



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Estrategias de comunicación interna y percepción del clima laboral  
durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores  
de Ingeniería y Montaje SAC-2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORAS:**

Alarcon Huamanchumo, Grecia Pierina (orcid.org/0000-0002-7068-4861)

Osorio Bravo, Fiorella Denia (orcid.org/0000-0002-3307-2479)

**ASESORA:**

Dra. Torres Rivera, Julia Lizet (orcid.org/0000-0003-2848-4978)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Comunicación Para el Desarrollo

Humano

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHIMBOTE – PERÚ

2023

## **Dedicatoria**

Con inmensa gratitud y amor, dedico este trabajo a mi papá por ser mi apoyo desde el inicio de esta carrera.

Gracias a su apoyo tuve las fuerzas para seguir adelante y no rendirme en el camino. Es por ello, que como agradecimiento le entrego este proyecto.

*Alarcón Huamanchumo, Grecia Pierina.*

Es para mí una felicidad plena, el poder culminar mi anhelado proyecto de investigación.

Con regocijo absoluto le dedico a mis padres y cada integrante de mi pequeña familia y en la memoria de mi apreciada abuelita Andrea Custodio Simón.

Desde nuestro apreciado hogar y con la unión imperecederamente que nos caracteriza, estuvieron conmigo incondicionalmente con su apoyo y consejos constante en cada paso que daba, me pudieron confortar en los momentos difíciles que se presentaron en el camino en esta espléndida profesión.

*Osorio Bravo, Fiorella Denia*

## **Agradecimiento**

En este momento de alegría, quiero agradecer a Dios en primer lugar, porque sin él hubiera sido imposible llegar hasta aquí.

También, quiero demostrar mi agradecimiento a mis docentes por cada enseñanza y aprendizaje para formarme como una profesional.

*Alarcón Huamanchumo, Grecia Pierina.*

Primeramente, agradezco a Dios porque él permitió que se pueda lograr uno de mis objetivos de vida.

A todos los profesores que pasaron por mi larga educación con disciplina desde que empecé la educación escolar hasta la superior, cada uno de ellos contribuyeron con sus instrucciones y perseverancia para poder realizarme y desarrollarme como profesional en la apreciada carrera de Ciencias de la comunicación.

*Osorio Bravo, Fiorella Denia*



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, TORRES RIVERA JULIA LIZET, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Estrategias de comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023", cuyos autores son ALARCON HUAMANCHUMO GRECIA PIERINA, OSORIO BRAVO FIORELLA DENIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 20 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
TORRES RIVERA JULIA LIZET <b>DNI:</b> 41537875 <b>ORCID:</b> 0000-0003-2848-4978	Firmado electrónicamente por: JTORRES25 el 20- 11-2023 17:59:33

Código documento Trilce: TRI - 0656342





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, ALARCON HUAMANCHUMO GRECIA PIERINA, OSORIO BRAVO FIORELLA DENIA estudiantes de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Estrategias de comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
ALARCON HUAMANCHUMO GRECIA PIERINA <b>DNI:</b> 73986818 <b>ORCID:</b> 0000-0002-7068-4861	Firmado electrónicamente por: GALARCONHU el 23- 02-2024 17:47:34
OSORIO BRAVO FIORELLA DENIA <b>DNI:</b> 76031013 <b>ORCID:</b> 0000-0002-3307-2479	Firmado electrónicamente por: FOSORIOBRA el 23- 02-2024 17:49:05

Código documento Trilce: INV - 1505063

## Índice de contenidos

	<b>Pág.</b>
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor	iv
Declaratoria de originalidad de autores	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de gráficos y figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	26
3.1 Tipo y diseño de investigación	26
3.2 Variables y Operacionalización	26
3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	28
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
3.5 Procedimientos	31
3.6 Método de análisis de datos	31
3.7 Aspectos éticos	32
IV. RESULTADOS	33
V. DISCUSIÓN	38
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS	46
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

		<b>Pág.</b>
Tabla 1	Relación entre la comunicación interna y la percepción del clima laboral	34
Tabla 2	Relación entre tipo de comunicación interna y percepción del clima laboral	35
Tabla 3	Relación entre medios de comunicación interna y percepción del clima laboral	36
Tabla 4	Relación entre las formas de comunicación y la percepción del clima laboral	37

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

		<b>Pág.</b>
Figura 1	Diagrama de dispersión	33

## RESUMEN

La presente investigación pretendió determinar la relación entre las estrategias de comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023. La metodología empleada fue de tipo básica, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, correlacional y transeccional. La muestra utilizada fue de 73 trabajadores, a quienes se les aplicó dos cuestionarios en escala de Likert. Los resultados obtenidos es que existe relación directa y significativa entre de comunicación interna y percepción del clima laboral en un nivel medio según Rho de Spearman de .512 con una significancia de .000; dando pie a la hipótesis alterna que concluye que existe una relación significativa entre las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023.

**Palabras clave:** Comunicación interna, clima laboral, información, objetivos.

## **ABSTRACT**

The present investigation sought to determine the relationship between internal communication strategies and perception of the work environment during the post-pandemic economic crisis that affected the workers of Engineering and Assembly SAC-2023. The methodology used was basic, with a quantitative approach, non-experimental, correlational and transectional design. The sample used was 73 workers, to whom two questionnaires on a Likert scale were applied. The results obtained are that there is a direct and significant relationship between internal communication and perception of the work environment at a medium level according to Spearman's Rho of .512 with a significance of .000; giving rise to the alternative hypothesis that concludes that there is a significant relationship between internal communication strategies and the perception of the work environment during the post-pandemic economic crisis that affected the workers of Engineering and Assembly SAC-2023.

**Keywords:** Internal communication, work environment, information, objectives.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La comunicación permite la realización de una organización y la forma en que se obtienen los objetivos y su potencial depende de su calidad. Dentro de toda organización existe un intercambio de información entre departamentos, empleados, clientes y entre el entorno de la organización y el entorno exterior a ella (Moldovan, 2010).

La reciente crisis del Covid-19, incluido su carácter de largo plazo y las nuevas formas de trabajar, ha resaltado la importancia de alinear los procesos internos comunicación con las necesidades de las audiencias internas de las organizaciones, y nos invitó a cuestionar la evolución tanto del rol como de las prácticas de comunicación interna (Horlait y Lambotte, 2021).

La comunicación interna (de ahora en adelante Com. Int.) dentro de las organizaciones siempre ha sido vital para mantener informados a todo el personal; desde la alta dirección hasta el personal operativo; sin embargo, este enfoque es relativamente nuevo, dado que recientemente se está dando el verdadero valor en la vida social y profesional al factor comunicación; en donde el aporte de todos es valioso, mayor aun cuando se cuenta con información precisa, clara y pertinente. En el contexto pandémico, en el que nos desenvolvimos, la Com. Int. efectiva también debe alinearse a las nuevas estrategias de comunicación, tanto presenciales como digitales.

La comunicación es el sustento de toda interacción humana, y está presente no sólo en el ámbito personal, familiar, social, vida política sino también en la vida organizativa (Rego, 2016). Actualmente, las organizaciones para poder diferenciarse en el competitivo mercado global tienen que reinventarse (Oliveira et al., 2023), siendo la comunicación uno de los recursos clave en las organizaciones por permitir que la información circule libremente entre empleados y departamentos, y cuando se practica de manera efectiva, conduce

al logro de las metas organizacionales y al éxito de la empresa.

Por tanto, es fundamental diagnosticar y evaluar sus efectos comunicativos para saber si estos valores permiten alcanzar los objetivos propuestos y aceptados por todos en la organización. Desafortunadamente, pocas organizaciones miden y evalúan las prácticas de comunicación interna y mucho menos miden estos efectos de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización. (Castillo-Esparcia y Villabona-Beltrán 2018).

Según Solon (2017), la empresa UBER se vio plagado de un escándalomundial, al haber ocultado informes sobre discriminación dentro de su organización; además de ello, los empleados percibían un mal ambiente laboral. Ello trajo como consecuencia en el despido de 20 trabajadores, entre ellos jefes de nivel jerárquico altos.

A nivel nacional, en la oficina de gestión del talento humano de un ministerio se observa una mala Com. Int., en la que se puede verificar que la información se distorsiona con facilidad, haciéndola poca efectiva y trayendo consecuencias dentro de la organización. (Quiñones, et al., 2021)

La Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral, recibió 939 denuncias sobre acoso y hostigamiento laboral en el año 2021, a pesar de los esfuerzos de realizar capacitaciones y concientizaciones sobre el tema, los casos van en aumento. Estos problemas traen como consecuencia un clima laboral (de ahora en adelante Clim. lab.) inestable y el miedo de hacer las denuncias directamente dentro de la organización, por la desconfianza en los medios internos de comunicación. (El Peruano, 2021)

En Estados Unidos, la entidad bancaria Wells Fargo fue denunciada por haber creado cuentas falsas, a través de sus empleados, con el propósito de generar bonificaciones que beneficien a los empleados; sin duda una estrategia lejos de

la ética y los valores morales. El personal, conocedor de esta cultura inadecuada no tenían la posibilidad de comunicar sus inquietudes al respecto, generando un clima de incertidumbre y poco gozo laboral. (Cancialosi, 2016).

Por lo previamente expuesto, es que se presume que la Com. Int. en la empresa de Ingeniería y montaje SAC tiene oportunidades de mejora que puede relacionarse con el Clim. lab. de sus colaboradores, entendiendo que la comunicación es el medio más importante para dar y recibir información, que coadyuve al cumplimiento de los objetivos organizacionales, asimismo a los objetivos personales de desarrollo y mejora en la calidad de vida. Por esta razón, es que, dentro de lo establecido para las competencias de la escuela de Ciencias de la comunicación, se hace relevante hacer el estudio.

Ante ello, nos formulamos la siguiente interrogación: ¿Cómo es la relación entre las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023?

Respecto a las justificaciones del estudio, se considera su justificación teórica, la investigación se fundamentó en las diversas teorías de las variables, así como en los enfoques conceptuales de distintos autores. También, se justificó metodológicamente, dado que el estudio contempló un proceso en el cual están inmersos los procedimientos para llevar a cabo el estudio, utilizando también instrumentos de evaluación confiables y aprobados por juicio de expertos. A su vez, se justifica prácticamente, debido a que los resultados del estudio están orientados a dar luces respecto a las posibles alternativas de solución al problema de estudio, que permita a investigadores posteriores a llevar a cabo experimentos prácticos.

Fue relevante para la sociedad, porque determinó las opciones para mejorar la Com. Int. y Clim. lab. beneficia también para que los colaboradores tengan una

mejor calidad de vida, no solo dentro de la empresa sino también en su mismo hogar y comunidad; y de esta manera sean aportes para el desarrollo social.

Este enfoque investigativo no solo identifica áreas específicas que pudieron necesitar mejoras en la comunicación interna, sino que también contribuye a la construcción y mantenimiento de una cultura organizacional sólida. La investigación facilita la identificación de estrategias para abordar deficiencias y fortalecer la Com. Int., coherencia de los valores y normas de la organización.

Corresponde ahora detallar los objetivos de estudio, el objetivo general es determinar la relación de las estrategias de Com. Int. y la percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023. Como objetivos específicos; identificar la relación entre tipos de comunicación y percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023; identificar la relación entre medios de comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023; identificar la relación entre formas de comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023.

La hipótesis de estudio es:  $H_i$ : Existe una relación significativa entre las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023;  $H_0$ : No existe una relación entre las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023.

## II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito global, se disponen de múltiples investigaciones que engloban tanto la Com. Int. como el entorno laboral. Respecto al análisis realizado a cabo por Sinčić, Pološki y Tkalac (2020), cuyo propósito era examinar la conexión entre la Com. Int. y la satisfacción laboral, se emplearon métodos de enfoque cuantitativo y correlacional, involucrando a 507 empleados en la investigación. Uno de los hallazgos destacados reveló que existe una relación moderada entre Com. Int. y el Clim. lab, con un valor de .486.

En el ámbito nacional, Charry (2018), en su artículo de enfoque cuantitativo y correlacional, en la que su principal objetivo fue determinar la relación entre la Com. Int. y el Clim. lab, encuestó a 200 trabajadores, en la que concluyó existe una relación muy fuerte entre las variables, según lo obtenido por el coeficiente de Pearson de .959.

Iñaguazo (2020), en su artículo cuyo fin fue determinar la relación entre la Com. Int. y el Clim. lab. en profesores de una institución educativa, mediante un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, se llevó a cabo una encuesta a treinta participantes. De acuerdo con los resultados obtenidos de la prueba de hipótesis, se llega a la conclusión de que existe una correlación significativa, que oscila entre moderada y fuerte. Esta correlación es de naturaleza positiva, indicando que a medida que la frecuencia de la Com. Int. aumenta, también se incrementa la satisfacción en el Clim. lab. Este descubrimiento es estadísticamente significativo, con un nivel de confianza de  $p < .05$ .

Vilca, et al. (2021), en su artículo de investigación, de tipo básico, correlacional causal, desarrolló su estudio consultando a doscientos dieciocho trabajadores y su objetivo fue determinar la influencia de la Com. Int. sobre el Clim. lab.; obtuvieron en unos que existe un alto nivel de relación entre las variables, dado que el coeficiente de Pearson determinó un resultante de .845 con una significancia menor a 0.05.

Blanco (2018), en su estudio cuyo propósito fundamental fue establecer la conexión entre las variables objeto de investigación, aplicó un enfoque cuantitativo, básico y correlacional, con la participación de treinta empleados. Los resultados revelaron una evaluación de grado bajo entre las variables ( $r = .381$ ;  $p = .038$ ). Se decidieron que, existe una asociación entre los diversos tipos de comunicación y el Clim. lab. Esta relación se evaluó utilizando el coeficiente Rho de Spearman y se identificó como una clasificación positiva, aunque tenue, con un valor de 0,377. Además, se constató una compensación entre los canales de Com. Int. y el ambiente laboral. Utilizando el coeficiente Rho de Spearman, se demostró que esta relación es moderadamente positiva, con un valor de 0,445. Finalmente, se determinó que no hay una relación entre las formas de Com. Int. y el Clim. lab. El coeficiente Rho de Spearman reveló que esta relación es insignificante, con un valor de 0,059.

En su investigación de posgrado, Rojas (2019), se propuso determinar el nivel de relación entre la Com. Int. y el Clim. lab. Empleó una metodología cuantitativa con un diseño correlacional, involucrando la participación de doscientos veinte trabajadores. La información recabada sugiere la existencia de una conexión directa y sustancial, reflejada por un coeficiente de .723.

En su investigación, Mamani (2022), realizó una investigación de naturaleza básica, empleando un diseño no experimental y correlacional. Su propósito fue evaluar la relación entre las variables de Com. Int. y el Clim. lab. Para lograr esto, encuestó a ciento cuarenta empleados. Los resultados inferenciales de su estudio indicaron que hay una conexión directa y moderada entre estas variables, respaldada por un coeficiente Rho de .660 con un nivel de significancia de .000.

Palacios (2018), en su investigación de enfoque cuantitativo, básico y no experimental, utilizó a cien personas a quienes encuestó y determinó la relación

entre la Com. Int. y el Clim. lab. según un Rho de .748, con una significancia de .000 la cual es menor a .05; la cual la orienta a ser directa, significativa y de nivel alto.

