



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Comunicación interna y gestión estratégica en Costeño Alimentos  
S.A.C, Callao 2020

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración**

**AUTOR:**

Jauregui San Julián, Carlos Augusto (ORCID: [0000-0003-0810-6857](https://orcid.org/0000-0003-0810-6857))

**ASESORA:**

Mg. Gonzales Moncada, Teresa Marianella (ORCID: [0000-0002-8516-2193](https://orcid.org/0000-0002-8516-2193))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

CALLAO – PERÚ

2020

### Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional, a la memoria de mi Madre Leonor Elena San Julián Ruiz, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí, a mis hijas Nayla Jáuregui y Julia Jáuregui porque son la razón de que me levante cada día esforzarme por el presente y el mañana, son mi principal motivación, como en todos mis logros, en este han estado presente, a Claudia Fernández porque en el camino llamado vida te encuentras con personas que la iluminan y porque la razón principal es que siempre creíste en lo que era capaz de hacer, tu paciencia, amor y consejos me trajeron mucho fe.

### Agradecimiento

Mi agradecimiento es infinito a Claudia Fernández, me quedo sin palabras para describir todo lo que has hecho y hasta donde has batallado con toda tu paciencia este logro también tuyo. A mi jefe José Antonio Ramírez por su gran apoyo, y a la Srta. Gírela Gómez por permitirme realizar el estudio, a ellos mil gracias.

## Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos	vi
Resumen	vii
Abstrac	viii
I Introducción	1
II MARCO TEÓRICO	5
III METODOLOGÍA	17
3.1 Tipo y diseño de investigación	17
3.2 Variables y operacionalización	17
3.3 Población	18
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5 Procedimientos	20
3.6 Métodos de análisis de datos	20
3.7 Aspectos éticos	20
IV RESULTADOS	21
V Discusión	44
VI Conclusiones	48
VII Recomendaciones	49
Referencias	50
Anexos	1

## Índice de tablas

Tabla 1: Niveles de percepción de la comunicación interna	21
Tabla 2: Niveles de percepción de la información	22
Tabla 3: Niveles de percepción de la cultura organizacional	23
Tabla 4: Niveles de percepción de la gestión del cambio	24
Tabla 5: Niveles de percepción del clima laboral	25
Tabla 6: Niveles de percepción del compromiso	26
Tabla 7: Niveles de percepción del liderazgo	27
Tabla 8: Análisis por ítem de la dimensión información	28
Tabla 9: Análisis por ítem de la dimensión cultura organizacional	29
Tabla 10: Análisis por ítem de la dimensión gestión del cambio	30
Tabla 11: Análisis por ítem de la dimensión clima laboral	31
Tabla 12: Análisis por ítem de la dimensión compromiso	31
Tabla 13: Análisis por ítem de la dimensión liderazgo	32
Tabla 14: Niveles de percepción de la gestión estratégica	32
Tabla 15: Niveles de percepción de la fase filosófica	33
Tabla 16: Niveles de percepción de la fase analítica	34
Tabla 17: Niveles de percepción de la fase táctica	35
Tabla 18: Análisis por ítem de la dimensión fase filosófica	36
Tabla 19: Análisis por ítem de la dimensión fase analítica	37
Tabla 20: Análisis por ítem de la dimensión fase táctica	38
Tabla 21: Rangos para el coeficiente de correlación de Rho Spearman	40
Tabla 22: Prueba de hipótesis general	41
Tabla 23: Prueba de hipótesis específica 1	41
Tabla 24: Prueba de hipótesis específica 2	42
Tabla 25: Prueba de hipótesis específica 3	43

## Índice de gráficos

Gráfico 1: Frecuencia de la variable comunicación interna (agrupada)	21
Gráfico 2: Frecuencia de la dimensión información (agrupada)	22
Gráfico 3: Frecuencia de la dimensión cultura organizacional (agrupada)	23
Gráfico 4: Frecuencia de la dimensión gestión del cambio (agrupada)	24
Gráfico 5: Frecuencia de la dimensión clima laboral (agrupada)	25
Gráfico 6: Frecuencia de la dimensión compromiso (agrupada)	26
Gráfico 7: Frecuencia de la dimensión liderazgo (agrupada)	27
Gráfico 8: Frecuencia de la variable gestión estratégica (agrupada)	32
Gráfico 9: Frecuencia de la dimensión fase filosófica (agrupada)	33
Gráfico 10: Frecuencia de la dimensión fase analítica (agrupada)	34
Gráfico 11: Frecuencia de la dimensión fase táctica (agrupada)	35

## Resumen

El presente informe de investigación se orientó a un propósito de determinar como objetivo general la relación de la comunicación interna y la gestión estratégica en la empresa en Costeño Alimentos S.A.C, Callao 2020. Se utilizó para la variable comunicación interna, lo conceptualizado por Susana Cáceres (2016) quien la comprende en las dimensiones de: lineamientos, información, cultura organizacional, gestión del cambio, clima laboral, compromiso y liderazgo, en tanto para la variable gestión estratégica se consideró a Bernal y Sierra (2017), quienes contemplan como dimensiones a sus tres fases: filosófica, analítica y táctica. En el marco metodológico se aplicó un enfoque de investigación cuantitativo, de tipo aplicado, con un diseño no experimental - transversal y de nivel descriptivo correlacional, además se aplicó un cuestionario tipo likert – ordinal a una muestra de 135 trabajadores de empresa Costeño Alimentos S.A.C en la sucursal del Callao. Los datos procesados y analizados, permiten concluir que existe una correlación positiva moderada entre la comunicación interna y la gestión estratégica, lo cual es respaldado por un coeficiente de correlación de Rho Spearman equivalente a +0.510 y significativo al 0.000.

Palabras claves: Comunicación interna, gestión estratégica, fase filosófica, fase analítica y fase táctica.

## Abstrac

This research report was oriented towards a general objective of determining the relationship of internal communication and strategic management in the company at Costeño Alimentos SAC, Callao 2020. It was used for the internal communication variable, as conceptualized by Susana Cáceres (2016) who understands it in the dimensions of: guidelines, information, organizational culture, change management, work environment, commitment and leadership, while for the strategic management variable Bernal and Sierra (2017) were considered, who consider as dimensions to its three phases: philosophical, analytical and tactical. In the methodological framework, a quantitative research approach was applied, of an applied type, with a non-experimental design - transversal and correlational descriptive level, in addition, a Likert - ordinal questionnaire was applied to a sample of 135 workers of the Costeño Alimentos SAC company in the Callao branch. The processed and analyzed data allow us to conclude that there is a moderate positive correlation between internal communication and strategic management, which is supported by a Rho Spearman correlation coefficient equivalent to +0.510 and significant at 0.000.

Keywords: Internal communication, strategic management, philosophical phase, analytical phase and tactical phase.



## I Introducción

La comunicación interna (CI) como realidad y fenómeno corporativo siempre ha existido, ya que esta se encuentra en la esencia de cualquier organización y como lo plantea Paul Watzlawick (1985) en su estudio de comunicación es imposible que una empresa no comunique ya que al integrarse áreas es vital para cumplir con las funciones y así estas puedan ser exitosas. Sin embargo, la gestión profesional de la comunicación interna comienza a tomar repunte en la época de los setenta en EEUU y Europa, con los organigramas función participativa en la estructura organizacional; la CI fue creciendo y haciendo más compleja tomando un nuevo rol funcional, rol con sostén teórico en las ciencias sociales. Hasta los primeros años de la época de los noventa esta gestión se canalizo mediante herramientas tradicionales medios internos impresos, telefónicos y audiovisuales. La CI fue tomando responsabilidad de motivar y ser dinámica para los colaboradores en la organización y paso a ser un elemento fundamental en la organización ayudando a mantener la identidad y cultura corporativa, en este decenio del siglo XXI tanto para Europa como para EEUU y Latinoamérica la comunicación interna camina hacia una consolidación, como disciplina empresarial, en términos de crecimiento, evolución funcional e influencia estratégica.

Gestión estratégica (GE) que tiene origen en el libro el arte de la guerra de Sun Tzu militar chino de los años 400-340 (A.C.) quien ha sido retomado por diversos directores empresariales con el ánimo de plasmar sus ideas a los negocios; Porter, en su libro "Estrategia competitiva" publicado en 1980, habla acerca de Señales de Mercado y de Movimientos, competitivos para darle la definición de la estrategia como un plan, Drucker en su libro "La gerencia: tareas, responsabilidades y prácticas" publicado en 1991, define la estrategia como una acción intencionada; en muchos estudios la GE estará buscando un plan de acción que ayude al desarrollo de las ventajas en competencia de la organización para esto siempre es bueno analizar las oportunidades y amenazas que puedan ponerla en una buena posición en el mercado, Pero más allá de los conceptos, es importante comprender el sentido de la estrategia dentro de las organizaciones, con respecto a esto abordó una obra de Juan Carrión Maroto, Estrategia de la visión a la acción (2007), en donde da una visión global de la estrategia, especialmente para aquellas personas que se enfrenta a tareas con dirección de confianza, así se observa una posición

interesante cuando manifiesta que cuando se habla de estrategia se hace referencia a la elaboración de un plan que permita alcanzar las metas, pero además de ello, es la dirección intencionada al cambio para conseguir ventajas competitivas en los diferentes negocios de la empresa”

Uno de los grandes problemas en la realidad peruana, es que se confunde mucho la comunicación con publicidad y pone en aprietos a la empresa sobre todo cuando de objetivos se trata, de que sirve tener una gestión estratégica, cuando adolecas de comunicación interna y esta es una de las más abandonadas en el Perú.

La empresa Costeño alimentos S.A.C, tiene como misión llevar a la mesa de sus consumidores alimentos de la más alta calidad, brindándoles una experiencia soñada, su visión es una empresa de crecimiento constante, que genere productos de calidad, garantía, seguridad y bienestar social, a través de un buen trabajo con sus colaboradores y accionistas, para sus consumidores, esta empresa nace en 1996 con presentaciones de 750gr, amplía el portafolio del mercado con lanzamientos de azúcar en 1997, y alrededor del año 2000, lanzan el aceite de soya y menestras embolsadas.

En la empresa hay una dificultad para comunicar cierta **información** a trabajadores sin acceso a un computador, este **flujo** termina siendo demasiado lento, la falta de acción en sus canales de comunicación preocupa ya que los líderes tendrían que reforzar sus **habilidades blandas** para una **cultura organizacional** que fomente el **compromiso**, la carencia de carteles informativos que podrían demostrar principios teóricos de la organización, solo el principio teórico de los **valores** se encuentra detallado en carteles informativos de la empresa, esto maquilla la base teórica de **identidad** a la corporación pero solo de fachada estética ya que es punto débil en sus colaboradores y tiene como consecuencia la falta de buenas **prácticas** y **hábitos**, de lo contrario tendría como resultado un buen posicionamiento en el mercado peruano.

Desde que la empresa toma auge en 1996 ha tenido **gestiones de cambio** e innovaciones, donde tendría que verse reflejados en la estructura organizacional y en el cliente final siendo este el consumidor.

Si bien la comunicación interna y gestión estratégica ha evolucionado en los últimos años, aún se tienen varios objetivos por cumplir. Uno de los más importantes es mostrar el valor que tiene la CI y GE en la empresa. Una encuesta elaborada por Apoyo Comunicación revela que un 41% de la empresa no mide el impacto de su gestión y no ve como uno de los retos de su gestión y/o área alinear su estrategia de comunicación con los objetivos de la empresa.

Por este motivo a la empresa Costeños alimentos S.A.C., se intenta cooperar para que conozca realmente el valor que tiene la comunicación interna a sus colaboradores, ya que ellos son eje principal de la organización, por este motivo se realizara una evaluación para conocer si la comunicación hacia el interior de ella y así ver realmente el valor que le dan a la gestión estratégica.

En ese sentido, se plasma como **problema general**: ¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la gestión estratégica la empresa Costeño Alimentos S.A.C, Callao, 2020? **Problemas específicos** 1. ¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la fase filosófica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020? 2. ¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020? 3. ¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la fase táctica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020?

La investigación se justifica desde un punto de vista **teórica** porque permitirá reforzar teorías y conceptos que sustentan las variables de estudio, además de aportar nuevos conocimientos en el rubro en la cual se desarrolla la empresa; por otro lado, se justifica de forma **metodológica**, pues se respetara la rigurosidad del método científico y se ejecutara un cuestionario ordinal de tipo Likert, a fin de recolectar información sobre las variables para posteriormente obtener mejoras y recomendaciones. La justificación también se aborda de manera **práctica**, debido que efectuará para tener un conocimiento más extenso sobre el entorno de trabajo de los colaboradores de Costeño Alimentos S.A.C., Callao, 2020; y finalmente se justifica de forma **económica**; dado que, al demostrarse las hipótesis planteadas, se podrá entregar dichos resultados a los directores de la empresa, a fin de que puedan tomar medidas correctivas que tenga un impacto significativo en rentabilidad de la organización.

**Objetivo General:** Demostrar la relación de la comunicación interna y la gestión estratégica en la empresa Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020. **Objetivos específicos** 1. Describir la relación de la comunicación interna y la fase filosófica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020. 2. Describir la relación de la comunicación interna y la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020. 3. Describir la relación de la comunicación interna y la fase táctica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

**Hipótesis General:** Existe relación entre la comunicación interna y la gestión estratégica en la empresa Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020. **Hipótesis específicas** 1. Existe relación entre la comunicación interna con la fase filosófica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020. 2. Existe relación entre la comunicación interna con la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020. 3. Existe relación entre la comunicación interna con la fase táctica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

## II MARCO TEÓRICO

Con el fin de entender el objeto del estudio, se llegó a indagar investigaciones tanto a nivel internacional como nacional, a fin de tener una noción más precisa de estudios previamente establecidos.

En Suecia se realizó la tesis de Holmberg (2020), quien busco como objetivo general de estudio examinar a través de la perspectiva de un gerente de sucursal cómo se describe el proceso de comunicación interna de Svenska Handelsbanken AB y cómo se relaciona con la cultura corporativa del banco y su estrategia general. El investigador considero como muestra a seis gerentes de sucursales dentro de Svenska Handelsbanken AB, a quienes se le realizaron entrevistas y cuestionarios semiestructuradas. Se concluye del estudio que a través del proceso de comunicación interna se aclaran los objetivos y valores estratégicos de las organizaciones para los empleados, lo que constituye la base de su **cultura corporativa**, además lograr una comunicación interna efectiva que involucre e incluya a los empleados es cada vez más importante hoy en día debido al alto índice de cambio e incertidumbre que caracteriza a una sociedad.

Por otro lado, en Finlandia se realizó la investigación de Mäkinen (2018), quien planteo como objetivo general de estudio conocer cómo desarrollar una política de comunicación interna cuando existen factores que inciden fuertemente en ella. El investigador considero como teoría principal la de contingencia, la misma que sostiene que no existe una forma universal única de organizar una política de comunicación interna, es decir hay algunos factores externos e internos que afectan la organización de los mismos. Dicha investigación considero que el crecimiento es un factor externo que ha afectado al factor interno, la cantidad de conocimiento tácito. La investigación se realizó en la empresa TI Aava Mobile Oy que necesita desarrollo para tres canales de comunicación interna diferentes: intranet, paquete de familiarización y Common Coffee Break. La investigación fue un estudio de caso que utiliza métodos cualitativos y cuantitativos, como entrevistas semiestructuradas, cuestionarios y observación. Se concluyó del estudio que las **políticas** de comunicación interna se relacionan con la satisfacción de los empleados.

En Cuba, los investigadores Rodríguez y del Pino (2017), realizaron su artículo con el objetivo de plasmar una propuesta articulada de variables sobre la gestión de información y la gestión de la comunicación en los contextos organizacionales, dado que estos constituyen una serie de elementos estratégicos tales como mejora continua, eficiencia – eficacia, innovación, y donde concluyeron que la gestión de la información y la gestión de la comunicación organizacional tienen procesos de tipo estratégico, ya que garantizan un uso adecuado y manejo de **información** empresarial para una buena toma de decisiones con la calidad que se requiere.

Coincidentemente, en Lima también se desarrolló el estudio de Montes (2019), quien planteo como objetivo general demostrar la correlación existente entre la comunicación interna y el estrés laboral en una empresa dedicada al rubro de comercialización y servicio de refrigeración. Su estudio fue de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y además de corte transversal; por otro lado, el nivel de investigación destaca por ser descriptiva y correlacional, como también fue de tipo aplicada. Su muestra de estudio se conformó por 50 empleados de la empresa Fava Equipamientos S.A.C, a los mismos que se les llegó a aplicar el cuestionario de tipo Ordinal – Likert. La investigadora llega a concluir que existe una correlación positiva muy fuerte entre las variables de estudio, además esta asociación fue equivalente a un coeficiente de Rho Spearman de 0.851\*\* y la misma que fue significativa al 0.000.

