



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los  
trabajadores de 18 a 25 años de la tienda Promart Homecenter Breña, 2018.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR**

**Aspillaga Santa Cruz, Marcela Alejandra**

**ASESOR**

**Smith Corrales, Cesar Augusto**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea**

**LIMA – PERÚ**

**2018 - I**

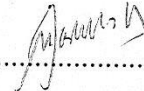
El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)  
ASPÍLLAGA SANTA CRUZ, MARCELA ALEJANDRA  
 cuyo título es: "INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA  
EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS TRABAJADORES  
DE 18 A 25 AÑOS DE LA TIENDA PROMART HOMECENTER  
BREA, 2018  
 .....

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas  
 por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 12 (número)  
DOCE (letras).

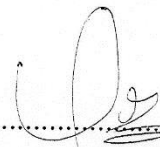
Lima, 04 de diciembre de 2018.




PRESIDENTE



SECRETARIO



VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

### **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis especialmente a mis padres Raúl Aspillaga Turriate y Carmen Santa Cruz Hernández, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas; ayudándome a concluir con éxito este proyecto de tesis y llegar a ser una profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer principalmente a Dios por darme la fortaleza y perseverancia para continuar con mi etapa universitaria, a pesar de los desafíos y retos que se presentaron en el camino.

A mis amigos que me acompañaron en estos cinco años de carrera, por su amistad y apoyo incondicional ante cualquier situación

A mis profesores, por su enseñanza, orientación y consejos para el desarrollo de mi proyecto de tesis.

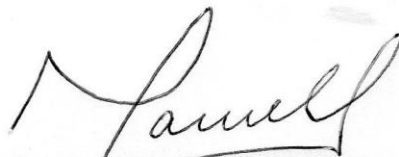
### **Declaratoria de Autenticidad**

Yo Marcela Alejandra Aspillaga Santa Cruz con DNI N° 75538796, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Diciembre del 2018



Marcela Alejandra Aspillaga Santa Cruz

Nombres y Apellidos

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los trabajadores de 18 a 25 años de la tienda Promart Homecenter Breña, 2018”. La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Marcela Alejandra Aspillaga Santa Cruz

# ÍNDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PAGINA</b>
<b>PAGINAS PRELIMINARES</b>	
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
<b>RESUMEN</b>	ix
<b>ABSTRACT</b>	x
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	10
1.1 Realidad Problemática	10
1.2 Trabajos Previos	12
1.2.1 Antecedentes Nacionales	12
1.2.2 Antecedentes Internacionales	13
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	14
1.3.1 Teoría del Interaccionismo Simbólico	14
1.3.3 Teoría de la Frecuencia de la Publicidad	16
1.3.3.1 Variable Independiente: Mensaje Publicitario	17
1.3.3.2 Variable Dependiente: Intención de Compra	20
1.4. Formulación del Problema	23
1.5. Justificación del Estudio	24
1.6. Hipótesis General	25
1.7. Objetivos	26
<b>II. METODOLOGÍA</b>	26
2.1. Diseño de Investigación	26
2.2. Variables, Operacionalización	27
2.3. Población y Muestra	28
2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	29
2.5. Métodos de análisis de datos	31

2.6.	Aspectos éticos	31
<b>III.</b>	<b>RESULTADOS</b>	32
<b>IV.</b>	<b>DISCUSIÓN</b>	58
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIÓN</b>	59
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	61
	<b>REFERENCIAS</b>	62
	<b>ANEXOS</b>	64



## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo identificar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los trabajadores de 18 a 25 años de la tienda Promart Homecenter Breña, 2018. En este caso, se utilizó un diseño no experimental de corte transversal, con un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y con un nivel descriptivo-causal. Posteriormente se aplicó el cuestionario a 92 trabajadores, el cual tiene una validez del 91% a través del coeficiente de V de Aiken y una confiabilidad de .907 según el Alfa de Cronbach. Tras procesar los resultados en el programa estadístico SPSS, se realizó la prueba de regresión lineal para rechazar la hipótesis nula o aceptar la alternativa. Finalmente, se concluyó que la comunicación interna influye en el clima organizacional de los trabajadores de 18 a 25 años de la tienda Promart Homecenter Breña, 2018, debido a que las estrategias de comunicación que emplea el área de Recursos Humanos de dicha tienda, son eficaces y generan un buen ambiente laboral entre los colaboradores.

Palabras clave:

Comunicación Interna – Clima Organizacional – Trabajadores – Promart Homecenter

## **ABSTRAC**

The objective of this research is to identify “the influence of communication on the organizational climate of workers aged 18 to 25 in the Promart Homecenter Breña store, 2018. In this case, it is a non-experimental cross-sectional design, with a quantitative approach, type of application and a descriptive-causal level. Subsequently, the questionnaire was applied to 92 workers, which is 91% valid through the Aiken V coefficient and a reliability of .907 according to the Cronbach's Alpha. The results are shown in the SPSS statistical program, the linear regression test has been performed to recharge the hypothesis or accept the alternative. Finally, it was concluded that internal communication influences the organizational climate of workers from 18 to 25 years of the store Promart Homecenter Breña, 2018, because the communication strategies used by the Human Resources area of said store are make a good work environment among employees.

**Keywords:**

**Internal Communication - Organizational Climate - Workers - Promart Homecenter**