

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración

Tesis

**El impacto de la comunicación interna en el
comportamiento organizacional en la empresa
Corporación Vega S. A. C., en el
periodo 2021 - 2022**

Sharon Elizabeth Pérez Pisco

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración

Lima, 2022

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor

Mag. Miguel A. Capuñay Reátegui

0000-0002-7205-7765

Dedicatoria

Con cariño a Dios y a mi madre María Soledad Pisco Bazán, a ella por su sacrificio y esfuerzo, por su amor y dureza, por su apoyo incondicional, brindándome la oportunidad de poseer una profesión para mi posteridad y por confiar en mis capacidades.

A mi hija, Livana Erabeth Obregón Pérez y hermano Alonso Meza Pisco, quienes son la fuente de inspiración de mi vida y la fortaleza para seguir escalando superándome cada día, y quienes libran mi mente de las adversidades que se puedan presentar.

A mi compañero de vida por ser mi empuje cada día, por su apoyo incondicional que me ayuda a no rendirme jamás y así poder brindar un mejor futuro para nuestra querida familia; a ellos con mucho amor.

Agradecimiento

Gracias a Dios, a mi progenitora y a mi familia, quienes han hecho esto posible depositando su confianza en mí, y han sabido apoyarme en los instantes más débiles de mi existencia.

Agradezco a mi asesor, Mag. Miguel Angel Capuñay Reátegui, quien cada día me motivaba a seguir avanzando con este proyecto, un agradecimiento a los trabajadores a la empresa Vega por su apoyo, y a todos quienes han confiado en mí.

Índice de Contenido

Portada.....	i
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Índice de Contenidos	v
Índice de Tablas.....	viii
Índice de Figuras	ix
Resumen... ..	x
Abstract.....	xi
Introducción.....	xii
Capítulo I: Planteamiento Del Estudio... ..	14
1.1. Delimitación de la investigación:	14
1.1.1. Territorial.....	14
1.1.2 Temporal.....	14
1.1.3 Conceptual:.....	14
1.2. Planteamiento del problema	15
1.3 Formulación del Problema.....	17
1.3.1. Problema General:	17
1.3.2 Problemas Específicos... ..	17
1.4. Objetivos de la investigación.....	18
1.4.1 Objetivo General.....	18

1.4.2 Objetivos Específicos...	18
1.5. Justificación de la Investigación...	18
1.5.1 Justificación Teórica.....	18
1.5.2 Justificación Practica	19
1.5.3 Justificación Metodológica.....	19
Capítulo II: Marco Teórico.....	20
2.1. Antecedentes de la investigación.....	20
2.1.1 Artículos Científicos.....	20
2.1.2. Tesis Nacionales e Internacionales.....	23
2.2 Bases Teóricas... ..	27
2.2.1. La comunicación interna	27
2.2.2. Comportamiento organizacional.....	37
Capítulo III: Hipótesis y Variables.....	46
3.1 Hipótesis... ..	46
3.1.1. Hipótesis general	46
3.1.2. Hipótesis específicas.....	46
3.2. Identificación de variables.....	47
3.3. Operacionalización de variables.....	48
Capítulo IV: Metodología.....	50
4.1. Enfoque de la Investigación... ..	50
4.2. Tipo de la Investigación	50
4.3. Nivel de Investigación... ..	50
4.4. Métodos de Investigación.....	51

4.5. Diseño de la Investigación.....	51
4.6. Población y Muestra	51
4.6.1. Población.....	51
4.6.2 Muestra	52
4.7. Técnicas de Instrumentos y Recolección de Datos	53
4.7.1. Técnicas.....	53
4.7.2. Instrumentos.....	53
Capítulo V: Resultados.....	57
5.1. Descripción del Trabajo de Campo.....	57
5.2. Presentación de Resultados.....	57
5.2.1. Datos sociodemográficos.....	58
5.2.2. Análisis Estadísticos de la Variable Comunicación Interna.....	59
5.2.3. Análisis estadísticos de la variable comportamiento organizacional.....	71
5.3. Contrastación de Resultados.....	74
5.3.1. Prueba de Hipótesis General.....	74
5.3.2. Hipótesis Específica N° 1.....	76
5.3.3. Hipótesis Específica N° 2.....	78
5.3.4. Hipótesis Específica N° 3.....	80
5.4. Discusión de Resultados.....	81
Conclusiones.....	84
Recomendaciones.....	86
Referencias Bibliográficas.....	87
Apéndices.....	90

Índice de Tablas

Tabla 1 Definición conceptual de variables	49
Tabla 2 Matriz de operacionalización de variables	50
Tabla 3 Distribución de las dimensiones para la variable Comunicación Interna	56
Tabla 4 Distribución de las dimensiones para la variable Comportamiento Organizacional	57
Tabla 5 Alfa de Cronbach Alfa	58
Tabla 6 Perfil de Consumidor	59
Tabla 7 Información del indicador Gestión palabra pensada.....	61
Tabla 8 Información del indicador Gestión palabra pensada.....	62
Tabla 9 Información del indicador Gestión palabra pensada.....	64
Tabla 10 Información del Indicador Gestión Palabra Oral	65
Tabla 11 Información del Indicador Gestión Palabra Oral	67
Tabla 12 Información del Indicador Gestión Palabra oral	68
Tabla 13 Información del Indicador Gestión Palabra Escrita	70
Tabla 14 Información del Indicador Gestión Palabra Escrita	71
Tabla 15 Información de la dimensión del comportamiento organizacional.....	73
Tabla 16 Información de la dimensión del Comportamiento Organizacional	74
Tabla 17 Resultado de Chi cuadrado	76
Tabla 18 Resultado de Chi cuadrado de los factores entre la comunicación intrapersonal y comportamiento organizacional	78
Tabla 19 Resultado de Chi cuadrado entre la comunicación interpersonal y el comportamiento organizacional.....	80
Tabla 20 Resultado de Chi cuadrado entre actitud financiera y el financiamiento.....	82

Índice de Figuras

Figura 1 Dimensiones de la comunicación interna según Manuel Tessi.....	34
Figura 2 Sistema 1 ^a de la metodología de Manuel Tessi	35
Figura 3 Metodología de la Comunicación Interna Manuel Tessi	36
Figura 4 Triangulo de Dimensiones del Sistema 1A, método Manuel Tessi	37
Figura 5 Estructura del comportamiento en metas	45
Figura 6 Gráfico de edades de los comerciantes encuestados	58
Figura 7 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22	59
Figura 8 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22	61
Figura 9 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22	62
Figura 10 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22	64
Figura 11 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22	65
Figura 12 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22	67
Figura 13 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22	68
Figura 14 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22	70
Figura 15 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22	71
Figura 16 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22 y estudio de campo	72
Figura 17 Evidencia de trabajo de campo.....	98
Figura 18 Evidencia de lugar de trabajo.	99
Figura 19 Evidencia de lugar de trabajo	100
Figura 20 Evidencia de la implementación de Comunicación, inicio de labores guiadas.	101
Figura 21 Premiación por las metas alcanzadas	102
Figura 22 Premiación por las metas alcanzadas	103

Resumen

El actual estudio tiene como finalidad “Determinar cómo el impacto y la influencia de la comunicación interna influye en el clima organizacional en mejora de la productividad en la empresa Corporación Vega SAC.”, teniendo como tipo de estudio no experimental transversal de enfoque descriptivo.

La actual indagación se fundamenta en que las respuestas que se obtengan del mismo serán el punto de inicio para entender la trascendencia, necesidades y realidades de mejorar la intercomunicación para los comerciantes.

La población es determinada por 527 trabajadores, se trabajó con una muestra de 163 trabajadores bajo el método probabilístico, el instrumento que se empleó fue un interrogatorio de 15 interrogantes estructuradas en la escala de Likert de la cual se empleó como antecedente la metodología 1ª de Manuel Tessi, se alcanzó como fiabilidad 0.965, y se usó el chi-cuadrado de Pearson para probar la hipótesis y se logró un alto nivel de significación de 0,000. Por ello se concluye que las comunicaciones internas inciden positivamente en el comportamiento organizacional, por lo que se fomentan las comunicaciones internas integradas, considerando a cada miembro como un medio de comunicación.

Palabras Clave: **Comunicación interna, comportamiento y clima organizacional, clima laboral.**

Abstract

The recent education intentions to "Determine how the impact and influence of internal communication influences the organizational climate in improving productivity in the company Corporación Vega SAC.", having as a kind of non-experimental cross-sectional education with a evocative approach.

The current examination is founded on the detail that the answers obtained from it will be the preliminary opinion to comprehend the position, needs and realities of improving intercommunication for merchants.

The population is determined by 527 workers, we functioned with a example of 163 workers under the probabilistic method, the instrument used was an interrogation of 15 enquiries organized on the Likert measure of which the 1st organization of Manuel was used as background. Tessi, a reliability of 0.965 was reached, and Pearson's chi-cuadrado was castoff to test the theory and a tall equal of meaning of 0.000 was achieved. Consequently, it is decided that interior communications have a optimistic impact on structural behavior, which is why integrated internal communications are encouraged, considering each member as a means of announcement.

Keywords: **Internal communication, behavior and organizational climate, work environment.**

Introducción

Actualmente, nos encontramos en una sociedad marcada por la competitividad y agresividad empresarial. La actual crisis económica no solo es el resultado de la inestabilidad política del país sino también del desmanejo e ineficiencia total ante los efectos de la pandemia desatada por el Covid-19. Ello ha afectado severamente al sector empresarial y las terminaciones asignadas por el Estado vienen provocando variaciones en la comunidad y teniendo en consideración que las entidades se vinculan con varios agentes que colaboran dentro y fuera de la organización; ello conlleva a asumir nuevos retos a nivel de comunicación interna.

Por esta razón, se genera la importancia de desarrollar una táctica de formación y comprensión de los saberes, la empatía, la escucha activa, las habilidades y competencias relevantes para los líderes del colectivo frente a la transición por la que deben pasar. Es extremadamente esencial involucrar a los líderes organizacionales y mejorar sus habilidades de comunicación. Serán nuestros aliados clave para motivar e inspirar a todos los compañeros para que se conviertan en mensajeros del cambio y así se beneficien de un trato amable dentro de la organización.

Así, el presente trabajo de investigación pretende medir la trascendencia de las comunicaciones internas que influyen en los comportamientos organizacionales, analizando como antecedente la metodología 1ª de Manuel Tessi en su estructura intrapersonal, interpersonal y constitucional.

Asimismo, para facilitar la comprensión del contenido del presente trabajo de investigación, el mismo ha sido redactado de manera práctica y sencilla.

El actual estudio abarca 5 capítulos, los mismos que se detallan a continuación:

En el Capítulo I se enfoca la problemática en general destacando el planteamiento y formulación del problema; así mismo, se plantea el problema general y los problemas específicos, los objetivos y la justificación teórica, práctica y metodológica. En el Capítulo II, se detallan los antecedentes internacionales y nacionales, así como los fundamentos de las bases teóricas sobre comunicación interna y comportamiento organizacional; de igual forma se presenta la definición de términos básicos.

En el Capítulo III, se plantean las hipótesis tanto la general como las hipótesis específicas. De igual forma, se analizan las dimensiones de cada variable de estudio. En el Capítulo IV se detalla la metodología utilizada abordando aspectos tales como el enfoque, nivel, tipo, método y diseño de la investigación. De igual forma, se presentan la determinación del universo o población, así como la muestra, la confiabilidad, validez y las técnicas e instrumentos de investigación utilizados.

Finalmente, en el Capítulo V, se describe el análisis e interpretación de los resultados estadísticos de las preguntas que se asocian a las variables de comunicación interna y comportamiento organizacional, y también los resultados, conclusiones y las correspondientes recomendaciones.

La Autora.

Capítulo I:

Planteamiento Del Estudio

1.1. Delimitación de la investigación

1.1.1. Territorial.

La presente investigación se llevó a cabo en la empresa Corporación Vega SAC. establecida en la ciudad de Lima. A la fecha, esta corporación cuenta con 57 tiendas entre ellas, markets, minimarkets, tiendas mayoristas y minoristas en todo Lima norte, este y sur, tomando el casco urbano de Lima.

1.1.2. Temporal.

La presente investigación se aplicó a partir de la primera quincena de setiembre del 2021 y se toma como fecha máxima, 28 de febrero del 2022.

1.1.3. Conceptual.

Se han planteado dos variables:

- Comunicación interna, como variable independiente
- Comportamiento organizacional, como variable dependiente

Respecto a la variable independiente, Comunicación Interna, la investigación se fundamenta en la teoría sobre Comunicación Interna Integrada planteada por (Tessi, 2012) en su libro del mismo título sustentada en las Metodologías 1A sobre Dimensión Intrapersonal; Modelo 2S sobre Dimensión Interpersonal y el Modelo 3E sobre Dimensión Institucional.

Con vinculación a la variable dependiente, esto es, Comportamiento Organizacional, el estudio se sustenta en el libro “Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones” publicado por (Chiavenato, 2009) en el cual se incluyen tres modelos de análisis del “Comportamiento Organizacional” los mismos que son individual, organizacional y grupal.

1.2. Planteamiento del problema:

A la fecha, para toda empresa, en general y personas naturales, en particular, es indispensable y necesaria la comunicación; ello constituye una condición necesaria para su correcto funcionamiento y es que los trabajadores de la empresa son el núcleo de ésta; gracias a su esfuerzo conjunto pueden ayudar a la empresa a brindar productos o servicios a los clientes. (Sdelsol, 2021). Es por ello que, una comunicación muy bien concretada y estructurada internamente, facilitará un aumento en la eficacia del trabajo por lo que va a permitir nuevas mejoras descubiertas por los trabajadores, los valores y la cultura corporativa que desea implementar se pueden transmitir a todos los empleados.

Hoy en día, varias organizaciones desconocen que, para competir en el mercado laboral deben, sobre todo, ser capaces de potenciar los equipos con los que trabajan, haciendo de la comunicación interna una importante herramienta estratégica para satisfacer sus necesidades internas de organización, potenciando así el sentido de participación en la entidad.

El principal funcionamiento de la comunicación interna es anunciar a los empleados. Es transcendental que cualquier entidad cuente con un método de comunicación interna, de ese modo se ven reflejados los puntos débiles de los trabajadores, ya sea en las condiciones que trabaja, si está feliz, si está motivado, si se

encuentra triste, e incluso se dará a conocer si el trabajador se encuentra cómodo o incomodo en el área que labora. (Lite, 1997)

En tal sentido, y desde hace muchos años, la comunicación interna es de mucha importancia en el macro de desarrollo de las organizaciones, sin embargo, actualmente y ante la crisis por la pandemia desatada a nivel mundial, la comunicación interna necesita redefinirse y tiene la responsabilidad de adaptarse. Al respecto, (Antezana, 2020) afirma lo siguiente:

El desafío de la comunicación interna sigue evolucionando hacia el proceso de escuchar y acompañar a cada colaborador. De esa manera, transmitir mensajes dentro de la empresa, informar sobre lo que ocurre en la organización, crear motivación, indicar el trabajo a realizar por cada trabajador y crear canales de comunicación efectivos entre empleados, directivos y jefes de área, son algunas de las finalidades que desea la comunicación interna. (Antezana, 2020, párr. 3)

Ahora bien, con relación al comportamiento organizacional, debemos indicar que éste es importante dentro de la empresa por cuanto ayudará a conocer y entender al personal y sus necesidades, brindando así motivación dentro de la compañía asignándolos en los puestos indicados y esto se reflejará en un aumento de productividad en la empresa.

Entonces, al referirnos al comportamiento organizacional, ello implica hablar del actuar del colaborador dentro de la organización, ya que el comportamiento afecta el nivel de rendimiento dentro de ésta; facilita comprender la dificultad de las vinculaciones interpersonales y cómo es el comportamiento de los colaboradores ya sea de manera individual o grupal, entendiendo de esa manera que si no existe un estudio de los comportamientos organizacionales afectará también la finalidad de la organización.

(Robbins, 2010) menciona que “el comportamiento organizacional es muy valioso, debido a que permite estudiar las relaciones en grupo, permitiendo ver el valor de la diversidad de la fuerza laboral” (pág. 69). Así mismo, el mencionado autor nos indica que el comportamiento organizacional integra un impacto que tiene en el comportamiento de los empleados o individuos que conforman la eficiencia de la empresa u organización.

Formar un excelente comportamiento laboral ayudará a perfeccionar la calidad y la producción del colaborador ayudando a tener un ambiente favorable donde la moral y la ética trabajan en conjunto. De esa manera, en el estudio de Walter Cannon, (LIDERAZGOY COMPORTAMIENTO, s.f.) se halló la respuesta a la reacción que produce el estrés en el ambiente laboral, donde hay una conexión entre la salud de los empleados y su comportamiento dentro de la empresa.