Quiñones (2017), realizó una investigación con el objetivo de establecer la relación entre la Com. Int. y el Clim. lab. en una sociedad industrial. Su enfoque se basó en un método cuantitativo y el diseño de la investigación se configuró como transversal. La muestra incluyó a 100 empleados, y los resultados revelaron una proporción significativa entre las variables, destacada por un coeficiente de proporción ( $r$ ) de 0,99. Además, se encontró que los medios y tipos de comunicación presentan una relación significativa y fuerte con el clima, demostrado por un coeficiente de correlación ( $r$ ) de 0.900. De manera similar, las formas de comunicación muestran una conexión elevada con el clima, evidenciada por un coeficiente de correlación de 0.829.

Villacrez (2017), en su estudio se encontró una correlación moderada ( $r=0,411$ ) entre el grado de satisfacción laboral y la identificación con la institución en el personal administrativo de la UNTRM, lo que confirma la hipótesis planteada en la investigación. En resumen, se concluye que, aunque los empleados muestran una fuerte identificación con la institución, existe un nivel bajo de Com. Int. y la falta de oportunidades de progreso o ascenso que les permita asumir roles con más responsabilidad dentro de la organización. Su estudio estuvo basado en una metodología no experimental, de enfoque cuantitativo en el que participaron 60 personas como parte de la muestra

En el ámbito local, Reque (2018), en su trabajo de investigación, en la que lo orientó a determinar la relación entre las variables del presente estudio, su diseño fue no experimental, correlacional, utilizó a todos los trabajadores de la entidad financiera, cuyo resultado identificó que las variables se relacionan, pero en un nivel bajo al obtener un  $r$  de .387.

Bejarano (2017), en su trabajo de investigación para relacionar la Com. Int. y el Clim. lab., estudio correlacional, básico y no experimental; utilizó 21 trabajadores como muestra y concluyó que existe relación entre las variables de .194, siendo positiva pero débil. Otra conclusión a la que arribó es que existe relación positiva media entre las formas de comunicación y el Clim. lab. al obtener un coeficiente de .333.

En su análisis de investigación, López (2016), se propuso discernir la influencia de la Com. Int. en el Clim. lab. Empleó un enfoque cuantitativo de naturaleza básica, contando con la participación de 156 empleados municipales. Los resultados de su estudio llevaron a la conclusión de que no hay una conexión apreciable entre los diferentes tipos de Com. Int. y el Clim. lab.

Luego de haber detallado los distintos estudios previos, corresponde precisar las teorías que fundamentan a las variables de estudio. Para la variable comunicación se puede contemplar la teoría propuesta por Shannon y Weaver (1949); esta se centra sobre la transmisión de información a través de un canal. Está formado por un transmisor que codifica el mensaje, un canal de transmisión y un receptor que lo decodifica. Este modelo se concentra principalmente en los aspectos técnicos de la comunicación, ignorando los aspectos sociales o psicológicos.

La comunicación según este modelo inicia con una "fuente de información", que puede ser cualquier origen de mensajes, desde la palabra hablada hasta una señal de radio o un conjunto de datos. La información de la fuente se codifica para ser transmitida a través de un "canal de comunicación", que puede ser un cable, ondas de radio o sistemas informáticos. En este proceso, pueden surgir interferencias o distorsiones conocidas como "ruido", que representan interferencias que afectan la señal durante la transmisión. La teoría de Shannon y Weaver ha tenido un impacto significativo en las ciencias de la comunicación y las telecomunicaciones. Aunque su enfoque es más técnico y matemático en

comparación con otros modelos de comunicación, ha proporcionado una base sólida para entender los principios fundamentales de la transmisión de información y la gestión del ruido en los sistemas de comunicación.

Respecto a las teorías de la Com. Int., se puede mencionar a las reflexiones de Katz y Kahn sobre la importancia de la comunicación y como esta fluye en direcciones ascendentes, descendentes y horizontales dentro de una organización; es decir, facilitar información e inculcar la visión organizacional desde y por los líderes, así como proporcionar al líder información y conocimiento de la vida organizacional, vista desde la perspectiva del empleado (Katz y Kahn, 1966 citado por Jacobsen y Salomonsen, 2020). La Com. Int. refleja este aspecto valorativo; se relaciona con cómo los actores organizacionales perciben la adecuación de los flujos de comunicación, incluida la comunicación vertical entre líderes y empleados; y horizontalmente entre empleados dentro de la organización (Pandey y Rainey, 2006).

Mientras Deetz (2010), citado por Wardhani y Kartikawangi (2020) explica que la comunicación interna es la forma o proceso de los empleados para compartir información, construir relaciones y construir valor para que se convierta en una cultura corporativa. Este proceso es una combinación de interacción entre humanos, procesos, mensajes, prácticas y objetivos.

La teoría del flujo de comunicación de downward, upward y lateral (Papic, 2019), la cual se basa en la dirección de la comunicación dentro de una organización. El flujo descendente (downward) se refiere a la comunicación desde los superiores hacia los subordinados, el flujo ascendente (upward) se refiere a la comunicación desde los subordinados hacia los superiores, y el flujo lateral se refiere a la comunicación entre miembros en el mismo nivel jerárquico. Otra teoría es la de la comunicación estratégica (Massoni, 2019), esta teoría se enfoca en cómo las organizaciones utilizan la comunicación como una herramienta estratégica para alcanzar sus objetivos. Se centra en la

planificación y gestión de la Com. Int. para garantizar la coherencia y eficacia en la transmisión de mensajes

Respecto a las definiciones, la Com. Int. es aquella información que se comparte, tales como nuevos eventos, organización metas, servicios y actividades, utilizando diversos medios, dentro de una organización para asegurar una gestión más sencilla y eficaz (Prabhu et al. 2020).

Welch (2015), la definen como una subdisciplina especializada de la comunicación que examina cómo las personas se comunican en las organizaciones y la naturaleza de la comunicación efectiva.

Según Ruão, et al., (2022), la Com. Int. implica la administración estratégica de las interacciones y relaciones entre las partes involucradas en todos los niveles dentro de una organización. Su importancia radica en su impacto crítico en la capacidad de los líderes estratégicos para comprometer a los empleados y alcanzar los objetivos, siendo un elemento fundamental para el éxito de las organizaciones.

Por su propia naturaleza multidisciplinaria, la Com. Int. se encuentra en la intersección de las relaciones públicas, la gestión de recursos humanos y el marketing interno. No obstante, en la realidad, son los expertos en relaciones públicas y comunicación estratégica quienes poseen un entendimiento más profundo de las partes interesadas internas (Tkalac Verčič & Špoljarić, 2020).

Se han llevado a cabo numerosas investigaciones que resaltan los beneficios y las posibilidades de la Com. Int. Entre otras cosas, sostienen que facilita a los empleados compartir información, construir relaciones y dar significado a las situaciones. También se destaca su capacidad para fomentar la interactividad, fortalecer la identidad individual y los valores de la organización, y contribuir a un ambiente organizacional positivo (Charry, 2018). Adicionalmente, se destaca

que la Com. Int. juega un papel fundamental en la toma de decisiones, la resolución de problemas y la administración de procesos de cambio.

Mejorar la comunicación organizacional tendrá resultados positivos, dado que la comunicación eficaz entre los departamentos se traducirá en la mejora de las relaciones con las partes interesadas; y por ende el resultado es el aumento del rendimiento (Othman et al. 2019).

Para evaluar la efectividad de las estrategias de Com. Int., las empresas evalúan principalmente el uso de un canal, como la intranet, y de sus propios empleados (Zerfass et al., 2017). En este último punto se presta especial atención a la satisfacción de los empleados, la comprensión de los mensajes clave y los cambios de actitud de los empleados, que son algunos de los resultados clave que persigue Com. Int.

Men y Bowen (2017), citados por Men (2021), conceptualizan la Com. Int. como un proceso que surge de la colaboración entre la organización y las partes interesadas internas. En su enfoque, definen las relaciones internas como la gestión estratégica de la Com. Int., orientada a manejar la interdependencia y construir relaciones mutuamente beneficiosas entre la organización y sus empleados. Las partes interesadas internas, predominantemente los empleados, son actores activos en el proceso de Com. Int., quienes construyen significado con la organización y crean la relación en lugar de ser meros receptores pasivos de mensajes.

Así, pasando a la comunicación de una manera particular, concretamente a la comunicación dentro de las organizaciones, podemos decir que también tiene un papel vital y representa la clave a su eficacia. Todos los miembros de una organización se comunican diariamente para asegurar el correcto funcionamiento de los objetivos de la empresa. Independientemente de la posición de quienes participan en la comunicación, debe garantizarse el uso de

un idioma apropiado y también el estímulo al personal para comunicarse. El gerente, siendo quien coordina el equipo, el departamento e incluso la organización, debe entregar eficientemente la información y también saber coordinarla (Pirjol, 2017).

Podemos considerar también la definición de Welch, 2015 citado por Araújo y Miranda (2020), quien afirma que la Com. Int. es un área de especialización que pertenece a las relaciones públicas internas entre los altos directivos y los empleados, y que se desarrolla dentro de las organizaciones con el objetivo final de alcanzar la reputación corporativa y que orienta los esfuerzos comunicacionales hacia la realización de los objetivos organizacionales.

La Com. Int. se concibe como la gestión estratégica de relaciones e interacciones que impactan en la efectividad organizacional. Es un proceso sistemático de distribución de información en todos los niveles de la empresa. Su función primordial es mejorar el valor empresarial mediante una comunicación efectiva con los empleados, considerándose "un activo importante para la empresa" al fomentar un sentido de pertenencia. Una Com. Int. eficaz puede mitigar la incertidumbre y los rumores, actuar como catalizador del cambio, y la audiencia interna es considerada la más relevante para el comunicador (Verghese, 2017).

La comunicación es un aspecto importante que ayuda a la gestión de una organización para transferir y comprender el significado tanto interno como externo. En términos de contexto organizacional, la Com. Int. es un proceso que involucra tanto verbal como interacciones no verbales entre dos o más partes dentro de una organización con el fin de intercambiar y transmitir información

Según Tessi (2016), la Com. Int. tiene la responsabilidad de administrar los mensajes que normalmente provienen de niveles superiores en la estructura de la organización, facilitando así la comprensión de estos mensajes por parte de

todos los equipos y miembros de la empresa. Además, indica que los medios o vías de comunicación no deben ocupar la posición central en la organización; en su lugar, es fundamental comprender en primer lugar cómo se involucra y comunica el público interno, cuáles son sus sentimientos y qué esperan escuchar de la empresa. Esto está vinculado al ambiente laboral, entendiendo las percepciones y opiniones de los empleados para posteriormente implementar iniciativas.

La Com. Int. tiene como objetivo transmitir información dentro de la organización y es esencial para los empleados para alcanzar las metas organizacionales, estar bien integrado en el ambiente de trabajo, y también sirve para humanizar las relaciones en la organización. (Bucăia & Rizescu, 2017)

Según esta definición, la comunicación interna se presenta como un medio estratégico para facilitar el flujo de información esencial. Es el vehículo mediante el cual las directrices, objetivos y decisiones organizativas son compartidos con los empleados. Este intercambio informativo se convierte en un cimiento crucial para la alineación de los esfuerzos individuales y colectivos con las metas organizacionales, creando un entendimiento común que es esencial para el progreso y la eficacia.

Además, la definición destaca un aspecto humano fundamental de la comunicación interna; no se limita simplemente a un proceso mecánico de transmisión de datos, sino que también desempeña un papel crucial en humanizar las relaciones en la organización. Facilitar la conexión entre individuos y grupos, promoviendo un sentido de comunidad y comprensión mutua. Este aspecto humanizador contribuye a la construcción de un ambiente de trabajo que va más allá de la eficiencia operativa, abogando por la satisfacción y la cohesión entre los miembros de la organización.

Para Edwards y Fredriksson (2017), para entender la Com. Int. es necesario

entender el contexto de la organización, donde los empleados desempeñan el papel de comunicadores, ejerciendo influencia sobre los colegas, incluso de diferentes niveles jerárquicos, generando conocimientos importantes para la organización y su valor estratégico.

Es decir, la comunicación interna se concibe como una herramienta que agrega valor al negocio al establecer canales efectivos de intercambio de información con los empleados. La integración de la comunicación interna como una parte integral de la empresa se destaca como otro aspecto significativo; no se limita a un proceso periférico, sino que se convierte en un tejido que atraviesa todas las capas de la organización. Esta integración implica reconocer la comunicación como un pilar fundamental que sustenta la cultura organizacional y contribuye a la construcción de una identidad compartida.

Las comunicaciones estratégicas desempeñan un papel importante a la hora de salvaguardar una situación alentadora y un ambiente de trabajo inspirador. En concreto, la Com. Int. ha demostrado ser un predictor de la satisfacción laboral, compromiso y el rendimiento de los empleados. Se cree que la comunicación es un factor intangible clave para impulsar el desempeño organizacional, considerado además como una ventaja competitiva que marca la diferencia entre las organizaciones.

Además de la comunicación interpersonal, también existe una comunicación interorganizacional y extra organizacional. La comunicación interorganizacional tiene lugar dentro de la empresa entre departamentos, mientras que la extra organizacional se desarrolla en el entorno externo, siendo destinados a clientes, proveedores, etc. Cada uno de estos tipos de comunicación presupone otro nivel de comunicación, involucrando a diferentes personas dentro de la empresa. La información puede ser transmitida a través de comunicación verbal directa, indirecta, o a través de diferentes redes de comunicación (Moldovan, 2010).

Sin importar el tipo de organización, la comunicación constituye el elemento que mantiene y sostiene las relaciones en su seno. Lo que una persona expresa a otra no solo puede afectar a esas dos personas, sino que, dado que las organizaciones son sistemas, también puede tener un impacto significativo en la totalidad del sistema. La interacción comunicativa entre los gerentes, los empleados y entre los propios miembros de la organización es un factor determinante del nivel de satisfacción de las personas (FitzPatrick y Valskov, 2015, según lo citado por Jakubiec, 2020).

La Com. Int., a través de una comunicación efectiva, busca mantener la motivación e inspiración en el trabajo diario entre superiores y pares; utilizando medios efectivos que conlleven a la satisfacción personal y mejora del rendimiento y la productividad; creando una fuerte relación entre el trabajo del individuo y los objetivos de la empresa, para aportar el propósito, visión y valor de la organización (Berceruelo, 2011). El autor también considera que sus dimensiones son:

Tipos de comunicación interna, es la comunicación que fluye entre jefes y subordinados, entre colegas o pares, subordinados y jefes. La Com. Int. en una organización se manifiesta en varios tipos, y uno de los aspectos fundamentales es la dirección de la comunicación entre los diferentes niveles jerárquicos. La comunicación jerárquica, también conocida como comunicación vertical, abarca las interacciones entre jefes y subordinados en ambas direcciones, es decir, desde los superiores hacia los subordinados (comunicación descendente) y desde los subordinados hacia los superiores (comunicación ascendente).

Medios de comunicación, se refieren a los métodos y herramientas que utiliza una empresa u organización para transferir información interna y externamente. Por ello, la comunicación dentro de los distintos ámbitos sociales, académicos, organizacionales y más es de suma importancia, dado que representan el medio

para informar distintos aspectos que permitan alinear las actitudes y aptitudes a la consecución de los objetivos. En la organización, una adecuada Com. Int. es garantía de procesos efectivos, buenas relaciones humanas y trabajo en equipo.

