al 0,05 de error.
3. Se ha demostrado que la relación entre la comunicación estratégica y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es alto. Esta afirmación se comprueba en la Tabla 11, donde al aplicar el estadístico Chi cuadrado se obtiene un p-valor de 0,007 menor al 0,05 de error.
4. Se ha demostrado que la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna es significativa. Esta afirmación se comprueba en la Tabla 12, donde al aplicar el estadístico Chi cuadrado se obtiene un p-valor de 0,000 menor al 0,05 de error.

RECOMENDACIONES

1. Habiéndose establecido que existe un nivel alto de relación entre la comunicación formal y el clima organizacional, se sugiere desarrollar un plan de comunicación adecuado a las necesidades de la Corporación G&V que impulsen actividades directamente vinculadas a los objetivos específicos de la organización, siendo de suma utilidad el empleo de herramientas y técnicas en la especialidad de Comunicación y Relaciones Públicas que permitan consolidar las condiciones de la comunicación formal al interior de la empresa.
2. Considerando que existe un nivel alto de relación entre la comunicación informal y el clima organizacional, se propone implementar un taller de comunicación asertiva con el propósito de fortalecer la relación intra laboral entre los colaboradores de la corporación y lograr su participación activa en los eventos planificados por parte de la empresa; en el mismo sentido, se logre una motivación en cada uno de los integrantes que participen de este propósito de carácter eminentemente laboral. En tal sentido, se debe comprometer al área o dependencia encargada de asumir todo lo relacionado a las relaciones humanas laborales de la corporación.
3. Al haberse comprobado la existencia de un alto nivel de relación entre la comunicación estratégica y el clima organizacional, se ve oportuno mencionar el requerimiento de conformar un equipo de trabajo que asuma la responsabilidad de generar actividades relacionadas con la comunicación estratégica como dinámicas grupales que permitan consolidar la participación, la intervención y ejecución de actividades que posibiliten mejorar las condiciones laborales así como de mejorar el sistema de comunicación interna de la organización. En tal sentido, se espera lograr una motivación en el personal de la corporación para un mejor desempeño en sus funciones.
4. Al haberse demostrado la hipótesis general que existe una relación significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna; se hace necesaria la implementación de un programa de actividades comunicacionales que logren el fortalecimiento y el compromiso de los colaboradores de la empresa a

fin de lograr una mayor competitividad y productividad en los servicios que ofrece a la comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amorós, E. (2007). *Comportamiento organizacional. En busca del desarrollo de ventajas competitivas*. Lambayeque: USAT.
https://www.academia.edu/10362382/Comportamiento_Organizacional_En_Busca_de_l_Desarrollo_de_Ventajas_Competitivas
- Arizcuren, A., Cabezas, E., Cañete, N., Casado, M., & Fernández, P. (2008). *Comunicación interna Guía de las buenas prácticas de comunicación interna*. Madrid: Feaps.
<https://www.plenainclusion.org/sites/default/files/bp-comunicacion-interna.pdf>
- Babativa, D. (2017). *Psicología organizacional*. Bogotá: Areandina.
<https://core.ac.uk/download/pdf/326426111.pdf>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Patria.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Barceló, T. (2008). *Entre personas una mirada cuántica a nuestras relaciones humanas*. Bilbao: Descleé de Brouwer.
<https://www.edesclée.com/img/cms/pdfs/9788433022752.pdf>
- Brandolini, A., Gonzáles, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna*. Buenos Aires: La Crujía. <https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/view/978/965/3193-1>
- Brea, L. (2014). *Factores determinantes del sentido de pertenencia de los estudiantes de arquitectura de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Campus Santo Tomás de Aquino*. [Trabajo de investigación, Universidad de Murcia].
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/963>
- Brunet, L. (1987). *El clima de trabajo en las organizaciones*. México D.F.: Trillas.
<https://corganizacional1.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/02/el-clima-de-trabajo-en-las-organizaciones.pdf>