Brindando esta información, la actual indagación se enfatiza en relacionar las variables de comunicación interna y el comportamiento organizacional en la entidad Corporación Vega SAC. en el tiempo 2021 - 2022, ya que, actualmente, se denota una escasa comunicación dentro de la organización; se verifica que el personal rota constantemente, se generan cambios del personal reiteradamente, se solicita nuevos ingresos constantes y esta situación tiene lugar frecuentemente, cada vez que no existe una capacitación previa, una información adecuada de los roles que se deben generar en cada puesto asignado a cada trabajador y todo ello, en primer lugar, ocasiona un desconocimiento de la meta de la empresa ocasionando una pérdida diaria en la productividad. En suma, el comportamiento organizacional existente en la Corporación Vega SAC. no es el más adecuado y pertinente y viene ocasionando los problemas arriba descritos.

La gran pregunta que surge a continuación es: ¿qué es aquello que viene ocasionando dicha situación problemática en la empresa? ¿cuál es el origen, causa, razón o circunstancia que está ocasionando el problema descrito en cuanto al comportamiento

organizacional? Pueden ser varios los orígenes; uno solo o un conjunto de ellos. Se podría especular al respecto horas de horas entre los altos directivos de la empresa Corporación Vega SAC. para determinar cuál es la verdadera razón del problema; empero, las discusiones en torno a ello serían inacabables.

Precisamente, la finalidad de la presente indagación radica en el hecho de determinar si es que la causa del problema sea atribuida a la ausencia o inexistencia de comunicación interna entre los colaboradores de la empresa citada. Si fuera así y siempre que se corrobore que existe relación entre comunicación interna (variable independiente) y comportamiento organizacional (variable dependiente) al interior de la empresa, entonces, la Gerencia de ésta deberá urgentemente realizar los correctivos que sean necesarios en cuanto a la variable independiente para que -una vez que ésta última variable mejore- pues, mejorará también y mucho más, el comportamiento organizacional al interior de Corporación Vega SAC.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema general

“¿De qué manera la comunicación interna influye en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC? en el periodo 2021-2022?”

1.3.2 Problemas específicos.

1. “¿En qué medida la comunicación intrapersonal influye en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022?”
2. “¿De qué manera la comunicación interpersonal influye en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022?”
3. “¿En qué medida la comunicación institucional impacta en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022?”

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general.

“Determinar de qué manera la comunicación interna influye en el clima organizacional en la empresa Corporación Vega SAC. en el periodo 2021-2022”.

1.4.2. Objetivos específicos.

1. “Determinar en qué medida la comunicación intrapersonal influye en el clima organizacional en la empresa Corporación Vega SAC. en el periodo 2021-2022”.

2. “Determinar de qué manera la comunicación interpersonal influye en el clima organizacional en la empresa Corporación Vega SAC. en el periodo 2021-2022”.

3. "Determinar en qué medida la comunicación institucional influye en el clima organizacional en la empresa Corporación Vega SAC. en el periodo 2021-2022".

1.5. Justificación de la Investigación

1.5.1. Justificación teórica.

Esta temática de indagación se sustenta en la intención de determinar el impacto que producen las comunicaciones internas en los comportamientos organizacionales de la entidad Corporación Vega SAC. en el periodo 2021-2022, con la finalidad de preparar a la organización para un plan de desarrollo. Se empleó como antecedente las teorías de Manuel Tessi a través de las cuales se logra determinar mejoras en la comunicación interna equilibrando la planificación, generando procesos de comunicación e incorporando herramientas de comunicación para los roles de inducción laboral ayudando así alcanzar sus metas y objetivos.

Cabe resaltar que el valor de la comunicación interna se argumenta en aprender a utilizarla útilmente como estrategias en favor de la organización. Respecto a la comunicación, el liderazgo es un ejemplo de cómo las comunicaciones internas pueden mejorar el desempeño organizacional y ayudar a alcanzar las metas organizacionales.

1.5.2 Justificación práctica.

Este estudio se realizó para confirmar y justificar que la comunicación interna es parte del importante proceso que crea la organización y que se conozca su impacto en el comportamiento organizacional. Este estudio beneficiará a la empresa ya que ayudará a los empleados a conocer y comprender el rol que deben cumplir dentro de

la organización y aplicar tácticas de comunicación que permite diseñar canales efectivos y mensajes que impactarán positivamente en la organización.

1.5.3 Justificación Metodológica

En el presente informe se detalla que, para alcanzar las finalidades trazadas se utilizan técnicas de investigación como cuestionarios, encuestas, para medir el comportamiento organizacional influenciado por la comunicación interna y así conocer el nivel de identificación del propósito de la entidad, la motivación, los procesos de comunicación con el personal, una idónea toma de decisiones en pro de un crecimiento positivo en la empresa. Se ha determinado un universo o población, del cual se ha desprendido la muestra correspondiente a cuyos integrantes se les aplicará la técnica cuantitativa de investigación, esto es, la encuesta y, el instrumento, será el cuestionario compuesto por 18 preguntas.

Capítulo II:

Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la Investigación

A partir de las exámenes bibliográficas se han establecido las siguientes bases de investigación:

2.1.1 Artículos científicos.

En España, (Muñoz, 2010) elaboró un estudio titulado “Las 10 toxinas empresariales” presentado en El Centro de Estudios Financieros (CEF). Para ello se ejecutó una macroencuesta en 29 países vía su plataforma Teleformación. El objetivo fue dar a conocer la forma de comunicación de quienes dirigen las organizaciones y cuáles son los factores de ineficiencia laboral, recabando 1440 encuestas destacando los hispanohablantes, obteniendo la siguiente información específica: mala comunicación interna (62%), mala organización del trabajo (38%). Los resultados de la investigación dan un mensaje optimista indicando que ya conociendo las toxinas que afectan en funcionamiento de la empresa se generará un tratamiento a fin de tener una mejora en los resultados de todo tipo, incluido los económicos.

En España, (Martínez, 2018) presentó un estudio para la Revista Prisma Social N°22 titulado “Gestión de la Comunicación Interna a través de las aplicaciones para móviles, caso de estudio: El Corte Inglés”. El propósito fue indagar el crecimiento y ejecución de medios digitales en mejora de la eficiencia en las comunicaciones internas dentro de la entidad, en la situación de la Tienda por Departamento El Corte Inglés. En el estudio se realizaron entrevistas en profundidad, en las que fueron grabadas y luego transcritas con el fin de evaluar la calidad de las mismas hacia los responsables de las aplicaciones de cada empresa. Se llegó a la conclusión que el cambio virtual de las entidades facilita el desarrollo y la implementación de recientes canales virtuales que

simplificarán las comunicaciones internas a través de recientes formatos y contenido atractivo para los empleados, lo que conducirá a una mayor cooperación y transparencia en el grupo de trabajo, mejorando el desempeño en la empresa a lo que lleva hacia una alienación de la cultura corporativa con el proyecto empresarial.

En España, (Ospina, 2013) elaboró un estudio titulado “La comunicación interna y la promoción de la salud”. Este estudio tuvo como finalidad describir el surgimiento de la comunicación interna en el trabajo con la promoción de salubridad. Por esa razón se aplicaron 87 entrevistas a los empleados pertenecientes a Madrid Salud; en definitiva, se llega a la conclusión de que las comunicaciones internas tienen un impacto decisivo en los servicios que brinda la organización. Las comunicaciones internas pasan por los trabajadores y se difunde a los intereses de los sujetos y tiene el potencial de demostrar que la comunicación es la clave para crear una nueva cultura en la organización.

En la ciudad de Guayaquil, Ecuador, (Espinoza, 2017) elaboró un artículo titulado “La relación entre la Comunicación Interna y el Clima Laboral: Estudio de caso en PYMES de la ciudad de Guayaquil”. Esta indagación presenta como finalidad establecer la vinculación entre el clima organizacional y la comunicación interna de la PYMES de la ciudad de Guayaquil. El estudio es cuantitativo, exploratorio y descriptivo, con el objetivo de obtener una vista detallada de las comunicaciones internas y características del ambiente laboral. La conclusión a la que se llegó fue reconocer los factores que inciden favorablemente en la comunicación interna y el clima de trabajo el cual fue un resultado bastante alto en la asociación entre ambas variables.

En Cuba, (Dante, 2018) elaboró el artículo titulado “Diseño de una auditoría del conocimiento organizacional orientada hacia los procesos principales y el desarrollo profesional” presentado a la Revista Cubana de información de Ciencias de la Salud. El objetivo es reconocer los elementos claves de una auditoría de conocimientos que se alineen con indicadores claves de procesos y desarrollo profesional, identificando así

los componentes de recursos humanos que necesitan refuerzo y apoyo. Se obtuvo como

conclusión obtener una guía de desarrollo de carrera sólida y práctica que se centre en el crecimiento en el futuro de los procedimientos organizacionales y contribuya al desarrollo de competencias laborales. Además, se ha identificado un trasfondo estratégico que ayudará a identificar debilidades y fortalezas en sus procedimientos.

En nuevo México, (Dailey, 2003) publicó el artículo titulado “Comportamiento Organizacional” señalando que el estudiar y aplicar el comportamiento organizacional contribuirá a un aumento de beneficios en la compañía; se hará un mejor uso del capital humano, ya que fundamentalmente contribuye a mejorar el comportamiento y actitudes para la eficacia de una organización, y resolver problemas en el entorno laboral

En Ecuador, (Sabando, 2016) presentó un estudio científico titulado, “El Comportamiento Organizacional y su importancia para la administración de empresas” en el cual se establece que los comportamientos organizacionales constituyen un eje activo de la eficacia y eficiencia de las entidades; señala que la clave se encuentra en la actitud de los empleados que beneficia a todo tipo de empresa por lo que se debe involucrar la motivación, la creatividad, un sentido de pertenencia entre los integrantes de la entidad por ende un mejor empleo de los recursos humanos.

En Colombia, (Velez, 2016) presentó una investigación titulada, “Diagnostico del Comportamiento Organizacional entre los empleados de Demca SAC. en la ciudad de Cartagena de Indias, 2016” en el cual entabla el propósito de examinar los comportamientos organizacionales de los trabajadores de una misma organización, extrayendo así conclusiones que permitan determinar el estado de los comportamientos organizacionales se pueden prever y planificar estrategias innovadoras potenciando así a sus trabajadores.

En Ecuador, (Solis, 2012) elaboró y presentó una investigación titulada “Examinación de los Comportamientos de la Organizaciones del personal administrativo, docente y de prestaciones de la Universidad Politécnica Salesina”, a

través de la cual se planteó como objetivo llevar una examinación de los comportamientos organizacionales para todo el personal administrativo, docente y de prestaciones de la Universidad Politécnica Salesina, concluyendo que una gran parte de los colaboradores de la entidad se sienten motivados e involucrados con su aprendizaje debido a la preocupación por el recurso humano, que se involucran en planes de desarrollo laboral a largo plazo en la misma entidad, ya que contribuye al crecimiento personal y al clima organizacional.

2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.

A. Tesis nacionales

En Lima, Perú (Quevedo, 2016), formuló una tesis titulada “Influencia de la comunicación interna en el nivel de clima organizacional” para conseguir el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Peruana Unión. Su propósito es establecer los impactos de las comunicaciones internas en el clima organizacional de la Municipalidad de Chaclacayo. El método utilizado es cuantitativo, diseño no experimental; se ha encontrado que algunas áreas están más vinculadas con el clima organizacional adecuado, esta es la Gerencia de Administración Tributaria y Rentas la cual manifiesta un nivel excelente esto a la respuesta del liderazgo transformacional del gerente.

En Lima, Perú, la autora (Alarcón, 2021) presentó su tesis titulada “La comunicación interna y su incidencia en el clima organizacional en la empresa Transnacional en hidrocarburos” para conseguir el grado académico de Maestra en “Gestión de Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres”. Su finalidad es identificar la relación entre las comunicaciones internas y su impacto en el clima organizacional; se utilizó un enfoque cuantitativo que dio como resultado una correlación positiva, directa y moderada entre las variables de comunicación interpersonal y el clima organizacional, es decir, que el jefe de área debe articular claramente el mensaje de la meta antes de trasladarlo al ambiente de trabajo, logrando así la mejora en comunicar y

crear condiciones para potenciar la asociación y conexión de los empleados con la empresa.

En Trujillo, Perú, el estudio de (Ávila, 2012) de nombre “Influencia de la comunicación interna en el mejoramiento de la cultura organizacional de los trabajadores de la Municipalidad de la Provincia del Santa” para alcanzar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional de Trujillo. Su finalidad es brindar una agrupación de instrumentos teóricos y prácticos para la indagación de las comunicaciones internas en la Municipalidad provincial del Santa y así proponer un plan para perfeccionar la comunicación interna y generar un alto desempeño en los empleados. Por lo tanto, se puede enfatizar que este municipio tiene un estilo burocrático donde no hay una conveniente comunicación interna y esto daña la identidad corporativa, por lo que se adoptó un plan para mejorar la comunicación interna y así se estableció una credibilidad con la dirigencia de la ciudad.

En Tarapoto, Perú, la autora (Valles, 2019) presentó una tesis titulada “Comportamiento organizacional y su influencia en el cumplimiento de metas de los colaboradores de la tienda de Interbank 750 – Tarapoto 2016” para conseguir el “grado académico de Maestra en Ciencias Económicas con mención en Gestión Empresarial”. Su propósito es identificar las vinculaciones de los comportamientos organizacionales y su impacto en el logro de los objetivos de los empleados de Interbank. El estudio de método aplicativo correlacional no experimental concluyó en lo siguiente: los comportamientos organizacionales de la entidad de Interbank 750 es muy deficiente y se califica como inadecuado por lo que no se muestra un valor satisfactorio en las metas de la empresa, implementándose para ello un plan de mejora en la confianza y empatía entre directivos y compañeros a partir del comportamiento organizacional generado en un ambiente de trabajo horizontal y desarrolla habilidades interpersonales a través de talleres de comunicación, actividades de continuidad e integración.

B. Tesis Internacionales

En Guatemala, el autor (Sandoval, 2014) presentó una tesis con título “Comunicación interna y clima laboral” para conseguir el “grado académico de Licenciado Industrial Organizacional de la Universidad Rafael Landívar Guatemala”. Su finalidad fue establecer cómo la comunicación interna podría beneficiar el ambiente laboral del call center de la ciudad de Quetzaltenango, de la cual se extrajeron las conclusiones siguientes:

Las comunicaciones internas inciden positivamente en el comportamiento y el ambiente organizacional, ya que incide en las unidades de trabajo de los compañeros y sus planes para la realización de propósitos de la entidad. Como ha demostrado la investigación, los componentes que determinan la influencia de las comunicaciones internas son la transparencia de la transmisión, el medio y el proceso de abastecimiento de los datos y la manera en que los jefes y los colaboradores se comunican afectará ya sea positiva o perjudicial en sus labores diarias.

Por ello, la recomendación principal a la que se llegó es para fortalecer aún más la comunicación interna y lograr la identidad laboral, para evitar crisis internas y lograr las metas de las entidades.

En Ecuador, el autor (Nolivos, 2020) presenta una tesis de título “Análisis del comportamiento organizacional de empleados y trabajadores de la empresa C.A. Ecuatoriana de cerámica y su injerencia en la eficiencia empresarial” para conseguir el grado de Licenciado de Empresas en la Escuela superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador. El objetivo fue determinar una vinculación entre clima y comportamientos organizacionales llegándose a la conclusión con resultados favorables demostrando tener una adecuada administración de sus recursos humanos por lo que se sugirió estrategias de mejora que sirvan para una adecuada toma de decisiones.

En Ecuador, (Díaz, 2013) presenta una tesis de título “Comunicación Interna y Clima Laboral de la empresa Pasteurizadora San Pablo en la Ciudad de Píllaro” enfocándose en saber e indagar la existencia de la comunicación interna en dicha empresa, por lo que se detectó poca comunicación y, por esta razón, está construido para mejorar las vinculaciones personales para un mejor desempeño. En este estudio se utilizan encuestas como técnica de recojo de data y la prioridad lo cual significa fehacientemente mejorar el sistema de comunicación y trabajo en colectivo entre los trabajadores para perfeccionar el ambiente organizacional, por lo tanto, los estudiosos recomiendan diseñar mejoras de comunicación teniendo como propósito un adecuado ambiente laboral.

En Ecuador, la Tesis de (María Daniela Ganán Masabanda, 2015) titulada “Evaluación del comportamiento organizacional y propuesta de mejora continua en el desempeño laboral de los colaboradores de la Fábrica de Mármoles Riobamba” tuvo como propósito evaluar los comportamientos organizacionales y recomendar planes para perfeccionar el desempeño de los empleados para lo cual tuvo un enfoque cuantitativo y se recomendó estrategias y claves propuestas por la empresa para la importancia de los propósitos dentro de las organizaciones.