En Piura, se ejecutó la investigación de Yahuana (2018), quien propuso como objetivo central de estudio determinar la relación entre la comunicación interna con el clima laboral en un centro educativo nacional. La investigadora considero en su estudio en un enfoque metodológico cuantitativo, con un diseño no experimental – transversal. Su estudio resalta por considerar una muestra de tipo censal, es decir considero como sujetos de análisis a los 60 empleados de la UGEL – Morropón, siendo los mismos a quien se les encuestó mediante un instrumento de 37 ítems de tipo Ordinal – Likert. La autora llega a determinar la existencia de una correlación significativa al 0.018 con un coeficiente de correlación de Pearson equivalente a 0.305\*; es decir, sus variables de estudio guardan una asociación positiva baja.

El estudio realizado en Estados Unidos por Quansah (2019), propuso como objetivo de investigación determinar como el liderazgo y otras prácticas son adoptadas

como estrategias para las pequeñas y medianas empresas. La metodología utilizada en su estudio fue con un enfoque mixto y se desarrolló en tres investigaciones secuenciales, además considero a 03 tipos de muestras, siendo la primera una serie de entrevistas cualitativas semiestructuradas a 32 directores ejecutivos y gerentes; segundo, una encuesta cuantitativa en línea de 356 empresarios, directores ejecutivos y gerentes; y finalmente, un estudio de caso cualitativo comparativo de cuatro pymes de Estados Unidos y Canadá. Se concluyó de la combinación de estos tres estudios proporciona conocimientos completos sobre el **liderazgo** adaptativo y las estrategias adaptativas asociadas con las PYME, que varían en diferentes organizaciones, dependiendo de sus mercados y características organizacionales particulares. Además, para las pequeñas y medianas empresas la disertación proporciona apoyo empírico para una **visión** de la adaptación basada en el conocimiento y para las teorías de las capacidades dinámicas, la creación de estrategias emergentes, el empoderamiento y el **liderazgo** de grandes grupos.

En Francia se realizó la investigación de Medrouk (2018), quien plantea como objetivo principal crear un modelo conceptual y numérico basado en el aprendizaje automático que permita a los líderes y académicos reestructurar la gestión estratégica y predecir la evolución del desempeño organizacional. El estudio fue de carácter cuantitativo y cualitativo, además considero como muestra a 239 ejecutivos senior, a quienes se les llegó a encuestar. El estudio concluye que el modelo de gestión estratégico captura la no complejidad en la organización y ofrece una buena capacidad para predecir el desempeño empresarial, como también sugiere el investigado que los enfoques basados en **recursos** y en contingencias deben considerarse complementarios en lugar de competitivos.

Así mismo Ruat (2016) en su investigación hecha Francia, propuso como objetivo mejorar la comprensión de una gestión estratégica de cooperación entre los stakeholders de un proyecto de construcción. El estudio gira en un enfoque de metodología de investigación de intervención socioeconómica, destacando las principales causas de los fracasos de la cooperación y sus impactos, sobre las partes interesadas; por lo cual, considero como muestra a 22 agencias de arquitectura y una PYME contratista principal. Se concluyó del estudio que las

**habilidades** y la **confianza** resultan ser dos factores importantes en el desempeño y la sostenibilidad de la **cooperación**, dicha articulación entre estos dos elementos conduce al desarrollo de un concepto de cooperación confianza eficiente y sostenible donde la gestión estratégica de la cooperación constituye el activador que, por efecto palanca, mejora el desempeño socioeconómico de la organización, así como su gestión.

Tumaylla (2016) en su tesis tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la planificación estratégica y la competitividad de las empresas que conforman el centro comercial Mega Muebles del distrito de Los Olivos, el universo poblacional a estudiar se conformó por 66 dueños de los negocios que conforman el centro comercial de Mega Muebles. Así mismo para fines de precisión en la investigación se realizó un censo, es por eso que se aplicó la encuesta a los 66 dueños que conforman el centro comercial. Para la recolección de los datos se ha usado la técnica de la encuesta, que se realizó mediante la acción de hacer preguntas directas a todos los dueños de los negocios que conforman el centro comercial de Mega Muebles, con la finalidad de conocer su opinión con respecto al tema a estudiar. El autor llegó a la conclusión de que existe relación entre la planificación estratégica y la competitividad, dicha conclusión se basa a través de la prueba de hipótesis de la Rho de Spearman aproximada que fue de 0.772 la cual fue significativa (0.000), lo cual permite inferir que una adecuada aplicación de la planificación estratégica se generaría una mayor competitividad en las empresas.

De igual manera, se encuentra investigaciones en el ámbito nacional, como la desarrollada en Lima por el tesista Córdova (2018), donde tuvo como objeto de la investigación determinar la relación existente entre la gestión estratégica y comunicación organizacional en una empresa del rubro de importación, exportación, fabricación y comercialización de mangueras hidráulicas. Su investigación fue no experimental – transversal, de tipo básica, con un nivel de estudio descriptiva y a su vez correlacional. La muestra del estudio se conformó por 15 empleados de la empresa Hunter Perú S.A.C., quienes participaron voluntariamente de una encuesta de 24 ítems de tipo Likert, la misma que fue previamente validada por tres expertos en la materia de estudio, y a su vez sometida una prueba Alfa Cronbach para determina una confiabilidad alta,



equivalente a 0.908. Córdova (2018), aplico una prueba normalidad de tipo Shapiro-Wilk y determino que sus datos recolectados no mantienen una distribución normal, en tal sentido aplico pruebas no paramétricas y siendo la escogida por el investigador al estadístico de Rho de Spearman, misma que determino un coeficiente de correlación de 0.756\*\* y esta fue significativa al 0.000, demostrando así la existencia de una correlación positiva alta entre sus variables de estudio.

En tanto, las bases teóricas forman parte fundamental para el soporte teórico del trabajo de investigación, ya que sostendrán el análisis y el resultado, sobre el estudio de comunicación interna, se consideró la teoría de las relaciones humanas; y en donde, Martínez (2018) menciona como creador de la teoría a Mayo (1924), quien realizo dicha investigación con el fin de estudiar a los jefes y los efectos psicológicos que pueden llegar a causar las condiciones físicas en la producción de la empresa Western Electric en los Estados Unidos. Mayo (1924) dividió su estudio en tres etapas, siendo la primera la manipulación de la iluminación y la segunda en descanso, como la reducción de la jornada laboral e incentivos, los cuales no parecían explicar algún tipo de cambio significativo en la productividad; sin embargo, en la tercera fase llego a demostrar que los colaboradores se interesan por factores sociales, como la moral de los empleados, la satisfacción entre colaboradores y la eficacia en la administración. Este último, abarca la comprensión de humanos, la motivación, la asesoría, la dirección y la comunicación. Es decir, la comunicación en términos de relaciones interpersonales, se le considera como el intercambio de información entre personas, lo cual es un proceso fundamentalmente entre la experiencia humana y organización social. Por lo cual, los colaboradores deben recibir un flujo de comunicaciones capaz de suplir necesidades y en tanto, los superiores reciben de los subordinados un flujo de comunicación capaz de aportarles una idea adecuada a lo que está ocurriendo. Este tipo de comunicación mencionada se le considera como descendente y ascendente.

Por otro lado, el estudio de comunicación se comprende según Cáceres (2016), como aquella comunicación gestionada hacia el interior de una organización y siendo sus actores responsables a los colaboradores. Su objetividad es apoyar la estrategia organizacional, logrando comprensión de las directrices para todos los

colaboradores de manera sencilla e integra, además aporta al cumplimiento de lineamientos organizacionales como la información, cultura organizacional, gestión del cambio, clima laboral, compromiso, y liderazgo, mismas que finalmente contribuyen al alineamiento organizacional.

En tanto para Blanco (2015), la entiende como aquella que se produce en el seno de la empresa, teniendo como origen y destino a los componentes de la propia organización. Puede realizarse de forma vertical, y esta se divide en descendente y ascendente. La primera de ellas se emplea por lo general para transmitir información de designación de labores a los empleados, esta es ventajosa en el sentido de que los integrantes de la organización conocen que hacer, como y cuando tiene que hacerlo. En tanto la ascendente en la comunicación interna influye desde los subordinados hacia los niveles jerárquicos superiores, es valiosa en información para los directores; pues, les permite conocer ideas, opiniones, sugerencias y entre otros, de los empleados, para poder en un posterior momento mejorar una determinada situación que amerite su intervención con dicha información. También, se encuentra la comunicación interna horizontal, la cual en esencia se realiza entre los individuos del mismo nivel jerárquico dentro de la organización, su utilidad apunta más a la coordinación y la planificación de trabajo; la misma, que promueve el trabajo en equipo y el compañerismo laboral.

Así mismo, Fernández, D. y Fernández, E. (2017), afirman que la comunicación interna dentro de las empresas debe transmitir mensajes entendibles de manera fácil y eficaz. Mencionan además que en toda organización existen dos formas de comunicación. La primera se la denomina como la formal, esta se caracteriza por ser la reconocida por la organización y se emplea por lo general para el procedimiento de las funciones dentro de la empresa, esta representa una comunicación jerárquica y permite muy útilmente la toma de decisiones. La segunda es llamada comunicación informal, esta se genera espontáneamente entre los que conforman formalmente la organización, este tipo de comunicación genera en los colaboradores el sentido de pertenencia hacia de la organización.

Para Cuenca y Verazzi (2019), lo consideran como un conjunto de actividades de comunicación desarrolladas en la empresa, orientadas a fomentar y mantener las buenas relaciones entre los miembros de la organización, empleando técnicas e

instrumentos de comunicación que los sostenga de información, además de permitir la integración y motivación en cada individuo, a fin de contribuir al logro de los objetivos organizacionales.

Pintado y Sánchez (2017), considera que su comprensión ha evolucionado desde ser un canal de información de los órganos directivos a ser una herramienta de gestión; pues, ahora su alcance permite la creación de reputación y experiencia de marca en muchas empresas, donde los colaboradores juegan el rol de embajadores de una marca empresarial. Debe entenderse también, como un conjunto integral entre los soportes y medios que permiten la comunicación con las relaciones interpersonales horizontales, ascendentes y descendentes; en tal sentido, permite generar actividades de comunicación que promueven el desarrollo de capacidades entre las diversas audiencias en la organización.

Comunicación interna, también tiene sus objetivos, como lo sustenta Linardi y Cortina (2017), pueden ser la motivación empleados, dar a conocer a una novedad del negocio, compartir conocimiento, reforzar una cultura organizacional, generar compromiso y entre otros. Cada uno de estos tiene su propio mensaje y el alcance de dicho objetivo se considera la existencia de una comunicación interna eficaz.

Para la presente investigación, se tomará en cuenta lo propuesto por Cáceres (2016), quien afirma la existencia de seis lineamientos que permiten la comunicación interna, como se explica en cada una de ellas a continuación;

**Información:** Según Cáceres (2016), en términos sencillos lo refiere el saber de hacer de la organización, que son necesarias para los procedimientos que ejecutara el colaborador y sus beneficios de su permanencia en la organización. Identificar la propuesta de valor de la empresa es un paso gigante en la diferenciación de las organizaciones; comunicarla efectivamente, es una necesidad base para que los colaboradores quieran permanecer en ésta. Por ello, en términos de comunicación interna la información se concentra en contenidos, medios, flujos, audiencias y voceros.

Debe de ser fluida con el contenido claro, el flujo de la misma debe canalizarse con voceros que la lleven clara en cada audiencia que haya o forme la organización.

**Cultura organizacional:** Cáceres (2016) lo refiere como aquella que brinda la identidad a una organización, y esta se basa en una estructura que dispone del rol que debe cumplir cada individuo perteneciente a la organización, mediante valores y hábitos.

Todas las organizaciones tienen identidad ganada dentro de estructura organizacional, con valores y hábitos que se reflejan en sus colaboradores.

**Gestión del cambio:** Como lo sustenta Cáceres (2016), toda organización requiere de la necesidad de innovar, con el fin de estar al ritmo variante de una industria y a la exigencia creciente de cada día por los consumidores. Además, es natural la resistencia al cambio en las personas; por ello, la comunicación asiste para que esa resistencia sea mínima, mediante un procedo de explicarle a los colaboradores el porqué del cambio (conocer el cambio), como haremos el cambio (creer en el cambio) y como hacerles parte de ello (querer el cambio).

Conocer, creer y querer en el cambio hará que la organización porte un nuevo ADN organizacional.

**Clima laboral:** Así mismo, Cáceres (2016) lo comprende como el medio donde se desarrolla el trabajo de los integrantes de la organización, pero en el ámbito de la comunicación interna su implicancia es de escuchar a los colaboradores, recibir sus dudas, comentarios o ideas; y ello, suele identificarse mediante encuestas y buzones de sugerencias, donde manifiesten su sentir y no siempre tendrán respuestas positivas por parte de los empleados.

Dentro de la organización esta se mide con encuestas y buzones de sugerencias, para poder generar un ambiente laboral favorable.

**Compromiso:** Como lo sustenta Cáceres (2016), el engagement es el grado de identificación del colaborador con la organización, su desempeño e intención de permanencia, y en donde una buena estrategia de comunicación interna se convierte en una ventaja para mejorar la conexión entre el colaborador y las metas de la organización que pertenezca.

Es aquel impulso de identificación que obligara a un desempeño favorable a la organización.

**Liderazgo:** Cáceres (2016) afirma que un líder debe tener ciertas destrezas, pero en términos de comunicación interna las habilidades blandas de los líderes juegan un rol relevante para influir en su equipo de trabajo y con ello lograr la suma de los esfuerzos para el logro de las metas trazadas.

Influencia de un líder con ciertas habilidades blandas para lograr un trabajo en equipo satisfactorio.

Con lo que respecta al objeto de estudio de gestión estratégica, se apoya en la teoría de la administración clásica, donde Chiavenato (2019), hace referencia como fundador de dicha teoría a Fayol (1916), quien menciona que el acto de administrar engloba prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar. El primero de ellos lo comprende como la visualización del futuro y trazar un programa de acción; en tanto, a lo de organizar lo explica como todo aquello útil que permite el funcionamiento de la empresa, se puede dividir en organismo material como social. Respecto a lo de dirigir, se refiere sobre alcanzar el máximo rendimiento de los colaboradores para aprovechar de los aspectos globales de la empresa mediante la guía y la orientación hacia el personal. Para coordinar, lo comprende como sincronizar, ligar y armonizar todo los actos y esfuerzos colectivos. Finalmente, por control es verificar que transcurra correctamente las reglas y órdenes emitidas en la organización. En ese contexto, siendo la planeación parte de la teoría de Fayol (1916) la que depende de los altos mandos jerárquicos o jefaturas, se encuentra también la gestión estratégica que, de igual forma se emplea por la alta directiva, y se le considera como parte del proceso administrativo.

En tal sentido, para la comprensión del mencionado objeto de estudio se revisó diversas literaturas que permiten abordar algunas perspectivas según algunos autores, como es el caso de Bernal y Sierra (2017), quienes consideran que es un proceso de evaluación sistemática que determina el desempeño de cualquier organización sin importar su tamaño, definiendo sus objetivos en un horizonte de tiempo a largo plazo y ello para ser alcanzados mediante estrategias que garanticen una mayor optimización de los recursos internos para lograr en conjunto una mayor competitividad. Existe tres fases durante el proceso, siendo la primera la fase filosófica, la segunda la fase analítica y finalmente la fase táctica.

De acuerdo con Prieto (2017), en las organizaciones realizan diferentes tipos de procesos, las cuales están interrelacionadas en actividades lógicas, con el propósito de llegar a un fin. Por lo cual, se da la existencia de procesos en la alta gerencia, procesos básicos del negocio y procesos de apoyo, que complementan para llegar al logro de metas institucionales. En ese contexto, se manifiesta la gestión estratégica y ella al ser un proceso se compone por las etapas de formulación estratégica, implementación estratégica y evaluación estratégica; y estas, además se acompañan de actividades, técnicas y objetivos que permiten la comprensión y socialización de su función dentro de la empresa para el alcance de los objetivos trazados.

Como lo sustentan De Luca y Lazzati (2018), se da en el más alto nivel gerencial, se caracteriza por tener establecido un horizonte de tiempo y la definición de variables en su entorno. Se entiende por variables del entorno a los intereses de los propietarios de la organización, el output de operación con clientes, el propio mercado donde se desarrolló y su competencia, en tanto al input connota a las operaciones de las fuentes de proveedores de recursos. La gestión estratégica contempla al pensamiento estratégico, el planeamiento estratégico y la implementación de la estrategia.

Por otro lado, Alfalla (2016) refiere a la gestión estratégica como un proceso de análisis, planificación, ejecución y control de acciones a desarrollar en el presente con el fin de situar a la organización en una posición competitiva adecuada en un futuro de terminado.

Chiavenato (2017), menciona que se caracteriza por maximizar los resultados y minimizar las deficiencias, y parte de los principios de lograr mayor eficiencia, eficacia y efectividad. Se elabora en la más alta gerencia de la organización, es el mayor de todos los planes, por lo cual los demás planes se subordinan. El modelo que aborda Chiavenato (2017), comprende a la planeación estratégica por seis elementos (misión, visión, diagnósticos externos, diagnóstico interno, determinantes del éxito, objetivos, formulación de la estratégica, formalizar el plan estratégico y reevaluación de la estrategia).