Las formas de comunicación dentro de una organización se refieren a los diversos métodos y técnicas empleados para transmitir información de manera efectiva. Estos comprenden un amplio abanico de herramientas que facilitan la interacción y el intercambio de mensajes entre los miembros de la organización. Desde las conversaciones informales en el pasillo hasta la circulación de correos electrónicos formales, las formas de comunicación son esenciales para el flujo de información. Las reuniones de equipo, ya sean presenciales o virtuales, ofrecen un espacio para discutir ideas y coordinar esfuerzos.

Verheyden (2017), plantea que las organizaciones reconocen cada vez más la comunicación interna como una función estratégica de la oficina de comunicación. Carvalho (2013) añade que es sabido que la comunicación interna es uno de los principales problemas que afecta el desempeño general y la satisfacción de las partes interesadas en cualquier organización; mientras que Vercic et al., (2012) afirman que el campo se encuentra entre las especializaciones de más rápido crecimiento en relaciones públicas y gestión de la comunicación.

Una cantidad cada vez mayor de investigaciones ha examinado cuestiones de comunicación interna en diversos contextos, como la gestión de problemas o crisis, la gestión del cambio, la comunicación multicultural, la comunicación de responsabilidad social corporativa, etc. Por ejemplo, los académicos de relaciones públicas han explorado el papel de la comunicación interna en diferentes etapas de la gestión de crisis (Frandsen & Johasen, 2011) y cómo las estrategias efectivas de comunicación de crisis internas contribuyen a resultados positivos en las relaciones y el comportamiento de los empleados

(Kim, 2018). La comunicación del cambio, a pesar de haber sido discutida durante mucho tiempo en la literatura sobre gestión, recientemente ha llamado la atención de los estudiosos de las relaciones públicas. Las investigaciones han revelado las funciones de la comunicación interna/relaciones públicas durante el cambio (Luo y Jiang, 2014) y el impacto de los climas de comunicación interna, las estrategias de relaciones públicas y los canales (Neill, et al., 2019; Men, et al., 2020), y las relaciones empleado-organización (Men, et al., 2020) sobre las reacciones de cambio de los empleados.

Cada forma de comunicación desempeña un papel específico en el entramado organizacional. La comunicación formal, a menudo estructurada y guiada por protocolos establecidos, sirve para transmitir información oficial, políticas y directrices. Por otro lado, la comunicación informal, más espontánea y basada en interacciones cotidianas, contribuye a la cohesión del equipo y al intercambio de ideas.

La carencia de información o la demora en la transmisión de mensajes relacionados con el trabajo resulta en una merma en la calidad de la labor y el rendimiento. La falta de detalles acerca de eventos cruciales en la organización desmotiva a los empleados, ya que aprecian formar parte activa de la vida organizativa. Así, el papel de la comunicación interna no se limita únicamente a divulgar información, sino que también implica la construcción de un sistema de valores, estableciendo una ideología de cambios que inspire y eduque a los empleados. La comunicación interna eficaz se erige como la clave para potenciar la motivación y participación de los empleados, mejorar la eficiencia laboral, lograr el éxito en los procesos de cambio y forjar una imagen interna y externa positiva de la organización (Purol y Wosik, 2007, según lo citado por Jakubiec, 2020).

Las tecnologías modernas han ampliado las formas de comunicación, introduciendo canales digitales como plataformas de mensajería,

videoconferencias y redes sociales internas. Estos medios facilitan la conexión en tiempo real y la colaboración a distancia, adaptándose a las cambiantes necesidades de las organizaciones contemporáneas.

El estudio de la Com. Int. en una organización implica analizar y comprender cómo se establecen, mantienen y mejoran los procesos de comunicación entre los miembros de esa organización. La Com. Int. en una organización se convierte en un terreno fértil para la exploración y el análisis. Las teorías fundamentales de la comunicación organizacional, elaboradas por expertos en la disciplina, iluminan los complejos entramados de la motivación, el liderazgo, la cultura organizacional y los procesos de cambio en el contexto interno de una empresa; considerando además que, en momentos de crisis, la velocidad y eficacia de la Com. Int. se convierten en factores críticos de solución.

La segunda variable, Clim. lab. se fundamenta en diversas teorías, por ejemplo, la teoría de la contingencia de Woodward (1965), la cual sostiene que el éxito del clima está determinado por factores inusuales, es decir, el comportamiento específico de la organización y su entorno. Lawrence & Lorsch complementaron esta teoría dos años más tarde, en la que incluyeron otros factores como estructura organizacional, la tecnología utilizada, las características de liderazgo y las características del mercado, las cuales también pueden afectar el ambiente de trabajo. Woodward argumentó que la estructura organizativa óptima depende de la tecnología utilizada y la complejidad de las tareas. Esto sugiere que el clima laboral podría variar según cómo la organización se adapta y organiza para abordar sus tareas específicas

Otra teoría referente a la variable es la de las expectativas de Vroom (1964), que se basa en la idea de que los empleados son optimistas sobre los resultados que obtendrán de su trabajo. Cuando los empleados entienden que sus esfuerzos y resultados son reconocidos y recompensados, tienden a sentirse satisfechos y comprometidos, lo que contribuye a un ambiente de

trabajo positivo.

Desde la perspectiva del clima laboral, la Teoría de la Expectativa de Vroom puede ofrecer insights valiosos en la comprensión de cómo la motivación individual y las decisiones relacionadas con el rendimiento influyen en la dinámica organizacional. El concepto de "Expectativa" puede relacionarse con el ambiente laboral en términos de cómo los empleados perciben la conexión entre sus esfuerzos y el rendimiento efectivo. Un clima laboral positivo, que valora y reconoce los esfuerzos individuales, puede fortalecer la expectativa de que trabajar arduamente resultará en un rendimiento eficaz y deseado.

La teoría del ajuste persona-ambiente inculcado por Holland (1997) establece que el lugar de trabajo depende de la relación entre la salud de los trabajadores y la naturaleza del lugar de trabajo. De acuerdo con esta teoría, un buen equilibrio entre las habilidades, valores y necesidades de los empleados y las demandas del trabajo y la cultura de la organización da como resultado buenas condiciones de trabajo.

Goleman (1995), aunque es más conocido por su trabajo en inteligencia emocional, también ha abordado temas como el liderazgo y el Clim. lab. Sus escritos pueden proporcionar ideas sobre cómo las habilidades comunicativas influyen en la dinámica y en el ambiente laboral. Desde la perspectiva del clima laboral, la teoría de Goleman destaca la importancia de la inteligencia emocional para promover una cultura organizacional positiva, donde el autoconocimiento, la autorregulación, la motivación, la empatía y las habilidades sociales se convierten en pilares fundamentales para una dinámica laboral armoniosa y productiva.

Para Agbozo, et al. (2017), el ambiente laboral tiene muchos factores que pueden afectar la salud física y mental. Un lugar de trabajo de calidad es esencial para mantener a los empleados comprometidos y productivos. Un buen

ambiente de trabajo se define por valores como salarios competitivos, confianza mutua entre los empleados y la gerencia, justicia y equidad para todos, y un trabajo significativo con metas desafiantes pero alcanzables.

El Clim. lab. es un factor importante que influye en la satisfacción de los empleados y el compromiso organizacional; y se refiere a la atmósfera dentro de una empresa en el que los empleados realizan su trabajo (Hanaysha, 2016).

Establecer y mantener condiciones de trabajo saludables es importante para la satisfacción y retención de los empleados, la retención de clientes y la calidad del servicio, que juegan un papel importante en el desempeño financiero de las organizaciones. (Wei, et al., 2018)

Asimismo, desde una percepción mas profunda; la inteligencia emocional es la capacidad de ser consciente de tus emociones, capacidad de expresarlos y gestionarlos y ser empático para manejar las relaciones que le rodean, tanto en el ámbito social como laboral (Bhoumick, 2018)

Para Basalamah y As'ad (2021), el Clim. lab. es un ambiente donde los empleados realizan actividades todos los días. Un ambiente propicio proporciona una sensación de seguridad de actuar bajo conductas y manifestaciones propias; además, permite a los empleados trabajar de manera óptima, sintiéndose como en casa en el trabajo, realizando sus actividades para trabajar eficazmente.

Para Schein (2017), la comunicación es preponderante para la cultura, el liderazgo y el clima en las organizaciones, dado que influye directamente en el ambiente de trabajo.

En el ámbito de la cultura organizacional, la comunicación actúa como un pilar que transmite y refuerza los valores, las normas y las creencias compartidas

dentro de la organización. La forma en que se comunica la visión y la misión de la empresa, así como los objetivos estratégicos, contribuye significativamente a la construcción de una cultura cohesionada y alineada.

En relación con el liderazgo, la comunicación efectiva es esencial para inspirar, guiar y motivar a los equipos. Los líderes que dominan la comunicación pueden articular claramente sus expectativas, proporcionar dirección y establecer un tono positivo. La habilidad de un líder para comunicarse de manera abierta y transparente puede generar confianza y fomentar un ambiente de trabajo donde los empleados se sientan escuchados y valorados.

Además, la comunicación también desempeña un papel determinante en la configuración del clima laboral. La forma en que se manejan las comunicaciones internas, la retroalimentación y la resolución de conflictos influye directamente en la percepción que tienen los empleados sobre su entorno de trabajo. Una comunicación clara y abierta puede contribuir a un clima positivo, mientras que la falta de comunicación o una comunicación ineficaz puede generar malentendidos y tensiones.

Para Quispe y Paucar (2020), para mejorar el ambiente laboral en el ámbito del comportamiento organizacional, se debe considerar la categoría de comunicación. Esta se define como el proceso que agiliza y facilita la transferencia de información entre los miembros de una comunidad organizativa y su entorno. También se consideró la importancia de la capacidad de juicio, la disposición y los comportamientos tanto internos como externos de los individuos dentro y fuera de la institución para lograr esta mejora.

Según Akob et al. al (2020); el ambiente de trabajo lo es todo alrededor de los empleados y puede afectar el desempeño de las tareas asignadas tales como, temperatura, humedad, ventilación, iluminación, ruido, limpieza del lugar de trabajo, entorno en el que trabaja una persona, el método de trabajo y la

influencia de su trabajo tanto como individuos como grupos.

Esta definición destaca que el entorno de trabajo abarca todos los aspectos que rodean a los empleados y tiene un impacto significativo en su desempeño en las tareas asignadas. Engloba una variedad de elementos que van más allá de las responsabilidades laborales directas, considerando factores ambientales y condiciones que afectan la experiencia laboral, así como las relaciones interpersonales en el equipo; en las que el clima laboral se ve influenciado por la dinámica social, la comunicación efectiva y la colaboración entre colegas, factores que contribuyen a un ambiente de trabajo positivo y motivador.

Las dimensiones de la variable clima son: autonomía, cooperación y apoyo, reconocimiento, organización y estructura, innovación, transparencia y equidad, motivación y liderazgo (Del Carmen, 2003, como se citó en Blanco, 2018).

La autonomía se manifiesta cuando los integrantes de la empresa se percatan de su capacidad para tomar decisiones y abordar problemas sin recurrir a las autoridades. En este contexto, los empleados expresan sus necesidades y se gestionan de manera independiente.

Cooperación y apoyo, son manifestaciones de los empleados que se enfocan al valor de la organización a través de las relaciones, la amabilidad y el apoyo para su desarrollo en la empresa.

Reconocimiento, es el acto de evaluar y reconocer las acciones, logros o cualidades de una persona. Esto incluye expresar elogios, gratitud abierta y honesta hacia otra persona por su trabajo, contribuciones o buen comportamiento. El reconocimiento puede tomar muchas formas, como palabras de agradecimiento, premios, promociones, etc.

Organización y estructura, significa que los empleados se aseguran de que el

sistema de trabajo sea estructurado y organizado, lógico y eficaz, sin muchos procedimientos o protocolos de empresa.

Innovación, es el sentimiento que tienen los trabajadores de que hay aceptación del lenguaje y dejar de analizar, idear y proponer nuevos métodos en el trabajo para hacer efectivas sus tareas, asumiendo riesgos.

Transparencia y equidad, indican que los miembros de la empresa sienten que las reglas y los procedimientos de la empresa son justos, razonables y equitativos, especialmente en términos de empleo y oportunidades de carrera.

Motivación, es la estrategia que la empresa utiliza para sus empleados, para incentivarlos a hacer un buen trabajo. También tiene como objetivo garantizar que el empleado participe en todas las actividades.

Liderazgo, es la capacidad de una persona para influir, liderar, influenciar y guiar a otras personas o grupos para lograr objetivos comunes. Esto incluye la capacidad de motivar a las personas, brindar dirección, tomar decisiones y coordinar esfuerzos para lograr los objetivos establecidos.

Considerando las diferentes teorías y definiciones de las variables, se puede de una u otra forma concluir que las estrategias de Com. Int. en toda organización es fundamental, tomando en cuenta que el factor humano es el más importante; y afectar de una u otra manera sus dimensiones afectivas puede generar un problema que puede iniciar en el incumplimiento de los propósitos organizacionales a raíz de las malas formas de convivir con sus compañeros dentro del trabajo; los cuales pueden extenderse al ámbito social, familiar, personal. De esta manera se puede determinar que este tipo de situaciones puede generar un problema transversal, en la que el individuo se puede afectar en todos los aspectos de la vida.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1 Tipo de investigación

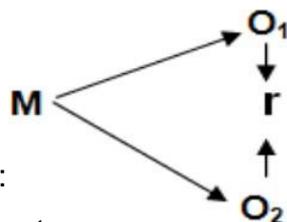
El tipo de investigación fue básica, dado que estuvo fundamentado bajo diversas teorías y conceptos; además de ello no tuvo la necesidad de dar solución a un problema de manera práctica. (Carrasco, 2019).

##### 3.1.2 Diseño de Investigación

El diseño de investigación fue de diseño no experimental, de enfoque cuantitativo, transeccional y correlacional.

Para Carrasco (2019), en el diseño no experimental el investigador observa y recopila datos sin cambiar intencionalmente las variables o distorsionar la situación que se estudia. Es transeccional porque el estudio se realiza en un momento determinado. Es correlacional porque tuvo como objetivo determinar si existe una relación o correspondencia estadística entre las variables y en qué medida están relacionadas.

Esquema:



Dónde:

M= muestra

O<sub>1</sub>= Estrategias de comunicación interna

O<sub>2</sub>= Percepción del Clima laboral

r= Correlación entre dichas variables

#### 3.2 Variables y Operacionalización:

Variable 1: Estrategias de comunicación interna

## Variable 2: Percepción del clima laboral

### **Definición Conceptual**

**Variable Estrategias de comunicación interna:** la Com. Int. debe crear una fuerte relación entre el trabajo del individuo y los objetivos de la empresa, para aportar el propósito, visión y valor de la organización, es importante mantener la motivación e inspiración en el trabajo diario a través de una comunicación efectiva entre superiores y pares; utilizando medios efectivos que conlleven a la satisfacción personal y mejora del rendimiento y la productividad. (Berceruelo, 2011).

**Variable Clima Laboral:** Para Agbozo, et al. (2017), el ambiente laboral tiene muchos factores que pueden afectar la salud física y mental. Un lugar de trabajo de calidad es esencial para mantener a los empleados comprometidos y productivos. Un buen ambiente de trabajo se define por valores como salarios competitivos, confianza mutua entre los empleados y la gerencia, justicia y equidad para todos, y un trabajo significativo con metas desafiantes pero alcanzables.

### **Definición Operacional**

**Estrategias de comunicación interna:** la variable se medirá a través de un cuestionario que responderá a las dimensiones tipos de comunicación interna, medios de comunicación interna y formas de comunicación interna.