En Guatemala, la tesis de (Villatoro, 2013) titulada “Comportamiento organizacional de los Departamentos y Oficinas del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales en la región noroccidente” presenta como finalidad establecer objetivamente los comportamientos organizacionales de las comisiones dependientes del Departamento Noroccidente del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, y se recomienda implementar un sistema y pauta de valores motivacionales como incentivo para lograr una acción positiva y mejorar el trabajo en equipo, con revisiones periódicas para comprender el progreso y practicar el valor.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. La comunicación interna.

La comunicación interna es un plan para administrar y componer el equipo de recursos humanos de la entidad con el objetivo de organizar y mejorar el intercambio de información de tareas, fomentar un ambiente de trabajo informado, generando y promoviendo una identidad corporativa, manteniendo viva la organización y en constante creación. Por ello, se puede afirmar que no existe alguna empresa sin comunicación interna.

(Chiavenato, 2007) nos da una definición de comunicación como la información que se intercambia entre personas; afirma que este es un procedimiento esencial que se da entre los sujetos y las instituciones sociales. De igual forma, también menciona que para enviar un mensaje es necesario transmitir un código o una señal mediante de un canal al individuo que recibe y decodifica.

También para (Tessi, Comunicación Interna, 2016) las comunicaciones internas son aquellas que tienen lugar dentro de la organización, incluye toda la información que se transfiere dentro de la organización, expresada formal e informalmente, indicando que la retroalimentación recibida también es comunicación interna.

Asimismo, los temas discutidos en comunicación interna involucran la motivación de los recursos humanos para que los empleados se mantengan organizados y enfocados en su trabajo en línea con las metas éticas y productivas de la empresa. Así como esfuerzos para fortalecer las relaciones entre departamentos y niveles de liderazgo, para que esta relación retenga a los empleados competentes en la empresa, proporcione un buen ambiente de trabajo y satisfaga las expectativas e intereses de los miembros. (Brandolini, 2009)

(Arizcuren, 2008) nos indica a través de “La guía de buenas prácticas de Comunicación Interna” que las comunicaciones internas están presentes en todas las empresas ya sea que este bien gestionada o no. De acuerdo a su conceptualización, “se trata de un conjunto de pautas que determinan la relación entre todas las personas y grupos que componen las organizaciones. Estas pautas tienden a buscar la cooperación, la implicación y la coordinación de todos los miembros de la entidad”. (p. 19).

También podemos indicar que para el autor (Cevallo, 2017), éste precisa que el objetivo principal de las empresas es entablar un vínculo armonioso y positivo en el proceso de la comunicación, considerando el espacio entre trabajadores y organización. Por esta razón, plantea el autor que la elección de herramientas de comunicación interna debe resaltar los intereses en el entorno cultural, social y político. Así también nos proyecta que la labor de la comunicación es proyectar a los trabajadores la identidad de la organización produciendo confianza y afección.

Se denomina comunicación interna a todo proceso que transmite información en una empresa;, refiere que la comunicación interna implica la conversación con las partes interesadas de la entidad para dar a conocer las tácticas y finalidades. Para (DERES, 2015), en su publicación menciona que las comunicaciones internas responsables implican estos beneficios:

- Hacer planes de comunicaciones.
- Fomentar la participación de todos los colaboradores para alcanzar los propósitos organizacionales.
- Investigar y desarrollar estrategias específicas para cada colectivo de interés.

- Promover instrumentos de conversaciones útiles para las partes requeridas.
- Forjar empatía y escucha activa dentro de las partes interesadas.
- Brindar una comunicación entendible, coherente y congruente con la cultura organizacional.

2.2.1.1 Funciones de la comunicación interna.

Las comunicaciones internas como herramientas empresariales demuestran que se debe gestionar, creyendo que uno de sus propósitos es fidelizar a todos aquellos que deciden triunfar en la organización. Porque está claro que, a la larga, todas las medidas que ayuden a perfeccionar el empleo de las habilidades de los empleados y la gestión del talento conducirán a una mayor productividad y mayores beneficios empresariales. (Berceruelo, 2015)

Asimismo, las comunicaciones internas presentan como objetivo el éxito de respuestas, así lo manifiesta (Andrade, 2005) y por ello determina cinco objetivos específicos y lo propone en sus cinco modelos de “íes”: investigación, identidad, información, integración e imagen. Por lo que estas acciones deben estar basadas en unas estrategias de planes concretos.

(Robbins, 2010) menciona lo siguiente; “la comunicación cumple cuatro funciones principales en las organizaciones: control, motivación, expresión emocional e información” (pag.296), por lo tanto, la comunicación por cierta parte ayuda para controlar la conducta de los integrantes de las organizaciones de varias formas. De esa manera se refleja un control por parte de la jerarquía, esto quiere decir que el cargo es de gran importancia dentro de la organización ya que existe un control hacia los

empleados desde el comportamiento hasta cumplir las normas establecidas por la empresa.

2.2.1.2. Tipos de comunicación interna.

Hay tres formas de comunicaciones internas, a saber, ascendente, descendente y horizontal, con lo cual algunos autores coinciden en tres tipos de comunicación.

Para ello tenemos al autor (Andrade, 2005) lo que significa que cada tipo de negocio tiene tres formas de comunicarse: vertical (ascendente - descendente), horizontal y diagonal. (p. 18) El autor señala (Kreps, 1995) hay tres formas importantes de comunicación formal en un organigrama. Podemos mencionar también al autor (Berceruelo, 2015) hay una categorización en la comunicación dentro de la empresa.

A continuación, el detalle de esta división:

a. Comunicación Descendente: Es esta comunicación la que tiene lugar en la parte superior de la empresa o desde los niveles superiores a los inferiores. Tiene lugar cuando se persiguen metas que todos conocen y entienden, ejemplo; los principios de la organización, ganando credibilidad y confianza, ampliando ideas de colaboración, agilizando los canales de comunicación, reforzando roles jerárquicos y promoviendo e implementando la comunicación operativa. (Brandolini, 2009).

b. Comunicación Ascendente: este tipo de comunicación es lo contrario a comunicación descendente ya que fluye hacia arriba a través de la jerarquía de la empresa desde los niveles inferiores hacia los superiores, el fin de este tipo de comunicación tiende a informar a los jefes o directores sugerencias o quejas con respecto al trabajado desempeñado, esta comunicación dará a conocer

a los superiores los puntos de mejoras que se deben de realizar dentro de la organización y así poder implementar un plan de progreso.

c. Comunicación Horizontal: se origina en un mismo nivel jerárquico, verificándose aquí la dinámica de la organización es por ello muy importante.

2.2.1.3. Canales de comunicación interna.

Para garantizar la participación de los empleados y gestionar una buena comunicación dentro de la empresa es indispensable el empleo de canales formales donde se transmitirá y transitará la comunicación en todos los niveles. Por eso este viaje de información en los canales de comunicación debe ser de manera rápida y perfeccionar las motivaciones en los trabajadores. (EAE Business school, s.f.).

Los canales son los siguientes:

a. Reuniones Informativas. Es este caso se busca objetivos definidos y claros, es una oportunidad para fomentar el debate, las opiniones y las ideas, se elige un lugar para la reunión, la hora y el equipo necesario.

b. Correo electrónico. Este tipo de canal admite una información rápida ya que genera envíos inmediatos de comunicados e informaciones hacia los trabajadores obteniendo así también un intercambio de información.

c. Boletines y/o Revistas. Este tipo de canal debe estar al alcance de todos los trabajadores ya que el objetivo es mantener informado a los empleados de todo lo que sucede con mensajes consistentes y concretos para reforzar la marca de la empresa.

d. Plataforma de Redes Sociales. Son una manera de comunicación muy rápida y sencilla de comunicar a los empleados con anuncios concretos, esto permite compartir y generar retroalimentación.

e. Documentos Escritos. Este dicho documento de carácter formal permitirá dar información a los integrantes de una misma o diferentes áreas que constituyen la entidad.

f. Teléfono. Es el canal más empleado por la organización ya que permite el cambio del saber de forma pronta y simple.

2.2.1.4. Metodología de la comunicación interna.

En la presente investigación, se mostrará una metodología que permitirá aproximarse a una comunicación interna desde ubicaciones estratégicas. Entonces para la realización de las comunicaciones internas se atraviesan por 4 instancias, las cuales detallamos a continuación: disciplinaria (comprende que la entidad defina con precisión la contribución de la comunicación interna como profesión y definir sus propósitos, beneficios y alcances, metodológica (asegurar que la entidad tenga un modelo de comunicación interna comprobado), estratégico (planificación de propósitos comunicacionales de corto, mediano y largo plazo) y táctica (centrarse en los canales de comunicación que se emplearán) (Tessi, 2012).

En este caso, la Metodología 1A de Manuel Tessi es un procedimiento de gestión diseñado para favorecer la razón en la ocupación ya que propone una estrategia de comunicación donde la empleabilidad del mensaje debe gestionarse desde los directivos hasta la última jerarquía de la empresa de esta forma, la gestión se vuelve más ordenada

y los resultados son más eficientes, teniendo en cuenta también la optimización de tiempo y dinero.

Por ello, para este estudio se considera la Metodología 1A ya que fundamenta debidamente las dimensiones de estudio de las comunicaciones internas. En cuanto a las dimensiones ya señaladas, las dimensiones consideradas se muestran en el siguiente gráfico.

Para el autor (Tessi, 2012) cita “la gestión de la palabra es muy importante para lograr el desarrollo de la organización y fomentar su competitividad. Para alcanzar los objetivos es muy importante saber escuchar, comprender y darle un sentido estratégico” (pág. 21). Por ello, plantea tres aspectos de la investigación en comunicación organizacional, dividiendo las comunicaciones internas en comunicación interpersonal, constitucional e intrapersonal.

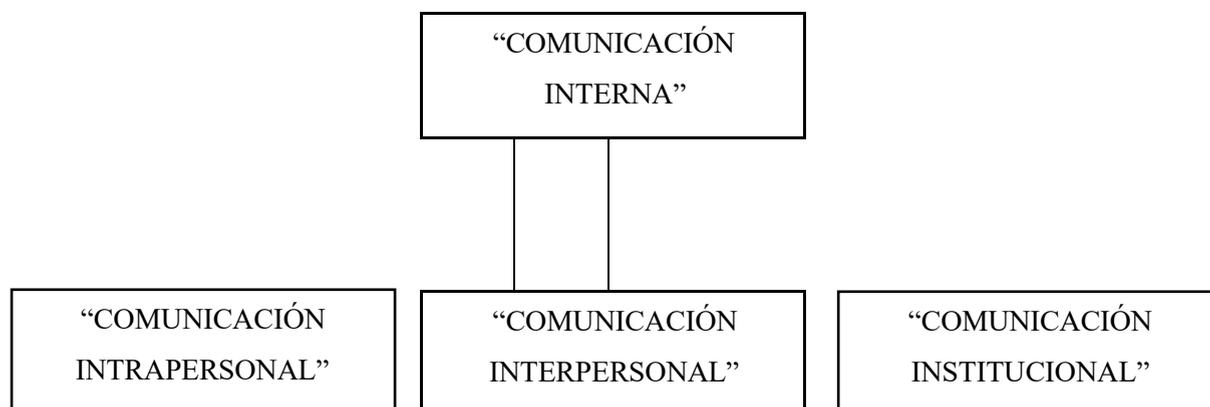


Figura 1 Dimensiones de la comunicación interna según Manuel Tessi

Fuente: Creación propia

En el Modelo 1A esquematiza los 3 modelos propuestos por Manuel Tessi, los cuales son: 1A, 2S, 3E. El modelo 1A tiene como objetivo principal lograr la empatía y la objetividad del emisor, esta metodología estudia las conversaciones internas que uno se tiene así mismo propiciando estrategias intrapersonales, esto quiere decir que el líder

sabr  cuándo es necesario saber escuchar y saber callar. (Tessi, Comunicacion Interna, 2016)

El modelo 2S hace mención a dos elementos claves y trascendentales en lo laboral, los cuales son: el sentido y el salario ya que influyen en la comunicación interna. Este tipo de modelo abarca sobre las conversaciones de tipo informal que se dan en la empresa ya que este tipo de conversación puede hacer o deshacer el significado del trabajo, por lo que las tácticas de comunicaciones internas se desarrollan en diversos grupos y colectivos dentro de la organización.

Finalmente, el modelo 3E, en este tipo de modelo planteado por Tessi se plantea 3 pasos para las comunicaciones institucionales las cuales son: “escucha, empatía y emisión”. Para Manuel Tessi, escuchar es esencial en la comunicación, la empatía es el esfuerzo para comprender lo que el destinatario nos trata de indicar o informar, y la emisión se gestionar  con los pasos detallados anteriormente para optimizar una estrategia en la comunicación que permitirá resultados positivos.



Figura 2 Sistema 1  de la metodología de Manuel Tessi

Fuente: Página web de SICIA Sistema Integrado de Consultoría

Para el autor Manuel Tessi, gestiona aplicaciones ordenadas para todo el sistema, como lo propone en las siglas 1A, el cual aporta importantes ventajas únicamente enfocándose en la comunicación organizacional de manera ordenada y enfocada.

Es importante atender a los gerentes y conductores, ya que ellos nos conducirán a un gran paso en la coherencia, evitando así las erogaciones no necesarias en las asignaciones de recursos. (Tessi, 2012)

Según el estudio que se realizó en (Negocios, 2013), en dicha fuente se señala que las comunicaciones internas son fundamentales y necesarias para que los individuos triunfen y alcancen las metas organizacionales de manera integrada. Nos indican que, de manera constante aparecen nuevas herramientas que facilitan la comunicación de manera fluida y con gran eficacia para las organizaciones, y el verdadero objetivo de estas nuevas herramientas es que los trabajadores puedan tener acceso a un espacio que fomenta la gestión de diferentes formas de comunicación interna.



Figura 3 Metodología de la Comunicación Interna Manuel Tessi

Fuente: Revista RedInside.



Figura 4 Triángulo de Dimensiones del Sistema 1A, método Manuel Tessi

Fuente: Revista RedInside.

Para el autor (Acuña, 2016) en su investigación, estudia a Manuel Tessi y resalta la importancia del uso de esta dicha metodología ya que contribuye un mejoramiento integral en la comunicación interna, se realiza una medición considerando las dimensiones señaladas por el autor.

Para el autor (Navarro, 2016), en definición de la comunicación intrapersonal destaca cómo los individuos decodifican o escuchan los mensajes entrantes y cómo cifran o redactan los mensajes salientes. El modelo es tan importante que sus siglas definen todo el sistema.

Además, para el autor (Hernando, 2011) nos señala que la comunicación humana se lleva a cabo a través de canales visuales, del habla y de audio, lo que requiere el apoyo de cinco sentidos: tacto, vista, olfato, oído y gusto. Así, este tipo de comunicación se consigue con muy poca tecnología y sin el uso de medios técnicos

2.2.2 Comportamiento organizacional.

(Chiavenato, 2009) refiere en su estudio a las personas que influyen en la organización y los colectivos que intervienen en ella acerca de la trascendencia que se genera o se ejerce en la empresa.

(Robbins, 2010) muestra que los comportamientos organizacionales son un campo de indagación en el que la influencia de sujetos, colectivos y las conductas que ellos toman dentro de la organización con el fin de aplicar mejora en la eficacia de la empresa.

(DuBrin, 2003) Tenga en cuenta que los comportamientos organizacionales son una parte tan importante de la administración como de la psicología organizacional e industrial.

Para el autor (Robbins, 2010) los comportamientos organizacionales son un campo de indagación que estudia la influencia estructural de individuos y grupos a través de su comportamiento en las entidades con el propósito de emplear el saber para perfeccionar el desempeño organizacional.

Asimismo, el autor mencionado líneas arriba nos indica que los comportamientos organizacionales son una agrupación de actitudes y conductas interrelacionadas de los compañeros de todas las áreas de la entidad con el propósito de conseguir los objetivos trazados y propuestos por la entidad.

Según (DuBrin, 2003) Los comportamientos organizacionales son un área especializada de la gestión y el nivel conceptual hace que la distinción entre la psicología industrial y la psicología organizacional no sea complicada, ya que ambas se ocupan del comportamiento humano.

El comportamiento organizacional según (Robbins, 2010) es una ciencia cuya base de conocimiento continúa evolucionando principalmente con investigación y desarrollo conceptual, proporcionando un conjunto útil de herramientas a nivel analítico.

El comportamiento organizacional según (Robbins, 2010) estudiar las relaciones grupales en las organizaciones es extremadamente valioso, tanto en grupos formales como informales, ya que nos ayuda observar el valor de la diversidad de la fuerza laboral construida mediante el conocimiento cultural.