Así mismo, Gonzales y Rodríguez (2019) afirman que la gestión estratégica hoy en día se le comprende como una herramienta indiscutible de aplicación en la gerencia moderna de las organizaciones, y a pesar de sus antecedentes napoleónicos y neoclásicos, actualmente sigue siendo el elemento clave para el desarrollo empresarial, mediante el diseño de estrategias, para el logro de objetivos y guiar en la toma de decisiones a los ejecutivos.

La gerencia estratégica proporciona beneficios a la organización, como lo explica Fred y Forest (2017), pues aporta en que la empresa sea más proactiva que reactiva en términos de su proyección en su futuro, además permite iniciar e influir en actividades en vez de solo responder a hechos, en tal sentido, ejerce control sobre el propio destino de la mera organización. Desde tiempos inmemoriales el beneficio más destacable ya sea en organizaciones con o sin fines de lucro, es ayudar a los directivos en formular mejores estrategias mediante un enfoque sistemático, lógico y racional para la mejor toma de decisiones.

Por lo expuesto anteriormente, se evidencia semejanzas entre las perspectivas de los autores en referencia a la gerencia estratégica. En tal sentido, se analizará este estudio en consideración a las fases propuestas por Bernal y Sierra (2017); y por ello se considera a dichas tres fases.

**Fase filosófica:** Para Bernal y Sierra (2017), se le denomina también como filosofía corporativa y consiste en la forma de pensar o la identidad que caracteriza a las organizaciones como únicas; y para ello, el plan estratégico debe iniciar con la declaración de aspectos como la misión, visión y políticas.

En la organización esta posee una identidad que se demuestra en misión, visión y políticas, creadas y aprobadas por la alta dirección.

**Fase analítica:** Según Bernal y Sierra (2017), se constituye por los objetivos organizacionales, el análisis del entorno de la propia organización en situaciones de su presente y prospectivas, y además de la determinación de estrategias para la consecución de los objetivos previamente plasmados.

Esta se constituye por trazar sus objetivos mediante las características del entorno, realizando un FODA e implementando estrategias.

**Fase táctica:** Bernal y Sierra (2017), lo comprenden como la definición del plan de acción (actividades y responsables) y la asignación del presupuesto de inversión para la implementación del respectivo plan estratégico.

Determina el plan de acción dentro de la organización, conlleva a realizar un presupuesto para poder implementar la acción en caso sea viable.



### III METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación se ejecutó bajo un contexto de enfoque cuantitativo, como lo afirma Bernal (2016), se fundamenta en la medición de las características del objeto de estudio a indagar, tienden a generalizar y normalizar resultados.

El desarrollo de la presente investigación fue de tipo aplicada, como lo propone Gallardo (2017) estos estudios también denominados como dinámicas, tiene como fin encontrar soluciones prácticas a un problema a estudiar y además guardan relación con los de tipo estudio pura, porque dependen de sus descubrimientos y aportes teóricos.

Por el otro lado, el estudio se realizó bajo un diseño no experimental y además transversal, como lo sustenta Sáez (2017) como aquel proceso de indagación en que se recolecta los datos sin intentar ningún cambio en el estudio, [...] en tanto los estudios transversales se le considera así porque se estudian en un momento dado en una población en concreto y bajo circunstancias específicas.

De igual manera se consideró prudente que la investigación sea de un nivel descriptivo donde Ñaupá, Valdivia, Palacios y Romero (2019) lo comprenden como aquellos estudios que pretenden describir los datos, características y propiedades del fenómeno que se va analizar, y además el presente estudio abordó el nivel correlacional donde igualmente Martínez y Benítez (2016) la proponen como estudios que tiene como fin buscar el grado de relación que exista entre dos o más variables en un tiempo determinado.

#### 3.2 Variables y operacionalización

De acuerdo a lo sustentado en realidad problemática, lo definido en el marco teórico y considerando los aspectos metodológicos que se emplearan en el estudio, se llega determinar que el objeto de estudio a analizar son dos, siendo la primera la comunicación interna que se conformara por seis dimensiones y diecisiete indicadores que se medirán con 22 ítems; y en tanto la variable gestión estratégica que se compone por tres dimensiones y doce indicadores que además se pretende medir la variable con 22 ítems, para mayor comprensión se detalla en la matriz de operacionalización de variables (Ver Anexo 02)

### 3.3 Población

Como lo define Soliz (2019), se le denomina población al conjunto infinito o finito de elementos, objetos, animales, personas, ideas o acotamientos, que guardan correspondencia entre sí por tener características en común en un espacio y tiempo.

Para la presente investigación se consideró como población de estudio a los 206 empleados que laboran en la empresa Costeños Alimentos S.A.C., de la sucursal de Callao, la cual está ubicada en Calle 1 Nro 134 Urb, Av. Bocanegra.

#### Muestreo

Bernal (2016), comprende al muestreo como un método que permite estimar el tamaño de una muestra y se clasifican en probabilísticos y no probabilísticos, además en cada método existen criterios diferentes para estimar el tamaño de la muestra. Al respecto, Hernández y Mendoza (2018) mencionan que el muestreo probabilístico es un subgrupo de la población, y en donde cada elemento que lo conforma tiene la misma probabilidad de llegar a ser escogido. Existe muchos tipos de muestras probabilísticas, pero para fines del presente estudio se determinará mediante muestreo probabilístico aleatorio simple, y según Mías (2018) lo considera como el más comúnmente utilizado, también es llamado muestreo simple al azar y se caracteriza en realizar un sorteo dentro de todos los sujetos que conforman la población a fin de darle la misma oportunidad de constituir la muestra y así evitar preferencias por parte de los investigadores.

#### Muestra

En tanto, para comprender a la muestra Bernal (2016) lo explica como la parte representativa de la población que es seleccionada y de la cual se obtendrá información para el desarrollo de la investigación, y además es sobre la cual se efectuará la medición y observación de las variables a indagar.

En ese contexto, se llegó a determinar que la muestra para el presente estudio se constituyó por 135 trabajadores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., de la sucursal de Callao. (Ver Anexo 08)

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### Técnica

La técnica que se utilizó en el desarrollo del estudio es la encuesta, donde según Gallardo (2017) es aquella que pretende obtener información de un determinado grupo o una proporción de la población que se busca estudiar.

#### Instrumento

En tanto, al instrumento de recolección de datos ejecutado fue el cuestionario, y se entiende de acuerdo a Martínez y Benítez (2016) como la herramienta que permite recolectar datos, mediante el uso de un formulario en la cual los sujetos pueden llenarlo por su propia cuenta, dado que constituye por con conjunto de preguntas respecto a las variables a medir.

#### Validez y confiabilidad

Al definir que se empleó un instrumento conformado por 44 ítems, se procedió a someterlo a una validez y confiabilidad; con el fin de darle validez al cuestionario se decide medirla mediante la validez de expertos, donde Hernández y Mendoza (2018) lo refieren como el grado en que aparentemente el instrumento mide a la variable en cuestión de acuerdo con la opinión de expertos en el tema a investigar.

#### Validez

Al respecto, en el presente estudio se entregó un ejemplar del instrumento a tres expertos a fin que emitan una opinión sobre los ítems planteados, y el cual fue aprobado (Ver Anexo 04).

#### Confiabilidad

Por otro lado, respecto a la confiabilidad del instrumento se recurrió al coeficiente de Alfa Cronbach, donde Ñaupá et al. (2019) lo explican que consiste en determinar mediante procedimientos matemáticos el valor del coeficiente del instrumento que va de un rango de 0 a 1, donde más cercano a 1 es muy confiable y más cercano a 0 es considerado como una nula confianza (Ver Anexo 05).

En ese contexto, se realizó aplicando una prueba piloto a 30 personas a fin determinar el grado confianza del instrumento, dando resultados favorables. En la

variable comunicación integral constituida por 24 ítems en su cuestionario se arrojó un valor de coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.883; y para la variable gestión estratégico se determinó un valor del coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.829. Por lo mencionado anteriormente, se respalda una confiabilidad muy alta para el instrumento de cada variable (Ver Anexo 06).

### 3.5 Procedimientos

Al verificar la validez y confiabilidad del instrumento, se procedió a recolectar los datos a la muestra de estudio ya identificada, pero previamente el investigado realizo formalmente una solicitud a la empresa Costeños Alimentos S.A.C. para contar con su autorización de la investigación (Ver Anexo 10), La empresa antes mencionada recepciono dicho documento y además brindara las facilidades para realizar el estudio. La aplicación del cuestionario se dio en un momento único y no se realizará la manipulación alguna de las variables a indagar, además se le menciona a cada participante que responda con la mayor veracidad posible y se hizo de su conocimiento que el cuestionario a responder es anónimo.

### 3.6 Métodos de análisis de datos

Al término de la recolección de los datos, se llegó continuar con el procesamiento mediante el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) en la versión 26.0, donde se aplico en un primero momento la estadística descriptiva para comprender la conducta de las variables y sus dimensiones agrupadas según la perspectiva de los colaboradores en tablas de frecuencias y gráficos de barras y también se utilizó la estadística inferencial, siendo prudente la utilización del coeficiente de correlación Rho Spearman, la cual permitió medir el grado de asociación entre la variables de estudio.

### 3.7 Aspectos éticos

La investigación es perteneciente de manera íntegra hacia el investigador, quien durante el desarrollo no altero algún tipo de dato recolectado; por otro lado, se respetó la confidencialidad de los encuestados y se hizo mención de que su participación fue por disposición voluntaria de cada uno de ellos.

## IV RESULTADOS

### Análisis descriptivo

#### Variable 1: Comunicación interna

Tabla 1: Niveles de percepción de la comunicación interna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	34	25.2	25.2
Regular	80	59.3	84.4
Eficiente	21	15.6	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

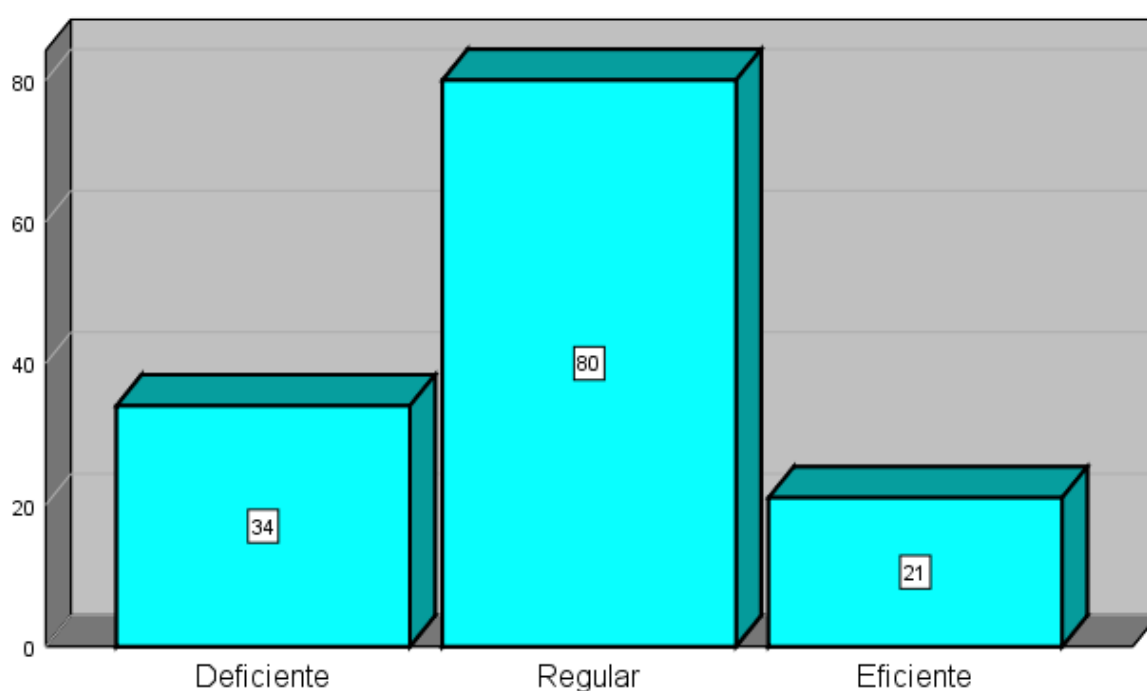


Gráfico 1: Frecuencia de la variable comunicación interna (agrupada)

#### Interpretación:

Como se detalla en la tabla 01 y gráfico 01 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 25.2% equivalente a 34 trabajadores considera que la comunicación interna es deficiente, el 59.3% que representa a 80 trabajadores percibieron la aplicación de la comunicación interna como regular, y un 15.6% que asciende a 21 trabajadores indicaron que la aplicación de la comunicación es eficiente.

## Dimensión: Información

Tabla 2: Niveles de percepción de la información

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido			
Deficiente	44	32.6	32.6
Regular	67	49.6	82.2
Eficiente	24	17.8	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

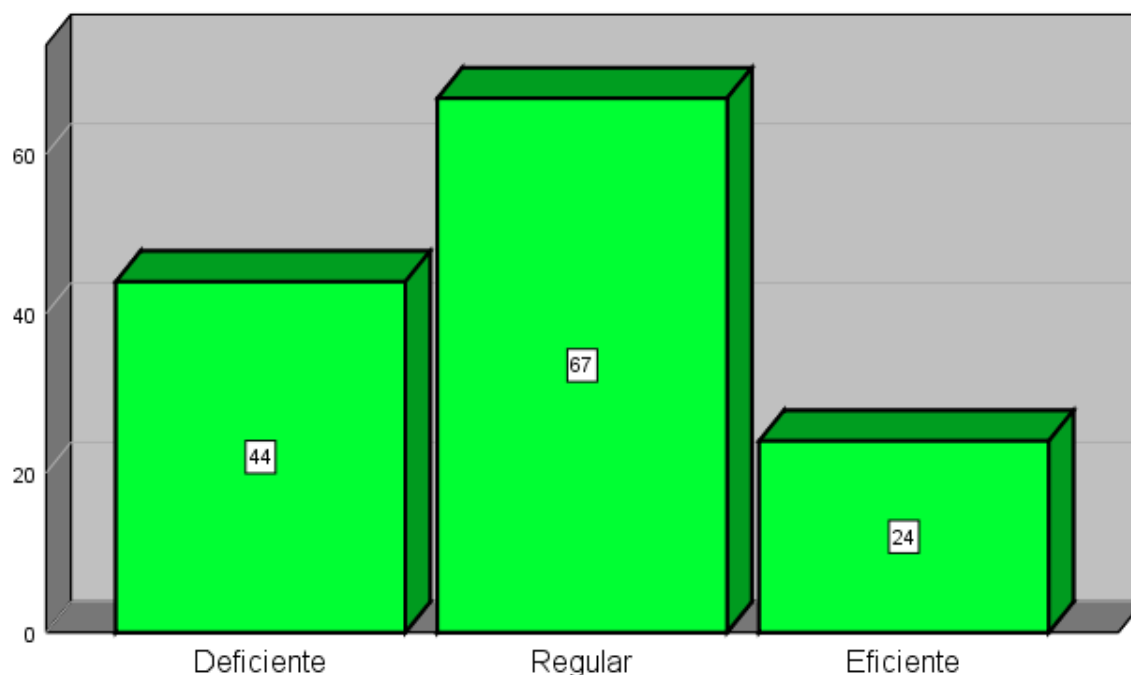


Gráfico 2: Frecuencia de la dimensión información (agrupada)

### Interpretación:

Como se detalla en la tabla 02 y gráfico 02 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 32.6% equivalente a 44 trabajadores considera que el manejo de información es deficiente, el 49.6% que representa a 67 trabajadores percibieron información es regular, y un 17.8% que asciende a 24 trabajadores indicaron que la información es eficiente.