- Carreton, C., & Ramos, I. (2009). *Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna*. Alicante: AIRP.
- Castillo, A. (2010). *Introducción a las relaciones públicas*. Madrid: IIRP.
https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf
- Chara, D. (2018). *La comunicación interna y el clima organizacional en la tienda D'Moda en la ciudad de Tacna - 2014*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann]. <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/3253>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano en las organizaciones*. Mexico D.F.: Mc Graw Hill.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1145/1/Chiavenato-Recursos%20humanos%20na%20ed.pdf>
- Chihuahua, K. (2017). *Comunicación interna y clima organizacional de trabajadores en una institución educativa privada – Villa El Salvador, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/13042>
- Del Valle, J. (2016). *Modelo asociativo entre factores determinantes del desempeño organizacional y la satisfacción de los públicos en instituciones educativas*. [Tesis Doctoral, Universidad de Montemorelo].
<https://dspace.um.edu.mx/handle/20.500.11972/195>
- Delano, B. (1998). *Las relaciones públicas en Chile*. Santiago: Universitaria.
<https://www.bibliotecanacionaldigital.gob.cl/coleccion/BND/00/RC/RC0040000.pdf>
- Fuentes, M. (1994). *Tecnologías sociales relaciones públicas y comunicación organizacional*. Arequipa: UCSM.

- García, M. (2009). Clima organizacional y su diagnóstico: Una aproximación conceptual. *Cuadernos de Administración*(43), 43-61.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225014900004>
- Guachi, C. (2013). *Comunicación interna y clima laboral organizacional de la empresa pasteurizada San Pablo en la ciudad de Píllaro*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Guachi, C. (2013). *Comunicación interna y clima laboral organizacional de la empresa pasteurizadora San Pablo en la ciudad de Píllaro*. [Trabajo de investigación, Universidad Técnica de Ambato].
<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/5740>
- Guillén, O., Sánchez, M., & Begazo, L. (2020). *Pasos para elaborar una tesis de tipo correlacional*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú. https://cliic.org/2020/Taller-Normas-APA-2020/libro-elaborar-tesis-tipo-correlacional-octubre-19_c.pdf
- Gutierrez, P. (2016). *Plan de comunicación interno y externo para la Secretaría del Buen Vivir*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- Hernandez, R., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación las rutas cualitativas cuantitativas y mixta*. México: Mc Graw Hill.
<http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>
- López, L. (2019). *La comunicación en las organizaciones*. [Trabajo de grado, Universidad de Girona]. https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/17161/LopezAnguloLaura_Treball.pdf?sequence=1
- Lucas, A. (1997). *La comunicación en la empresa y las organizaciones*. Barcelona: Colección Boch Comunicación.

- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Paucar, J. (2021). *La comunicación interna y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores del C.S. San Francisco durante el año 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna]. <http://hdl.handle.net/20.500.12969/2183>
- Polanía, C., Félix, C., Castañeda, G., Vargas, I., Calvache, O., & Abanto, W. (2020). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Lima: Institución José Antonio Camacho y Universidad Cesar Vallejo.
<https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/596>
- Prieto, J. (2011). *Gestión estratégica organizacional: Guía práctica para el diagnóstico empresarial*. Bogotá: Ecoe. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/05/Gesti%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-organizacional-5ta.pdf>
- Questionpro. (9 de mayo de 2022). *Grupo IPS especialistas en recursos humanos*. Blog de reclutamiento y recursos humanos en México: <https://www.ips.com.mx/blog/cuales-son-los-tipos-de-clima-organizacional>
- Quiñones, E. (2017). *Relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la gerencia de producción griferías de la empresa VSI Industrial*. [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3244>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. México D.F.: Pearson.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf

- Scheinsohn, D. (2009). Comunicación estratégica. *Cuadernos del centro de estudios en diseño y comunicación. Ensayos*(28), 145-150.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7340813>
- Tecillo, E., & Jácobo, D. (2021). *La relación de la comunicación interna con el clima organizacional de los colaboradores de Multilab en Lima Metropolitana en el 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú].
<https://hdl.handle.net/20.500.12867/5509>
- Traverso, P., Williams, B., & Palacios, I. (2017). *La comunicación efectiva como elemento de éxito en los negocios*. Samborondón: ECOTEC.
<https://libros.ecotec.edu.ec/index.php/editorial/catalog/download/13/12/72-1?inline=1>
- Vallejo, O. (2010). *Satisfacción laboral utopía o realidad*. Barranquilla: Educosta.
<http://hdl.handle.net/11323/1081>
- Vara, A. (2012). *7 Pasos para una tesis exitosa*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
<https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TEISIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Velázquez, Á., & Nérida, R. (2013). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.