2.2.2.1 Importancia del comportamiento organizacional.

(Robbins, 2010), Con base en su investigación, señala que es importante que las organizaciones cuenten con instituciones sociales, es decir, con las que se quiera operar, trabajar y administrar bien, y que no existe una fórmula fácil y la solución perfecta a las dificultades de la entidad, pero lo que hay que hacer es mejorar la comprensión existente y la capacidad de mejorar la calidad de la relación laboral.

El autor menciona también que el comportamiento organizacional es una ciencia basada en el conocimiento que se complementa gradualmente con la investigación y el desarrollo conceptual.

El comportamiento organizacional es importante porque permite que los empleados comprendan cómo adaptar las políticas de la compañía para perfeccionar y asegurar la calidad y el desempeño de los empleados con el fin de lograr un cambio positivo dentro de la organización.

(Robbins, 2010) señala que no existe una fórmula sencilla y práctica para trabajar con personas, y mucho menos soluciones rápidas o idóneas a los problemas que puedan surgir en una entidad. Todo lo que se puede hacer es aumentar la comprensión,

la empatía y las habilidades existentes para mejorar el nivel de calidad de las vinculaciones interpersonales en el lugar de trabajo, por lo que estas habilidades son muy valiosas.

2.2.2.2. Tipos de grupos.

(Robbins, 2010), la entidad se guía por requisitos técnicos derivados de objetivos definidos y para gestionar este trabajo se requiere de ciertas tareas que se asignan a empleados para que puedan realizarlas por ello que se forma ciertos grupos y estos se dividen en:

a. Grupos Formales

Estos son grupos formados a discreción de los directores para lograr los objetivos establecidos de la empresa.

b. Grupos Informales

Según (Robbins, 2010), son grupos que surgen de manera natural, por necesidad de las áreas surgen como respuestas a la necesidad social propia

c. Grupos de mando

(Robbins, 2010) señala que este tipo de grupo está compuesto por los empleados de niveles inferiores que estas siendo supervisados bajo las órdenes de un empleado de nivel superior.

d. Grupos Tareas

En este grupo se componen para realizar tareas asignadas por los niveles superiores y viene siendo supervisados de manera constante.

e. Grupos por Interés

En este tipo de grupo se encontrarán los grupos que se afilian para conseguir un propósito en común con la característica de pertenecer a un mismo grupo de mando.

f. Grupos de amistad

En este tipo de grupo se forman porque tiene intereses en común, ya sea creencias políticas, edad, etc. y su comunicación es fuera de la empresa.

2.2.2.3 Componentes de comportamiento organizacional.

(Robbins, 2010) nos indica que el triunfo de los colectivos en las entidades dependerá de las habilidades, las presiones y la fuerza de las problemáticas de los trabajadores que la componen. Para iniciar a comprender y entender los comportamientos de una agrupación, los grupos deben considerarse como un subconjunto de los sistemas organizativos, lo que significa que todos los grupos se ven afectados por sus condiciones específicas, que pueden ser:

- Estructura de Autoridad:

Este tipo de estructura define la jerarquía de quién es el líder y cuáles son las vinculaciones formales dentro del grupo.

- Regularizaciones Formales:

La organización tiene reglas, políticas y métodos para regular los comportamientos de los empleados dentro de la entidad, donde según (Robbins, 2010), mientras más reglas formales la organización imponga será más predecible el comportamiento de los sujetos de los colectivos dentro de la entidad,

- Proceso de selección del personal.

Un empleado o miembro de cualquier grupo es integrante de una organización perteneciente a ese colectivo, donde los criterios del proceso de selección determinarán el tipo de persona para formar el grupo. (Robbins, 2010).

- Evaluación del desempeño del grupo

El comportamiento de los integrantes del equipo se verá influenciado por la manera en que la entidad implementa medidas para medir el desempeño de los miembros individuales del equipo y qué comportamientos se recompensan. (Robbins, 2010).

- Entorno laboral

El ambiente laboral donde los miembros de los grupos trabajaran influyen mucho en el comportamiento organizacional, ya que tanto las comodidades que se otorgue dependerán de los trabajadores si deciden platicar, trabajar u holgazanear. (Robbins, 2010)

2.2.2.4 Recursos de los miembros de un grupo.

(Robbins, 2010) comenta que el nivel o grado del potencial de desempeño de un colectivo dependerá de los medios que cada miembro aporta, para ello se realiza la siguiente clasificación.

a. Conocimientos

Es una agrupación de datos y saberes adquiridos a través de la experiencia o la ciencia.

b. Capacidades

Es un conjunto de condiciones, de cualidades o aptitudes especialmente intelectuales que presenta un empleado para ejercer una labor asignada dentro de la entidad.

c. Personalidad

(Robbins, 2010) muestra que los rasgos que tienden a tener connotaciones positivas en nuestra cultura a menudo se asocian con la producción, la moral del equipo y la unión, y que estas cualidades incluyen particularidades como la seguridad en sí mismo y la autoestima, como lidiar con rasgos negativos como el autoritarismo, la apatía, etc. Los rasgos de personalidad intervienen en el desempeño del colectivo.

2.2.2.5. Tomas de decisiones en grupo.

(Robbins, 2010) señala que la creencia adquirida en cuanto a que los mandos superiores generan una mejor toma de decisiones ha sido aceptada por mucho tiempo, sin embargo, hoy se puede gestionar una buena toma de decisiones en grupos, equipos o comités para alcanzar la meta en las organizaciones.

2.2.2.4.1. Técnicas para la toma de decisiones en grupo.

Una manera común de toma de decisiones en colectivo ocurre en los grupos interactivos, donde cada miembro del grupo se comunica e intercambia entre sí mediante interacciones verbales y no verbales, y estos se dan con las lluvias de ideas, donde los empleados brindan alternativas distintas. A su vez, la técnica del grupo nominal donde los empleados se reúnen, pero antes de cualquier discusión, escriben sus pensamientos sobre el tema.

Así también lo indica (Robbins, 2010), quien nos menciona que “la forma más común es la interacción de grupos que se encuentran cara a cara, y en estas interacciones los empleados se censuran a sí mismos y a los miembros de la organización con el fin de una conformidad de opinión” (pág. 15).

2.2.2.5.2. Lluvias de ideas.

Es una sesión común, donde los trabajadores se sientan alrededor de una mesa de como mínimo 6 participantes a 12 empleados y en donde el líder del colectivo plantea una problemática de forma clara y sencilla, de tal manera que los demás participantes puedan entenderlo; después, cada trabajador de manera despreocupada menciona alternativas de discusión y análisis en un determinado tiempo. (Robbins, 2010).

2.2.2.5.3. Metas.

(Whitmore, 2002) define que las metas son amplias, sin embargo, al mismo tiempo, son declaraciones claras y definidas; definir metas no es un deseo, sino una definición firme de metas alcanzables que no deben ser vagas; debe ser clara y con cierta flexibilidad.

Los autores nos afirman que, para el establecimiento de objetivos, se deben considerar los siguientes puntos.

- Las metas deben ser específicas.
- La meta debe ser medible, para que de esa manera se establezca indicadores o evidencias del avance respectivo
- La meta debe ser realista.
- La meta debe estar dividida en etapas
- Las metas siempre deben anunciarse de manera positiva
- Las metas deben ser claras, y por ello deben ser entendidas por todos los trabajadores de la organización

- Las metas deben ser revisadas oportunamente para corroborar que se cuenta con las herramientas necesarias para poder cumplirlas
- Las metas deben ser honestas
- Las metas deben ser desafiantes.
- Las metas deben ser inofensivas para la organización



Figura 5 Estructura del comportamiento en metas

Fuente: Slideplayer

Capítulo III:

Hipótesis y Variables

3.1 Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general.

“La comunicación interna sí influye de manera significativa en el comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega SAC. en el periodo 2021-2022”.

3.1.2. Hipótesis específicas.

1. “La comunicación intrapersonal sí influye de manera significativa en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC. en el periodo 2021-2022”.

2. “La comunicación interpersonal sí influye de manera significativa en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC. en el periodo 2021-2022”.

3. “La comunicación institucional sí influye de manera significativa en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC. en el periodo 2021-2022”.

3.2. Identificación de variables.

Tabla 1 *Definición conceptual de variables*

Variable	Definición Conceptual
“Variable Independiente: Comunicación Interna”	(Negrón, 2004) “La comunicación interna” se conceptualiza cuando dos o más personas intercambian ideas para lograr un objetivo.
“Variables Dependiente: Comportamiento Organizacional”	(Gutiérrez, 2012) Es la indagación de los comportamientos de los sujetos de forma individual y grupal dentro de las organizaciones, identificando que se pueda actuar con mayor efectividad.

3.3. Operacionalización de las Variables

Tabla 2 *Matriz de operacionalización de variables*

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Comunicación Interna (independiente)	(Tessi, 2011) Se ha mencionado que la comunicación interna es toda comunicación que se da dentro de la organización e involucra toda la información que se difunde a nivel organizacional, tanto estratégica como no estratégica.	Comunicación Intrapersonal	Gestión palabra pensada, dirigido a lideres	¿Su jefe se comunica de forma clara y sencilla?
		Comunicación Interpersonal	Gestión palabra oral, dirigido equipos	¿Tiene claramente sus funciones establecidas en la empresa? ¿Usted sabe escuchar?
		Comunicación Institucional	Gestión palabra escrita, dirigido a la organización	¿Cuándo se encuentran en alguna reunión su jefe lo invita a participar?
Comportamiento Organizacional		Importancia del comportamiento organizacional	Estrategia General	¿Su jefe establece la administración adecuada en la organización?

(dependiente)

(Chiavenato, 2009) La representación es un conjunto de comportamientos y actitudes de los empleados de la empresa en diversos campos relacionados con el logro de metas hipotéticas.	Tipos de Grupos	Conocimientos	¿Los empleados cuentan con todas las herramientas para realizar sus funciones?
		Capacidades	
	Recursos de los miembros de un grupo	Personalidad	¿Se verifica un grupo de trabajo pleno acerca de sus funciones a realizar?
	Toma de decisiones	Técnicas	¿Se realizan tomas de decisiones de manera grupal?

Capítulo IV:

Metodología

4.1. Enfoque de la Investigación

En el presente trabajo de investigación, se manejó un estudio de tipo descriptivo, explicativo bajo un enfoque cuantitativo, puesto que fundamentalmente el propósito es buscar, explicar por qué ocurren los fenómenos y como se expresan. Se fundamenta en el análisis de los hechos reales, cuyo propósito es: buscar, describir, explicar, comprobar y predecir el fenómeno estudiado, utilizando la recopilación de información, la cual se basa en la medición, disponiendo de procesos de referencias y admitidos por las comunidades científicas y, de tal manera, probar una hipótesis que establezca una realidad objetiva con la finalidad de determinar modelos de conducta y teorías (Siampieri, 2014).

4.2. Tipo de la Investigación

La presente investigación es cuantitativa, no experimental puesto que no ha existido manipulación de las variables; únicamente se analizaron bidireccionalmente en su ambiente natural con la finalidad de establecer comportamientos y comprobar teorías. Además de ello es de corte transversal debido a que la información que se logró se efectuó en un único momento, dado que el objetivo es detallar las variables (Sampieri Fernández, 2014).

4.3. Nivel de Investigación

En cuanto al nivel de investigación, este estudio tiene una investigación explicativa, ya que este tipo de estudio se basa en entender por qué suceden los fenómenos y cuáles son las condicionantes para que se manifieste o como se vinculan las variables. Busca determinar el origen de los eventos que se analizan. (Sampieri Fernández, 2014)

4.4. Métodos de Investigación

El modelo utilizado en la presente investigación es el método “hipotético deductivo”, porque es un proceso que parte de afirmaciones en calidad de hipótesis y lo que se pretende es “falsear o refutar” tales hipótesis obteniendo de ellas conclusiones que se tiene que confrontar con los hechos. De esa manera, se inicia desde la investigación; a raíz de ello se formula la hipótesis y se deduce de ella posibles consecuencias que luego son sometidas a investigación y verificación. Considerando que las hipótesis directamente no se aprueban sino las consecuencias que nacen a raíz de estas hipótesis, este es un tipo de razonamiento operacional que se denomina modelo hipotético deductivo. (Bernal, 2010)

4.5. Diseño de la Investigación

El diseño del actual estudio es “no experimental” puesto que se estudia el fenómeno tal y como se da en su entorno natural con el fin de poder analizarlos; no se genera ningún evento, solo se observan eventos ya existentes; es transversal ya que al realizar la recopilación de data se gestiona en un solo momento, teniendo el objetivo de efectuar la descripción de las variables y estudiar su relación e interrelación en un momento dado; es como capturar el momento. (Sampieri Fernández, 2014)

4.6. Población y Muestra

4.6.1. Población.

Según el autor (Sampieri Fernández, 2014) el universo o población viene a ser “Un conjunto de los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (pag.174). En relación a eso, la población está constituida por las 57 tiendas con 5 empleados haciendo un total de 286 empleados que conforman la empresa Corporación Vega SAC,

4.6.2 Muestra.

Sobre la base del autor (Sampieri Fernández, 2014) la muestra se determina como “un subgrupo de la población” (pag.175). Al ser casi imposible medir toda la población, escogemos una muestra y se busca que este subgrupo sea un reflejo fiel de la población.

Se ha determinado la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1)E^2 + Z^2 pq} =$$

$$n = \frac{286 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (286-1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 163$$

$Z^2 =$ “1.96 (El nivel de confianza será del 95%)”

$p =$ “Probabilidad de éxito (en este caso 50% = 0.50)”

$q =$ “Probabilidad de fracaso (en este caso $1 - 0.50 = 0.50$)”

$e^2 =$ “Precisión (margen de error). En este caso es de 5%”

$N =$ “Tamaño del universo”

$n =$ “Tamaño de la muestra”

a. Unidad de análisis

La unidad de análisis son los empleados de la empresa Corporación Vega SAC, tomando los siguientes criterios.

- Empleados pertenecientes a la empresa Corporación Vega SAC.
- Sexo masculino y femenino
- Cualquier profesión
- Cualquier cargo

b. Tamaño de la muestra

La muestra está constituida por 163 empleados permanentes, nuevos ingresantes y contratados por la empresa Corporación Vega SAC.

c. Selección de Muestra

En este estudio se empleó la muestra probabilística basándose en el autor (Sampieri Fernández, 2014) en este tipo de muestra todos los elementos de la población cuentan con la probabilidad de ser seleccionados, por ello se fundamentará en este tipo de muestra ya que la aplicación de la encuesta es totalmente realizada para los empleados, lo cual lleva a la fiabilidad y la no alteración de los resultados.

4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.7.1. Técnicas.

Se realizó la técnica de las encuestas de forma aleatoria a 163 empleados de la empresa, por medio de un cuestionario de 15 preguntas, para alcanzar los objetivos específicos.

4.7.2. Instrumentos.

Los instrumentos adecuados para el progreso de este trabajo de investigación son los cuestionarios, es el instrumento de las encuestas para lo cual ha sido preparada y producida tomando en consideración las dimensiones del marco teórico y los indicadores planteados. En las encuestas se desarrollaron interrogantes cerradas aplicadas a los trabajadores de la empresa Corporación Vega SAC constituido por una población de 286 trabajadores y 163 de muestra.

A. Diseño

El diseño del cuestionario se elaboró según a las variables de investigación, las cuales son: Comunicación interna y Comportamiento organizacional, produciendo de esta manera el siguiente esquema.

La primera variable es la Comunicación interna, lo cual se estructuró en 3 dimensiones:

Tabla 3 *Distribución de las dimensiones para la variable Comunicación Interna*

Variable	Dimensiones
Comunicación Interna	Comunicación Intrapersonal
	Comunicación Interpersonal
	Comunicación Institucional

La primera dimensión es la comunicación Intrapersonal se integró como principal meta el mayor nivel de empatía y objetividad del emisor, quien este caso sería de los altos mandos.

La segunda dimensión es la Interpersonal, el cual se integró bajo los indicadores siguientes: el salario y el sentido.

Y, finalmente, la tercera dimensión es la comunicación institucional que en este caso se integró bajo los siguientes indicadores: La empatía, la escucha y la emisión.

Referente a la segunda variable está conformada por las siguientes dimensiones:

Tabla 4 *Distribución de las dimensiones para la variable Comportamiento Organizacional*

Comportamiento Organizacional	Dimensiones
	Importancia
	Tipos de grupos
	Tomas de decisiones

La primera dimensión está basada en la importancia del liderazgo

Con respecto a la segunda dimensión basada en los tipos de grupos que se dan en el comportamiento organizacional, tomando como indicador el equipo, que es la parte fundamental de todo proyecto.

Y referente a la última dimensión, toma de decisiones lo cual generará un impacto en la relación laboral.

B. Confiabilidad

Se consideró el uso del “alfa Cronbach” que posibilitó dar la fiabilidad de los instrumentos, se considera que es un método muy usado para dar consistencia y coherencia interna.