## Dimensión: Cultura organizacional

Tabla 3: Niveles de percepción de la cultura organizacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido			
Deficiente	44	32.6	32.6
Regular	55	40.7	73.3
Eficiente	36	26.7	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

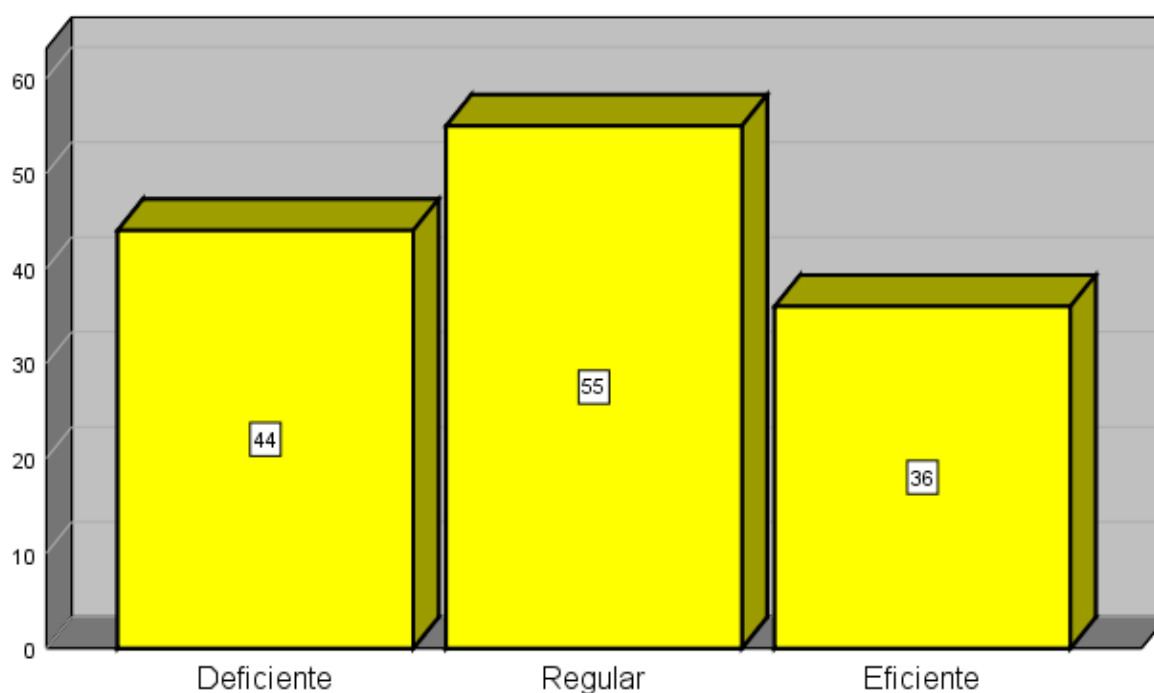


Gráfico 3: Frecuencia de la dimensión cultura organizacional (agrupada)

### Interpretación:

Como se detalla en la tabla 03 y gráfico 03 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 32.6% equivalente a 44 trabajadores considera que la cultura organizacional es deficiente, el 40.7% que representa a 55 trabajadores percibieron una cultura organizacional es regular, y un 26.7% que asciende a 36 trabajadores indicaron que la cultura organizacional es eficiente.

## Dimensión: Gestión del cambio

Tabla 4: Niveles de percepción de la gestión del cambio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido			
Deficiente	37	27.4	27.4
Regular	50	37.0	64.4
Eficiente	48	35.6	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

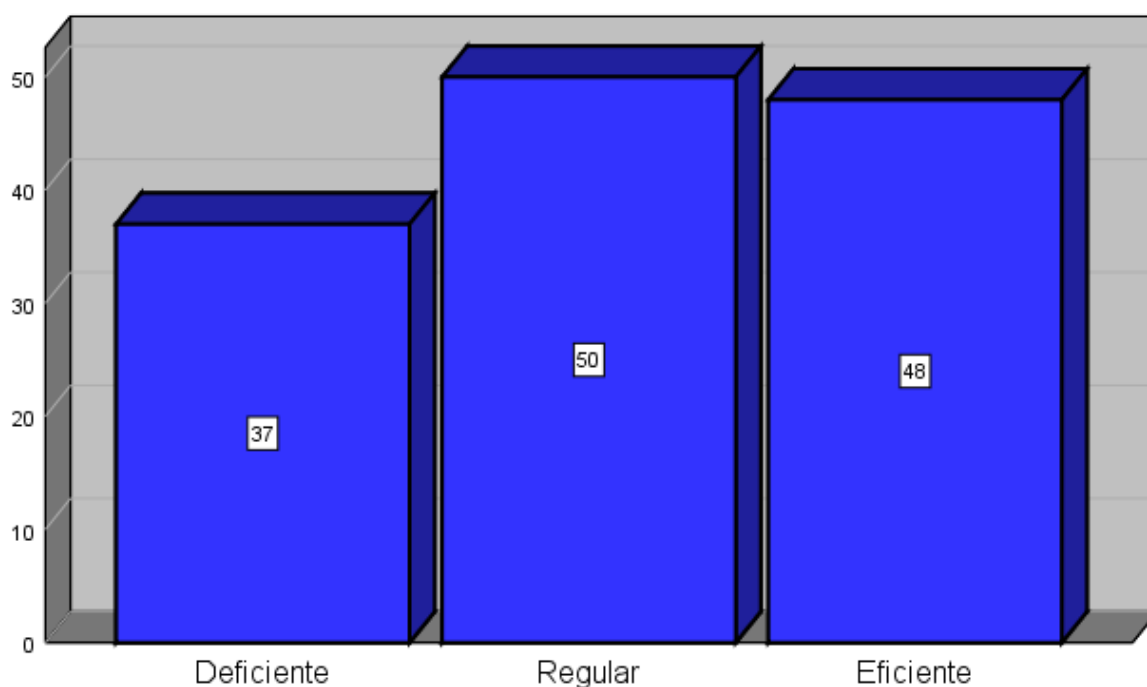


Gráfico 4: Frecuencia de la dimensión gestión del cambio (agrupada)

Interpretación:

Como se detalla en la tabla 04 y gráfico 04 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 27.4% equivalente a 37 trabajadores considera que la gestión del cambio es deficiente, el 37.0% que representa a 50 trabajadores percibieron un nivel regular sobre la gestión del cambio, y un 35.6% que asciende a 48 trabajadores indicaron que la gestión del cambio es eficiente.



## Dimensión: Clima laboral

Tabla 5: Niveles de percepción del clima laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	37	27.4
	Regular	48	63.0
	Eficiente	50	100.0
	Total	135	100.0

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

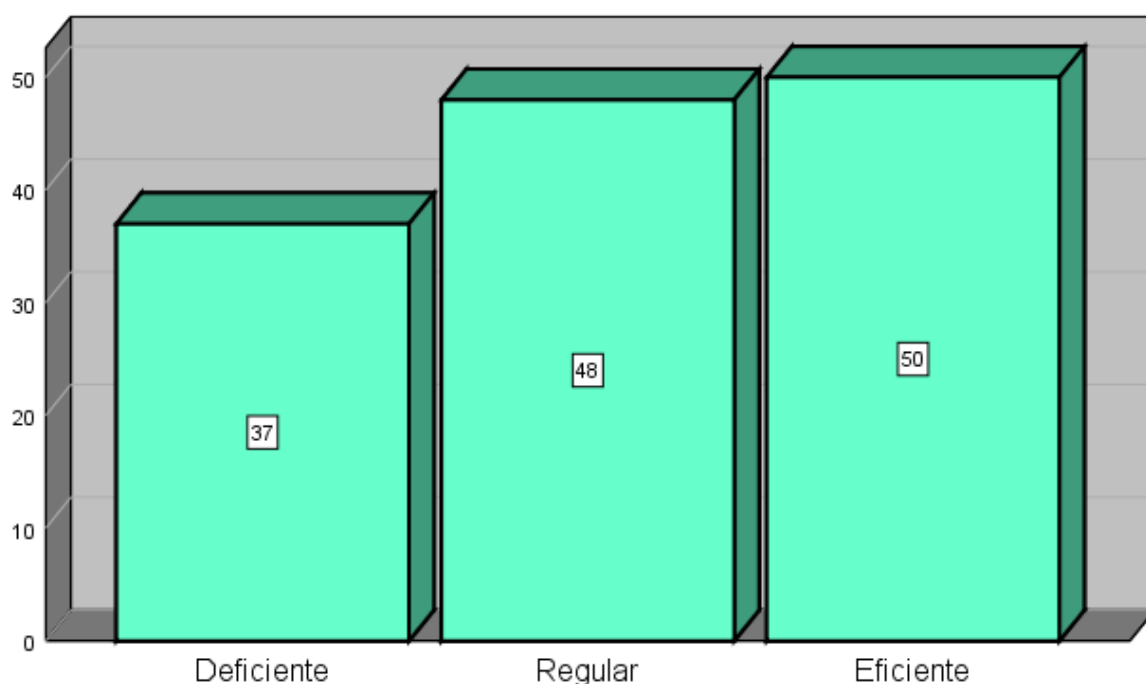


Gráfico 5: Frecuencia de la dimensión clima laboral (agrupada)

### Interpretación:

Como se detalla en la tabla 05 y gráfico 05 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 27.4% equivalente a 37 trabajadores considera que el clima laboral es deficiente, el 35.6% que representa a 48 trabajadores percibieron un regular clima laboral, y un 37.0% que asciende a 50 trabajadores indicaron que el clima laboral es eficiente.

## Dimensión: Compromiso

Tabla 6: Niveles de percepción del compromiso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido			
Deficiente	44	32.6	32.6
Regular	48	35.6	68.1
Eficiente	43	31.9	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

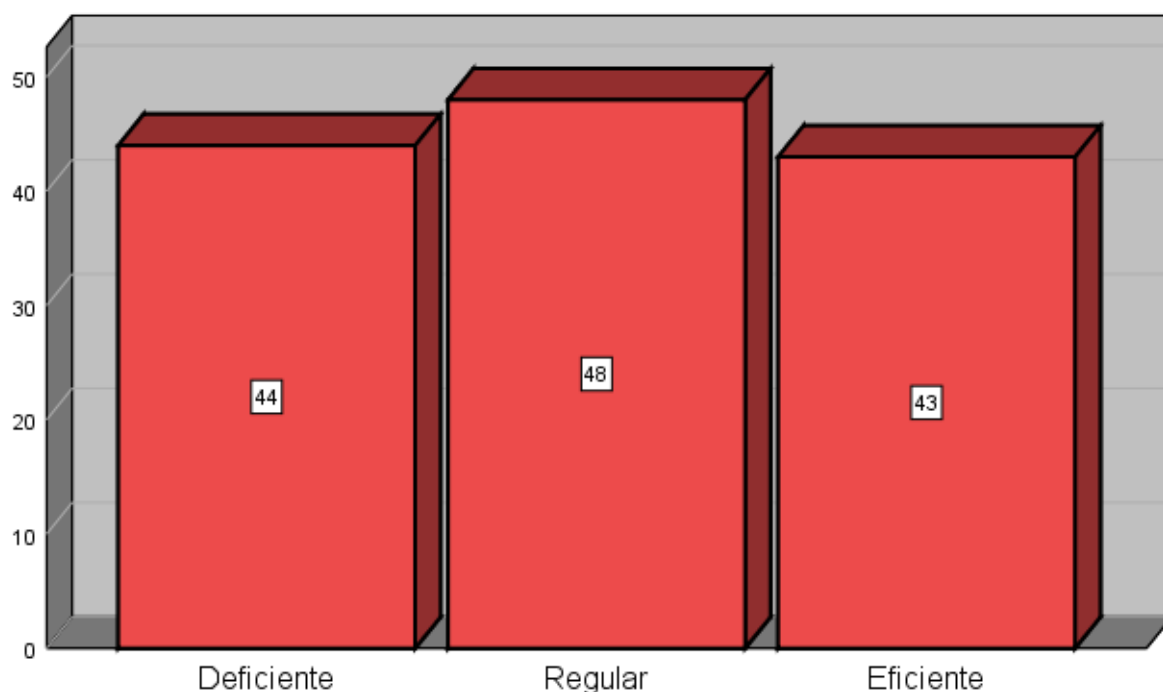


Gráfico 6: Frecuencia de la dimensión compromiso (agrupada)

### Interpretación:

Como se detalla en la tabla 06 y gráfico 06 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 32.6% equivalente a 44 trabajadores considera un compromiso deficiente, el 35.6% que representa a 48 trabajadores percibieron un regular compromiso, y un 31.9% que asciende a 43 trabajadores indicaron que el compromiso es eficiente.

## Dimensión: Liderazgo

Tabla 7: Niveles de percepción del liderazgo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido			
Deficiente	71	52.6	52.6
Regular	28	20.7	73.3
Eficiente	36	26.7	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

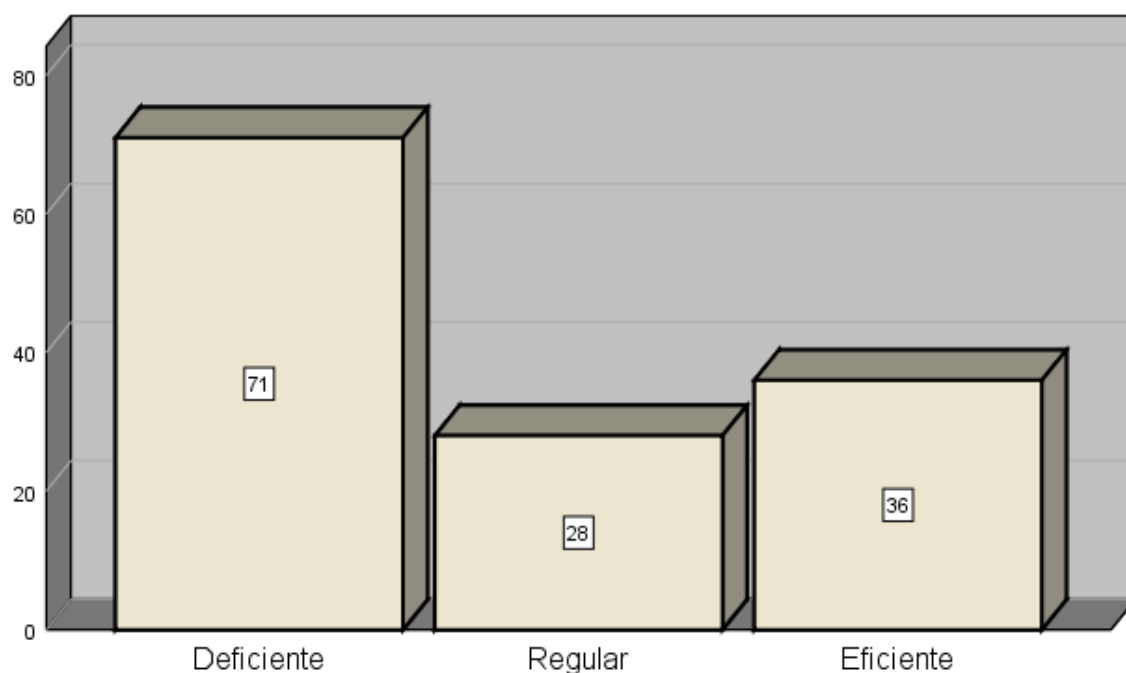
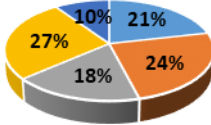
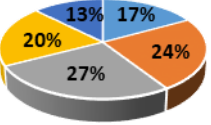
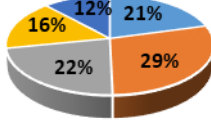
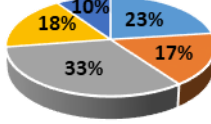
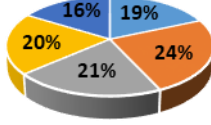
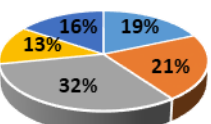


Gráfico 7: Frecuencia de la dimensión liderazgo (agrupada)

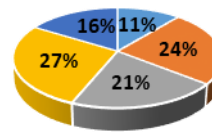
### Interpretación:

Como se detalla en la tabla 07 y gráfico 07 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 52.6% equivalente a 71 trabajadores considera al liderazgo como deficiente, el 20.7% que representa a 28 trabajadores percibieron un regular liderazgo, y un 26.7% que asciende a 36 trabajadores indicaron que el liderazgo es eficiente.