**Variable Clima Laboral:** la variable se medirá a través de un cuestionario que responderá a las dimensiones autonomía, cooperación y apoyo, reconocimiento, organización y estructura, innovación, transparencia y equidad, motivación y liderazgo.

### **Indicadores**

**Variable: Estrategias de comunicación interna:** cuentan con los siguientes

indicadores:

Descendente

Ascendente

Horizontal

Sonoros

Visuales

Audiovisuales

Formal

Informal.

**Variable Clima Laboral:** sus indicadores son:

Toma de decisiones

Soluciones

Compañerismo

Colaboración

Premios

Organización

Integración

Supervisión

Metas

Objetivos

Autoridad.

**Escala de medición**

**Variable Estrategias de comunicación interna:** ordinal

**Variable Clima Laboral:** ordinal

### **3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo y unidad de análisis**

#### **3.3.1 Población**

Hace alusión al conjunto integral de personas, componentes o entidades que satisfacen determinados criterios o características específicas y que son

el foco de análisis en una investigación. Es el grupo al cual se desean generalizar los resultados obtenidos a través del estudio. La población de estudio puede ser definida por características demográficas, geográficas o cualquier otro criterio relevante para la investigación (Rutberg y Bouikidis, 2018).

En el caso del estudio, la población está conformada por 73 trabajadores de la empresa.

- Criterios de inclusión: Se considerará a los trabajadores administrativos y operativos que laboran en la empresa.
- Criterios de exclusión: No se tomará en cuenta a los tres gerentes de la empresa.

### **3.3.2 Muestra**

Representa un subconjunto cuidadosamente seleccionado de la población de estudio que participa en la investigación. Esta muestra representa de manera adecuada a la población en su conjunto y se utiliza para hacer estimaciones y conclusiones sobre dicha población. Es importante seleccionar una muestra adecuada para asegurar la validez y la generalización de los resultados (Taherdoost, 2016).

Para el estudio, la muestra estará definida por los 73 trabajadores que constituyen la población.

### **3.3.3 Muestreo**

Es la técnica o método utilizado para elegir a los participantes o elementos de la muestra. Existen diferentes métodos de muestreo, como el muestreo aleatorio, el muestreo por conveniencia, el muestreo estratificado, entre otros. La elección del método de muestreo depende de diversos factores, como los objetivos de la investigación, la disponibilidad de recursos y el tipo

de población (Taherdoost, 2016).

Al haber determinado que se utilizará la misma población como muestra se establece que no será necesario utilizar algún método para calcularla.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La recolección de datos cuantitativos se llevó a cabo mediante una encuesta, en la cual se utilizó un muestreo aleatorio y se agregó la información de manera estructurada. Se emplearon instrumentos que categorizan varias experiencias en opciones de respuesta predefinidas, todo con la finalidad de poner a prueba una hipótesis (Hernández, et al., 2018).

Los dispositivos empleados con el propósito de recopilar datos, conocidos como instrumentos, incluyen cuestionarios, pruebas, entrevistas estructuradas y listas de control. Un cuestionario, por ejemplo, se compone de una serie de preguntas dirigidas a las personas con el objetivo de obtener información estadísticamente relevante sobre un tema específico. Cuando se diseñan de manera apropiada y se administran de forma responsable, los cuestionarios se convierten en una herramienta esencial que posibilita hacer afirmaciones sobre grupos o individuos específicos, así como sobre poblaciones enteras (Taherdoost, 2022).

Para el estudio se utilizó dos cuestionarios, uno para la variable Com. Int., la cual está compuesta por veintiún ítems, distribuidos según sus tres dimensiones. Para la variable Clim. lab. se utilizará un cuestionario compuesto por trece ítems, considerando las ocho dimensiones por las que está compuesta.

La validez se refiere a la medida en que los datos recopilados abarcan de manera precisa el área de investigación en cuestión. Un enfoque crítico para determinar la validez del contenido implica realizar revisiones exhaustivas de la literatura existente y luego someterlo a la evaluación de expertos en la materia (Taherdoost, 2016). En este caso, los cuestionarios fueron validados por tres especialistas en las variables.

En el ámbito de la investigación, la confiabilidad indica en qué medida un instrumento produce resultados coherentes y reproducibles cuando se aplica en diferentes momentos o a diferentes grupos bajo condiciones similares. El coeficiente Alfa de Cronbach se considera la medida de consistencia más ampliamente utilizada (Taherdoost, 2016). El alfa para la variable Com. Int. fue de .968; mientras que la variable Clim. lab. fue de .908. Estos rangos denotan una excelente consistencia interna según los autores Tuapanta, Duque y Mena (2017).

La confiabilidad es esencial en la investigación, ya que se busca que las mediciones sean consistentes y puedan ser replicadas. Si un instrumento es confiable, los investigadores pueden tener más confianza.

### **3.5 Procedimiento**

En primer lugar, será necesario contar con un documento oficial que proporcione la autorización requerida para llevar a cabo la implementación de los instrumentos dentro de la empresa. Una vez obtenida dicha autorización, se llevará a cabo de manera presencial la aplicación del cuestionario y la prueba correspondientes al personal de la empresa. Luego, se creará una base de datos en Microsoft Excel para registrar las respuestas de los trabajadores. Posteriormente, esta base de datos será procesada utilizando el software SPSS v.28. A través del análisis estadístico descriptivo e inferencial de los resultados obtenidos, se procederá a validar las hipótesis planteadas en el estudio.

### **3.6 Método de análisis de datos**

El enfoque metodológico utilizado será la estadística descriptiva, que se ocupa de describir cuantitativamente las características clave de un conjunto de datos. El investigador resumirá los datos de manera efectiva utilizando herramientas numéricas y gráficas, como cuadros, tablas y gráficos, para presentar los datos de manera precisa. Sin embargo, es importante destacar que la estadística

descriptiva no permite llegar a conclusiones más allá de los datos analizados ni realizar inferencias sobre las hipótesis del estudio. Su objetivo principal es proporcionar una descripción de los datos (Amrhein, et al., 2019).

La estadística inferencial para de Souza, Camello y Timbó (2017) tiene como finalidad proponer explicaciones para una situación o fenómeno en estudio. Permite obtener conclusiones a partir de inferencias y extrapolaciones, lo cual la distingue significativamente de la estadística descriptiva. Por otro lado, la estadística inferencial se fundamenta en el uso de probabilidades y desempeña un papel fundamental en la formulación de hipótesis de estudio y en el análisis de las relaciones entre dos o más variables.

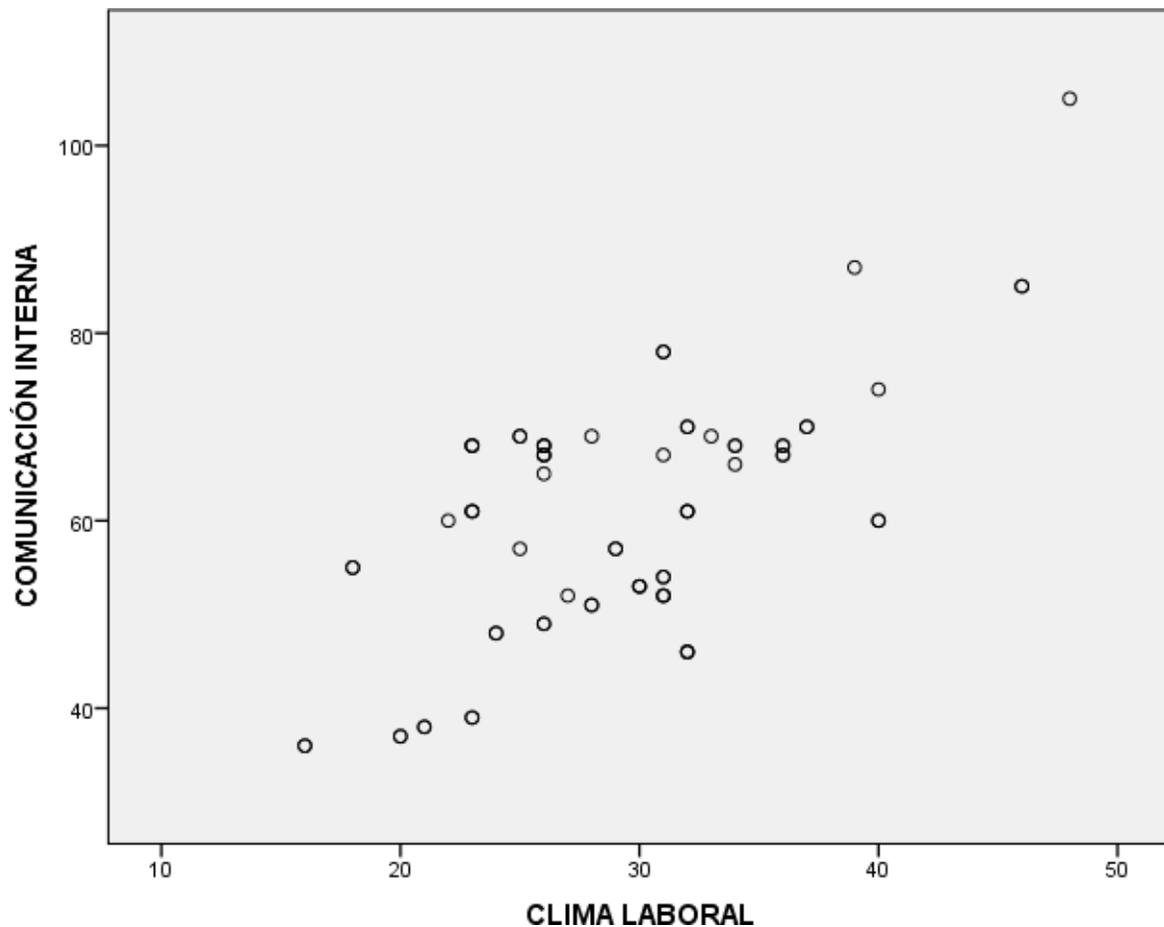
### **3.7 Aspectos éticos**

El presente estudio se adhirió a las normas y directrices éticas establecidas por la universidad. Se garantizó la transparencia en el proceso de recopilación de datos, se trabajó con responsabilidad y equidad, respetando los plazos establecidos y reconociendo adecuadamente las contribuciones individuales. Además, se mantuvo la veracidad y se respetó la propiedad intelectual al citar correctamente las fuentes sin realizar modificaciones indebidas. Por último, se actuó en beneficio de la institución al proporcionar información actualizada sobre las variables en estudio sin esperar nada a cambio.

#### IV. RESULTADOS

**Figura 1**

*Diagrama de dispersión*



**Nota.** En la figura 1, se aprecia que la dispersión de puntos indica una inclinación positiva, indicando que las estrategias de Com. Int. y la percepción del Clim. lab. exhiben una tensión positiva. Esto significa que a medida que aumenta la puntuación en las estrategias de Com. Int., se observa un aumento en la puntuación de la percepción del Clim. lab., o viceversa, a menor puntuación en las estrategias de comunicación interna, se evidencia una menor puntuación en la percepción del Clim. lab.

**Tabla 1***Relación entre la comunicación interna y la percepción del clima laboral*

<b>Correlaciones</b>			
		COMUNICACIÓN INTERNA	CLIMA LABORAL
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN INTERNA	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,512**
	N	73	
	CLIMA LABORAL	Coeficiente de correlación	,512**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	73

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**Nota.** Se nota en la tabla una valoración positiva de magnitud media, alcanzando .512, entre las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral. Además, el p-valor es de .000, siendo inferior a .01, lo que implica el rechazo de la hipótesis nula. En consecuencia, se confirma la existencia de una evaluación significativa entre estas variables a un nivel de significancia del .01.

**Tabla 2***Relación entre tipo de comunicación interna y percepción del clima laboral*

<b>Correlaciones</b>			
		CLIMA LABORAL	Total tipo de comunicación interna
Rho de Spearman	CLIMA LABORAL	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,409**
		N	73
Rho de Spearman	Total tipo de comunicación interna	Coeficiente de correlación	,409**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	73

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**Nota.** Se evidencia una clasificación positiva de baja magnitud, registrando un valor de .409, entre los tipos de comunicación interna y la percepción del clima laboral. Además, el p-valor es de 0.000, inferior a .01, indicando el rechazo de la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma la existencia de una evaluación significativa entre estas variables a un nivel de significancia del .01.

**Tabla 3**

*Relación entre medios de comunicación interna y percepción del clima laboral*

<b>Correlaciones</b>			
		CLIMA LABORAL	Total medios de comunicación interna
	Coeficiente de correlación	1,000	,638**
	Sig. (bilateral)	.	,000
Rho de Spearman	N	73	73
	Coeficiente de correlación	,638**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	73	73

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**Nota.** Se nota una valoración positiva de magnitud media, alcanzando .638, entre los medios de comunicación interna y la percepción del clima laboral. Además, el p-valor es de 0.000, siendo inferior a 0.01, lo que implica el rechazo de la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma la existencia de una relación significativa entre estas variables a un nivel de significancia del 0,01.

**Tabla 4***Relación entre las formas de comunicación y la percepción del clima laboral*

<b>Correlaciones</b>			
		CLIMA LABORAL	Total formas de comunicación
	CLIMA LABORAL	Coeficiente de correlación	1,000 ,477**
		Sig. (bilateral)	.
Rho de		N	73 73
	Total formas de comunicación	Coeficiente de correlación	,477** 1,000
		Sig. (bilateral)	,000 .
Spearman		N	73 73

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**Nota.** Se evidencia una clasificación positiva de baja magnitud, registrando un valor de 0.477, entre las formas de comunicación interna y la percepción del clima laboral. Además, el p-valor es de 0.000, inferior a 0.01, indicando el rechazo de la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma la existencia de una evaluación significativa entre estas variables a un nivel de significancia del 0,01.

## V. DISCUSIÓN

El objetivo primordial de este estudio consistió en analizar la conexión existente entre las estrategias de Com. Int. y la percepción del Clim. lab. en el contexto de la crisis económica que siguió a la pandemia, particularmente en el caso de los empleados de Ingeniería y Montaje SAC-2023. Además, se persiguió determinar cómo se relacionan las diferentes dimensiones de las estrategias de Com. Int. con el Clim. lab. experimentado por los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023 durante dicha crisis económica postpandemia.

En relación a los resultados derivados del objetivo general de la investigación, se evidencia una correlación positiva de magnitud media, alcanzando un valor de 0.512, entre las estrategias de Com. Int. y la percepción del Clim. lab. Además, el p-valor, registrado como 0.000 y siendo inferior a 0.01, implica el rechazo de la hipótesis nula, ratificando así una correlación significativa entre las variables a un nivel de significancia del 0.01. Este descubrimiento concuerda con los hallazgos de Sinčić, Pološki y Tkalac (2020) y Villacrez (2017), quienes concluyeron que existe una relación moderada entre las variables, con coeficientes de 0.486 y 0.411 respectivamente. De manera similar, se asemeja a la relación identificada por Charry (2018), aunque en otra medida, ya que su análisis estadístico reveló una relación muy fuerte entre las variables, evidenciada por un coeficiente de Pearson de 0.959. Por otro lado, Bejarano (2017) encontró en su investigación que las variables se relacionan de manera directa, pero en un nivel débil, al obtener un coeficiente de 0.194.