Además, con la finalidad de señalar la confiabilidad del instrumento, se empleó el software SPSS Statistics, y para ello tendremos que obtener un valor mayor a 0.70 y así demostrar que los instrumentos son confiables.

Obteniendo el resultado siguiente:

Tabla 5 *Alfa de Cronbach Alfa*

Estadística de fiabilidad	
<u>Alfa de Cronbach</u>	N de elementos
0.965	15

Fuente: Elaboración propia

Se aprecia un valor “alfa de Cronbach” de 0.965, por lo tanto, se establece un grado excelente de confiabilidad, es decir, los instrumentos de recopilación de datos cuentan un 96% de confiabilidad.

C. Validez

Con el fin de la producción y empleo de los cuestionarios se toma en consideración los antecedentes citados con anterioridad en el capítulo II, “Marco Teórico”, después de la elaboración, se generó el contacto con los expertos profesionales en el sector, de esta manera, el juicio de expertos “ha validado su fiabilidad en la investigación”.

En ese sentido, se contó con el apoyo expertos para validar el cuestionario, integrados por: Mg. Gisella Ahumada Chumbiauca y Mg. Miguel Gálvez Escóbar, quienes manifestaron su punto de vista y opiniones para de esa manera mejorar la encuesta y sea del enfoque correcto de acuerdo a las investigaciones.

Capítulo V:

Resultados

5.1. Descripción del Trabajo de Campo

Para el estudio respectivo se solicitó al área Administrativa y al área de RR. HH. el número de trabajadores quienes desarrollan sus labores de manera activa. Sobre ello, se obtuvo una muestra de 163 trabajadores a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas; dicho instrumento de recolecciones de información fue validado por dos expertos en el tema.

Con las respuestas ya obtenidas se efectúa el registro y computo de la data al software SPSS Statistic, posteriormente se realizaron los gráficos descriptivos y finalmente para hipótesis se usó el estadístico “Chi cuadrado”.

5.2. Presentación de Resultados

A continuación, mostramos el análisis descriptivo que se recopiló con la aplicación de los instrumentos:

5.2.1. Datos sociodemográficos.

Tabla 6 *Perfil de Consumidor*

	<i>Edades de los comerciantes</i>	Frecuencia	Porcentaje
	De 18 A 25	45	28%
	De 26 A 30	35	
Válido	De 31 A 45	38	
	De 46 A 50	29	
	De 50 A Mas	16	
	Total	163	

Fuente: Elaboración propia – Investigación de campo

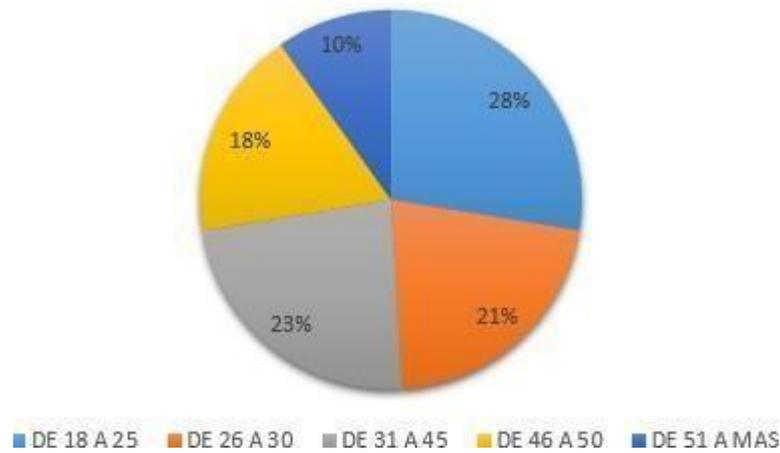


Figura 6 Gráfico de edades de los comerciantes encuestados

Fuente: *Elaboración propia – Investigación de campo*

Verificamos en la Tabla 6 y Figura 6 con relación a las edades de los trabajadores, se observó que el 28%, es decir, 45 trabajadores tiene edades entre 18 a 25 años; el 21%, es decir, 35 trabajadores tienen edades entre 26 a 30 años; 23%, es decir, 38 trabajadores tienen edades entre 31 a 45 años; 18%, es decir, 29 trabajadores tienen entre 46 a 50 años, y 10 %, es decir, 16 trabajadores, tienen entre 51 años a más.

5.2.2. Análisis Estadísticos de la Variable Comunicación Interna

5.2.2.1. Dimensión Comunicación Intrapersonal

Tabla 7 Información del indicador Gestión palabra pensada

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Nunca	9	5,5	5,5	5,5
Casi nunca	40	24,5	24,5	30,1
A veces	21	12,9	12,9	42,9
Casi siempre	28	17,2	17,2	60,1
Siempre	65	39,9	39,9	100,0
total	163	100,0	100,0	100,0

Fuente Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

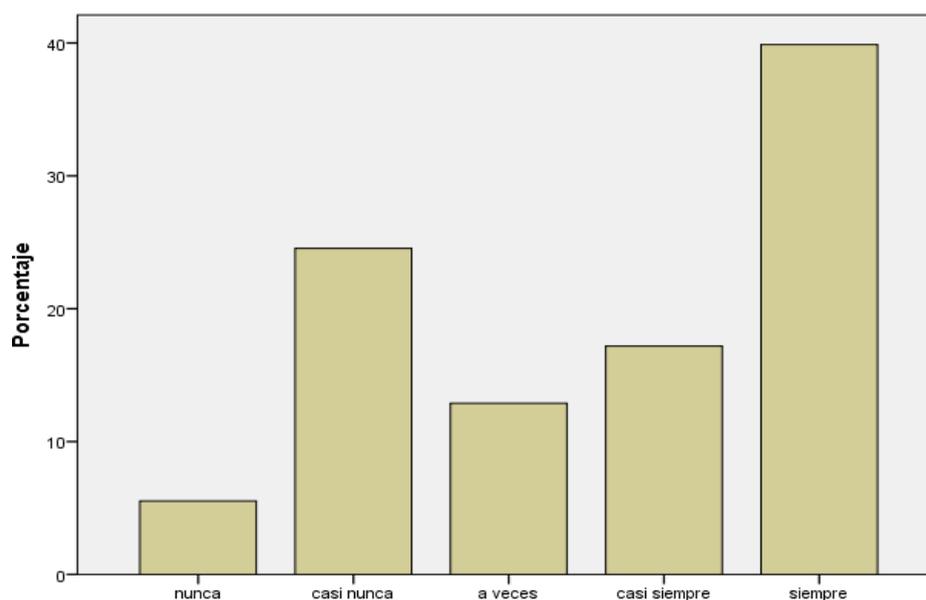


Figura 7 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

Según la tabla 7 y figura 7 de la dimensión de la Comunicación Intrapersonal, basándose en Información del indicador Gestión palabra pensada con la pregunta ¿Tiene claramente definido sus funciones dentro del puesto de trabajo?, se observó que el 39,9 %, es decir, 65 trabajadores siempre tienen definidos sus funciones dentro del puesto de trabajo; el 17,2 %, es decir, 28 trabajadores tienen casi siempre definidos sus funciones dentro del puesto de trabajo; el 12,9 %, es decir, 21 trabajadores a veces tienen definidos sus funciones dentro del puesto de trabajo; el 30,1%, es decir, 40 trabajadores tienen casi nunca definidos sus funciones dentro del puesto de trabajo; el 5,5%, es decir, 9 trabajadores nunca tienen definidos sus funciones dentro del puesto del trabajo.

Tabla 8 Información del indicador Gestión palabra pensada

Indicador		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nunca	6	3,7	3,7	3,7
	Casi nunca	48	29,4	29,4	33,1
	A veces	28	17,2	17,2	50,3
	Casi siempre	25	15,3	15,3	65,6
	Siempre	56	34,4	34,4	100,0
	Total	163	100,0	100,0	100,0

Fuente Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

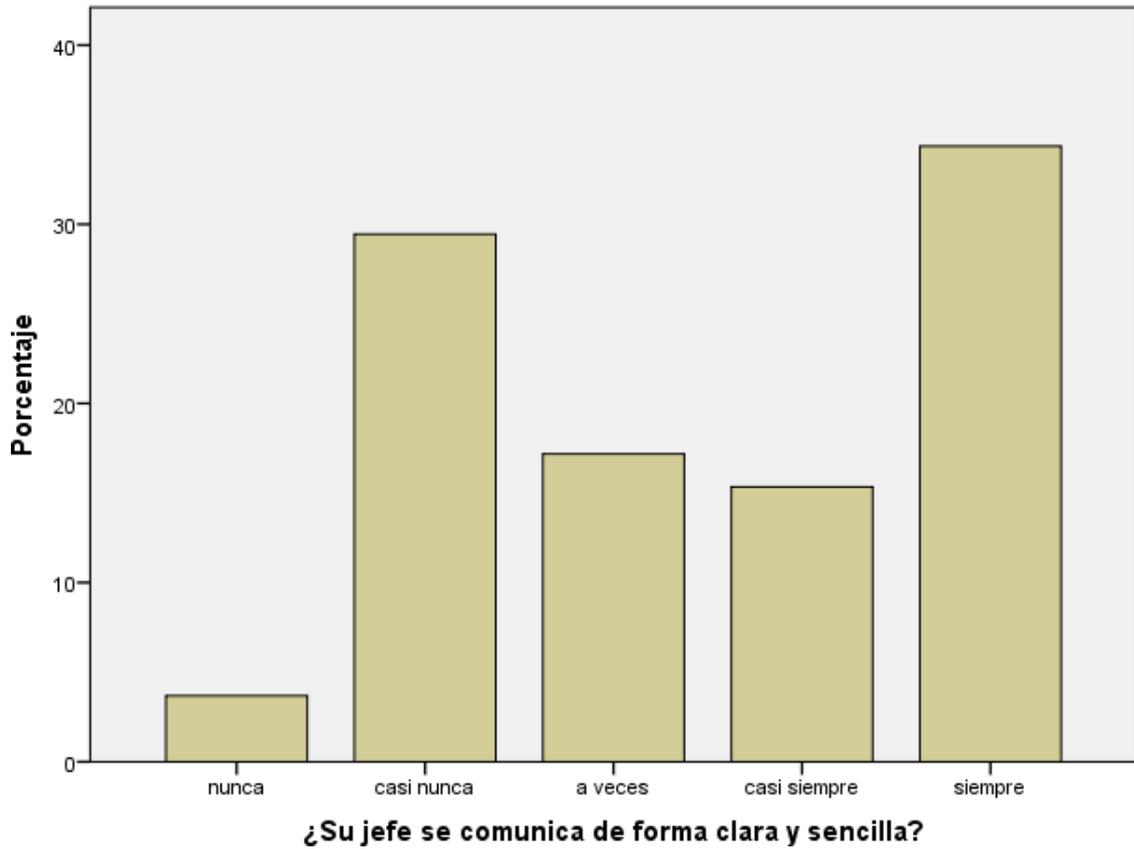


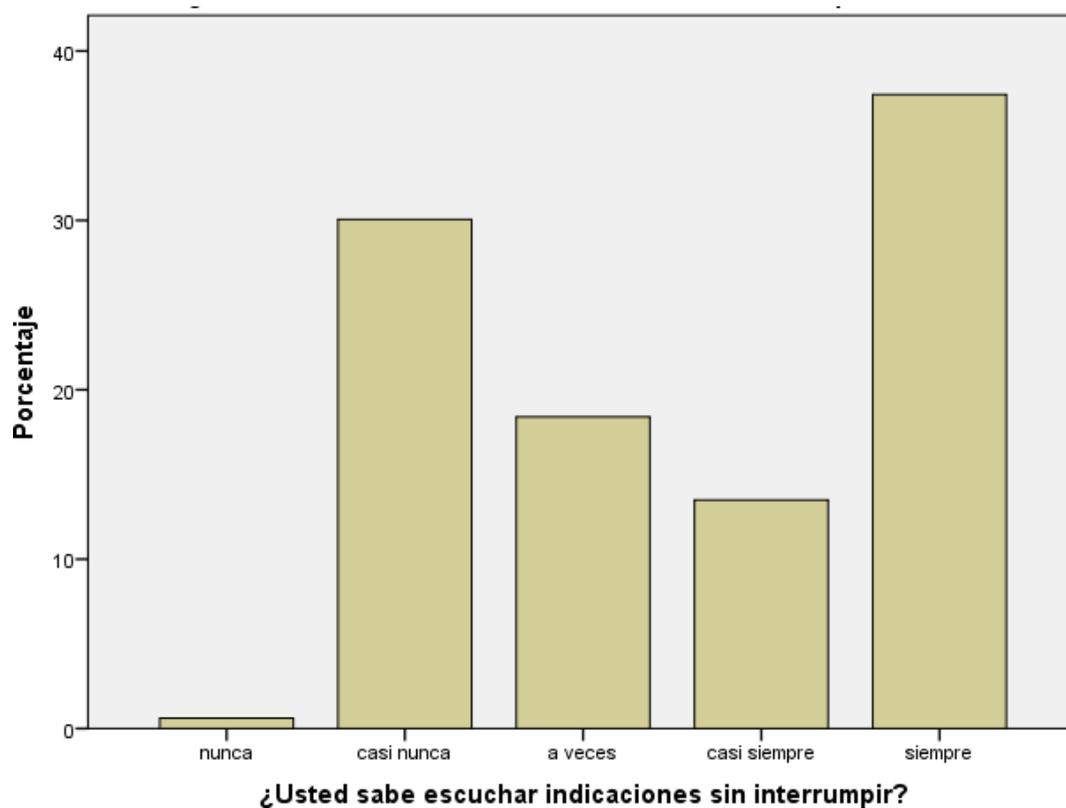
Figura 8 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

Según la tabla 8 y figura 8 de la información del indicador de la Gestión de la palabra pensada con la pregunta “¿Su jefe se comunica de forma clara y sencilla?”, se observó que el 34,4%, es decir, 56 trabajadores siempre obtienen una comunicación de forma clara y sencilla por parte de su jefe; el 15,3%, es decir, 25 trabajadores obtienen casi siempre la información de forma clara y sencilla; el 17,2%, es decir, 28 trabajadores a veces su jefe se comunica de manera clara y sencilla; el 29,4%, es decir, 48 trabajadores casi nunca su jefe se comunica de forma clara y sencilla y, finalmente, el 3,7%, es decir, 6 trabajadores de la empresa nunca su jefe se comunica de manera clara y sencilla.

Tabla 9 Información del indicador *Gestión palabra pensada*

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Nunca	1	0,6	0,6	0,6
Casi nunca	49	30,1	30,1	30,7
A veces	30	18,4	18,4	49,1
Casi siempre	22	13,5	13,5	62,6
Siempre	61	37,4	37,4	100,0
total	163	100,0	100,0	100,0

Fuente Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

**Figura 9** Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

Según la Tabla 9 y Figura 9 del Indicador de la Gestión de la palabra, asociada con la pregunta ¿Usted sabe escuchar indicaciones sin interrumpir?, se observó que el 0,6%, es decir, solo 1 trabajador nunca sabe escuchar indicaciones sin interrumpir; el 30,1%, es decir, 49 trabajadores casi nunca saben escuchar indicaciones sin interrumpir; el 18,4%, es decir, 30 trabajadores a veces sabe escuchar indicaciones sin interrumpir a su jefe inmediato; el 13,5%, es decir, 22 trabajadores casi siempre saben escuchar indicaciones sin interrumpir; el 37,4%, o sea, 61 trabajadores siempre sabe escuchar indicaciones sin interrumpir a sus jefes inmediatos.