Tabla 8: Análisis por ítem de la dimensión información

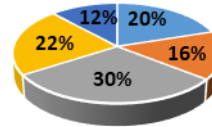
ITEM	PORCENTAJE
<p>Ítem 1: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 27% con el enunciado: "En el inicio de sus labores, la jefatura les brinda información de la organización con el contenido de sus funciones"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 2: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 27% con el enunciado: "El contenido de la información que se difunde por correos es controlado por los jefes de área"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 3: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi nunca con un 29% con el enunciado: "La empresa brinda información actualizada sobre el contenido de sus funciones"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 4: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 33% con el enunciado: "Utiliza los medios que le brindo la organización para transmitir información"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 5: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi nunca con un 24% con el enunciado: "La empresa cuenta con los medios adecuados para transmitir información"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 6: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 32% con el enunciado: "Los flujos de información mediante comunicación ascendente con sus superiores son eficientes para el desarrollo de sus labores"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>

Ítem 7: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 27% con el enunciado: "La comunicación en un flujo horizontal es correcta para actuaciones correctivas oportunas en su centro laboral"



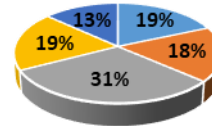
- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Ítem 8: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 30% con el enunciado: "Cuando existe reuniones para transmitir algún tipo de información laboral, lo realizan en un lenguaje comprensible para su entendimiento"



- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Ítem 9: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 31% con el enunciado: "La elección de un vocero para manifestar o transmitir algún tipo comunicación es elegido democráticamente entre sus compañeros"



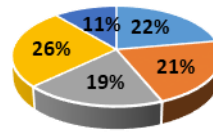
- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Tabla 9: Análisis por ítem de la dimensión cultura organizacional

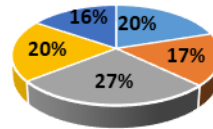
ITEM	PORCENTAJE												
<p>Ítem 10: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Nunca con un 26% con el enunciado: "Ante un problema en la empresa, lo comprende como suyo también y busca alternativas que permitan solucionarlo"</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nunca</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Casi nunca</td> <td>26%</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Casi siempre</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>Siempre</td> <td>17%</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>	Categoría	Porcentaje	Nunca	13%	Casi nunca	26%	A veces	25%	Casi siempre	19%	Siempre	17%
Categoría	Porcentaje												
Nunca	13%												
Casi nunca	26%												
A veces	25%												
Casi siempre	19%												
Siempre	17%												
<p>Ítem 11: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi nunca con un 27% con el enunciado: "La realización de tareas es el resultado de la buena estructura organizacional"</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nunca</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Casi nunca</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Casi siempre</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Siempre</td> <td>21%</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>	Categoría	Porcentaje	Nunca	10%	Casi nunca	27%	A veces	25%	Casi siempre	16%	Siempre	21%
Categoría	Porcentaje												
Nunca	10%												
Casi nunca	27%												
A veces	25%												
Casi siempre	16%												
Siempre	21%												

Ítem 12: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 26% con el enunciado: "En cada área de trabajo predomina el respeto, la tolerancia, honestidad y responsabilidad"



- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Ítem 13: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 27% con el enunciado: "El compañerismo y la confraternidad son hábitos que los colaboradores practican"



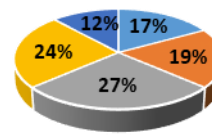
- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Tabla 10: Análisis por ítem de la dimensión gestión del cambio

ITEM	PORCENTAJE												
<p>Ítem 14: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 30% con el enunciado: "Ante un problema en la empresa, lo comprende como suyo también y busca alternativas que permitan solucionarlo"</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nunca</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Casi nunca</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Casi siempre</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Siempre</td> <td>23%</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>	Categoría	Porcentaje	Nunca	10%	Casi nunca	17%	A veces	21%	Casi siempre	30%	Siempre	23%
Categoría	Porcentaje												
Nunca	10%												
Casi nunca	17%												
A veces	21%												
Casi siempre	30%												
Siempre	23%												
<p>Ítem 15: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 27% con el enunciado: "La realización de tareas es el resultado de la buena estructura organizacional"</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nunca</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Casi nunca</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Casi siempre</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Siempre</td> <td>17%</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>	Categoría	Porcentaje	Nunca	25%	Casi nunca	14%	A veces	16%	Casi siempre	27%	Siempre	17%
Categoría	Porcentaje												
Nunca	25%												
Casi nunca	14%												
A veces	16%												
Casi siempre	27%												
Siempre	17%												
<p>Ítem 16: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 30% con el enunciado: "En cada área de trabajo predomina el respeto, la tolerancia, honestidad y responsabilidad"</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nunca</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Casi nunca</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>Casi siempre</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Siempre</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nunca</li> <li>■ Casi nunca</li> <li>■ A veces</li> <li>■ Casi siempre</li> <li>■ Siempre</li> </ul>	Categoría	Porcentaje	Nunca	16%	Casi nunca	20%	A veces	19%	Casi siempre	30%	Siempre	16%
Categoría	Porcentaje												
Nunca	16%												
Casi nunca	20%												
A veces	19%												
Casi siempre	30%												
Siempre	16%												

Ítem 17: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 27% con el enunciado: "El compañerismo y la confraternidad son hábitos que los colaboradores practican"



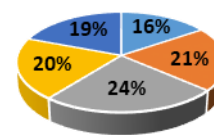
- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Tabla 11: Análisis por ítem de la dimensión clima laboral

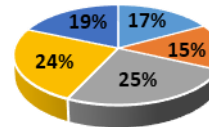
ITEM	PORCENTAJE
------	------------

Ítem 18: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 24% con el enunciado: "La empresa realizar encuestas para determinar el clima labor que existe en su trabajo"



- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Ítem 19: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 25% con el enunciado: "Los buzones de sugerencia de su centro laboral son eficientes para manifestar sus pensamientos y estos son tomados en cuenta"



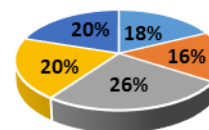
- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Tabla 12: Análisis por ítem de la dimensión compromiso

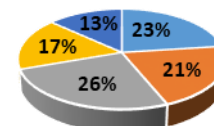
ITEM	PORCENTAJE
------	------------

Ítem 20: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 26% con el enunciado: "Se queda más tiempo de lo establecido para cumplir las metas de la institución"



- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

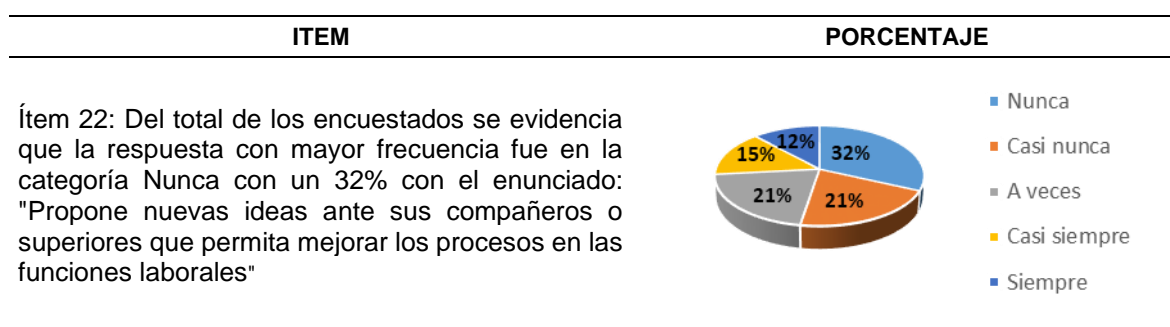
Ítem 21: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 26% con el enunciado: "Cumple oportunamente con los tiempos de entrega en sus actividades laborales encomendadas"



- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Tabla 13: Análisis por ítem de la dimensión liderazgo



Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Variable 1: Gestión estratégica

Tabla 14: Niveles de percepción de la gestión estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	23	17.0	17.0
Regular	84	62.2	79.3
Alto	28	20.7	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

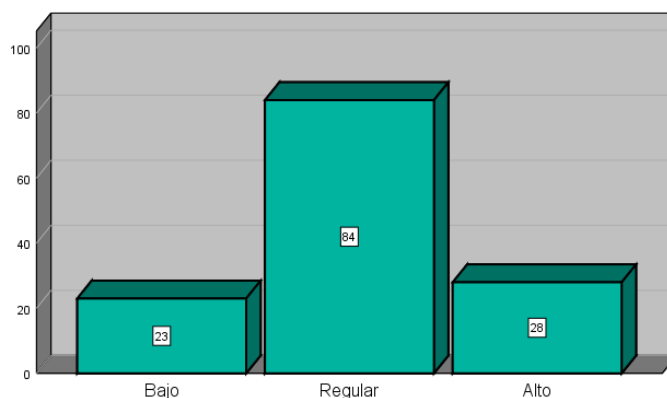


Gráfico 8: Frecuencia de la variable gestión estratégica (agrupada)

Interpretación:

Como se detalla en la tabla 14 y gráfico 08 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 17.0% equivalente a 23 trabajadores considera que la gestión estratégica tiene un nivel bajo, el 62.2% que representa a 84 trabajadores percibieron a la gestión estratégica como regular, y un 20.7% que asciende a 28 trabajadores indicaron que la gestión estratégica tiene un nivel alto.



## Dimensión: Fase filosófica

Tabla 15: Niveles de percepción de la fase filosófica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido			
Bajo	48	35.6	35.6
Regular	43	31.9	67.4
Alto	44	32.6	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

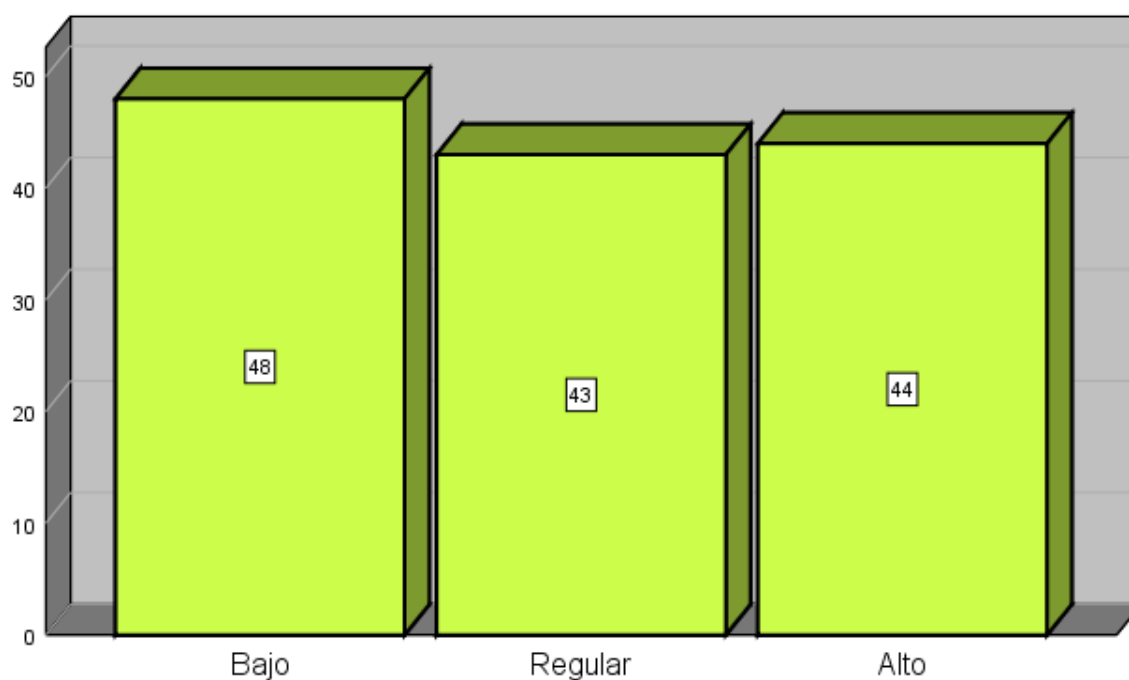


Gráfico 9: Frecuencia de la dimensión fase filosófica (agrupada)

### Interpretación:

Como se detalla en la tabla 15 y gráfico 09 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 35.6% equivalente a 48 trabajadores considera a la fase filosófica en un nivel bajo, el 31.9% que representa a 43 trabajadores percibieron un nivel regular de la fase filosófica, y un 32.6% que asciende a 44 trabajadores indicaron que la fase filosófica tiene un nivel alto.

## Dimensión: Fase analítica

Tabla 16: Niveles de percepción de la fase analítica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido			
Bajo	23	17.0	17.0
Regular	75	55.6	72.6
Alto	37	27.4	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

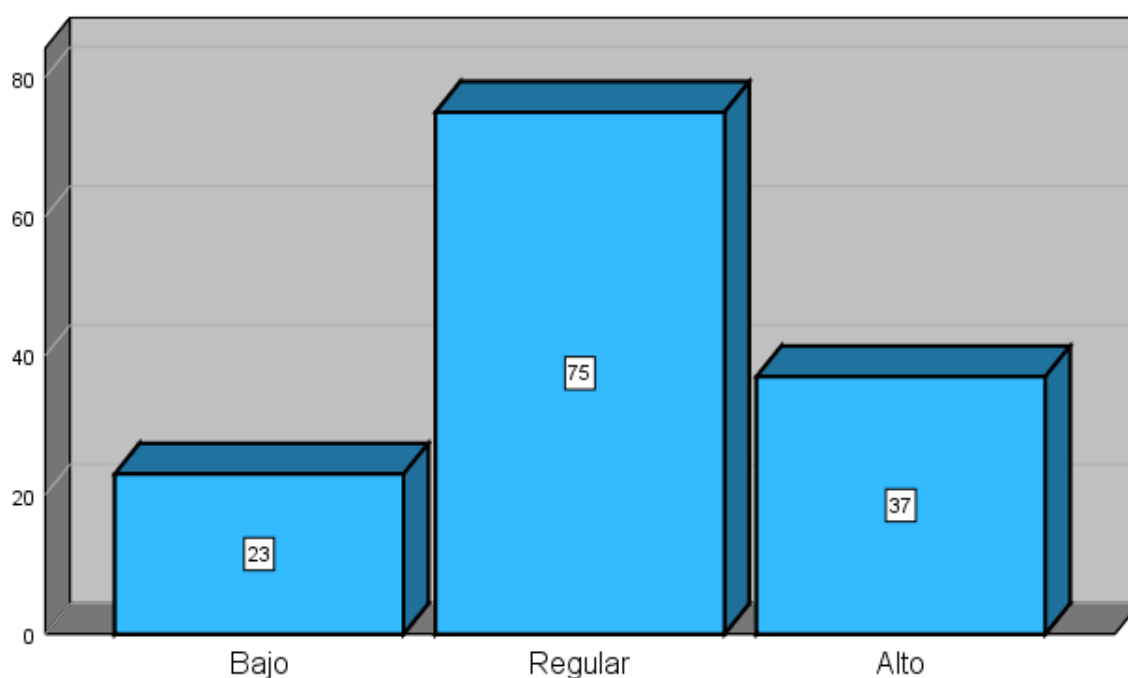


Gráfico 10: Frecuencia de la dimensión fase analítica (agrupada)

### Interpretación:

Como se detalla en la tabla 16 y gráfico 10 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 17.0% equivalente a 23 trabajadores considera a la fase analítica en un nivel bajo, el 55.6% que representa a 75 trabajadores percibieron un nivel regular de la fase analítica, y un 27.4% que asciende a 37 trabajadores indicaron que la fase analítica tiene un nivel alto.

## Dimensión: Fase táctica

Tabla 17: Niveles de percepción de la fase táctica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido			
Bajo	47	34.8	34.8
Regular	56	41.5	76.3
Alto	32	23.7	100.0
Total	135	100.0	

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

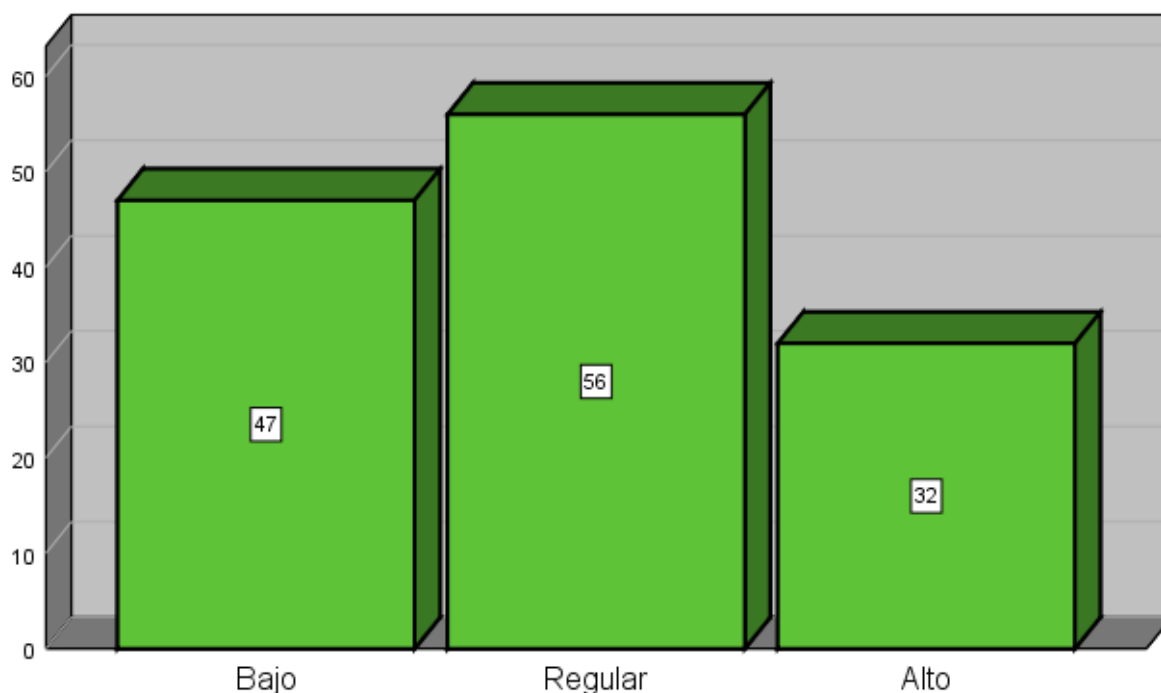
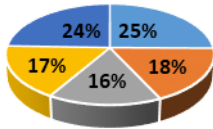
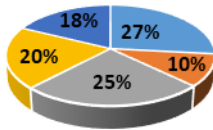
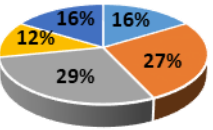
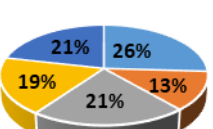
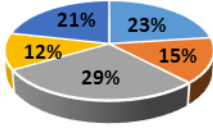
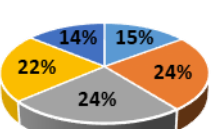


Gráfico 11: Frecuencia de la dimensión fase táctica (agrupada)

### Interpretación:

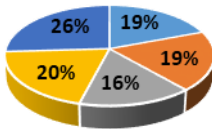
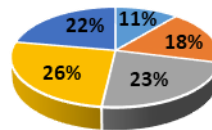
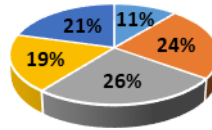
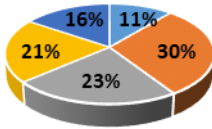
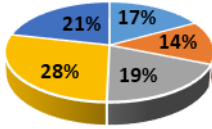
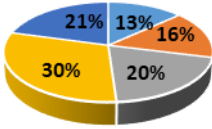
Como se detalla en la tabla 17 y gráfico 11 obtenidos de las encuestas aplicadas a los 135 colaboradores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., sucursal Callao, se evidencia que un 34.8% equivalente a 47 trabajadores considera a la fase táctica en un nivel bajo, el 41.5% que representa a 56 trabajadores percibieron un nivel regular de la fase táctica, y un 23.7% que asciende a 32 trabajadores indicaron que la fase táctica tiene un nivel alto.