Estos resultados respaldan la perspectiva presentada por Quispe y Paucar (2020), quienes argumentan que, para mejorar el entorno laboral en el ámbito del comportamiento organizacional, es esencial considerar la

dimensión de la comunicación. Podemos considerar también la definición de Welch, 2015 citado por Araújo y Miranda (2020), quien afirma que la Com. Int. es un área de especialización que pertenece a las relaciones públicas internas entre los altos directivos y los empleados, y que se desarrolla dentro de las organizaciones con el objetivo final de alcanzar la reputación corporativa y que orienta los esfuerzos comunicacionales hacia la realización de los objetivos organizacionales. Asimismo, para Quispe y Paucar (2020) para mejorar el ambiente laboral en el ámbito del comportamiento organizacional, se debe considerar la categoría de comunicación.

Este hallazgo tiene importantes implicaciones para la gestión de la comunicación y la toma de decisiones en el ámbito organizacional. Indica que las estrategias de comunicación interna no son simplemente un elemento periférico, sino un factor crucial que puede impactar positivamente en la percepción y la calidad del entorno laboral. Una comunicación interna efectiva no solo transmite información de manera eficiente, sino que también contribuye a cultivar un ambiente de trabajo más positivo, colaborativo y satisfactorio. La calificación positiva media sugiere que a medida que las estrategias de comunicación interna se fortalecen o mejoran, la percepción del clima laboral entre los empleados tiende a ser más positiva. Este vínculo puede indicar que una comunicación interna efectiva, que abarca desde la transmisión clara de información hasta la promoción de un diálogo abierto, contribuye a la construcción de un entorno de trabajo que es percibido favorablemente por los empleados.

Referente al primer objetivo específico, identificar la relación entre tipos de comunicación y percepción del Clim. lab. durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023. El resultado revela una valoración positiva de baja magnitud, específicamente 0.409, entre las variables Com. Int. y la percepción del

Clim. lab. Además, el p-valor es de 0.000, siendo inferior a 0.01; esto indica el rechazo de la hipótesis nula y confirma la existencia de una correlación entre las variables, pero de baja magnitud. De manera similar, en su investigación, Blanco (2018) llegó a la conclusión de que la relación entre la dimensión de tipos de comunicación y el clima es también positiva y de baja intensidad, evidenciada por un coeficiente de .381. Asimismo, respecto al nivel de correlación, los resultados obtenidos por Quiñones (2017), indican que existió con una intensidad fuerte al resultar un coeficiente de .99. En el caso del estudio de López (2016), el resultado inferencial que mostró determinó que no hay una correlación entre tipos de comunicación y el clima. Determinar la relación entre los tipos de comunicación y el Clim. lab. es esencial para el éxito organizacional. Además, una comunicación efectiva contribuye a la resolución de conflictos, facilita la adaptación a cambios, fortalece la cohesión y la cultura organizacional, mejora el bienestar psicológico de los empleados y juega un papel clave en la retención de talentos.

Al confirmar la existencia de una evaluación significativa entre tipos de comunicación y percepción del clima laboral, se valida la importancia de considerar estas dimensiones en el contexto específico de la crisis económica pospandemia. Una comunicación interna efectiva puede actuar como un catalizador para mejorar la percepción del entorno laboral, brindando estabilidad, claridad y apoyo a los trabajadores en un momento de incertidumbre.

Corresponde en este párrafo comparar los resultados obtenidos en el objetivo específico segundo, identificar la relación entre medios de Com. Int. y percepción del Clim. lab. durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023.

Los resultados derivados del análisis en la investigación ofrecen detalles

específicos, destacando una valoración positiva de magnitud media, que alcanza un valor de 0,638, entre los canales de Com. Int. y la percepción del Clim. lab. Además, el p-valor es de 0.000, siendo menor que 0.01, lo que implica el rechazo de la hipótesis nula y confirma la existencia de una evaluación significativa entre estas variables. En concordancia con estos hallazgos, Blanco (2018) llegó a la conclusión de que hay una conexión entre los medios de Com. Int. y el entorno laboral. Utilizando el coeficiente Rho de Spearman, se demostró que esta relación es moderadamente positiva, con un valor de 0,445. Para Quiñones (2017), concluyó además que su estudio consideró una relación casi perfecta al obtener un coeficiente de .99.

Los medios de Com. Int., ya sean digitales o tradicionales, son el canal vital para la transmisión de información dentro de una empresa. Una comprensión profunda de cómo estos medios influyen en el Clim. lab. es crucial para fomentar un entorno de trabajo saludable y productivo. Al entender estos resultados, las organizaciones pueden optimizar sus estrategias comunicativas para promover la colaboración, la motivación y el bienestar de los empleados.

Desde una perspectiva práctica, estos resultados sugieren que la calidad y la efectividad de los canales de comunicación interna desempeñan un papel esencial en la configuración de la percepción del clima laboral. Unos canales de comunicación interna bien establecidos, claros y eficientes se asocian positivamente con una percepción más favorable del ambiente de trabajo por parte de los empleados.

Por último, según los resultados obtenidos para el tercer objetivo específico, identificar la relación entre formas de Com. Int. y percepción del Clim. lab. durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023.

La estadística evidencia una valoración positiva de magnitud débil, registrando un valor de 0.477, entre las modalidades de Com. Int. y la percepción del Clim. lab. Además, el p-valor es de 0.000, inferior a 0.01, lo que conlleva al rechazo de la hipótesis nula, confirmando así la existencia de una limitación significativa. En contraste, los resultados obtenidos por Blanco (2018) en su investigación difieren de los encontrados en este estudio, ya que indican la inexistencia de una relación entre las formas de Com. Int. y el Clim. lab. En otras investigaciones, Quiñones (2017) señala una relación directa y fuerte ( $r = .829$ ) entre las modalidades y el clima, mientras que Bejarano (2017) concluye que existe una relación positiva de magnitud media, ilustrada por un coeficiente de .333.

Estos hallazgos indican que la diversificación y efectividad en las modalidades de comunicación interna están vinculadas a la forma en que los empleados perciben su entorno laboral. Aunque la relación sea de magnitud débil, subraya la importancia de adoptar enfoques variados y adaptados a las necesidades de los empleados para mejorar la percepción global del clima laboral.

Determinar la relación entre la Com. Int. y el Clim. lab. en una empresa industrial es de suma importancia debido a las implicaciones directas en el rendimiento, la eficiencia y el bienestar de los empleados. En entornos industriales, donde la coordinación y la seguridad son fundamentales, una Com. Int. efectiva es esencial para garantizar que la información crítica se transmita de manera clara y oportuna. La calidad de la comunicación también influye en la cohesión del equipo, la resolución de problemas y la adaptación a cambios en procesos o procedimientos. Un Clim. lab. positivo, facilitado por una Com. Int. eficaz, no solo mejora la moral y la motivación de los trabajadores, sino que también puede tener un impacto directo en la seguridad laboral y la productividad.

A través de este análisis, se pueden descubrir áreas específicas que requieren mejoras, ya que la presencia de una presión negativa podría indicar problemas en la Com. Int. que afectan negativamente al Clim. lab. Estos hallazgos orientan la implementación de estrategias de intervención específicas, permitiendo a las organizaciones abordar de manera efectiva las preocupaciones identificadas.

Además, se considera que la comunicación no solo sirve como un medio para transmitir información, sino que también se erige como un factor clave en la construcción de una cultura sólida, un liderazgo efectivo y un clima laboral saludable dentro de las organizaciones. Su impacto abarca desde la forma en que se comparten los valores hasta la manera en que se guía a los equipos y se configura la experiencia cotidiana de los empleados en el lugar de trabajo.

## **VI. CONCLUSIONES**

1. Se aprecia como resultado sobre el objetivo general que existe una valoración positiva de magnitud media, alcanzando .512, entre las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral. Además, el p-valor es de .000, siendo inferior a .01, lo que implica el rechazo de la hipótesis nula.
2. El tipo de comunicación interna se relaciona de manera positiva de baja magnitud, registrando un valor de .409, asimismo, el p-valor es de 0.000, inferior a .01.
3. Los medios de comunicación interna se relacionan positivamente y en magnitud media, alcanzando .638, con un p valor de .000, evidenciando una significancia alta.
4. Se evidencia una correlación positiva de baja magnitud, registrando un valor de 0.477, entre las formas de comunicación interna y la percepción del clima laboral. Además, el p-valor es de 0.000, inferior a 0.01. Por lo tanto, se confirma la existencia de una evaluación significativa entre estas variables a un nivel de significancia del 0,01.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- Al gerente de la empresa a desarrollar e implementar estrategias más efectivas de comunicación interna que aborden las necesidades específicas de los empleados durante tiempos de crisis económica postpandemia.
- Al gerente de la empresa a utilizar canales de comunicación variados, como reuniones regulares, boletines informativos, correos electrónicos, plataformas internas y redes sociales corporativas para garantizar una cobertura completa.
- Al gerente general, a contratar un personal externo que elabore planes de capacitación para los supervisores en habilidades de comunicación efectiva para que puedan transmitir información de manera comprensible y empática.
- Al gerente general, a establecer sistemas formales e informales de retroalimentación para evaluar continuamente la efectividad de las estrategias de comunicación interna.

## REFERENCIAS

- Agbozo, G., Owusu, I., Hoedoafia, M. y Atakorah, Y. (2017). The Effect of Work Environment on Job Satisfaction: Evidence from the Banking Sector in Ghana. *Journal of Human Resource Management*, 5(1), 12-180. <https://article.sciencepublishinggroup.com/html/10.11648.j.jhrm.20170501.12.html>
- Akob, M., Arianty, R., & Putra, A. H. P. K. (2020). The mediating role of distribution Kahns engagement: An empirical evidence of salesforce in Indonesia. In *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2), 249–260. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.249>
- Amrhein, V., Trafimow, D. y Greenland, S. (2019). Inferential Statistics as Descriptive Statistics: There Is No Replication Crisis if We Don't Expect Replication. *The American Statistician*, 73(S1), 262-270. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/00031305.2018.1543137>
- Andersson, R. (2019) Employee Communication Responsibility: Its Antecedents and Implications for Strategic Communication Management. *International Journal of Strategic Communication*, 13(1), 60-7. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1553118X.2018.1547731?needAccess=true&role=button>
- Araújo, M. y Miranda, S. (2020). Multidisciplinarity in internal communication and the challenges ahead. *An International Journal*. [https://www.researchgate.net/profile/Sandra-Miranda-2/publication/346073052\\_Multidisciplinarity\\_in\\_internal\\_communication\\_and\\_the\\_challenges\\_ahead/links/62ec048b45322476937cd3f9/Multidisciplinarity-in-internal-communication-and-the-challenges-ahead.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sandra-Miranda-2/publication/346073052_Multidisciplinarity_in_internal_communication_and_the_challenges_ahead/links/62ec048b45322476937cd3f9/Multidisciplinarity-in-internal-communication-and-the-challenges-ahead.pdf)

- Basalamah, M., & As'ad, A. (2021). The Role of Work Motivation and Work Environment in Improving Job Satisfaction. *Golden Ratio of Human Resource Management*, 1(2), 94 - 103. <https://doi.org/10.52970/grhrm.v1i2.54>
- Berceruelo, B. (2011). *Comunicación interna en la empresa. Claves y desafíos*. Madrid: Wolters Kluwer España. <https://www.estudiodecomunicacion.com/wp-content/uploads/2018/01/Libro-Comunicaci%C3%B3n-Empresarial.pdf>
- Blanco, A. (2018). La comunicación interna y clima laboral en una institución educativa privada, Carapongo – 2018. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39986/Blanco\\_RA\\_E.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39986/Blanco_RA_E.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bejarano, P. (2017). Influencia de la comunicación interna en el clima laboral de la plana docente, Institución Educativa Mis Primeras Huellitas Chimbote – 2017. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12157/bejarano\\_cp-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12157/bejarano_cp-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Bhoumick, P. (2018). It's Really Matter: Review of the book, Emotional Intelligence: Why it can matter more than IQ' by Daniel Goleman. *Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 9(3), 639-644. [https://www.researchgate.net/publication/328633925\\_It's\\_Really\\_Matter\\_Review\\_of\\_the\\_book\\_Emotional\\_Intelligence\\_Why\\_it\\_can\\_matter\\_more\\_than\\_IQ'\\_by\\_Daniel\\_Goleman](https://www.researchgate.net/publication/328633925_It's_Really_Matter_Review_of_the_book_Emotional_Intelligence_Why_it_can_matter_more_than_IQ'_by_Daniel_Goleman)
- Bucăja, G., & Rizescu, A. M. (2017). The role of communication in enhancing work effectiveness of an organization. *Land Forces Academy Review*, 22(1), 49–57. <https://doi.org/10.1515/raft-2017-0008>
- Carvalho, J. (2013). The crucial role of internal communication audit to improve internal and general market orientations, *European Scientific Journal*, 9(25):357-379
- Castillo-Esparcia, A. y Villabona-Beltrán, D. (2018). Evaluación para demostrar la efectividad en comunicación y relaciones públicas. Una mirada a las prácticas profesionales desde los Communication Monitor. *Communication Papers* 7(15), 137-153. <https://communicationpapers.revistes.udg.edu/article/view/22188/25956>

- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *COMUNICACIÓN*, 9(1), 25-34. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- Cancialosi, C. (2016, septiembre 15). Wells Fargo And The True Cost of Culture Gone Wrong. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/chriscancialosi/2016/09/15/wells-fargo-and-the-true-cost-of-culture-gone-wrong/?sh=3ab6ddd665cb>
- Carrasco, S. (2019). Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. Lima. Editorial San Marcos EIRL. Año de edición: 2007, ISBN: 978-9972-38-344-1
- De Souza, C., Camello, F. y Timbó, F. (2017). Importance of using basic statistics adequately in clinical research. *Revista brasileira de anestesiología*, 67(6), 619-625.
- Del Carmen, M. (2003). La gestión empresarial: equilibrando objetivos y valores. España: Ediciones Días de Santos
- Edwards, L., & Fredriksson, M. (2017). Forum: Inconsistency and Communication in Organizations. *Management Communication Quarterly*, 31(3), 467–472. <https://doi.org/10.1177/0893318917699886>
- El Peruano (2021, febrero 27). Sunafil registra 939 denuncias sobre acoso y hostigamiento laboral durante la pandemia. <https://elperuano.pe/noticia/116114-sunafil-registra-939-denuncias-sobre-acoso-y-hostigamiento-laboral-durante-la-pandemia>
- Frandsen, F., & Johansen, W. (2011). The study of internal crisis communication: Towards an integrative framework. *Corporate Communications: An International Journal*, 16, 347–361.
- Goleman, D. (2000). La inteligencia emocional: Por qué es más importante que el cociente intelectual. México: Ediciones B
- Hanaysha, J. (2016). Testing the Effects of Employee Engagement, Work Environment, and Organizational Learning on Organizational Commitment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 229, 289 – 297. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042816310746>

- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., Moreno, L. (2018). *Metodología de la Investigación Científica*. <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=y3NKDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=Introducci%C3%B3n+a+la+metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica&ots=yxLSW9P2f->
- Holland, J. L. (1997). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments* (3rd ed.). Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Horlait, D. y Lambotte, F. (2021). The Future of Internal Communication in the Light of the Events Observed during the Covid-19 Crisis. *ESSACHESS – Journal for Communication Studies* 14(2), 59-80. <https://www.essachess.com/index.php/jcs/article/download/536/534>
- Iñaguazo, H. (2020). La relación entre la comunicación interna y el clima laboral en los docentes de la Unidad Educativa San Joaquín, de la Parroquia Cumbe, en el periodo 2018. *Ciencia y Educación*, 1(2),6-17. <https://www.cienciayeducacion.com/index.php/journal/article/view/7>
- Jacobsen, C. y Salomonsen, H. (2020). Leadership strategies and internal communication in public organizations. *International Journal of Public Sector Management*, 34(2), 137-154. [https://www.researchgate.net/profile/Heidi-Salomonsen/publication/347918339\\_Leadership\\_strategies\\_and\\_internal\\_communication\\_in\\_public\\_organizations/links/6409f19cf269a77d520651df/Leadership-strategies-and-internal-communication-in-public-organizations.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Heidi-Salomonsen/publication/347918339_Leadership_strategies_and_internal_communication_in_public_organizations/links/6409f19cf269a77d520651df/Leadership-strategies-and-internal-communication-in-public-organizations.pdf)
- Jakubiec, M. (2020). The importance of internal communication for management of an organization. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, 47-62. [https://www.researchgate.net/publication/336990805\\_THE\\_IMPORTANCE\\_OF\\_INTERNAL\\_COMMUNICATION\\_FOR\\_MANAGEMENT\\_OF\\_AN\\_ORGANISATION/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/336990805_THE_IMPORTANCE_OF_INTERNAL_COMMUNICATION_FOR_MANAGEMENT_OF_AN_ORGANISATION/citation/download)
- Katz, D. and Kahn, L. (1966). *The Social Psychology of Organizations*, Wiley, New York

- Kim, Y. (2018). Communication behaviors for sensemaking and sensegiving in crisis situations: Strategic management approach for effective internal crisis communication. *Journal of Communication Management*, 22, 451-475
- López, M. (2016). Influencia de la comunicación interna en el nivel de clima organizacional de la Municipalidad de Chaclacayo. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/583>
- Luo, Y. & Jiang, H. (2014) Effective Public Relations Leadership in Organizational Change: A Study of Multinationals in Mainland China, *Journal of Public Relations Research*, 26, 134-160, DOI: 10.1080/1062726X.2013.864241
- Mamani, S. (2022). Comunicación interna y clima laboral en los trabajadores asistenciales de las IPRESS de la Microred Techo Obrero, Cusco. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/97816/Mamani\\_MS-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/97816/Mamani_MS-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Massoni, S. (2019). Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva e Investigación Enactiva en Comunicación: aportes desde Latinoamérica a la democratización de la vida cotidiana. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 141, 237-256. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7320766.pdf>
- Men, L.R. (2021). Evolving Research and Practices in Internal Communication. In: Men, L.R., Tkalac Verčič, A. (eds) *Current Trends and Issues in Internal Communication. New Perspectives in Organizational Communication*. Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-78213-9\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-78213-9_1)
- Men, L. R., y Bowen, S. (2017). *Excellence in internal communication management*. New York: Business Expert Press. [https://www.researchgate.net/publication/355478172\\_Evolving\\_research\\_and\\_practices\\_in\\_internal\\_communication](https://www.researchgate.net/publication/355478172_Evolving_research_and_practices_in_internal_communication)
- Men, L. R., Yue, C. A., & Liu, Y. (2020). “Vision, passion, and care:” The impact of charismatic executive leadership communication on employee trust and support for organizational change. *Public Relations Review*, 46 (3), <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101927>
- Mendez, C. (2006). *Clima organizacional en Colombia: El IMCOC, un método de análisis para su intervención*. Centro Editorial Universidad del Rosario.

<https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/559b61ce-3026-4742-a717-1236b3c89778/content>

- Moldovan, T. (2010). Suport de curs: Comunicarea la locul de muncă, Târgu Mureș, Retrieved from: [http://dpw.bistrita.ro/Curs\\_DPW.pdf](http://dpw.bistrita.ro/Curs_DPW.pdf).
- Neill, M., Men, L. R., & Yue, C. A. (2019). Examining the impact of communication climate on organizational change outcomes: The mediating role of organizational identification. *Corporate Communication: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-06-2019-0063>
- Oliveira, M., Andrade, J., Ratten, V., & Santos, E. (2023). Psychological empowerment for the future of work: Evidence from Portugal. *Global Business and Organizational Excellence*, 1-14. <https://doi.org/10.1002/joe.22194>
- Othman, B., Al-Kake, F., Lizam, M., Diah, M., Othman, B., Hussein, S., Hamawandy, N. (2019). Impact of the Foreign Direct Investment on the Economy of the United Kingdom. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. 23. 743-763. [https://www.researchgate.net/publication/339827945\\_Impact\\_of\\_the\\_Foreign\\_Direct\\_Investment\\_on\\_the\\_Economy\\_of\\_the\\_United\\_Kingdom](https://www.researchgate.net/publication/339827945_Impact_of_the_Foreign_Direct_Investment_on_the_Economy_of_the_United_Kingdom)
- Palacios, Y. (2018). Relación de la comunicación interna con el clima laboral de una escuela estatal de Chosica, año 2018. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40126/Palacios\\_SYL-SD.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40126/Palacios_SYL-SD.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Pandey, K. and Rainey, G. (2006). Public managers perceptions of organizational goal ambiguity: analyzing alternative models. *International Public Management Journal*, 9 (2), 85-112. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10967490600766953?journalCode=upmj20>
- Papic, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 10(1), 63-83. <http://www.scielo.edu.uy/pdf/cie/v10n1/1688-9304-cie-10-01-63.pdf>
- Pirjol, F. (2017). The role of internal communication on the efficiency of the activity in an organization. *Business Excellence and Management* 7(2), 27-45.

[https://www.researchgate.net/publication/328637947\\_The\\_Role\\_Of\\_Internal\\_Communication\\_On\\_The\\_Efficiency\\_Of\\_The\\_Activity\\_In\\_An\\_Organization/link/5e7ca92a92851caef49e0830/download](https://www.researchgate.net/publication/328637947_The_Role_Of_Internal_Communication_On_The_Efficiency_Of_The_Activity_In_An_Organization/link/5e7ca92a92851caef49e0830/download)

- Prabhu, M., Nambirajan, T. & Abdullah, N. (2020). Analytical review on competitive priorities for operations under manufacturing firms. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(1), 38-55.  
<https://www.jiem.org/index.php/jiem/article/view/2876/917>
- Purol, M., Wosik, D. (2007). Internal communication as a factor of quality improvement in higher education – case study. In K. Leja (Ed.), *Management issues in knowledge based university* (pp. 111-119). Gdańsk: Gdańsk University of Technology
- Quiñones, E. (2017). Relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la gerencia de producción griferías de la empresa VSI industrial.  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3244/quinones\\_eev.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3244/quinones_eev.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Quiñones, A., Macarlupu, D., Cervera, L. y Quiñonez, C. (2021). Gerencia educativa: comunicación interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos caso Perú. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencia de la Educación*, 5(21). 1544-1553. <http://www.scielo.org.bo/pdf/hrce/v5n21/2616-7964-hrce-5-21-197.pdf>
- Quispe, R. y Paucar, S. (2020). Satisfacción laboral y compromiso organizacional de docentes en una universidad pública de Perú. *Apuntes Universitarios* 10(2), 64-83.  
<https://apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe/index.php/revapuntes/article/view/442/516>
- Rego, A. (2016). *Comunicação pessoal e organizacional – Teoria e prática. Edições Sílabo*
- Reque, R. (2018). Influencia de la comunicación interna en el clima laboral de Caja Arequipa - Agencia Chimbote, 2018.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34226/Reque\\_DCRY-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34226/Reque_DCRY-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y)

- Rojas, C. (2019). La comunicación interna y su relación con el clima laboral del Área de Operaciones en la empresa TRAMARSA al año 2019. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23163/Rojas%20Flores%2c%20Claudio%20Alberto%20-%20Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruão, T., Marinho, S. y Silva, S. (2022). *Internal Communication in Contemporary Organizations: Digital Challenge in a Project Management Department*. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/78828/1/Internal%20communication%20in%20contemporary%20organizations.pdf>
- Rutberg, S. y Bouikidis, C. (2018). Focusing on the Fundamentals: A Simplistic Differentiation Between Qualitative and Quantitative Research. *Nephrology Nursing Journal*, 45(2), 209-212. [https://www.researchgate.net/publication/328250766\\_Focusing\\_on\\_the\\_Fundamentals\\_A\\_Simplistic\\_Differentiation\\_Between\\_Qualitative\\_and\\_Quantitative\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/328250766_Focusing_on_the_Fundamentals_A_Simplistic_Differentiation_Between_Qualitative_and_Quantitative_Research)
- Schein, E. (2017). Organizational culture and leadership. [http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan\\_Digital\\_2/ORGANIZATIONAL%20CULTURE%20Organizational%20Culture%20and%20Leadership,%203rd%20Edition.pdf](http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_2/ORGANIZATIONAL%20CULTURE%20Organizational%20Culture%20and%20Leadership,%203rd%20Edition.pdf)
- Shannon, C. y Weaver, W. (1949). The mathematical theory of communication. [https://monoskop.org/images/b/be/Shannon\\_Claude\\_E\\_Weaver\\_Warren\\_The\\_Mathematical\\_Theory\\_of\\_Communication\\_1963.pdf](https://monoskop.org/images/b/be/Shannon_Claude_E_Weaver_Warren_The_Mathematical_Theory_of_Communication_1963.pdf)
- Sinčić, D., Pološki, N. & Tkalac, A. (2020), "Does good internal communication enhance life satisfaction?", *Journal of Communication Management*, 24 (4), 363-376. [https://www.researchgate.net/profile/Dubravka-Sincic-Coric/publication/341376442\\_Does\\_good\\_internal\\_communication\\_enhance\\_life\\_satisfaction/links/5f73082e299bf1b53efca58b/Does-good-internal-communication-enhance-life-satisfaction.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Dubravka-Sincic-Coric/publication/341376442_Does_good_internal_communication_enhance_life_satisfaction/links/5f73082e299bf1b53efca58b/Does-good-internal-communication-enhance-life-satisfaction.pdf)
- Solon, O. (2017, junio 7). Uber despide a 20 empleados tras investigar el acoso sexual en la empresa. *El Diario.es* Recuperado de: [https://www.eldiario.es/internacional/theguardian/uber-despide-empleados-despues-investigaciones\\_1\\_3357533.html](https://www.eldiario.es/internacional/theguardian/uber-despide-empleados-despues-investigaciones_1_3357533.html)

- Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 5(2), 18-27. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02546796/document>
- Taherdoost, H. (2022). *Designing a Questionnaire for a Research Paper: A Comprehensive Guide to Design and Develop an Effective Questionnaire*. *Asian Journal of Managerial Science*, 11(1), 8-16. <https://ojs.trp.org.in/index.php/ajms/article/view/3087/2770>
- Tkalac, A. & Poloski, N. (2018), "Engaging employees through internal communication", *Public Relations Review*, 43(5). 885-93. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811116303848>
- Tkalac Verčič, A., & Špoljarić, A. (2020). Managing internal communication: How the choice of channels affects internal communication satisfaction. *Public relations review*. doi:10.1016/j.pubrev.2020.101926
- Tessi, M (2016) La comunicación interna gestiona lo que se dice, lo que se escribe y lo que se calla. Recuperado de <http://udep.edu.pe/hoy/2016/la-comunicacion-interna-gestiona-lo-que-se-dice-lo-que-se-escribe-y-lo-que-se-calla/>
- Tuapanta, J., Duque, M. y Mena, A. (2017). Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de tic en docentes universitarios. *Revista mktDescubre*, 10, 37-48. <https://core.ac.uk/download/pdf/234578641.pdf>
- Verčič, A., Verčič, D. & Sriramesh, K. (2012). Internal communication Definition, parameters and the future. *Public Relations Review*, 38. 223-230
- Verghese, A. (2017). Internal Communication: Practices and Implications. *SCMS Journal of Indian Management*, 103-113. [https://www.scms.edu.in/uploads/journal/articles/article\\_20.pdf](https://www.scms.edu.in/uploads/journal/articles/article_20.pdf)
- Verheyden, M. (2017). Social media and the promise of excellence in internal communication. *Journal of Organizational Ethnography*, 6(1):11-25
- Vilca, A., De La Cruz, M., Vilca, M., y Loo C. (2021). Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional dentro de una empresa. *SCIÉENDO*, 24(3), 147-153. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/3879/4461>

- Villacrez, M. (2017). Percepción del clima laboral y su relación con la satisfacción laboral del personal administrativo en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza De Amazonas". Julio – Setiembre 2015. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16502/Villacrez\\_TMDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16502/Villacrez_TMDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vroom, V. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.
- Wardhani, S. y Kartikawangi, D. (2020). *Internal Communication in Building Organizational Culture and Organizational Branding of Government Institution. CIB 2019 - The 2nd International Conference on Inclusive Business in the Changing World*, 1, 506-514. <https://www.scitepress.org/Papers/2019/84330/84330.pdf>
- Wei, H., Sewell, A., Woody, G. & Rose, M. (2018). The state of the science of nurse work environments in the United States: A systematic review. *International Journal of Nursing Sciences*, 5(3), 287-300. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352013218300309>
- Welch, M. (2015). Internal communication education: A historical study. *Journal of Communication Management*, 19(4), pp. 388–405. <https://doi.org/10.1108/JCOM-09-2014-0053>
- Woodward, J. (1965). *Industrial organization: Theory and practice*. Oxford: Oxford University Press.
- Zainun, N., Johari, J. & Adnan, Z. (2020). Technostress and Commitment to Change: The Moderating Role of Internal Communication. *International Journal of Public Administration*, 43(15), 1327-1339. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61559947/Technostress\\_and\\_Commitment\\_to\\_Change\\_The\\_Moderating\\_Role\\_of\\_Internal\\_Communication20191219-79391-1leiycs-libre.pdf?1576761846=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTechnostress\\_and\\_Commitment\\_to\\_Change\\_Th.pdf&Expires=1684910305&Signature=Fgz0bJqqibm5DjazaQj5~7PRqbEI0HiD200jWGVJ3J73SwVldltphWH7Q0S-Bi8TA23vsO5MMs4MYvm1KRhacFYrA1TagmX1mAXbQds0960zrdVSePTsircIQUy8EQ1~Kg1la5DXVHUT9IPnm9AOD90NUwQie927ztanimXT8XlzSfSN1M](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61559947/Technostress_and_Commitment_to_Change_The_Moderating_Role_of_Internal_Communication20191219-79391-1leiycs-libre.pdf?1576761846=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTechnostress_and_Commitment_to_Change_Th.pdf&Expires=1684910305&Signature=Fgz0bJqqibm5DjazaQj5~7PRqbEI0HiD200jWGVJ3J73SwVldltphWH7Q0S-Bi8TA23vsO5MMs4MYvm1KRhacFYrA1TagmX1mAXbQds0960zrdVSePTsircIQUy8EQ1~Kg1la5DXVHUT9IPnm9AOD90NUwQie927ztanimXT8XlzSfSN1M)

Eq6mXQRsKhVDFNZ5PgVRsfPD0Fr2ob7mYoldabxye9CNQX-  
yd4uSyfleiNWU4XlgrRyf0iSjeW4zYZ6C7Rc7950Z~5ruFuNxZ2cQm-Pi-  
l4JCzPYw5vlKubhksQSvhoDAVV7mQD-  
95WeFj8qZ1NRPIrktUB7XuJSTrxQ\_\_&Key-Pair-  
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Zerfass, Ansgar; Verčič, Dejan; Volk, Sophia-Charlotte (2017). “*Communication evaluation and measurement*”. *Corporate communications: An international journal*, 22(1), 2-18. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-08-2016-0056>