5.2.2.1. Dimensión comunicación interpersonal.

Tabla 10 Información del Indicador Gestión Palabra Oral

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	1,2	1,2	1,2
Casi nunca	37	22,7	22,7	23,9
A veces	36	22,1	22,1	46,0
Validos	Casi siempre	34	20,9	66,9
	Siempre	54	33,1	100,0
	Total	163	100,0	100,0

Fuente. Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

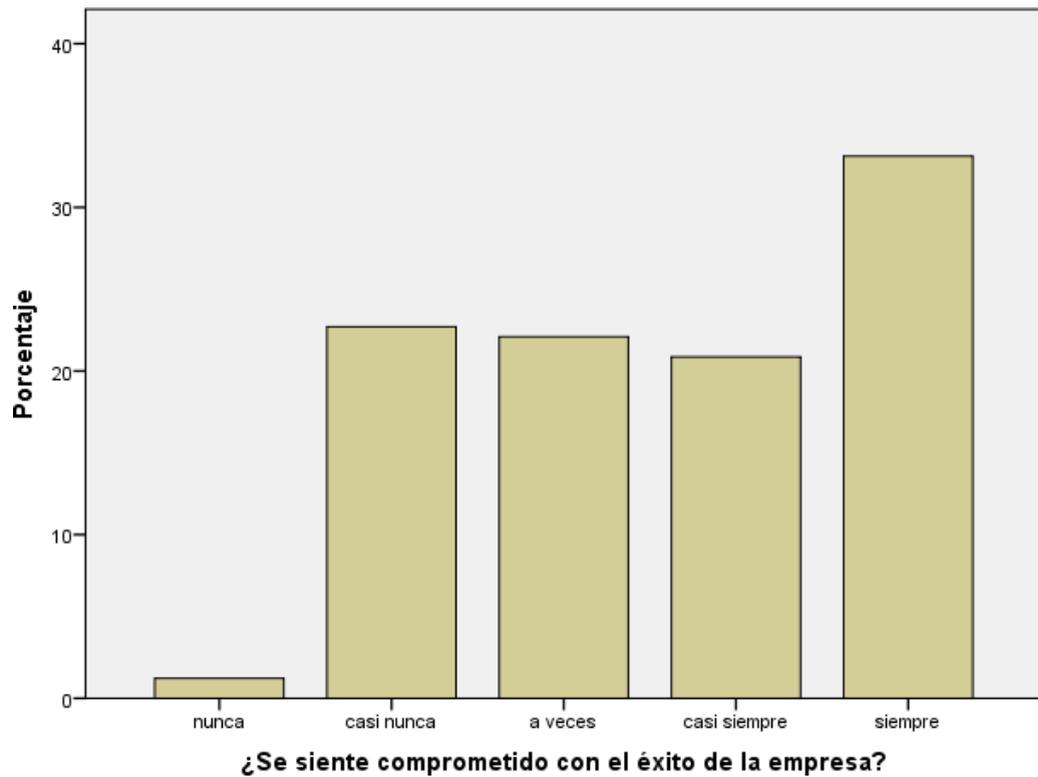


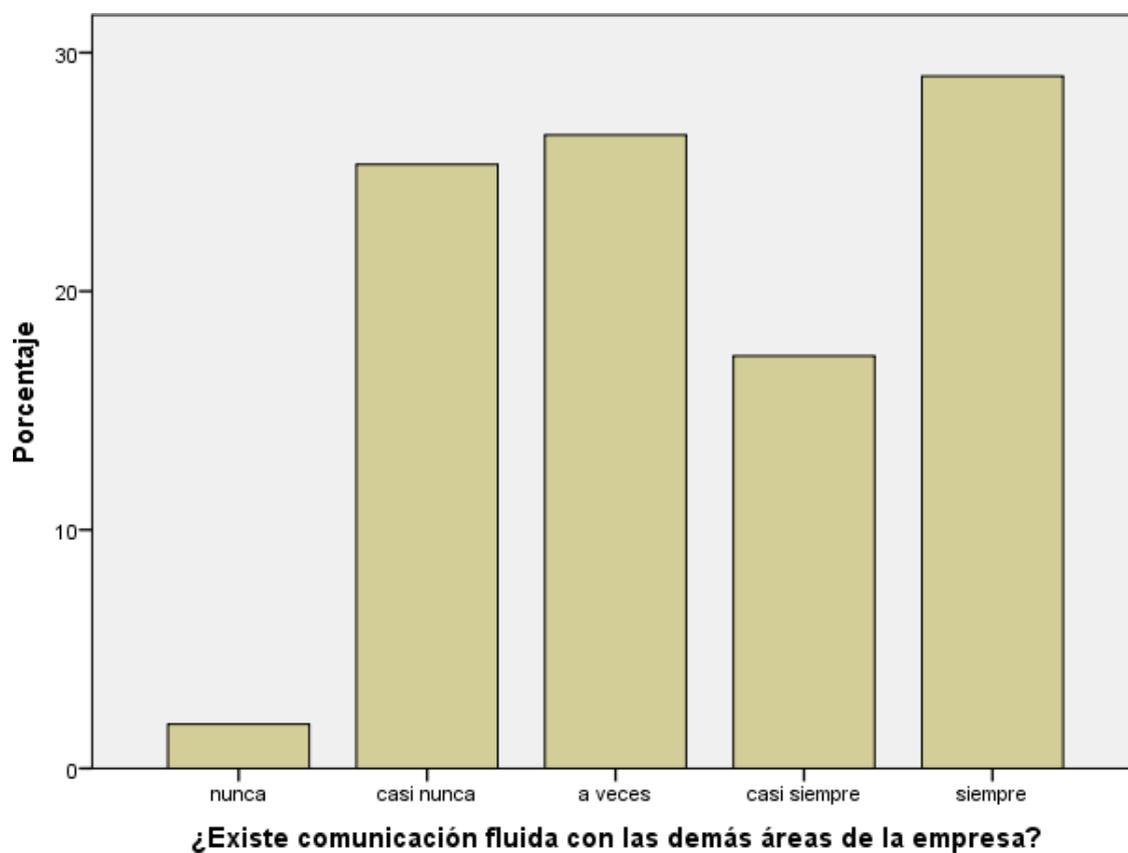
Figura 10 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

Como se observa en la Tabla 10 y Figura 10 en base a la interrogante “¿Se siente comprometido con el éxito de la empresa?” El cual corresponde al indicador Gestión de la palabra oral, el 1,2%, es decir, 2 trabajadores nunca se han sentido comprometidos con el éxito de la empresa; el 22,7%, o sea, 37 trabajadores casi nunca se sienten comprometidos con el éxito de la empresa; 22,1%, es decir, 36 trabajadores a veces se sienten comprometidos con el éxito de la empresa; el 20,9%, es decir, 34 trabajadores casi siempre se sienten comprometidos con el éxito de la empresa y, finalmente, el 33,1%, es decir, 54 trabajadores de la empresa se sienten comprometidos con el éxito de la empresa.

Tabla 11 Información del Indicador Gestión Palabra Oral

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Nunca	3	2,4	2,4	1,9
Casi nunca	42	25,2	25,2	27,2
A veces	43	26,4	26,4	53,7
Casi siempre	28	17,2	17,2	71,0
Siempre	47	28,8	28,8	100,0
Total	163	100,0	100,0	100,0

Fuente Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

**Figura 11** Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

Como se logra atender en la Tabla 11 y la Figura 11 hay un porcentaje de 28,8%, es decir, 47 trabajadores siempre mantienen una comunicación fluida con las demás áreas de la empresa, sin embargo, los porcentajes de 25,2%, es decir 42 trabajadores y 25,2% o sea, 42 trabajadores consideran que a veces y casi nunca existe una comunicación fluida con las demás áreas de la empresa.

Tabla 12 *Información del Indicador Gestión Palabra oral*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	0,6	0,6	0,6
	Casi nunca	41	25,2	25,2	25,8
	A veces	32	19,6	19,6	45,4
	Casi siempre	38	23,3	23,3	68,7
	Siempre	51	31,3	31,3	100,0
	Total	163	100,0	100,0	

Fuente Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

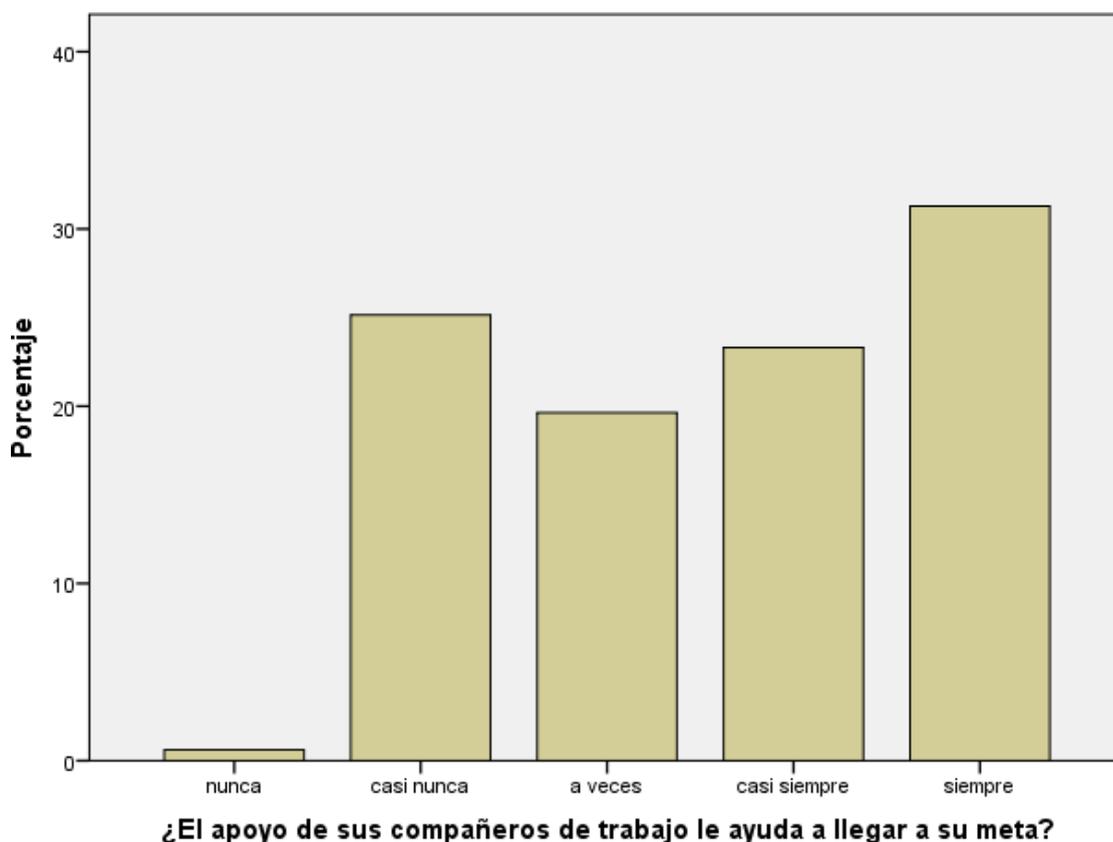


Figura 12 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

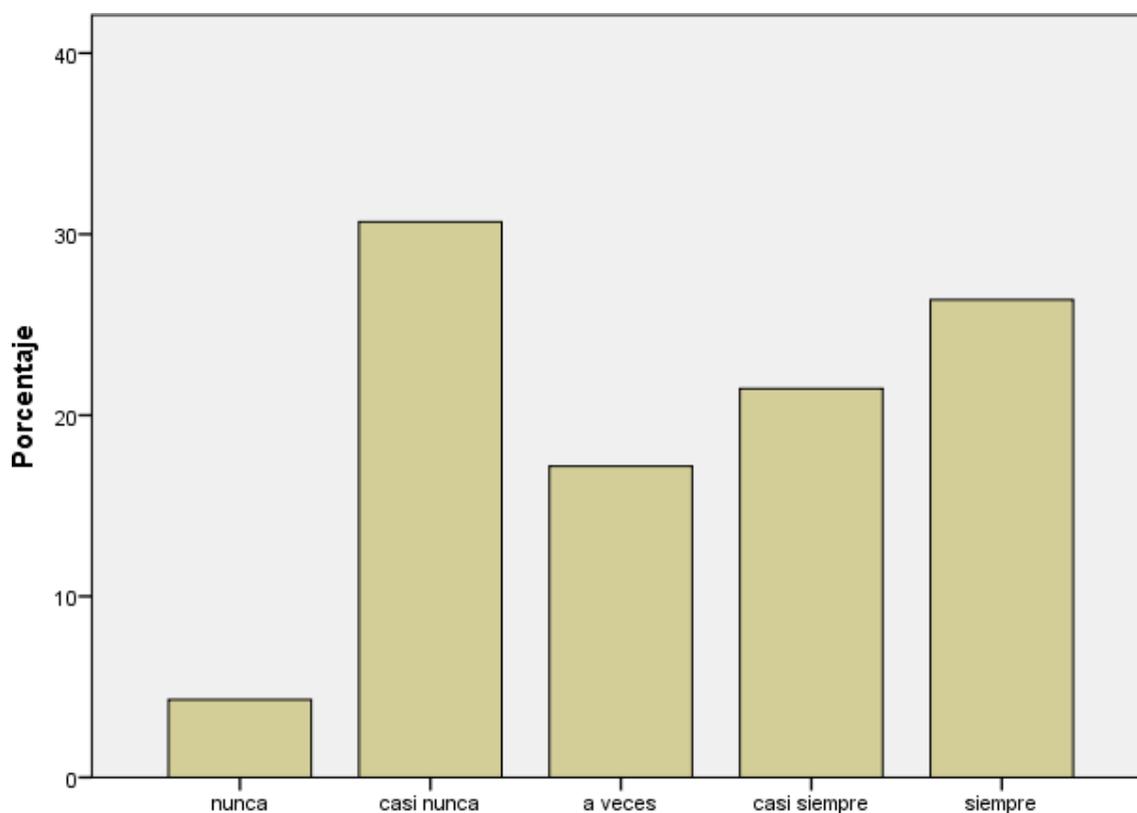
Como se observó en la Tabla 12 y Figura 10 basándonos en la interrogante ¿El apoyo de sus compañeros de trabajo le ayuda a llegar a su meta?, se observa que el 25,8% 41 trabajadores casi nunca recibió el apoyo de sus compañeros le ayuda a llegar a su meta laboral; el 19,6%, es decir, 32 trabajadores a veces el apoyo de sus compañeros le han ayudado a llegar a su meta; el 23,3%, es decir, 38 trabajadores casi siempre el apoyo de sus compañeros los han ayudado a llegar a su meta, y el 31,3%, o sea, 41 trabajadores detallan que siempre el apoyo de sus compañeros les ha ayudado a llegar a su meta.

5.2.2.1. Dimensión Comunicación Institucional

Tabla 13 Información del Indicador Gestión Palabra Escrita

	Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos	Nunca	7	4,3	4,3	4,3
	Casi nunca	50	30,7	30,7	35,0
	A veces	28	17,2	17,2	52,1
	Casi siempre	35	21,5	21,5	73,6
	Siempre	43	26,4	26,4	100,0
	Total	163	100,0	100,0	100,0

Fuente Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22



¿Su empresa genera capacitaciones guiadas acerca de su labor diaria?

Figura 13 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

Como se logra atender en la Tabla 13 y Figura 11 de la información del indicador Gestión palabra escrita de la Dimensión Comunicación Institucional, el 4,3%, es decir, 7 trabajadores indica que nunca se generan capacitaciones diarias acerca de su labor diaria; el 30,7%, es decir, 50 trabajadores casi nunca la empresa genera capacitaciones guiadas; el 17,2%, es decir, 28 trabajadores a veces la empresa genera estas capacitaciones guiadas; el 21,5% quiere decir 35 trabajadores casi siempre la empresa genera capacitaciones guiadas acerca de su labor diaria y, el 26,4%, es decir, 43 trabajadores indica que siempre la empresa genera capacitaciones guiadas acerca de su labor diaria.