Tabla 18: Análisis por ítem de la dimensión fase filosófica

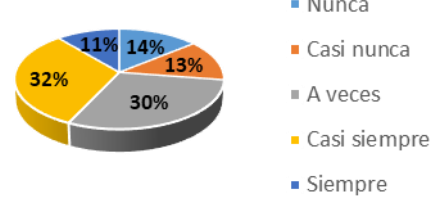
ITEM	PORCENTAJE
<p>Ítem 23: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Nunca con un 25% con el enunciado: "Conoce claramente lo que pretenden alcanzar la empresa "</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 24: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Nunca con un 27% con el enunciado: "Comprende la relevancia de sus labores y como se relacionan con el propósito de su área laboral "</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 25: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 29% con el enunciado: "Se expresa el futuro de la empresa orientado hacia la mejora de calidad de producción "</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 26: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Nunca con un 26% con el enunciado: "Los colaboradores conocen la visión de la organización, pues se difunde en correos corporativos "</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 27: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 29% con el enunciado: "Las estrategias para la mejora en la producción son parte de la política organizacional "</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 28: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en las categorías A veces y Casi nunca, con un 24% con el enunciado: "La gerencia toma decisiones oportunas y estrategias operativas para mejorar la calidad en la producción "</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

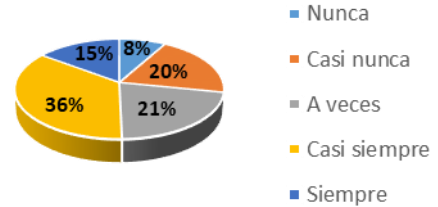
Tabla 19: Análisis por ítem de la dimensión fase analítica

ITEM	PORCENTAJE
<p>Ítem 29: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Siempre con un 26% con el enunciado: "La empresa plantea objetivo por áreas y que involucre al personal para su creación en diversos momentos del año (semanales, mensuales o anual)"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 30: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 26% con el enunciado: "Existe incentivos por la alta gerencia para aquellas áreas que cumplan con los objetivos trazados"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 31: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 26% con el enunciado: "La fortaleza de la organización destaca en la disponibilidad del colaborador para implementar estrategias de mejora"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 32: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi nunca con un 30% con el enunciado: "La falta de algunos recursos (herramientas o materiales) le dificulta alcanzar rápidamente las metas propuestas en su área laboral "</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 33: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 28% con el enunciado: "Actividades inoperativas y débiles son analizadas oportunamente para el ejercicio de estrategias operativas"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>
<p>Ítem 34: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 30% con el enunciado: "Quienes representan los altos mandos o jefaturas conocen las campañas y oportunidad del incremento de productividad y ventas"</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Nunca</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Casi nunca</li> <li><span style="color: gray;">■</span> A veces</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Casi siempre</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Siempre</li> </ul>

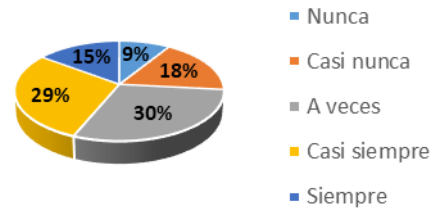
Ítem 35: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 32% con el enunciado: "La empresa realiza programas (planes operacionales) que se conforman por actividades y tiempo"



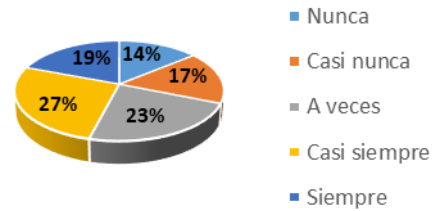
Ítem 36: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 36% con el enunciado: "La empresa realiza tácticas comerciales realistas frente a sus competidores para disminuir las amenazas"



Ítem 37: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 30% con el enunciado: "La empresa explica su estrategia ante cada área y como estas impulsaran el desarrollar de su misión y alcance de su visión"



Ítem 38: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi siempre con un 27% con el enunciado: "Las estrategias de su empresa involucran el trabajo integro entre áreas para su ejecución y alcance"

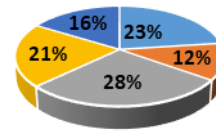


Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Tabla 20: Análisis por ítem de la dimensión fase táctica

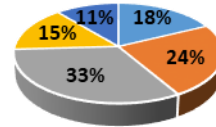
ITEM	PORCENTAJE												
Ítem 39: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Nunca con un 23% con el enunciado: "Se establece en su empresa quienes son los responsables de monitorear las actividades que involucran el plan de acción"	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nunca</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Casi nunca</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Casi siempre</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>Siempre</td> <td>22%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Nunca	23%	Casi nunca	19%	A veces	16%	Casi siempre	19%	Siempre	22%
Categoría	Porcentaje												
Nunca	23%												
Casi nunca	19%												
A veces	16%												
Casi siempre	19%												
Siempre	22%												

Ítem 40: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 28% con el enunciado: "La empresa realiza programas (planes operacionales) que se conforman por actividades y tiempo"



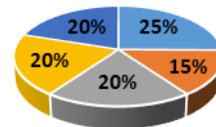
- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Ítem 41: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 33% con el enunciado: "El presupuesto que se le asigna en su área laboral es suficiente para el logro de actividades"



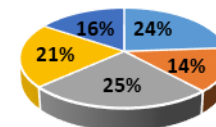
- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Ítem 42: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Nunca con un 25% con el enunciado: "Son atendidos los requerimientos previamente anticipados de algún bien o servicio necesario para logro de objetivos de su área"



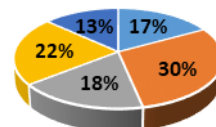
- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Ítem 43: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría A veces con un 25% con el enunciado: "Tiene dificultades para poder ejecutar los planes de su área por falta de comprensión"



- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Ítem 44: Del total de los encuestados se evidencia que la respuesta con mayor frecuencia fue en la categoría Casi nunca con un 30% con el enunciado: "Se establecen reuniones entre colaboradores y la alta gerencia en donde expliquen el rol de cada colaborador a fin de implementar los planes"



- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

### Análisis inferencial

En la presente investigación para corroborar las hipótesis planteadas se consideró prudente emplear el estadístico de Rho Spearman, debido a que las variables de estudio son de naturaleza cualitativa y además se utilizó como instrumento a un cuestionario likert – ordinal.

En concordancia a lo anterior, Hernández y Mendoza (2018) explican que el coeficiente de Rho de Spearman determina el grado de asociación entre dos o más

variables de estudio, pero en ningún momento indica el grado de afectación de una sobre la otra, la correlación va en un rango desde un -1 como una correlación negativa perfecta y un +1 como una correlación positiva perfecta.

Tabla 21: Rangos para el coeficiente de correlación de Rho Spearman

Rango	Interpretación
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,70 a - 0,99	Correlación negativa muy fuerte
-0,4 a - 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a - 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,40 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,70 a 0,99	Correlación positiva muy fuerte
1	Correlación positiva grande y perfecta

*Fuente:* Hernández y Mendoza (2018)

### **Consideraciones estadísticas:**

#### **Regla de decisión:**

- Sig. E < Sig. T (0.05) entonces se rechaza Ho y se acepta la Ha.
- Sig. E > Sig. T (0.05) entonces se acepta Ho y se rechaza la Ha.

#### **Significación:**

- Sig. I = 0.05 o 5%
- Nivel de aceptación= 95%

### **Contrastación de hipótesis para el estudio**

#### **Hipótesis general:**

Ho: No existe relación entre la comunicación interna y la gestión estratégica la empresa Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

Ha: Si existe relación entre la comunicación interna y la gestión estratégica la empresa Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.



Tabla 22: Prueba de hipótesis general

			Comunicación interna (Agrupada)	Gestión estratégica (Agrupada)
Rho de Spearman	Comunicación interna (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	,510**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	135	135
	Gestión estratégica (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,510**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	135	135

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

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Interpretación: Como se evidencia en la Tabla 22 el coeficiente Rho de Spearman es 0.510\*\* y de acuerdo con la Tabla 21 de rangos de correlación según Hernández y Mendoza (2018), existe una correlación positiva moderada. Además, el nivel de significancia encontrada es menor a la significancia de trabajo (Sig. E.= 0.000 < Sig. T.= 0.05), esto indica que debemos rechazar la hipótesis nula y acepta la alterna, es decir que existe relación entre las variables. Por lo cual podemos afirmar que, si existe una relación entre la comunicación interna y la gestión estratégica la empresa Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

### Hipótesis específica 1:

Ho: No existe relación entre la comunicación interna con la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

Ha: Si existe relación entre la comunicación interna con la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

Tabla 23: Prueba de hipótesis específica 1

			Comunicación interna (Agrupada)	Fase filosófica (Agrupada)
Rho de Spearman	Comunicación interna (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	,410**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	135	135
	Fase filosófica (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,410**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	135	135

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

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Interpretación: Como se evidencia en la Tabla 23 el coeficiente Rho de Spearman es 0.410\*\* y de acuerdo con la Tabla 21 de rangos de correlación según Hernández

y Mendoza (2018), existe una correlación positiva moderada. Además, el nivel de significancia encontrada es menor a la significancia de trabajo ( $\text{Sig. E.} = 0.000 < \text{Sig. T.} = 0.05$ ), esto indica que debemos rechazar la hipótesis nula y acepta la alterna, es decir que existe relación entre las variables. Por lo cual podemos afirmar que, si existe una relación entre la comunicación interna con la fase filosófica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

### Hipótesis específica 2:

Ho: No existe relación entre la comunicación interna con la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

Ha: Si existe relación entre la comunicación interna con la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

Tabla 24: Prueba de hipótesis específica 2

			Comunicación interna (Agrupada)	Fase analítica (Agrupada)
Rho de Spearman	Comunicación interna (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	,440**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	135	135
	Fase analítica (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,440**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	135	135

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

Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados

Interpretación: Como se evidencia en la Tabla 24 el coeficiente Rho de Spearman es 0.440\*\* y de acuerdo con la Tabla 21 de rangos de correlación según Hernández y Mendoza (2018), existe una correlación positiva moderada. Además, el nivel de significancia encontrada es menor a la significancia de trabajo ( $\text{Sig. E.} = 0.000 < \text{Sig. T.} = 0.05$ ), esto indica que debemos rechazar la hipótesis nula y acepta la alterna, es decir que existe relación entre las variables. Por lo cual podemos afirmar que, si existe una relación entre la comunicación interna con la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

### Hipótesis específica 3:

Ho: No existe relación entre la comunicación interna con la fase táctica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

Ha: Si existe relación entre la comunicación interna con la fase táctica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

Tabla 25: Prueba de hipótesis específica 3

			Comunicación interna (Agrupada)	Fase táctica (Agrupada)
Rho de Spearman	Comunicación interna (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	,377**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	135	135
	Fase táctica (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,377**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	135	135

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

*Fuente: De acuerdo a los 135 encuestados*

Interpretación: Como se evidencia en la Tabla 25 el coeficiente Rho de Spearman es 0.377\*\* y de acuerdo con la Tabla 21 de rangos de correlación según Hernández y Mendoza (2018), existe una correlación positiva baja. Además, el nivel de significancia encontrada es menor a la significancia de trabajo (Sig. E.= 0.000 < Sig. T.= 0.05), esto indica que debemos rechazar la hipótesis nula y acepta la alterna, es decir que existe relación entre las variables. Por lo tanto, si existe una relación entre la comunicación interna con la fase táctica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.

## V Discusión

Según el estudio titulado “Routes for a strategic and articulated management of the information and the communication in organizational contexts” realizado en Cuba por los investigadores Rodríguez y del Pino (2017) concluyeron que la gestión de la información y la gestión de la comunicación organizacional tienen procesos de tipo estratégico, ya que garantizan un uso adecuado y manejo de información empresarial para una buena toma de decisiones con la calidad que se requiere, pues la gestión de la información constituye una serie de elementos estratégicos tales como mejora continua, eficiencia – eficacia e innovación. Lo anteriormente mencionado concuerda con los resultados descriptivos de la dimensión información, donde la Tabla 2 evidencia que un 32.6% de los encuestados considero deficiente su percepción de la información en la empresa, un 49.6% indico regular y un 17.8% considera eficiente la gestión de la información; por lo tanto, la empresa debe considerar que canales de comunicación empleara para transmitir una mensaje con su cliente interno, como podría ser una información actualizada sobre el contenido de sus funciones. De acuerdo con Cáceres (2016), la información es en términos sencillos el saber de hacer de la organización, que son necesarias para los procedimientos que ejecutara el colaborador y sus beneficios de su permanencia en la organización. Identificar la propuesta de valor de la empresa es un paso gigante en la diferenciación de las organizaciones; comunicarla efectivamente, es una necesidad base para que los colaboradores quieran permanecer en ésta. Por ello, en términos de comunicación interna la información se concentra en contenidos, medios, flujos, audiencias y voceros.

El estudio realizado en Suecia por Holmberg (2020) denominado “Intern kommunikation inom Svenska Handelsbanken AB, utifrån ett kontorschefsperspektiv: Vikten av organisatorisk strategi och kultur för den interna kommunikationsprocessen”, concluye que a través del proceso de comunicación interna se aclaran los objetivos y valores estratégicos de las organizaciones para los empleados, lo que constituye la base de su cultura corporativa, además lograr una comunicación interna efectiva que involucre e incluya a los empleados es cada vez más importante hoy en día debido al alto índice de cambio e incertidumbre que caracteriza a una sociedad. Lo expresado anteriormente concuerda con los resultados descriptivos de la dimensión cultura organizacional, que de acuerdo con

la Tabla 3 los trabajadores encuestados indican que un 32.6% considera deficiente la cultura organizacional, un 40.7% lo percibe como regular y un 26.7% manifestó que es eficiente; por lo tanto, se debe fomentar la identidad del trabajador hacia la organización mediante la práctica de los valores de la empresa y compartiendo hábitos positivos que impulsen sus labores, lo cual en conjunto fortalecerá la cultura de la empresa. Como lo menciona Cáceres (2016), la cultura organizacional es aquella que brinda la identidad a una organización, y esta se basa en una estructura que dispone del rol que debe cumplir cada individuo perteneciente a la organización, mediante valores y hábitos.

En Piura se realizó la tesis denominada “La comunicación interna y su relación con el clima laboral de la UGEL Morropón, 2018”, donde tuvo como autor a Yahuana (2018) y quien concluye que existe una correlación significativa entre la comunicación interna y el clima laboral, determinado mediante un R de Pearson de +0.305 ( $p < 0.05$ ), además de indicar que los elementos de salario, la escucha, la empatía y entre otros aspectos percibidos por los colaboradores si surgen efectos en el clima laboral. Estos resultados tienen coherencia con los del presente estudio, donde la dimensión clima laboral de acuerdo a la tabla 5, los encuestados en un 27.4% indicó que es deficiente, un 35.6% afirmó que es regular y un 37.0% lo considera como eficiente; por lo tanto, identificar la satisfacción de los trabajadores mediante el uso de un buzón de sugerencias o encuestas periódicas permite medir el clima laboral en la organización y con ello poder aplicar estrategias orientadas al talento humano y elevar la productividad de la empresa. Al respecto, Cáceres (2016) comprende que el clima laboral como el medio donde se desarrolla el trabajo de los integrantes de la organización, pero en el ámbito de la comunicación interna su implicancia es de escuchar a los colaboradores, recibir sus dudas, comentarios o ideas; y ello, suele identificarse mediante encuestas y buzones de sugerencias, donde manifiesten su sentir y no siempre tendrán respuestas positivas por parte de los empleados.

En tanto en Finlandia el investigador Mäkinen (2018) en su tesis titulada “Development of internal communication policy in growth enterprise”, concluye que la comunicación interna tiene un papel importante en todas las acciones de una organización, además la expansión de una empresa y el no uso de una adecuada

comunicación interna afecta la eficiencia de los procesos, así como el sentido de comunidad entre los miembros de una organización y para ello las a través de la homogeneidad en las decisiones y protocolos de actuar en ámbitos funcionales de la empresa. Muy similarmente en el presente estudio respecto la dimensión fase filosófica se consideró como indicador a las políticas de la organización, donde los encuestados manifestaron que un 35.6% lo consideran con un nivel bajo, el 31.9% indio un nivel regular y un 32.6% manifestó un nivel alto; es decir, las políticas de la organización indican los principios, directrices, formas de pensar y de actuar por los integrantes de la empresa. En concordancia a ello, Bernal y Sierra (2017) denominan que la fase filosófica se le denomina también como corporativa y consiste en la forma de pensar o la identidad que caracteriza a las organizaciones como únicas; y para ello, el plan estratégico debe iniciar con la declaración de aspectos como la misión, visión y políticas.