## Anexos

### Anexo 01: Tabla de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Estrategias de comunicación interna	La comunicación interna, a través de una comunicación efectiva, busca mantener la motivación e inspiración en el trabajo diario entre superiores y pares; utilizando medios efectivos que conlleven a la satisfacción personal y mejora del rendimiento y la productividad; creando una fuerte relación entre el trabajo del individuo y los objetivos de la empresa, para aportar el propósito, visión y valor de la organización. (Berceruelo, 2011)	Se medirá a través de un cuestionario 21 ítems en las que se consideran sus 3 dimensiones	Tipos de comunicación	Descendente Ascendente Horizontal Interpersonales	
			Medios de comunicación interna	Sonoros Visuales Audiovisuales Formal Informal	
Clima Laboral	El ambiente de trabajo lo es todo alrededor de los empleados y puede afectar el desempeño de las tareas asignadas tales como, temperatura, humedad, ventilación, iluminación, ruido, limpieza del lugar de trabajo,	Se medirá a través de un cuestionario 12 ítems en las que se consideran sus 8 dimensiones	Autonomía	Toma de decisiones Soluciones Compañerismo Colaboración	Ordinal
			Cooperación y apoyo	Premios	
Laboral	entorno en el que trabaja una persona, el método de trabajo y la influencia de su trabajo tanto como individuos como grupos (Akob et al. al (2020).		Reconocimiento	Premios	
			Organización y estructura	Organización	
			Innovación	Integración	
			Transparencia y equidad	Supervisión	
			Motivación	Metas Objetivos	
			Liderazgo	Autoridad	

## Anexo 02: Cuestionarios

CUESTIONARIO						
VARIABLE 1: Comunicación Interna						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE ESCALA				
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
Tipos de comunicación interna	<b>Descendente</b>					
	1	¿Tu jefe te brinda la información necesaria para cumplir con tus funciones?				
	2	¿Las decisiones importantes son comunicadas de manera clara y oportuna por los superiores jerárquicos?				
	3	¿Te llegas a enterar de alguna información que tiene que comunicar tu jefe a través de tus compañeros (rumores)?				
	<b>Ascendente</b>					
	4	¿Tu jefe recibe las sugerencias que le brindas?				
	5	¿Existe confianza entre su jefe y compañeros de trabajo?				
	6	¿Sientes confianza con tu jefe para contarle problemas personales?				
	<b>Horizontal</b>					
7	¿La comunicación entre compañeros es adecuada?					
8	¿Existe el trabajo en equipo entre usted y sus compañeros de área?					
9	¿Sientes que hay compañerismo entre colegas en la Empresa?					
Medios de comunicación interna	<b>Interpersonales</b>					
	10	¿Expresas tus ideas sin temor con tus compañeros?				
	11	¿En la hora de refrigerio hablan sobre temas laborales con tus compañeros?				
	<b>Sonoros</b>					
	12	¿Utilizan anexos telefónicos dentro de la empresa?				
	13	¿La empresa utiliza el perifoneo para brindar información?				
	<b>Visuales</b>					
	14	¿Utilizan grupos en WhatsApp o alguna red social, para mantenerse comunicados todos los miembros de la empresa?				
	15	¿Utilizan boletines informativos en la empresa?				
<b>Audiovisuales</b>						
16	¿Utilizan videos en sus charlas informativos?					
17	¿Recibes información a través de videos dinámicos?					
Formas de comunicación	<b>Formal</b>					
	18	¿La empresa realiza reuniones formales para dar información?				
	19	¿La empresa se comunica a través de comunicados formales?				
	<b>Informal</b>					
	20	¿Sueles enterarte de los sucesos que ocurren en la empresa a través de rumores?				
21	¿Está de acuerdo que exista comunicación informal (chismes y rumores) en su centro de trabajo?					

CUESTIONARIO						
VARIABLE 2: CLIMA LABORAL						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE ESCALA				
		NUNCA 1	CASI NUNCA 2	A VECES 3	CASI SIEMPRE 4	SIEMPRE 5
Autonomía	<b>Toma de decisiones</b>					
	1	¿Tus jefes toman en cuenta tus ideas y del resto del personal para tomar alguna decisión?				
	<b>Soluciones</b>					
	2	¿El personal toma la iniciativa y asumen con responsabilidad durante la ejecución de las actividades?				
Cooperación y apoyo	<b>Compañerismo</b>					
	3	¿Trabajas en un ambiente de confraternidad y cooperación?				
	<b>Colaboración</b>					
	4	¿Se observa con frecuencia a todo el personal participando de las actividades organizadas por la institución?				
Reconocimiento	<b>Premios</b>					
5	¿Consideras que tu trabajo es reconocido?					
Organización y estructura	<b>Organización</b>					
	6	¿Se planifica y se organiza de forma adecuada las actividades de la institución?				
Innovación	<b>Integración</b>					
	7	¿Alguna vez tu jefe pidió tu sugerencia para alguna actividad dentro la institución?				
Transparencia y equidad	<b>Supervisión</b>					
	8	¿Sientes que tu trabajo es observado en comparación a la de tus demás compañeros?				
9	¿Consideras que tu jefe y compañeros son sinceros y directos si observan alguna falla en el desarrollo de tus labores?					
Motivación	<b>Metas</b>					
	10	¿Su jefe le motiva a realizar su trabajo de manera efectiva?				
	<b>Objetivos</b>					
	11	¿Tienes conocimiento sobre los objetivos de la Institución?				
Liderazgo	<b>Autoridad</b>					
12	¿Tu jefe se involucra en la ejecución de las actividades de la institución?					

## Anexo4. Confiabilidad

### CONFIABILIDAD DE COMUNICACIÓN INTERNA

#### Escala: Comunicación interna

##### Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

##### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,968	21

### CONFIABILIDAD DE CLIMA LABORAL

#### Escala: Clima laboral

##### Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

##### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,908	12

**ANEXO 4 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 002-2022-VI-UCV**  
**AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN**  
**LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20445722147
EMPRESA DE INGENIERIA Y MONTAJE S.A.C.	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos EDINSON GIANCARLO OBESO ALVA	DNI: 40607392

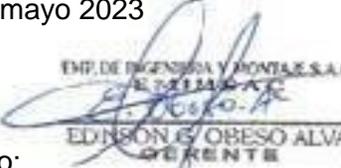
Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [ x ], no autorizo [ ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Estrategias de comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica postpandemia que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2023	
Nombre del Programa Académico: Ciencias de la comunicación	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Alarcón Huamanchumo Grecia Pierina	73986818
Osorio Bravo Fiorella Denia	76031013

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 30 de mayo 2023

  
EMP. DE INGENIERIA Y MONTAJE S.A.C.  
EDINSON G. OBESO ALVA  
GERENTE

Firma y sello: \_\_\_\_\_

**(Titular o Representante legal de la Institución)**

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “f” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó**

## **Anexo 5. Validación de instrumentos**

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Junior Andrés Quispe Calderon
Grado profesional:	Maestría (X)      Doctor ( )
Área de formación académica:	Clinica ( )      Social ( )  Educativa ( )      Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Relaciones Públicas e imagen corporativa
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autores:	Alarcón Huamanchumo, Grecia Pierina Osorio Bravo, Fiorella Denia
Procedencia:	Adaptada
Administración:	Presencial
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Empresa Ingeniería y Montaje SAC

Significación:	<p>Nuestro título de tesis es "Comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022"</p> <p>Contamos con dos variables las cuales son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estrategias de comunicación interna</li> <li>2. Percepción del clima laboral</li> </ol> <p>La primera variable, cuenta con tres dimensiones que son: tipos de comunicación interna, medios de comunicación interna y formas de comunicación interna.</p> <p>Indicadores de tipos de comunicación interna: Descendente Ascendente Horizontal</p> <p>Indicadores de medios de comunicación interna: Interpersonales Sonoros Visuales Audiovisuales</p> <p>Indicadores de formas de comunicación interna: Formal Informal</p> <p>La segunda variable cuenta con siete dimensiones que son: autonomía, cooperación y apoyo, reconocimiento, organización y estructura, innovación, transparencia y equidad, motivación y liderazgo.</p> <p>Indicadores de autonomía: Toma de decisiones Soluciones</p> <p>Indicadores de cooperación y apoyo: El compañerismo Colaboración</p> <p>Indicadores de reconocimiento: Premios</p> <p>Indicadores de organización y estructura: Organización</p> <p>Indicadores de innovación: Integración</p> <p>Indicadores de transparencia y equidad: Supervisión</p> <p>Indicadores de motivación y liderazgo: Metas Objetivos Autoridad</p> <p>Por último, nuestro objetivo es conocer la relación de las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022</p>
----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Estrategias de comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de comunicación interna</li> <li>• Medios de comunicación interna</li> <li>• Formas de comunicación interna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tipos de comunicación interna</b> Se refiere a las jerarquías de los colaboradores frente a una compañía.</li> <li>• <b>Medios de comunicación interna</b> El enfoque es establecer y mantener canales de comunicación efectivos entre una empresa y sus empleados.</li> <li>• <b>Formas de comunicación interna</b> El éxito de cualquier corporación que está indisolublemente ligado a una comunicación eficaz. Para mantener la armonía entre todos los miembros de un equipo, es crucial establecer un sistema para la transmisión continua de información. Esto no solo ayuda a resolver conflictos, sino que también fomenta un ambiente donde la implementación de acciones es vital para el bienestar de todos los miembros del equipo. Aquí es donde se habla de la comunicación formal como la informal.</li> </ul>

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Percepción del clima laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autonomía</li> <li>• Cooperación y apoyo</li> <li>• Reconocimiento</li> <li>• organización y estructura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Autonomía</b> Se refiere a la capacidad que poseen las personas para tomar decisiones.</li> <li>• <b>Cooperación:</b> Se denomina cooperación a la ayuda mutua que existe entre las personas con el fin de alcanzar un bien común.</li> <li>• <b>Apoyo</b> Recibe cualquier tipo de ayuda o asistencia.</li> <li>• <b>Reconocimiento</b> Destacamos a un individuo entre los demás ante cualquier objetivo logrado.</li> <li>• <b>Organización y estructura</b> Aceptación de tareas y responsabilidades que existen en una empresa o entidad para generar flujos de comunicación.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Transparencia y equidad</li> <li>• Motivación y liderazgo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Innovación</b> Mejorar o reemplazar algo como un producto o servicio.</li> <li>• <b>Transparencia</b> Es aquello que es comprensible por lo tanto no genera duda y menos ambigüedad</li> <li>• <b>Equidad:</b> Implica el acto de proporcionar a los individuos lo que se merecen, de acuerdo con sus respectivas capacidades y circunstancias.</li> <li>• <b>Motivación y liderazgo</b> Son variables que influyen de manera directa o mutua. Por ejemplo; la motivación puede influir en lograr un excelente liderazgo.</li> <li>• <b>Autoridad</b> La cualidad de una autoridad, que confiere el derecho de dar órdenes a una persona, su cargo o su cargo. Además, es esta misma cualidad la que motiva la ejecución de esas órdenes.</li> </ul>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

##### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Estrategias de comunicación interna" elaborado por Alarcón Huamanchumo, Grecia Pierina y Osorio Bravo, Fiorella Denia en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem-puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** estrategias de comunicación interna

Primera dimensión: tipos de comunicación interna

• **Objetivos de la Dimensión:** Conocer la relación de las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Descendente	¿Tu jefe te brinda la información necesaria para cumplir con tus funciones?	4	4	4	
Ascendente	¿Tu jefe recibe las sugerencias que le brindas?	4	4	4	
Horizontal	¿La comunicación entre compañeros es adecuada?	4	4	4	

- Segunda dimensión: medios de comunicación interna
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel de las estrategias de la comunicación interna en la empresa de Ingeniería y Montaje S.A.C., Chimbote-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Interpersonales	¿Expresas tus ideas sin temor con tus compañeros?	4	4	4	
Sonoros	¿Utilizan anexos telefónicos dentro de la empresa?	4	4	4	
Visuales	¿Utilizan grupos en WhatsApp o alguna red social, para mantenerse comunicados todos los miembros de la empresa?	4	4	4	
Audiovisuales	¿Utilizan videos en sus charlas informativas?	4	4	4	

- Tercera dimensión: formas de comunicación interna
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel de las estrategias de la comunicación interna en la empresa de Ingeniería y Montaje S.A.C., Chimbote-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Formal	¿La empresa realiza reuniones formales para dar información?	4	4	4	

Informal	¿Sueles enterarte de los sucesos que ocurren en la empresa a través de rumores?	4	4	4	
----------	---------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	--

**Dimensiones del instrumento:** percepción del clima laboral

• Primera dimensión de la segunda variable: Autonomía

• Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral en la empresa de Ingeniería y Montaje S.A.C., Chimbote-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Toma de decisiones	¿Tus jefes toman en cuenta tus ideas y del resto del personal para tomar alguna decisión?	4	4	4	
Soluciones	¿El personal toma la iniciativa y asumen con responsabilidad durante la ejecución de las actividades?	4	4	4	

• Segunda dimensión de la segunda variable: cooperación y apoyo

• Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compañerismo	¿Trabajas en un ambiente de confraternidad y cooperación?	4	4	4	

Colaboración	¿Se observa con frecuencia a todo el personal participando de las actividades organizadas por la institución?	4	4	4	
--------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	--

- Tercera dimensión de la segunda variable: reconocimiento
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Premios	¿Consideras que tu trabajo es reconocido?	4	4	4	

- Cuarta dimensión de la segunda variable: organización y estructura
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Organización	¿Se planifica y se organiza de forma adecuada las actividades de la institución?	4	4	4	

- Quinta dimensión de la segunda variable: innovación
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Integración	¿Alguna vez te pidió tu sugerencia para alguna	1	4	4	Corregir tipoo



	actividad dentro la institución?				
--	----------------------------------	--	--	--	--

- Sexta dimensión de la segunda variable: transparencia y equidad
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Supervisión	¿Sientes que tu trabajo es observado en comparación a la de tus demás compañeros?	4	4	2	Verificar lo que podrían pensar al usar el término.