Tabla 14 *Información del Indicador Gestión Palabra Escrita*

	Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	1,2	1,2	1,3
	Casi nunca	38	23,3	23,3	25,0
	A veces	38	23,3	23,3	48,8
	Casi siempre	47	28,8	28,8	76,3
	Siempre	38	23,4	23,4	100,0
	Total	163	100,0	100,0	100,0

Fuente *Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22*

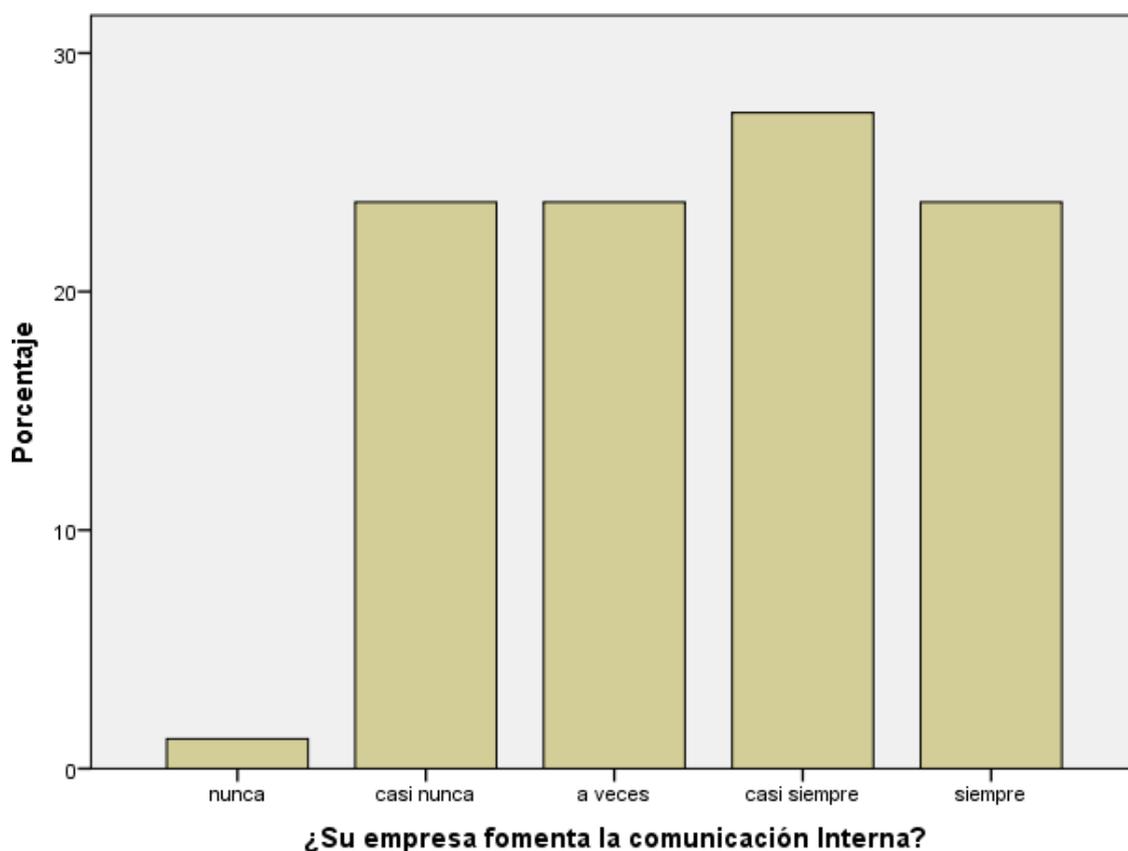


Figura 14 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

Como se observa en la Tabla 14 y Figura 12 de la información del indicador Gestión palabra escrita de la Dimensión Comunicación Institucional, en base a la pregunta, ¿Su empresa fomenta la comunicación interna? Se observaron los siguientes resultados: el 1,2%, es decir, 2 trabajadores manifiestan que la empresa no fomenta la comunicación interna; el 23,3%, es decir, 38 empleados indican que casi nunca se fomenta la comunicación interna, y así mismo el 23,3%, es decir, 38 empleados consideran que a veces la empresa fomenta la comunicación interna, el 28,8% quiere decir 47 trabajadores mencionan que casi siempre la empresa fomenta la comunicación interna y que el 23,4% quiere decir que 38 trabajadores manifiestan que la empresa siempre fomenta la comunicación interna.

5.2.3. Análisis estadístico de la variable comportamiento organizacional.

5.2.3.1 Dimensiones del comportamiento organizacional.

Tabla 15 Información de la dimensión del comportamiento organizacional

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulable
Válidos				
Nunca	6	3,7	3,7	3,7
Casi nunca	40	24,5	24,5	28,2
A veces	30	18,4	18,4	46,6
Casi siempre	27	16,6	16,6	63,2
Siempre	60	36,8	36,8	100,0
Total	163	100,0	100,0	100,0

Fuente Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

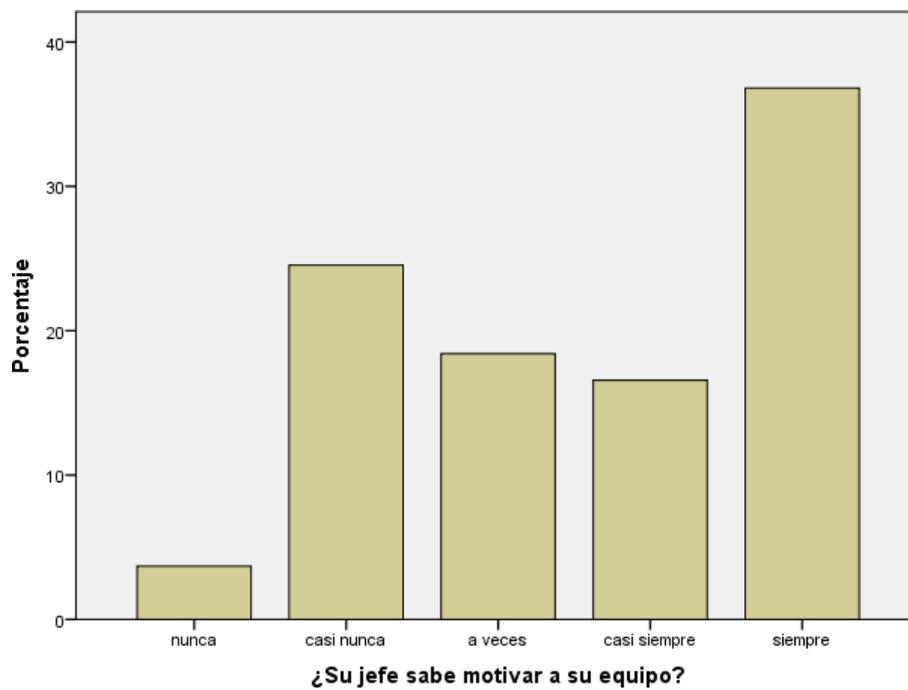


Figura 15 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

En relación a la Tabla 14 y la Figura 13 con la pregunta asignada se observó que 3,7%, es decir, 6 trabajadores dijeron: nunca siento motivación de parte del jefe inmediato; el 18,4%, es decir, 30 trabajadores a veces sintió motivación en su equipo, pero se observa que un 36,8%, es decir, 60 trabajadores siempre sienten la motivación de su jefe inmediato en su equipo.

Tabla 16 Información de la dimensión del Comportamiento Organizacional

	Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	49	30,1	30,6	33,1
	A veces	42	25,8	26,3	59,4
	Casi siempre	33	20,2	18,8	78,1
	Siempre	35	21,4	21,9	100,0
	Total	163	100,0	100,0	100,0

Fuente Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22 y estudio de campo

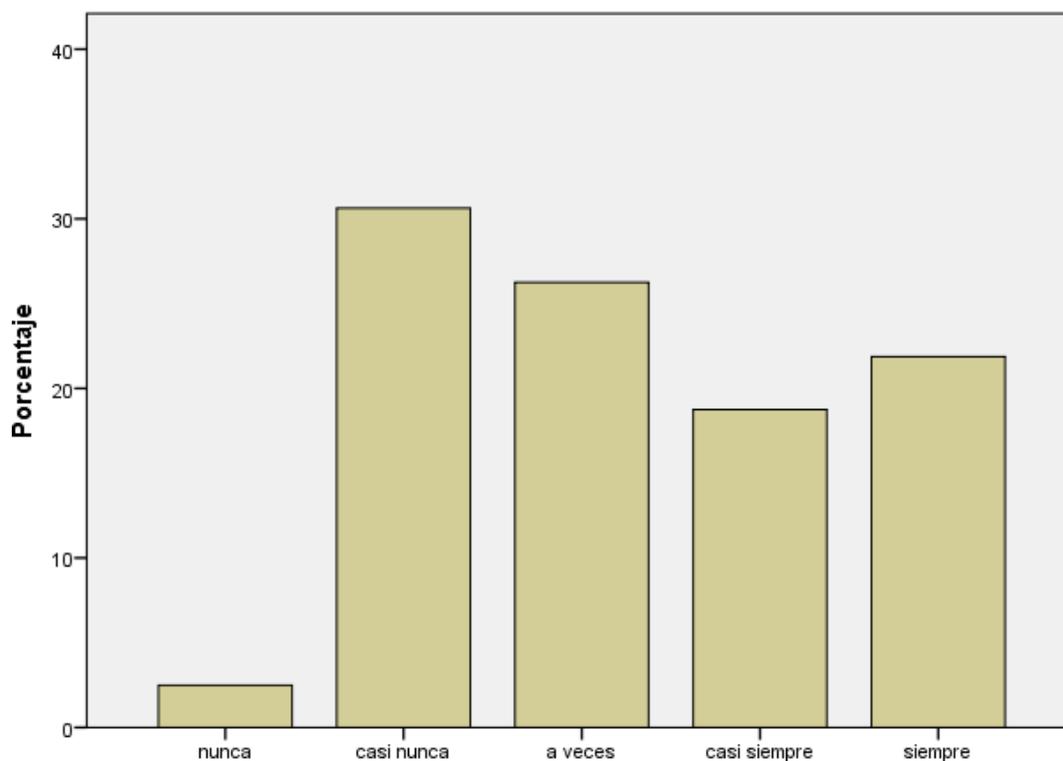


Figura 16 Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22 y estudio de campo

Como se logra atender de la Tabla 15 y Figura 14 con respecto a la encuesta gestionada se observa que el 2,5 quiere decir 4 trabajadores nunca se siente escuchado por la empresa al tomar decisiones de manera grupal. El 30,1%, es decir, 49 personas casi nunca son escuchados por la empresa al tomar decisiones de manera grupal; el 25,8% quiere decir, 42 trabajadores, a veces son escuchados por la empresa para las tomas de decisiones de manera grupal; el 20,2%, es decir, 33 trabajadores de la empresa consideran que casi siempre son escuchados en las tomas de decisiones de manera grupal y el 21,4%, es decir, 35 empleados indican que siempre son considerados en la toma de decisiones de manera grupal en la empresa.

5.3. Contrastación de Resultados

“Determinar la relación entre la variable Comunicación Interna y la variable Comportamiento organizacional” en la empresa Corporación Vega S.A.C.

5.3.1. Prueba de Hipótesis General.

Paso 1: “Formulación de hipótesis”

H0 = Hipótesis Nula, “no existe relación” entre la comunicación interna y el comportamiento organizacional.

H1= Hipótesis de alternativa, “existe relación” entre la comunicación interna y el comportamiento organizacional.

Paso 2: Nivel de significancia

“Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$ ”

Paso 3: Elección del estadístico

“Estadístico de prueba: Chi – Cuadrado”

Paso 4: Regla para decisión estadística

“Sí $p \leq \alpha$ = Se rechaza la hipótesis nula”

“Sí $p \geq \alpha$ = Se acepta la hipótesis nula”

Paso 5: Aplicación del estadístico de prueba en el software.**Tabla 17** Resultado de Chi cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	77,986	16	,000
Razón de verosimilitud	81,526	16	,000
Asociación lineal por lineal	37,270	1	,000
N de casos válidos	163		

Fuente: Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

En la tabla anterior se observa el empleo del “estadístico de prueba Chi cuadrado” de la hipótesis general y sus resultados con el fin de determinar su interpretación.

Paso 6: Interpretación

En la Tabla 17 se señala que se considera como “ $p = 0,000 \leq 0,05$ ”, por lo tanto, rechazamos la “hipótesis nula” y aceptamos la “hipótesis alternativa”. De esta manera, “existe correlación significativa entre la educación financiera y el financiamiento para un nivel de significancia $\alpha = 0,05$ ”.

De este modo, se concluye que la comunicación interna influye de manera directa en el comportamiento organizacional de la empresa Corporación Vega sac.

5.3.2. Hipótesis Específica N° 1.

Paso 1: Formulación de hipótesis

H0= “No existe relación” entre la comunicación intrapersonal y el comportamiento organizacional.

H1= “Existe relación” entre la comunicación intrapersonal y el comportamiento organizacional.

Paso 2: Nivel de significancia

“Nivel de significancia: $\alpha= 0,05$ ”

Paso 3: Elección del estadístico

“Estadístico de prueba: Chi – Cuadrado”

Paso 4: Regla para decisión estadística

“Sí $p \leq \alpha =$ Se rechaza la hipótesis nula”

“Sí $p \geq \alpha =$ Se acepta la hipótesis nula”

Paso 5: Aplicación del estadístico de prueba

Tabla 18 Resultado de Chi cuadrado de los factores entre la comunicación intrapersonal y comportamiento organizacional

Indicador	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	151,006a	16	,000
Razón de verosimilitud	156,133	16	,000
Asociación lineal por lineal	102,157	1	,000
N de casos válidos	161		

Fuente: Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

En la tabla anterior se observa el empleo del “estadístico de prueba Chi cuadrado” de la hipótesis específica número 1 y el resultado para su interpretación.

Paso 6: Interpretación

En la Tabla 18 se observa que se considera como “ $p = 0,000 \leq 0,05$ ” por lo que rechazamos la “hipótesis nula” y aceptamos la “hipótesis alternativa”. Existe correlación significativa entre la comunicación intrapersonal y el comportamiento organizacional para un nivel de significancia “ $\alpha = 0,05$ ”.

De esta manera, se concluye que la comunicación intrapersonal influye de manera directa en el comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega SAC.

5.3.3. Hipótesis Específica N° 2.

Paso 1: Formulación de hipótesis

H0 = “No existe relación” entre la comunicación interpersonal y el comportamiento organizacional.

H1= “Existe relación” entre la comunicación interpersonal y el comportamiento organizacional.

Paso 2: Nivel de significancia

“Nivel de significancia: $\alpha= 0,05$ ”

Paso 3: Elección del estadístico

“Estadístico de prueba: Chi – Cuadrado”

Paso 4: Regla para decisión estadística

“Sí $p \leq \alpha$ = Se rechaza la hipótesis nula”

“Sí $p \geq \alpha$ = Se acepta la hipótesis nula”

Paso 5: Aplicación del estadístico de prueba

Tabla 19 Resultado de Chi cuadrado entre la comunicación interpersonal y el comportamiento organizacional

Indicador	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	154,967	16	,000
Razón de verosimilitud	154,597	16	,000
Asociación lineal por lineal	86,215	1	,000
N de casos válidos	163		

Fuente: Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

Nota. “En esta tabla se aprecia la aplicación del estadístico de prueba Chi cuadrado de la hipótesis específica número 2 y sus resultados para su respectiva interpretación”, la frecuencia mínima esperada es 0,4

Paso 6: Interpretación

Se observa en la Tabla 18 que se cuenta como “ $p = 0,000 \leq 0,05$ ”, es decir, rechazamos la “hipótesis nula” y aceptamos la “hipótesis alternativa”. Es decir, “existe correlación significativa entre la educación financiera y el financiamiento para un nivel de significancia $\alpha = 0,05$ ”.

De esta manera, se concluye que la comunicación interpersonal influye de manera directa en el comportamiento organizacional de la empresa Corporación Vega SAC.

5.3.4. Hipótesis Específica N° 3.

Paso 1: Formulación de hipótesis

H0 = “No existe relación” entre comunicación institucional y comportamiento organizacional.

H1= “Existe relación” entre comunicación institucional y comportamiento organizacional.

Paso 2: Nivel de significancia

“Nivel de significancia: $\alpha= 0,05$ ”

Paso 3: Elección del estadístico

“Estadístico de prueba: Chi – Cuadrado”

Paso 4: Regla para decisión estadística

“Sí $p \leq \alpha$ = Se rechaza la hipótesis nula”

“Sí $p \geq \alpha$ = Se acepta la hipótesis nula”

Paso 5: Aplicación del estadístico de prueba

Tabla 20 Resultado de Chi cuadrado entre actitud financiera y el financiamiento

Indicador	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
“Chi-cuadrado de Pearson”	147,928	16	,000
“Razón de verosimilitud”	153,744	16	,000
“Asociación lineal por lineal”	89,231	1	,000
“N de casos válido”s	159		

Fuente: Tomado de los estadísticos del SPSS versión 22

Nota. En esta tabla se aprecia la aplicación del estadístico de prueba Chi cuadrado de la hipótesis específica número 2 y sus resultados para su respectiva interpretación, la frecuencia mínima esperada es ,05

Paso 6: Interpretación

Se tiene como “ $p = 0,000 \leq 0,05$ ” de esta manera, rechazamos la “hipótesis nula” y aceptamos la “hipótesis alternativa”. Es decir, “existe correlación significativa entre la educación financiera y el financiamiento para un nivel de significancia $\alpha = 0,05$ ”.

De modo que, se concluye que la comunicación institucional influye de manera directa en el comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega SAC.

5.4. Discusión de Resultados.

A continuación, presentamos el análisis de los resultados.

Al examinar los resultados de la muestra de 163 trabajadores de la empresa Corporación Vega SAC, y probar la hipótesis general con la prueba del “Chi cuadrado” entre las variables comunicación interna y comportamiento organizacional, las cuales son las dos variables de estudio, dando como “nivel de significancia 0,000” para lo cual significa que tiene un alto nivel de confiabilidad, así mismo se empleó la “correlación de

Pearson” de las dos variables en estudio para lo cual se logra concluir que existe una correlación muy buena entre las dos variables, esto significa que entre más aumente la buena comunicación interna influirá de manera alta en el comportamiento organizacional.

Este presente estudio tiene coincidencia con el trabajo de investigación de (CRUZADO, 2016) con título “Auditoría de la comunicación interna y el clima organizacional en una empresa industrial de Lima”, donde se obtuvo como finalidad estudiar el vínculo que se origina entre el resultado de una auditoría de la comunicación interna y el clima organizacional para lo cual comprobó que si existe una relación entre las dos variables.