En consideración a la tesis nacional de Córdova (2018) titulada “Gestión estratégica empresarial y comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C., Independencia” concluyo mediante la estadística paramétrica de la prueba Rho de Spearman que existe una relación positiva alta y significativa entre la gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional ( $Rho \text{ Spearman}=0.756$ ;  $p<0.05$ ); de tal manera que la comunicación interna en una empresa es la base del éxito de una gestión estratégica, además de contar con un personal con sólidos conocimientos y capacitaciones en sus labores, que permitirá el desarrollo y crecimiento organizacional. Muy similar, en el presente estudio de acuerdo a la Tabla 22 al aplicar el estadístico de Rho Spearman se determinó un coeficiente de 0.510 con una significancia de 0.000, lo cual permite inferir que existe una relación positiva moderada entre la comunicación interna y la gestión estratégica la empresa Costeño alimentos S.A.C. de la sede en Callao; de tal manera a pesar que ambos estudios se sitúan en empresas distintas en el rubro de producción, se mantiene la relación entre las variables pero existinedo mayor correlación en el estudio de Córdova (2018), lo cual probablemente se deba que en las empresas de producción de materiales diversos para industrias mineras, pesqueras, petroleras y automotrices, los colaboradores aprecien más las variables de gestión estratégica y comunicación interna por ser productos de mayor complejidad en su elaboración que en una empresa dedicada a la producción de alimentos masivos como Costeño

Alimentos S.A.C. En esa misma línea, Cáceres (2016) la comprende a la comunicación interna como aquella comunicación gestionada hacia el interior de una organización y siendo sus actores responsables a los colaboradores. Su objetividad es apoyar la estrategia organizacional, logrando comprensión de las directrices para todos los colaboradores de manera sencilla e integra, además aporta al cumplimiento de anhelos organizacionales; en tanto, Bernal y Sierra (2017) definen que la gestión estratégica es un proceso de evaluación sistemática que determina el desempeño de cualquier organización sin importar su tamaño, definiendo sus objetivos en un horizonte de tiempo a largo plazo y ello para ser alcanzados mediante estrategias que garanticen una mayor optimización de los recursos internos para lograr en conjunto una mayor competitividad.

## VI Conclusiones

Se logro determinar una relación positiva moderada entre la comunicación interna y la gestión estratégica para la empresa Costeño Alimentos S.A.C., de la sucursal del Callao; lo cual se sustenta en una significancia encontrada de 0.000 para un coeficiente de correlación Rho de Spearman de +0.510 y ello permite inferir que a medida que aumenta la comunicación interna el nivel en la gestión estratégica también se elevara. Es destacable mencionar que de acuerdo a la Tabla 01, una mayoría de 59.3% de los encuestados percibieron un nivel regular de la comunicación interna, en tanto la Tabla 14 la mayoría de colaboradores equivalentes a un 62.2% percibieron a la gestión estratégica con un nivel regular.

Se alcanzo determinar una relación positiva moderada entre la comunicación interna y la fase filosófica para la empresa Costeño Alimentos S.A.C., de la sucursal del Callao; lo cual se sustenta en una significancia encontrada de 0.000 para un coeficiente de correlación Rho de Spearman de +0.410 y ello permite inferir que medida que aumenta la comunicación interna el nivel en la fase filosófica también se elevara. Es destacable mencionar que de acuerdo a la Tabla 15, una mayoría de 35.6% de los encuestados percibieron un nivel regular de la fase filosófica.

Se logro determinar una relación positiva moderada entre la comunicación interna y la fase analítica para la empresa Costeño Alimentos S.A.C., de la sucursal del Callao; lo cual se sustenta en una significancia encontrada de 0.000 para un coeficiente de correlación Rho de Spearman de +0.440 y ello permite inferir que medida que aumenta la comunicación interna el nivel en la fase analítica también se elevara. Es destacable mencionar que de acuerdo a la Tabla 16, una mayoría de 55.6% de los encuestados percibieron un nivel regular de la fase analítica.

Se alcanzo a determinar una relación positiva baja entre la comunicación interna y la fase táctica para la empresa Costeño Alimentos S.A.C., de la sucursal del Callao; lo cual se sustenta en una significancia encontrada de 0.000 para un coeficiente de correlación Rho de Spearman de +0.377 y ello permite inferir que medida que aumenta la comunicación interna el nivel en la fase táctica también se elevara. Es destacable mencionar que de acuerdo a la Tabla 17, una mayoría de 41.5% de los encuestados percibieron un nivel regular de la fase táctica.



## VII Recomendaciones

En consideración a que existe una relación entre la comunicación interna y la gestión estratégica, se propone las siguientes recomendaciones:

Se recomienda al gerente de recursos humanos reforzar la comunicación entre los colaboradores y sus jefes inmediatos, mediante actividades de interacción y fraternidad entre ambos grupos, además de realizar talleres de desarrollo habilidades blandas de los subordinados como también capacitaciones de liderazgo para los jefes, todo ello a fin de obtener una mayor eficiencia en la comunicación entre ambos grupos y que en suma elevará la productividad de la empresa. (Preguntas 3, 6 y 8)

Se recomienda al gerente general identificar claramente la cultura organizacional de la empresa en la sede de Callao, enfatizando en la identidad y los hábitos, mediante una evaluación a todo el personal de la empresa con el Test de Denison, el cual contempla dichos aspectos, así como la adaptabilidad, participación, consistencia y misión de la organización; todo ello a fin de identificar los rasgos de personalidad de la organización acorde a perspectiva de los colaboradores y poder mejorar en aquellos aspectos que son débiles. (Preguntas 10 y 13)

Se sugiere al gerente de planta conjuntamente con el de logística, realizar un requerimiento integral de las diversas herramientas y/o materiales que demanda los colaboradores acordes a las especificaciones técnicas que ameritan a sus funciones y además de establecer un cronograma para la entrega de dichos bienes, con la finalidad de que los colaboradores cuenten oportunamente para el uso de dichos bienes. (Pregunta 32)

Se sugiere al gerente de planta distribuir los recursos presupuestales de las gerencias de la sede de Callao, acorde a sus metas departamentales y sus requerimientos de bienes y servicios, a fin de cumplir eficientemente los objetivos planteados por áreas, además de dar mayor énfasis en los planes operacionales desagregándolos en actividades que se cumplan en un tiempo más realistas y prudente y así mismo considerar reforzar el entendimiento de la estrategia de área en cada uno de los jefes para obtener mayor objetividad en sus funciones y los de su personal a cargo. (Preguntas 39, 40, 41, 42 y 43).

## Referencias

- Alfalla, R. (2016). *Gestión estratégica* (1 ed.). Lima: Universidad del Pacífico.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación* (4 ed.). Bogotá: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=7QnHswEACAAJ&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n+2016+bernal&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjmvYnMj8vtAhWeGLkGHenCDzEQ6AEwAHoECAQQAQ>
- Bernal, C., & Sierra, H. (2017). *Proceso Administrativo: Para las organizaciones del siglo XXI* (3 ed.). Bogotá: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=ktU6yQEACAAJ&dq=Proceso+Administrativo:+Para+las+organizaciones+del+siglo+XXI&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjW4a7Aj8vtAhXrDbkGHXRdBJAQ6AEwAXoECAIQAQ>
- Blanco, C. (2015). *Comunicación empresarial y atención al cliente* (1 ed.). Madrid: Macmillan.
- Cáceres, S. (2016). *Comunicación interna, pilar de la estrategia organizacional: Planificación y nuevas tendencias para empresas y colaboradores mejor comunicados* (1 ed.). Santiago de Chile: Internal.
- Córdova, V (2018). *Gestión estratégica empresarial y comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C., Independencia 2018* (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30982/Cordova\\_VVR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30982/Cordova_VVR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chiavenato, I. (2017). *Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones* (3 ed.). Ciudad de México: Mc Graw Hill Education.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración* (10 ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=bMGnzQEACAAJ&dq=Introducci%C3%B3n+a+la+teor%C3%ADa+general+de+la+administraci%C3%B3n+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiV-pawj8vtAhWPK7kGHRTwB1wQ6AEwAHoECAMQAQ>

Cuenca, J., & Verazzi, L. (2019). *Guía fundamental de la comunicación interna* (1 ed.). Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=mxSzDwAAQBAJ&dq=comunicacion+interna&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=mxSzDwAAQBAJ&dq=comunicacion+interna&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

De Luca, R., & Lazzati, S. (2018). *Gestión estratégica: En los distintos niveles de la organización* (1 ed.). Buenos Aires: Ediciones Gránica Argentina.

Fernández, D., & Fernández, E. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente* (2 ed.). Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=kAMoDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=kAMoDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

Freed, D., & Forest, D. (2017). *Conceptos de administración estratégica* (15 ed.). Ciudad de México: Pearson Educación. Obtenido de <https://www.lumingo.com/producto/conceptos-de-administracion-estrategica-fred-r-david/p/000000000004599270>

Gallardo, E. (2017). *Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo* (1 ed.). Huancayo: Universidad Continental. Obtenido de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO\\_UC\\_EG\\_MAI\\_UC0584\\_2018.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf)

Gismera, E., Fernández, J., & Labrador, J. (2017). Internal Communication, Sufering and People Management A Contribution from Philosophy. *AdResearch ESIC*, 16(16), 116-135. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/21902>

Gonzáles, J., & Rodríguez, M. (2019). *Manual práctico de planeación estratégica* (1 ed.). Bogotá: Ediciones Díaz de Santos,. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=kGzWDwAAQBAJ&dq=gerencia+estrategica&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=kGzWDwAAQBAJ&dq=gerencia+estrategica&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1 ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=5A2QDwAAQBAJ&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n:+Las+rutas+cuantitativa,+cualitativa+y+mixta&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwir1fnejsvtAhVqHrkGHQSZBu0Q6AEwAHoECAAQAq>
- Holmberg, S. (2020). Intern kommunikation inom Svenska Handelsbanken AB, utifrån ett kontorschefsperspektiv : Vikten av organisatorisk strategi och kultur för den interna kommunikationsprocessen (Dissertation). Obtenido de <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:liu:diva-166>
- Linardi, A., & Cortina, M. (2017). *Marketing para Recursos Humanos: Comunicaciones internas para la marca empleador* (1 ed.). Buenos Aires: Ediciones Granica. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=hTYkDwAAQBAJ&dq=comunicacion+interna&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=hTYkDwAAQBAJ&dq=comunicacion+interna&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Mäkinen, A (2018). *Development of internal communication policy in growth enterprise* (Tesis de Maestría). Universidad de Oulu, Finlandia. Recuperado de: <http://jultika.oulu.fi/Record/nbnfioulu-201809052711>
- Martínez, H., & Benítez, L. (2016). *Metodología de la investigación social* (1 ed.). Ciudad de México: Cengage Learning. Obtenido de [https://articulo.mercadolibre.com.ve/MLV-487698967-metodologia-de-la-investigacion-social-martinez-benitez-2016-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.com.ve/MLV-487698967-metodologia-de-la-investigacion-social-martinez-benitez-2016-_JM)
- Martínez, M. (2018). *El módulo de relaciones en el entorno de trabajo en el curso 2018-19* (1 ed.). Sevilla: Punto Rojo Libros, SL. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=TS2BDwAAQBAJ&dq=teor%C3%ADa+de+las+relaciones+humanas+elton+mayo&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=TS2BDwAAQBAJ&dq=teor%C3%ADa+de+las+relaciones+humanas+elton+mayo&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Mias, C. (2018). *Metodología de investigación: estadística aplicada e instrumentos en neuropsicología* (1 ed.). Córdoba: Encuentro Grupo Editor. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=rwOtwwEACAAJ&dq=Metodolog%C3%ADa+de+investigaci%C3%B3n:+estad%C3%ADstica+aplicada+e+instrumentos+en+neuropsicolog%C3%ADa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjZwvH7jcvAhX9GrkGHUBOBmAQ6AEwAHoECAIQAQ>

Montes, D (2019). *La comunicación interna y el estrés laboral en fava equipamientos SAC, Lima 2019* (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado de: <https://bit.ly/32cqjuC>

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2018). *Metodología de la investigación: cuantitativa y cualitativa, y redacción de la tesis* (5 ed.). Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=KzSjDwAAQBAJ&dq=Metodologia+%C3%91aupa&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=KzSjDwAAQBAJ&dq=Metodologia+%C3%91aupa&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

Peña, B., Henar, P., & Wandosell, G. (2015). Estrategias inteligentes de comunicación interna y gestión empresarial. *Universidad de Zulia*, 31(3), 994-966. Obtenido de [http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/3022/Pe%C3%B1a,%20Henar%20y%20Wandosell%20\(2015\).pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/3022/Pe%C3%B1a,%20Henar%20y%20Wandosell%20(2015).pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pintado, T., & Sánchez, J. (2017). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica* (4 ed.). Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=keY\\_DwAAQBAJ&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=keY_DwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

Prieto, J. (2017). *Gestión estratégica organizacional* (5 ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Rodríguez Cruz, Yunier, & del Pino Más, Tania. (2017). Routes for a strategic and articulated management of the information and the communication in organizational contexts. *Alcance*, 6(14), 3-31. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2411-99702017000300002&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702017000300002&lng=es&tlng=es).

- Sáez, J. (2017). *Investigación educativa: Fundamentos teóricos, procesos y elementos prácticos*. (1 ed.). Madrid: Editorial UNED. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=jpgtDwAAQBAJ&dq=dise%C3%B1o+no+experimental&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=jpgtDwAAQBAJ&dq=dise%C3%B1o+no+experimental&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Solíz, D. (2019). *Cómo hacer un perfil proyecto de investigación científica* (1 ed.). Bloomington: Palibrio. Obtenido de <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=5468404&fileId=5468407>
- Yahuana, L (2018). *La comunicación interna y su relación con el clima laboral de la UGEL Morropón, 2018* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Piura, Piura. Recuperado de: <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1706>
- Zivrbule, L (2015). *Internal Communication as a Tool for Enhancing Employee Motivation, Case Study of Roche Latvia* (Maestría en Relaciones Públicas Estratégicas). Universidad de Stirling, Escocia. Recuperado de: <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=5468404&fileId=5468407>

Anexos

Anexo 01: Matriz de consistencia

Objetivo	Pregunta	Hipótesis	Variables	Metodología
Objetivo general	Pregunta General	Hipótesis general	Variable (1) Comunicación interna	Enfoque de investigación: Cuantitativo
Demostrar la relación de la comunicación interna y la gestión estratégica la empresa Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.	¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la gestión estratégica la empresa Costeño Alimentos S.A.C, Callao, 2020?	Existe relación entre la comunicación interna y la gestión estratégica la empresa Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.		Diseño de investigación: No experimental - Transversal
Objetivos específicos	Preguntas Específicas	Hipótesis específicas		Nivel de investigación: Descriptivo - Explicativo
Describir la relación de la comunicación interna y la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.	¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la fase filosófica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020?	Existe relación entre la comunicación interna con la fase filosófica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.		Tipo de investigación: Aplicado
Describir la relación de la comunicación interna y la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.	¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la fase analítica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020?	Existe relación entre la comunicación interna con la fase analítica en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.		Población: Se considero a los 206 empleados que laboran en la empresa Costeños Alimentos S.A.C., de la sucursal de Callao, la cual está ubicada en Calle 1 Nro 134 Urb, Av. Bocanegra.
Describir la relación de la comunicación interna y la fase táctica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.	¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la fase táctica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020?	Existe relación entre la comunicación interna con la fase táctica, en Costeño alimentos S.A.C, Callao, 2020.	Variable (2) Gestión estratégica	Muestreo: Probabilístico Aleatorio Simple
				Muestra: Se llegó a determinar que la muestra para el presente estudio se constituyó por 135 trabajadores de la empresa Costeños Alimentos S.A.C., de la sucursal de Callao
				Técnica: Encuesta
				Instrumento: Cuestionario

Anexo 02: Matriz de operacional

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala	Categoría
Variable (1) Comunicación interna	Para Cáceres (2016), la comprende como aquella comunicación gestionada hacia el interior de una organización y siendo sus actores responsables a los colaboradores. Su objetividad es apoyar la estrategia organizacional, logrando comprensión de las directrices para todos los colaboradores de manera sencilla e integra, además aporta al cumplimiento de anhelos organizacionales como la información, cultura organizacional, gestión del cambio, clima laboral, compromiso, y liderazgo, mismas que finalmente contribuyen al alineamiento organizacional.	Para medir la variable comunicación interna, se tomó en consideración los lineamientos de información, cultura organizacional, gestión del cambio, clima laboral, compromiso y liderazgo; en tanto, para el análisis de sus características o valores se consideró mediante el cuestionario de respuestas cerradas.	Información	Contenidos	1, 2, 3	Cuestionario	Ordinal - Likert	(5) Siempre
				Medios	4, 5			
				Flujos	6, 7			
				Audiencias	8			
				Voceros	9			
			Cultura organizacional	Identidad	10			(4) Casi siempre
				Estructura	11			
				Valores	12			
				Hábitos	13			
			Gestión del cambio	Conocer el cambio	14, 15			(3) A veces
				Crear en el cambio	16			
				Querer el cambio	17			
			Clima laboral	Encuestas	18			(2) Casi Nunca
Buzón de sugerencias	19							
Compromiso	Identificación con la organización	20	(1) Nunca					
	Desempeño laboral	21						
Liderazgo	Habilidades blandas	22						



Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala	Categoría
Variable (2) Gestión estratégica	Conforme lo expresan Bernal y Sierra (2017), es un proceso de evaluación sistemática que determina el desempeño de cualquier organización sin importar su tamaño, definiendo sus objetivos en un horizonte de tiempo a largo plazo y ello para ser alcanzados mediante estrategias que garanticen una mayor optimización de los recursos internos para lograr en conjunto una mayor competitividad. Existe tres fases durante el proceso, siendo la primera la fase filosófica, la segunda la fase analítica y finalmente la fase táctica.	Para medir la variable gestión estratégica, se tomó en consideración a las fases: filosófica, analítica y táctica; en tanto, para el análisis de sus características o valores se consideró mediante el cuestionario de respuestas cerradas.	Fase filosófica	Misión	1, 2	Cuestionario	Ordinal - Likert	(5 ) Siempre (4 ) Casi siempre (3 ) A veces (2 ) Casi Nunca (1 ) Nunca
				Visión	3, 4			
				Políticas	5, 6			
			Fase analítica	Objetivos	7, 8			
				Fortalezas	9, 10			
				Debilidades	11, 12			
				Oportunidades	13, 14			
				Amenazas	15, 16			
			Fase táctica	Determinaciones de estrategias	17, 18			
				Plan de acción	19, 20			
Presupuesto	21, 22							
Implementación del plan	23, 24							

**“Comunicación interna y gestión estratégica en Costeño Alimentos S.A.C,  
Callao 2020”**

**Instrucciones:** A continuación, le presentamos 44 preguntas, le solicitamos que responda de la forma más veraz posible y tenga en consideración que no existe respuesta correcta o incorrecta, marque con una (X) la alternativa que mejor exprese su punto de vista.