- Séptima dimensión de la segunda variable: motivación y liderazgo
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Metas	¿Su jefe le motiva a realizar su trabajo de manera efectiva?	4	4	4	
Objetivo	¿Tienes conocimiento sobre los objetivos de la Institución?	4	4	4	
Autoridad	¿Tu jefe se involucra en la ejecución de las actividades de la institución	4	4	4	Verificar si es entidad o autoridad la evaluada



Firma del evaluador  
DNI 48303613

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2 hasta 20 expertos**, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

---

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Alberto Pinillos Bocanegra
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )    Doctor (    )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica (    )    Social (    )  Educativa (    )    Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años (    ) Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario en escala ordinal
<b>Autores:</b>	Alarcón Huamanchumo, Grecia Pierina Osorio Bravo, Fiorella Denia
<b>Procedencia:</b>	Adaptada
<b>Administración:</b>	Presencial
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Empresa Ingeniería y Montaje SAC

Significación:	<p>Nuestro título de tesis es "Comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022"</p> <p>Contamos con dos variables las cuales son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estrategias de comunicación interna</li> <li>2. Percepción del clima laboral</li> </ol> <p>La primera variable, cuenta con tres dimensiones que son: tipos de comunicación interna, medios de comunicación interna y formas de comunicación interna.</p> <p>Indicadores de tipos de comunicación interna: Descendente Ascendente Horizontal</p> <p>Indicadores de medios de comunicación interna: Interpersonales Sonoros Visuales Audiovisuales</p> <p>Indicadores de formas de comunicación interna: Formal Informal</p> <p>La segunda variable cuenta con siete dimensiones que son: autonomía, cooperación y apoyo, reconocimiento, organización y estructura, innovación, transparencia y equidad, motivación y liderazgo.</p> <p>Indicadores de autonomía: Toma de decisiones Soluciones</p> <p>Indicadores de cooperación y apoyo: El compañerismo Colaboración</p> <p>Indicadores de reconocimiento: Premios</p> <p>Indicadores de organización y estructura: Organización</p> <p>Indicadores de innovación: Integración</p> <p>Indicadores de transparencia y equidad: Supervisión</p> <p>Indicadores de motivación y liderazgo: Metas Objetivos Autoridad</p> <p>Por último, nuestro objetivo es conocer la relación de las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022</p>
----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Estrategias de comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de comunicación interna</li> <li>• Medios de comunicación interna</li> <li>• Formas de comunicación interna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tipos de comunicación interna</b> Se refiere a las jerarquías de los colaboradores frente a una compañía.</li> <li>• <b>Medios de comunicación interna</b> El enfoque es establecer y mantener canales de comunicación efectivos entre una empresa y sus empleados.</li> <li>• <b>Formas de comunicación interna</b> El éxito de cualquier corporación que está indisolublemente ligado a una comunicación eficaz. Para mantener la armonía entre todos los miembros de un equipo, es crucial establecer un sistema para la transmisión continua de información. Esto no solo ayuda a resolver conflictos, sino que también fomenta un ambiente donde la implementación de acciones es vital para el bienestar de todos los miembros del equipo. Aquí es donde se habla de la comunicación formal como la informal.</li> </ul>

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Percepción del clima laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autonomía</li> <li>• Cooperación y apoyo</li> <li>• Reconocimiento</li> <li>• organización y estructura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Autonomía</b> Se refiere a la capacidad que poseen las personas para tomar decisiones.</li> <li>• <b>Cooperación:</b> Se denomina cooperación a la ayuda mutua que existe entre las personas con el fin de alcanzar un bien común.</li> <li>• <b>Apoyo</b> Recibe cualquier tipo de ayuda o asistencia.</li> <li>• <b>Reconocimiento</b> Destacamos a un individuo entre los demás ante cualquier objetivo logrado.</li> <li>• <b>Organización y estructura</b> Aceptación de tareas y responsabilidades que existen en una empresa o entidad para generar flujos de comunicación.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Transparencia y equidad</li> <li>• Motivación y liderazgo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Innovación</b> Mejorar o reemplazar algo como un producto o servicio.</li> <li>• <b>Transparencia</b> Es aquello que es comprensible por lo tanto no genera duda y menos ambigüedad</li> <li>• <b>Equidad:</b> Implica el acto de proporcionar a los individuos lo que se merecen, de acuerdo con sus respectivas capacidades y circunstancias.</li> <li>• <b>Motivación y liderazgo</b> Son variables que influyen de manera directa o mutua. Por ejemplo; la motivación puede influir en lograr un excelente liderazgo.</li> <li>• <b>Autoridad</b> La cualidad de una autoridad, que confiere el derecho de dar órdenes a una persona, su cargo o su cargo. Además, es esta misma cualidad la que motiva la ejecución de esas órdenes.</li> </ul>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Estrategias de comunicación interna" elaborado por Alarcón Huamanchumo, Grecia Pierina y Osorio Bravo, Fiorella Denia en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** estrategias de comunicación interna

Primera dimensión: tipos de comunicación interna

• **Objetivos de la Dimensión:** Conocer la relación de las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Descendente	¿Tu jefe te brinda la información necesaria para cumplir con tus funciones?	4	4	4	
Ascendente	¿Tu jefe recibe las sugerencias que le brindas?	4	4	4	
Horizontal	¿La comunicación entre compañeros es adecuada?	3	3	3	

• Segunda dimensión: medios de comunicación interna

• Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel de las estrategias de la comunicación interna en la empresa de Ingeniería y Montaje S.A.C., Chimbote-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Interpersonales	¿Expresas tus ideas sin temor ante tus compañeros?	3	3	3	Mejorar la redacción
Sonoros	¿Utilizan anexos telefónicos dentro de la empresa?	3	3	3	
Visuales	¿Utilizan grupos en WhatsApp o alguna red social, para mantenerse comunicados todos los miembros de la empresa?	4	4	4	
Audiovisuales	¿Utilizan videos en sus charlas informativas?	3	3	3	

• Tercera dimensión: formas de comunicación interna

• Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel de las estrategias de la comunicación interna en la empresa de Ingeniería y Montaje S.A.C., Chimbote-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Formal	¿La empresa realiza reuniones formales para dar información?	4	4	4	

Informal	¿Sueles enterarte de los sucesos que ocurren en la empresa a través de rumores?	4	4	4	
----------	---------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	--

**Dimensiones del instrumento:** percepción del clima laboral

• Primera dimensión de la segunda variable: Autonomía

• Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral en la empresa de Ingeniería y Montaje S.A.C., Chimbote-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Toma de decisiones	¿Tus jefes toman en cuenta tus ideas y del resto del personal para tomar alguna decisión?	4	4	4	
Soluciones	¿El personal toma la iniciativa y asumen con responsabilidad durante la ejecución de las actividades?	4	4	4	

• Segunda dimensión de la segunda variable: cooperación y apoyo

• Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compañerismo	¿Trabajas en un ambiente de confraternidad y cooperación?	4	4	4	

Colaboración	¿Se observa con frecuencia a todo el personal participando de las actividades organizadas por la institución?	4	4	4	
--------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	--

- Tercera dimensión de la segunda variable: reconocimiento
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Premios	¿Consideras que tu trabajo es reconocido?	4	4	4	

- Cuarta dimensión de la segunda variable: organización y estructura
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Organización	¿Se planifica y se organiza de forma adecuada las actividades de la institución?	4	4	4	

- Quinta dimensión de la segunda variable: innovación
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Integración	¿Alguna vez tu jefe pidió tu sugerencia para alguna	4	4	4	

	actividad dentro la institución?				
--	----------------------------------	--	--	--	--

- Sexta dimensión de la segunda variable: transparencia y equidad
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Supervisión	¿Sientes que tu trabajo es observado en comparación a la de tus demás compañeros?	3	3	3	OBSERVADO O EVALUADO?

- Séptima dimensión de la segunda variable: motivación y liderazgo
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Metas	¿Su jefe le motiva a realizar su trabajo de manera efectiva?	4	4	4	
Objetivo	¿Tienes conocimiento sobre los objetivos de la Institución?	4	4	4	
Autoridad	¿Tu jefe se involucra en la ejecución de las actividades de la institución?	4	4	4	

	actividad dentro la institución?				
--	----------------------------------	--	--	--	--

- Sexta dimensión de la segunda variable: transparencia y equidad
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Supervisión	¿Sientes que tu trabajo es observado en comparación a la de tus demás compañeros?	3	3	3	OBSERVADO O EVALUADO?

- Séptima dimensión de la segunda variable: motivación y liderazgo
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Metas	¿Su jefe le motiva a realizar su trabajo de manera efectiva?	4	4	4	
Objetivo	¿Tienes conocimiento sobre los objetivos de la Institución?	4	4	4	
Autoridad	¿Tu jefe se involucra en la ejecución de las actividades de la institución?	4	4	4	



Firma del evaluador  
DNI 18113618

**Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:**

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2 hasta 20 expertos**, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Abanto Buitron Sturley.
Grado profesional:	Maestría <input checked="" type="checkbox"/> Doctor ( )
Área de formación académica:	Clínica ( ) Social ( ) Educativa ( ) Organizacional <input checked="" type="checkbox"/>
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Comunicación
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo USAT
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( ) Más de 5 años <input checked="" type="checkbox"/>
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autores:	Alarcón Huamanchumo, Grecia Pierina Osorio Bravo, Fiorella Denia
Procedencia:	Adaptada
Administración:	Presencial
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Empresa Ingeniería y Montaje SAC

Significación:	<p>Nuestro título de tesis es "Comunicación interna y percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022"</p> <p>Contamos con dos variables las cuales son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estrategias de comunicación interna</li> <li>2. Percepción del clima laboral</li> </ol> <p>La primera variable, cuenta con tres dimensiones que son: tipos de comunicación interna, medios de comunicación interna y formas de comunicación interna.</p> <p>Indicadores de tipos de comunicación interna: Descendente Ascendente Horizontal</p> <p>Indicadores de medios de comunicación interna: Interpersonales Sonoros Visuales Audiovisuales</p> <p>Indicadores de formas de comunicación interna: Formal Informal</p> <p>La segunda variable cuenta con siete dimensiones que son: autonomía, cooperación y apoyo, reconocimiento, organización y estructura, innovación, transparencia y equidad, motivación y liderazgo.</p> <p>Indicadores de autonomía: Toma de decisiones Soluciones</p> <p>Indicadores de cooperación y apoyo: El compañerismo Colaboración</p> <p>Indicadores de reconocimiento: Premios</p> <p>Indicadores de organización y estructura: Organización</p> <p>Indicadores de innovación: Integración</p> <p>Indicadores de transparencia y equidad: Supervisión</p> <p>Indicadores de motivación y liderazgo: Metas Objetivos Autoridad</p> <p>Por último, nuestro objetivo es conocer la relación de las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022</p>
----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Estrategias de comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de comunicación interna</li>   <li>• Medios de comunicación interna</li>   <li>• Formas de comunicación interna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tipos de comunicación interna</b> Se refiere a las jerarquías de los colaboradores frente a una compañía.</li>   <li>• <b>Medios de comunicación interna</b> El enfoque es establecer y mantener canales de comunicación efectivos entre una empresa y sus empleados.</li>   <li>• <b>Formas de comunicación interna</b> El éxito de cualquier corporación que está indisolublemente ligado a una comunicación eficaz. Para mantener la armonía entre todos los miembros de un equipo, es crucial establecer un sistema para la transmisión continua de información. Esto no solo ayuda a resolver conflictos, sino que también fomenta un ambiente donde la implementación de acciones es vital para el bienestar de todos los miembros del equipo. Aquí es donde se habla de la comunicación formal como la informal.</li> </ul>

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Percepción del clima laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autonomía</li>   <li>• Cooperación y apoyo</li>   <li>• Reconocimiento</li>   <li>• organización y estructura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Autonomía</b> Se refiere a la capacidad que poseen las personas para tomar decisiones.</li>   <li>• <b>Cooperación:</b> Se denomina cooperación a la ayuda mutua que existe entre las personas con el fin de alcanzar un bien común.</li>   <li>• <b>Apoyo</b> Recibe cualquier tipo de ayuda o asistencia.</li>   <li>• <b>Reconocimiento</b> Destacamos a un individuo entre los demás ante cualquier objetivo logrado.</li>   <li>• <b>Organización y estructura</b> Aceptación de tareas y responsabilidades que existen en una empresa o entidad para generar flujos de comunicación.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Transparencia y equidad</li> <li>• Motivación y liderazgo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Innovación</b> Mejorar o reemplazar algo como un producto o servicio.</li> <li>• <b>Transparencia</b> Es aquello que es comprensible por lo tanto no genera duda y menos ambigüedad</li> <li>• <b>Equidad:</b> Implica el acto de proporcionar a los individuos lo que se merecen, de acuerdo con sus respectivas capacidades y circunstancias.</li> <li>• <b>Motivación y liderazgo</b> Son variables que influyen de manera directa o mutua. Por ejemplo; la motivación puede influir en lograr un excelente liderazgo.</li> <li>• <b>Autoridad</b> La cualidad de una autoridad, que confiere el derecho de dar órdenes a una persona, su cargo o su cargo. Además, es esta misma cualidad la que motiva la ejecución de esas órdenes.</li> </ul>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

##### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Estrategias de comunicación interna" elaborado por Alarcón Huamanchumo, Grecia Pierina y Osorio Bravo, Fiorella Denia en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** estrategias de comunicación interna

Primera dimensión: tipos de comunicación interna

• **Objetivos de la Dimensión:** Conocer la relación de las estrategias de comunicación interna y la percepción del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Descendente	¿Tu jefe te brinda la información necesaria para cumplir con tus funciones?	4	4	3	
Ascendente	¿Tu jefe recibe las sugerencias que le brindas?	3	4	3	
Horizontal	¿La comunicación entre compañeros es adecuada?	4	3	3	

- Segunda dimensión: medios de comunicación interna
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel de las estrategias de la comunicación interna en la empresa de Ingeniería y Montaje S.A.C., Chimbote-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Interpersonales	¿Expresas tus ideas sin temor con tus compañeros?	3	3	3	
Sonoros	¿Utilizan anexos telefónicos dentro de la empresa?	3	3	3	
Visuales	¿Utilizan grupos en WhatsApp o alguna red social, para mantenerse comunicados todos los miembros de la empresa?	3	3	3	
Audiovisuales	¿Utilizan videos en sus charlas informativas?	3	3	3	

- Tercera dimensión: formas de comunicación interna
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel de las estrategias de la comunicación interna en la empresa de Ingeniería y Montaje S.A.C., Chimbote-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Formal	¿La empresa realiza reuniones formales para dar información?	3	3	3	

Informal	¿Sueles enterarte de los sucesos que ocurren en la empresa a través de rumores?	3	3	3	
----------	---------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	--

**Dimensiones del instrumento:** percepción del clima laboral

- Primera dimensión de la segunda variable: Autonomía
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral en la empresa de Ingeniería y Montaje S.A.C., Chimbote-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Toma de decisiones	¿Tus jefes toman en cuenta tus ideas y del resto del personal para tomar alguna decisión?	3	3	3	
Soluciones	¿El personal toma la iniciativa y asumen con responsabilidad durante la ejecución de las actividades?	3	3	3	

- Segunda dimensión de la segunda variable: cooperación y apoyo
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compañerismo	¿Trabajas en un ambiente de confraternidad y cooperación?	3	3	3	

Colaboración	¿Se observa con frecuencia a todo el personal participando de las actividades organizadas por la institución?	3	3	3	
--------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	--

- Tercera dimensión de la segunda variable: reconocimiento
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Premios	¿Consideras que tu trabajo es reconocido?	3	3	3	

- Cuarta dimensión de la segunda variable: organización y estructura
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Organización	¿Se planifica y se organiza de forma adecuada las actividades de la institución?	3	3	3	

- Quinta dimensión de la segunda variable: innovación
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Integración	¿Alguna vez tu jefe pidió tu sugerencia para alguna	3	3	3	

	actividad dentro la institución?	3	3	3	
--	----------------------------------	---	---	---	--

- Sexta dimensión de la segunda variable: transparencia y equidad
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Supervisión	¿Sientes que tu trabajo es observado en comparación a la de tus demás compañeros?	3	3	3	

- Séptima dimensión de la segunda variable: motivación y liderazgo
- Objetivos de la Dimensión: identificar el nivel del clima laboral durante la crisis económica que afectó a los trabajadores de Ingeniería y Montaje SAC-2022

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Metas	¿Su jefe le motiva a realizar su trabajo de manera efectiva?	4	4	4	
Objetivo	¿Tienes conocimiento sobre los objetivos de la Institución?	4	4	4	
Autoridad	¿Tu jefe se involucra en la ejecución de las actividades de la institución	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI 40306148

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.