De igual manera, convenimos con los resultados de la autora (Manzano, 2012) con el título “La Comunicación Interna y su incidencia en el Desarrollo Organizacional de la empresa VISPRIN CIA. LTDA. de la ciudad de Ambato” por lo que tuvo como objetivo enfocar un “análisis de la comunicación interna” con la finalidad de entablar un método de comunicación interno que conceda entablar estrategia para una mejora en el ambiente laboral, de lo cual se tuvo un porcentaje alto que la comunicación interna si era importante.

Para comprobar la primera hipótesis se empleó la prueba de “Chi cuadrado” para la dimensión de comunicación intrapersonal, resultando un “nivel de significancia de 0.000” que significa que existe un alto grado de confiabilidad, por lo tanto, una buena comunicación intrapersonal influye significativamente en el comportamiento organizacional. Para el autor (Quevedo, 2016) en su estudio determino que de acuerdo a la “comunicación descendente” que advierten los trabajadores, se traduce un grado deficiente de “liderazgo transformacional” de 22.4%, de esta manera puede observar el nivel de influencia que significa la comunicación interna.

Para la prueba de la segunda hipótesis se empleó la prueba de “Chi-cuadrado” para la dimensión interpersonal y su influencia en comportamiento organizacional en el trabajo en equipo, logrando un grado de significancia de “0.000”, lo cual significa que existe un alto grado de confiabilidad. Por otro lado, la autora (Linares, 2015) manifiesta en sus conclusiones que “el desempeño de los trabajadores, perjudica la comunicación ejercida por los integrantes de una empresa”, por lo que quiere decir que la comunicación interpersonal contribuye significativamente en la empresa.

Para la comprobación de la tercera hipótesis se efectuó la prueba de “Chi-cuadrado”, para la dimensión comunicación institucional y comportamiento organizacional en la motivación logrando un grado de significancia de “0.000” que significa que existe un alto nivel de confiabilidad; además, se efectuó la correlación de Pearson. En el estudio del Centro de Estudios Financieros (CEF, 2010) elaborado en distintos países sudamericanos dio como resultado un elevado porcentaje de mala comunicación interna para lo cual se representa en un 62% y 51% de desmotivación de los trabajadores. Ello señala la relación que existe entre estas dos, determinando que la comunicación interna contribuye en el comportamiento organizacional de manera motivacional.

Conclusiones

Dando por culminado el trabajo de investigación realizado a los empleados de la empresa Corporación Vega SAC y teniendo en consideración los objetivos de la hipótesis planteados en el presente trabajo de investigación, se señalan las conclusiones siguientes:

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

2. “Se identificó que la comunicación intrapersonal influye de manera significativa en el comportamiento de los empleados” de la empresa Corporación Vega SAC. De acuerdo a la correlación del estadístico de prueba “Chi cuadrado con un 0,05 de nivel de significancia” se sugiere una moderada correlación entre ambas dimensiones, concluyendo que si una organización cuenta con una buena comunicación intrapersonal esta influirá asertiva y positivamente en el comportamiento de los trabajadores a nivel organizacional.

3. “Se determinó que la comunicación interpersonal influye de manera significativa en el trabajo en equipo en el comportamiento organizacional de los empleados” de la empresa Corporación Vega SAC. De acuerdo a la correlación del estadístico de prueba “Chi cuadrado con un 0,05 de nivel de significancia”, concluyendo que si una organización tiene una buena comunicación interpersonal, ésta influirá de forma

positiva en el trabajo en equipo del comportamiento organizacional de los empleados dentro de la organización.

4. “Se identificó que la comunicación institucional influye de manera significativa en la motivación de los empleados en el comportamiento organizacional de los empleados” de la empresa Corporación Vega SAC. De acuerdo a la correlación del estadístico de prueba “Chi cuadrado con un 0,05 de nivel de significancia”, concluyendo que, si una organización cuenta con una buena comunicación institucional, esta influirá de forma positiva en la motivación del comportamiento organizacional de los trabajadores en la organización.

Recomendaciones

Concluyendo el presente trabajo de investigación, basándonos en los resultados alcanzados, se recomienda:

1. Establecer un modelo de comunicación interna integrada y comprendida, en donde cada uno de los integrantes de la empresa sea tomado en cuenta y considerado emisor de comunicación, puesto que todos por alguna razón o manera estamos constantemente emitiendo y transmitiendo mensajes dentro de la empresa y de esa manera con cada integrante que se va incorporando en la empresa a futuro.
2. Tener en consideración el “escucha activo”, para que de esa manera los líderes tengan la facultad de originar comunicaciones internas que les conceda obtener y propiciar estrategias intrapersonales con los trabajadores, dado que es importante que un buen líder entienda cómo piensan los integrantes de una organización y así crear un clima armónico.
3. Mejorar las capacitaciones constantes y guiadas por parte de los directivos hacia el nuevo personal, para que de esa manera se genere una rutina de información diaria haciendo el énfasis de las metas que se generan rutinariamente.
4. Brindar espacios, donde los trabajadores tengan la facilidad de ser escuchados en sus quejas, opiniones, inquietudes y propuestas a los directivos, con el fin de mejorar la comunicación institucional y así lograr una medición en la comunicación interna existente.
5. Enfatizar la satisfacción dentro del trabajo, reduciendo el nivel de ausentismo y lograr un equilibrio dentro de la organización.

Referencias Bibliográficas

Acuña, 2016. Dirección y comunicación de habilidades directivas.

Arizcuren, A. (2008). Guía de buenas prácticas de comunicación Interna . Madrid: FEAPS.

Avila, G. L. (2012). “Influencia de la comunicación.

Berceruelo, B. (2015). Comunicación Empresarial. Madrid, España: Estudio De Comunicación.

Brandolini, A. (2009). Comunicación interna. Argentina: dirCoM.

Chiavenato, 2009. Comportamiento Organizacional, la dinámica del éxito en las Organizaciones

Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional, La dinámica del éxito en las Organizaciones . Mexico D.F: MC DRAW HILL Educación .

Comunicación Interna en la Práctica Tessi, M. (2011).

Deres, 2015. DERES Empresas por el desarrollo sostenible. <https://deres.org.uy/> Diaz, G.

(2013). Comunicación Interna y Clima Laboral Organizacional de la

Empresa Pasteurizadora San Pablo en la ciudad de Píllaro.

DuBrin, A. (2003). Fundamentos de Comportamiento Organizacional, 2da Edición . Mexico: Thomson editores.

Espinoza, I. A. (2017). La Relación entre la Comunicación Interna y el Clima Laboral: Estudio de Caso en PYMES de la Ciudad de Guayaquil. Revista UEES, 13.

Gallup, S. o. (2019). State of the Global Workplace de Gallup. Obtenido de State of the Global Workplace de Gallup: <https://www.gallup.com/de/gallup-deutschland.aspx>

Lewin, K. (1988). El Modelo de Cambio Organizacional .

Navarro, P. B. (2016). Dirección de comunicación y habilidades directivas.

España : DYKINSON SL.

Ospina, E. B. (2013). La comunicación Interna y la Promoción de la Salud.

Quevedo, K. L. (2016). Influencia de la comunicación interna en el nivel de clima organizacional de la. Lima, Perú.

Robbins, S. P. (2010). Administración decima edición . Mexico : Pearson.

Sandoval, J. G. (2014). “Comunicación Interna Y Clima Laboral”.

Sdelsol. (02 de Febrero de 2021). SDelsol. Obtenido de

<https://www.sdelsol.com/blog/pymes/comunicacion-interna-en-la-empresa/>

Siampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico: McGRAW-HILL.

Tessi, 2012. Manuel Tessi, Comunicación Interna Integrada.

Valles, J. B. (2019). Comportamiento organizacional y su influencia en el cumplimiento de metas.

Velez, A. E. (2016). Diagnóstico Del Comportamiento Organizacional Entre Los Empleados De Demca Sas. En La Ciudad De Indias, 2016.

VérticeS.L, P. (2008). Comunicación Interna. España: Editorial Vertice.

Villatoro, C. E. (2013). Comportamiento Organizacional En Las Delegaciones Departamentales Del Ministerio De Ambiente Y Recursos Naturales Region Noroccidente

Apéndice

Apéndice 01. Encuesta



Estimados trabajadores de la empresa Corporación Vega SAC, sírvase a leer detenidamente las siguientes preguntas detalladas a continuación y marque (X) de acuerdo a su preferencia.

Tenga en cuenta que:

1= nunca, 2=casi nunca, 3= a veces, 4= casi siempre, 5= siempre.

Muchas gracias por su colaboración.

Objetivo 1: “Identificar si la comunicación Intrapersonal influye en el comportamiento organizacional”	“1”	“2”	“3”	“4”	“5”
¿Tiene claramente definido sus funciones dentro del puesto de trabajo?					
¿Su jefe se comunica de forma clara y sencilla?					
¿Usted sabe escuchar indicaciones sin interrumpir?					
¿Cuándo se encuentra en alguna reunión su jefe los invita a participar?					
¿Su jefe inmediato se alegra de sus logros alcanzados?					

Objetivo 2: “Identificar si la comunicación Interpersonal influye en el comportamiento organizacional”	“1”	“2”	“3”	“4”	“5”
¿Se siente conforme con su pago salarial?					
¿Se siente comprometido con el éxito de la empresa?					

¿Existe comunicación fluida con las demás áreas de la empresa?					
¿El apoyo de sus compañeros de trabajo le ayuda a llegar a su meta?					
¿Sus ideas son tomadas en cuenta?					

Objetivo 3: “Identificar si la comunicación institucional influye en el comportamiento organizacional”	“1”	“2”	“3”	“4”	“5”
¿Su empresa genera capacitaciones guiadas acerca de su labor diaria?					
¿Se siente escuchado por la empresa?					
¿Su empresa fomenta la comunicación Interna?					
¿Su jefe sabe motivar a su equipo?					
¿En su empresa dispone de tecnología para lograr una mejora en la comunicación?					

Apéndice 03: Matriz De Consistencia

“El impacto de la Comunicación Interna en el clima organizacional en la empresa Corporación Vega S.A.C, en el periodo 2021 – 2022”

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Metodología
¿De qué manera la comunicación interna influye en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022?	Determinar de qué manera la comunicación interna influye en el clima organizacional en la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022	La comunicación interna influye de manera significativa en el comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022.	<u>Independiente.</u> Comunicación interna	Enfoque de Investigación Cuantitativo
			<u>Dependiente.</u> Comportamiento organizacional	Método de Investigación Hipotético - Deductivo
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas		Tipo de investigación Descriptivo.
1. ¿En qué medida la comunicación intrapersonal influye en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022?	1. Identificar en qué medida la comunicación intrapersonal influye en el liderazgo en la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022	1. La comunicación intrapersonal influye de manera significativa en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022.		Nivel de investigación Explicativa
				Diseño de investigación No experimental

<p>2. ¿De qué manera la comunicación interpersonal influye en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022?</p>	<p>2. Determinar de qué manera la comunicación interpersonal influye en el trabajo en equipo en la empresa Corporación Vega SAC</p>	<p>2. La comunicación interpersonal influye de manera significativa en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022.</p>	<p>Población: 57 tiendas con 5 empleados en cada una de ellas.</p> <p>Muestra: 163 trabajadores</p> <p>Técnicas de recolección de datos</p> <p>Descripción del análisis de datos</p>
<p>3. En qué medida la comunicación institucional impacta en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022</p>	<p>3. Determinar en qué medida la comunicación institucional influye en la motivación en la empresa Corporación Vega SAC</p>	<p>3. La comunicación institucional influye de manera significativa en el clima organizacional de la empresa Corporación Vega SAC en el periodo 2021-2022</p>	

Apéndice 03: Validación de Experto



FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Proyecto de Tesis, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Proyecto de Tesis ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

El impacto de la Comunicación Interna en el clima organizacional en la empresa Corporación Vega S.A.C, en el periodo 2021 – 2022

Instrucciones:

Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

Criterios de Evaluación	PARA: Congruencia y claridad del instrumento					PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)									
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
1.El instrumento tiene estructura lógica.				x				x						x	
2.La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				x				x						x	
3.El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					x					x					x
4.Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					x					x					x
5.Los reactivos reflejan el problema de investigación.					x					x					x
6.El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				x						x					x
7.Las preguntas permiten el logro de objetivos.					x					x					x

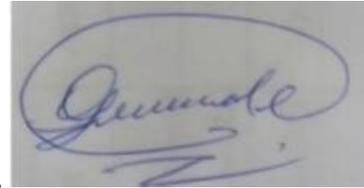
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X						X					X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X						X					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X						X					X
Sumatoria Parcial																
Sumatoria Total																

Observaciones: Se recomienda agregar el título de la investigación en la encuesta de tal manera, los encuestados tengan en claro sobre qué se está analizando, además de tener un orden sistemático

Nombres y Apellidos del Experto: Mag. Gisella Ahumada Chumbiauca
Especialidad: Docente Universitaria

Nro. Celular:

Firma:...



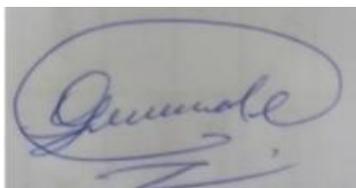
ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS
Apreciación del experto sobre el cuestionario:

Criterios de Evaluación	“Correcto”	“Incorrecto”
1. “El instrumento tiene estructura lógica”		x
2. “La secuencia de presentación de los ítems es óptima”		x
3. “El grado de complejidad de los ítems es aceptable”	x	
4. “Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles”	x	
5. “Los reactivos reflejan el problema de investigación”	x	
6. “El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación”	x	
7. “Las preguntas permiten el logro de objetivos”	x	
8. “Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación”	x	
9. “El instrumento abarca las variables e indicadores”	x	
10. “Los ítems permiten contrastar las hipótesis”	x	

Nombres y Apellidos del Experto: Mag. Gisella Ahumada Chumbiauca

Teléfono:.....

Firma:



Apéndice 04: Validación de Experto



FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Proyecto de Tesis, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Proyecto de Tesis ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

El impacto de la Comunicación Interna en el clima organizacional en la empresa Corporación Vega S.A.C, en el periodo 2021 – 2022

Instrucciones:

Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

Criterios de Evaluación	PARA: Congruencia y claridad del instrumento					PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)								
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
1.El instrumento tiene estructura lógica.			x					x					x	
2.La secuencia de presentación de los ítems es óptima.			x					x						x
3.El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					x			x						x
4.Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					x				x					x
5.Los reactivos reflejan el problema de investigación.				x					x					x
6.El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				x					x					x
7.Las preguntas permiten el logro de objetivos.				x					x					x

8.Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.				x						x					x	
9.El instrumento abarca las variables e indicadores.				x						x					x	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.				x						x					x	
Sumatoria Parcial																
Sumatoria Total																

Observaciones:

Nombres y Apellidos del Experto: Mg. Miguel Gálvez Escóbar **Especialidad:**

.....



Firma:.....

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario:

Criterios de Evaluación	“Correcto”	“Incorrecto”
1. “El instrumento tiene estructura lógica”		X
2. “La secuencia de presentación de los ítems es óptima”		X
3. “El grado de complejidad de los ítems es aceptable”		X
4. “Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles”	X	
5. “Los reactivos reflejan el problema de investigación”	X	
6. “El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación”	X	
7. “Las preguntas permiten el logro de objetivos”	X	
8. “Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación”	X	
9. “El instrumento abarca las variables e indicadores”	X	
10. “Los ítems permiten contrastar las hipótesis”	X	

Nombres y Apellidos del Experto: Mg. Miguel Gálvez Escóbar



Firma:.....



Figura 17 Evidencia de trabajo de campo



Figura 18 Evidencia de lugar de trabajo.



Figura 19 Evidencia de lugar de trabajo



Figura 20 Evidencia de la implementación de Comunicación, inicio de labores guiadas.



Figura 21 *Premiación por las metas alcanzadas*



Figura 22 *Premiación por las metas alcanzadas*

SOLICITUD DE PERMISO PARA TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.

Lima, 18 de Julio del 2022

Señores de la empresa CORPORACION VEGA S.A.C con Ruc 20502257987.

Yo Sharon Elizabeth Pérez Pisco, con dni 72520325, respetuosamente me presento y expongo, que solicito permiso para realizar mi trabajo de investigación titulado "El impacto de la Comunicación Interna en el Comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega S.A.C, en el periodo 2021-2022" dicho estudio ayudará a mi persona para poder optar el grado de Licenciado en Administración, así también a la organización ya que se podrá observar mejoras en la comunicación interna, sostenibilidad y calidad en la atención, estos datos ayudaran a la mejora continua en las diferentes áreas de la empresa, por lo que ruego acceder a mi solicitud.

Atentamente.


DNI: 72520325

Sharon Elizabeth Perez Pisco


GERENTE DE TIENDA SAN DIEGO
CORPORACION VEGA S.A.C
Okta Castillo A.
74462215