ANEXOS

Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

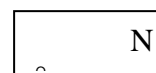
Comunicación interna y clima organizacional de la Corporación G&V, Tacna – 2023

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala Politómica	Categoría				
General: ¿Cómo es la relación entre la <i>comunicación interna</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V, Tacna - 2023?	General: <i>Determinar</i> la relación entre la <i>comunicación interna</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V, Tacna – 2023.	General: La relación entre la <i>comunicación interna</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V, Tacna - 2023 <i>es significativa</i> .	Variable 1 Comunicación interna	Comunicación Formal	Descendente Ascendente Horizontal	1 2 3	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	Baja Moderada Alta				
				Comunicación Informal	Consultas Comunicación interpersonal Interacción social	4 5 6						
				Comunicación Estratégica	Valores corporativos Relevancia Actividades sociales	7 8 9						
				Específica: ¿Cómo es la relación entre la <i>comunicación formal</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V de Tacna?	Específica: <i>Encontrar</i> la relación entre la <i>comunicación formal</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V de Tacna.	Específica: La relación entre la <i>comunicación formal</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V de Tacna <i>es alta</i> .			Variable 2 Clima organizacional	Desempeño organizacional	Motivación Eficiencia Responsabilidad laboral	10 11 12
										Satisfacción laboral	Liderazgo Relaciones interpersonales Sentido de pertenencia	13 14 15
										Compromiso organizacional	Actitudes Compromiso afectivo	

					Desarrollo profesional			
¿Cómo es la relación entre la <i>comunicación informal</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V de Tacna?	<i>Inferir</i> la relación entre la comunicación informal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna.	La relación entre la comunicación informal y el clima organizacional en la Corporación G&V de Tacna <i>es alta</i> .			Metodología: Tipo de investigación: Básico Nivel de investigación: Correlacional Diseño de la investigación: No experimental			
¿Cómo es la relación entre la <i>comunicación estratégica</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V de Tacna?	<i>Identificar</i> la relación entre la <i>comunicación estratégica</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V de Tacna	La relación entre la <i>comunicación estratégica</i> y el <i>clima organizacional</i> en la Corporación G&V de Tacna <i>es alta</i> .			Muestra: La muestra será de 35 colaboradores de la Corporación G&V.			

Nota. Elaboración propia

Anexo 2

**CUESTIONARIO**

Estimado colaborador, la presente encuesta servirá para realizar un trabajo de investigación estrictamente académico, que correlaciona la comunicación interna con la identidad corporativa en la Escuela de Comunicación de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.

Responda de acuerdo a la escala siguiente: “Totalmente en Desacuerdo (TD), En Desacuerdo (ED) Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo (NA/ND), De Acuerdo (DA) y Totalmente de Acuerdo (TA).

Gracias por su colaboración

CUESTIONARIO		1	2	3	4	5
		TD	ED	NA/ND	DA	TA
V 1: COMUNICACIÓN INTERNA						
N°	Comunicación formal					
1	Existe una comunicación descendente eficiente por parte de las autoridades de la empresa					
2	Se toman en cuenta sus opiniones a través de una comunicación ascendente para tomar ciertas decisiones					
3	Existe una comunicación horizontal oportuna entre los jefes y subordinados					
Comunicación informal						
4	Suele consultar a su jefe sobre información que desconoce					
5	Existe una comunicación interpersonal eficiente fuera y dentro del trabajo					
6	Existe una interacción social eficiente entre los trabajadores de la empresa					
Comunicación estratégica						
7	La empresa promueve sus valores corporativos con sus colaboradores					
8	La empresa impulsa una comunicación relevante para sus trabajadores					
9	La corporación promueve actividades sociales en beneficio de la comunidad					
V 2: CLIMA ORGANIZACIONAL						
N°	Desempeño organizacional					
10	La empresa motiva a sus colaboradores por el trabajo que realizan					
11	Los trabajadores cumplen con eficiencia los objetivos de su puesto de trabajo					
12	Existe una responsabilidad laboral entre los trabajadores					
Satisfacción laboral						
13	La empresa promueve el liderazgo entre sus colaboradores					
14	Las relaciones interpersonales son favorables entre los trabajadores					
15	La empresa genera un sentido de pertenencia en los colaboradores					
Compromiso organizacional						
16	La empresa favorece actitudes positivas para crecer en el trabajo					
17	Los trabajadores muestran un compromiso afectivo con la empresa					
18	La empresa motiva un desarrollo profesional en sus trabajadores					

Nota. Elaboración propia.

Anexo 3: Validación de instrumentos por docentes en la especialidad

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"La comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V, Tacna - 2023".

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos : *Mario Reynaldo Chambilla Cohrado*
 1.2. Cargo o institución dónde labora : *Docente UNJSG*
 1.3. Nombre del instrumento evaluado : *Matriz de validación*
 1.4. Autor (es) del instrumento : *Samuel Mario Ponce Zapana*

II. DATO ESPECÍFICOS

N°	INDICADORES	CRITERIOS	CATEGORÍAS				
			Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
			1	2	3	4	5
1	CLARIDAD	Está formulando con lenguaje apropiado y comprensible			X		
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables			X		
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			X		
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				X	
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad suficiente			X		
6	PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico científico					X
8	COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					X
10	APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X
Puntaje					4	1	5
Valoración			1	2	3	4	5
Total, Valoración Parcial			0	0	12	4	25

III. TOTAL, VALORACIÓN PARCIAL : *41*

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD : *El instrumento es aplicable*

[Firma]
 Firma del experto evaluador
 DNI: *00434561*

Validación de instrumentos por docentes en la especialidad

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"La comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V, Tacna - 2023".

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos : Mg. Christopher George Acevedo Velazco
 1.2. Cargo o institución dónde labora : Docente – Universidad Nacional Jorge Basadre
 1.3. Nombre del instrumento evaluado : Matriz de validación
 1.4. Autor (es) del instrumento : Samuel Mario Ponce Zapana

II. DATO ESPECÍFICOS

Nº	INDICADORES	CRITERIOS	CATEGORÍAS				
			Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
			1	2	3	4	5
1	CLARIDAD	Está formulando con lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				X	
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad suficiente				X	
6	PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico científico					X
8	COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				X	
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X
		Puntaje				7	3
		Valoración	1	2	3	4	5
		Total, Valoración Parcial	0	0	0	28	15

III. **TOTAL, VALORACIÓN PARCIAL** : 43 puntos. | Promedio 17

IV. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD** : El instrumento es lógico, coherente y bien estructurado. Es aplicable



Firma del experto evaluador
DNI: 41094705

Validación de instrumentos por docentes en la especialidad

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"La comunicación interna y el clima organizacional de la Corporación G&V, Tacna - 2023".

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos : *FLAVIO SIERRA CAHUATA*
 1.2. Cargo o institución dónde labora : *DOCENTE UNTBG.*
 1.3. Nombre del instrumento evaluado : Matriz de validación
 1.4. Autor (es) del instrumento : Samuel Mario Ponce Zapana

II. DATO ESPECÍFICOS

N°	INDICADORES	CRITERIOS	CATEGORÍAS				
			Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
			1	2	3	4	5
1	CLARIDAD	Está formulando con lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			X		
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad suficiente					X
6	PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico científico				X	
8	COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	
Puntaje					1	5	4
Valoración			1	2	3	4	5
Total, Valoración Parcial			0	0	3	20	20

III. TOTAL, VALORACIÓN PARCIAL *43*

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

APLICAR


 Firma del experto evaluador
 DNI: *00508409*