N°	ÍTEMS	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
<b>Variable: Comunicación interna</b>						
1	En el inicio de sus labores, la jefatura les brinda información de la organización con el contenido de sus funciones					
2	El contenido de la información que se difunde por correos es controlado por los jefes de área					
3	La empresa brinda información actualizada sobre el contenido de sus funciones					
4	Utiliza los medios que le brinda la organización para transmitir información					
5	La empresa cuenta con los medios adecuados para transmitir información					
6	Los flujos de información mediante comunicación ascendente con sus superiores son eficientes para el desarrollo de sus labores					
7	La comunicación en un flujo horizontal es correcta para actuaciones correctivas oportunas en su centro laboral					
8	Cuando existe reuniones para transmitir algún tipo de información laboral, lo realizan en un lenguaje comprensible para su entendimiento					
9	La elección de un vocero para manifestar o transmitir algún tipo comunicación es elegido democráticamente entre sus compañeros					
10	Ante un problema en la empresa, lo comprende como suyo también y busca alternativas que permitan solucionarlo					
11	La realización de tareas es el resultado de la buena estructura organizacional					
12	En cada área de trabajo predomina el respeto, la tolerancia, honestidad y responsabilidad					
13	El compañerismo y la confraternidad son hábitos que los colaboradores practican.					
14	Ante algún cambio laboral que promueva la gerencia, les informan porque lo realizan					
15	Al realizar algún tipo de cambio en su área por parte de sus superiores, les comunica en qué medida les beneficiara o como afectara este cambio					

16	La existencia de cambio en su trabajo, es recordada y motivada positivamente para su logro por parte de sus superiores					
17	Al conocer a detalle porque se realiza un cambio en su trabajo, usted se involucra en participar para lograr este nuevo escenario que desea lograr la empresa					
18	La empresa realizar encuestas para determinar el clima labor que existe en su trabajo					
19	Los buzones de sugerencia de su centro laboral son eficientes para manifestar sus pensamientos y estos son tomados en cuenta					
20	Se queda más tiempo de lo establecido para cumplir las metas de la institución					
21	Cumple oportunamente con los tiempos de entrega en sus actividades laborales encomendadas					
22	Propone nuevas ideas ante sus compañeros o superiores que permita mejorar los procesos en las funciones laborales					
<b>N°</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
<b>Variable: Gestión estratégica</b>						
23	Conoce claramente lo que pretenden alcanzar la empresa					
24	Comprende la relevancia de sus labores y como se relacionan con el propósito de su área laboral					
25	Se expresa el futuro de la empresa orientado hacia la mejora de calidad de producción					
26	Los colaboradores conocen la visión de la organización, pues se difunde en correos corporativos					
27	Las estrategias para la mejora en la producción son parte de la política organizacional					
28	La gerencia toma decisiones oportunas y estrategias operativas para mejorar la calidad en la producción					
29	La empresa plantea objetivo por áreas y que involucre al personal para su creación en diversos momentos del año (semanales, mensuales o anual)					
30	Existe incentivos por la alta gerencia para aquellas áreas que cumplan con los objetivos trazados					
31	La fortaleza de la organización destaca en la disponibilidad del colaborador para implementar estrategias de mejora					
32	La falta de algunos recursos (herramientas o materiales) le dificulta alcanzar rápidamente las metas propuestas en su área laboral					
33	Actividades inoperativas y débiles son analizadas oportunamente para el ejercicio de estrategias operativas					
34	Quienes representan los altos mandos o jefaturas conocen las campañas y oportunidad del incremento de productividad y ventas					
35	El crecimiento de la organización es el resultado de la tendencia positiva y la búsqueda de oportunidades comerciales de las áreas involucradas,					

36	La empresa realiza tácticas comerciales realistas frente a sus competidores para disminuir las amenazas.					
37	La empresa explica su estrategia ante cada área y como estas impulsaran el desarrollar de su misión y alcance de su visión					
38	Las estrategias su empresa involucran el trabajo integro entre áreas para su ejecución y alcance.					
39	Se establece en su empresa quienes son los responsables de monitorear las actividades que involucran el plan de acción					
40	La empresa realiza programas (planes operacionales) que se conforman por actividades y tiempo					
41	El presupuesto que se le asigna en su área laboral es suficiente para el logro de actividades					
42	Son atendidos los requerimientos previamente anticipados de algún bien o servicio necesario para logro de objetivos de su área					
43	Tiene dificultades para poder ejecutar los planes de su área por falta de comprensión					
44	Se establecen reuniones entre colaboradores y la alta gerencia en donde expliquen el rol de cada colaborador a fin de implementar los planes					

## Anexo 04: Validez por juicio de expertos

## Anexo 05: Rangos Alfa de Cronbach

### Escala de interpretación para Alfa de Cronbach

<b>Coeficiente</b>	<b>Rango de fiabilidad</b>
0.91 - 1.00	Total, o Perfecta
0.90 - 0.80	Elevada
0.79 - 0.60	Aceptable
0.59 - 0.50	Regular
0.49 - 0.40	Baja
0.39 - 0.20	Muy baja
0.19 - 0.00	Nula

Fuente: Ñaupá et al. (2019)

**Prueba Alfa Cronbach para los 22 ítems de la variable comunicación interna**

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>				<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	30	100.0	0.883	22
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0		
	Total	30	100.0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Interpretación: De las 30 personas que participaron en la prueba piloto, se halló un valor de Alfa de Cronbach equivalente a 0.883 para los 22 ítems del cuestionario correspondiente a la variable comunicación interna, y de acuerdo con el Anexo 05, existe una confiabilidad alta en el instrumento.

**Prueba Alfa Cronbach para los 22 ítems de la variable gestión estratégica**

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>				<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	30	100.0	0.829	22
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0		
	Total	30	100.0		

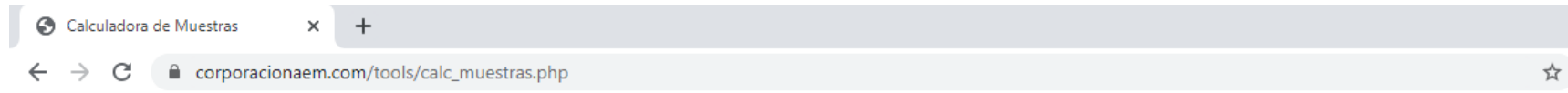
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Interpretación: De las 30 personas que participaron en la prueba piloto, se halló un valor de Alfa de Cronbach equivalente a 0.829 para los 22 ítems del cuestionario correspondiente a la variable gestión estratégica, y de acuerdo con el Anexo 05, existe una confiabilidad alta en el instrumento.





## Anexo 08: Calculo de la muestra mediante el muestreo aleatorio simple



### Calculadora de Muestras

Margen de error:  
  
Nivel de confianza:  
  
Tamaño de Poblacion:

**Margen: 5%**  
**Nivel de confianza: 95%**  
**Poblacion: 206**

**Tamaño de muestra: 135**

#### Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{z^2(p*q)}{N}}$$

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Nivel de confianza deseado
- p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
- q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
- e= Nivel de error dispuesto a cometer
- N= Tamaño de la población

## Anexo 09: Base de datos para la prueba piloto

	V1																						V2																						
	D1V1									D2V1				D3V1				D4V1		D5V1		D6V1	D1V2							D2V2							D3V2								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	
Encuestado 1	1	2	3	3	4	3	5	4	4	4	5	2	2	2	4	4	3	5	4	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	4	3	2	2	3	2	4	2	3	2	3	3	3	3	4	
Encuestado 2	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	4	5	4	3	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	1	3	2	
Encuestado 3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	5	5	4	1	1	5	1	1	2	1	3	1	1	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	3	3	1	2	2	2	2	2
Encuestado 4	2	2	4	2	2	3	2	2	2	2	4	1	1	2	4	4	1	3	1	1	1	1	5	1	1	1	3	3	4	3	3	3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	
Encuestado 5	3	2	2	4	4	3	3	1	4	2	3	2	3	5	2	5	1	3	1	1	3	1	5	5	5	5	1	3	5	2	2	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1		
Encuestado 6	1	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	5	4	1	3	3	3	1	1	1	5	5	5	1	4	3	1	3	2	1	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	
Encuestado 7	2	2	2	3	4	3	2	2	2	1	1	2	1	4	5	3	3	3	2	2	2	1	1	2	2	2	1	4	3	3	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	5	
Encuestado 8	5	3	3	2	2	4	2	4	3	3	3	4	1	2	4	2	2	2	1	1	3	1	2	2	1	1	4	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	5	
Encuestado 9	2	1	3	1	2	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	2	1	2	1	5	3	2	5	1	3	3	1	3	2	1	3	1	3	1	2	3	3	1	2	1	5	1	1	1	
Encuestado 10	3	2	3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	2	5	5	3	3	2	3	3	3	2	1	3	1	3	1	3	4	1	1	3	1	3	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	
Encuestado 11	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	5	3	2	5	2	1
Encuestado 12	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	5	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	1	2	
Encuestado 13	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	4	1	1	2	1	2	3	2	2	1	1	5	5	5	5	1	
Encuestado 14	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	4	3	4	3	5	3	2	2	2	5	1	1	5	1	3		
Encuestado 15	4	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	5	1	1	1	1	2	3	3	5	3	2	2	5	2	2	1	1	1	3	5	4	5	5	2	2	2	2	1	3	3	5	3	1	
Encuestado 16	5	3	3	1	1	1	1	1	5	1	1	5	1	1	1	3	3	5	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	5	4	4	5	3	4	2	2	3	2	3	3	4	3	3	4	
Encuestado 17	4	4	4	1	1	1	2	1	5	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3	5	3	5	2	5	3	2	3	3	5	3	4	4	5	5	2	2	2	4	3	3	3	3	3		
Encuestado 18	4	1	1	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	3	3	1	1	1	4	3	4	3	4	4	2	3	1	5	3	3	4	4	4		
Encuestado 19	4	3	3	5	3	5	5	3	2	5	2	1	3	3	2	1	2	5	2	5	1	1	1	3	3	3	5	5	3	1	2	3	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
Encuestado 20	5	4	3	3	1	2	3	3	1	1	1	2	3	2	3	3	3	2	3	5	1	1	5	3	1	3	5	2	1	3	2	5	3	1	3	2	2	2	4	1	1	3	4	2	
Encuestado 21	5	5	5	1	5	1	1	5	5	5	5	1	5	1	5	1	1	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	1	5	3	4	4	4	4	3	5	4	5	3	3	5	4	4		
Encuestado 22	2	3	1	3	3	2	5	1	1	5	1	3	3	5	1	5	5	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	3	1	5	5	4	4	4	3	3	2	2	2	3	2	2	4	4	
Encuestado 23	4	1	2	1	2	3	1	3	3	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	5	3	2	5	4	5	5	4	5	2	2	1	3	1	2	1	2	1	2	
Encuestado 24	4	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	1	3	5	5	4	5	4	4	4	3	2	2	3	4	3	3	4	3	5		
Encuestado 25	1	2	1	2	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	1	2	3	3	5	3	2	5	3	5	4	1	5	1	3	2	3	2	3	3	3	2		
Encuestado 26	4	2	2	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5	3	3	2	4	3	4	3	4	4	2	1	1	1	3	5	3	4	3	2	

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	
Encuestado 27	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	5	3	5	4	4	4	4	4	5	3	2	1	1	4	3	3	2	3	5	
Encuestado 28	3	3	2	3	3	3	4	1	1	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	3	2	3	1	4	4	3	5	4	5	4	2	2	2	1	1	3	2	3	1	4	
Encuestado 29	2	3	1	3	3	3	5	3	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	1	1	1	3	5	5	4	5	4	3	2	3	1	3	3	1	1	1	3			
Encuestado 30	4	2	2	4	4	2	2	3	2	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	1	3	3	2	4	4	5	3	4	3			
Encuestado 31	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	3	5	4	4	5	1	4	3	4	1	2	1	4	1	
Encuestado 32	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	5	5	4	3	5	4	2	3	2	1	1	1	1	4	3	1	
Encuestado 33	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	5	4	4	4	4	1	3	5	3	1	2	1	1	1	1	
Encuestado 34	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	
Encuestado 35	2	3	1	3	3	2	5	4	4	5	4	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	1	2	4	2	2	3	4	2	4	2	3	4	4	4	4	4	5	2	4	2	2	3	4	
Encuestado 36	4	1	2	1	2	3	4	3	3	5	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	2	5	3	2	2	4	2	2	4	3	2	5	4	5	1	3	2	5	4	2	
Encuestado 37	4	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	1	3	5	2	4	2	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	1	2	5	
Encuestado 38	1	2	1	2	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	1	2	3	3	5	3	2	2	5	2	2	4	4	4	4	3	3	2	3	3	5	3	2	
Encuestado 39	4	2	2	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	5	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	3	1	2	
Encuestado 40	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	5	3	5	2	5	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	5	3	2	
Encuestado 41	3	3	2	3	3	3	4	1	1	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	3	2	3	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	1	3	2	3	1	4	
Encuestado 42	2	3	1	3	3	3	5	3	3	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	1	1	1	3	4	4	2	3	3	3	3	3	5	5	3	3	5	1	1	3	
Encuestado 43	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	1	1	3	3	3	1	2	2	2	4	2	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	2	
Encuestado 44	5	1	2	1	2	5	3	5	5	4	4	2	3	2	3	4	4	4	3	1	1	1	1	1	3	1	1	3	2	4	2	2	3	4	5	5	2	4	1	1	3	1	1	3	
Encuestado 45	1	3	4	1	2	3	4	3	5	4	5	3	4	1	4	4	3	5	4	3	2	3	2	1	1	4	3	4	2	4	4	3	5	4	5	4	3	4	2	1	1	4	3	4	
Encuestado 46	4	5	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	2	2	3	2	5	5	5	4	2	2	5	3	3	3	3	5	3	3	3	2	5	5	5	4	2	2	
Encuestado 47	4	5	5	4	2	3	2	3	3	3	5	2	4	4	2	3	3	3	5	1	2	3	5	5	2	3	3	4	3	2	2	4	4	3	4	2	3	5	5	2	3	3	3		
Encuestado 48	4	4	2	2	5	5	5	3	2	2	5	3	3	4	3	2	4	3	4	2	3	5	4	3	4	3	5	3	5	3	2	3	4	4	2	5	4	3	4	4	2	3	4	3	5
Encuestado 49	5	5	3	3	3	3	2	3	3	1	3	5	2	3	4	3	3	2	3	1	3	3	5	4	2	3	2	4	3	3	2	3	4	4	4	3	5	3	5	4	2	3	2	4	
Encuestado 50	3	4	2	3	5	3	5	4	3	3	5	2	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	5	4	3	3	5	2	5	4	2	2	3	2	3	3	3	5	4	3	3	5	2		
Encuestado 51	4	5	5	4	2	5	2	5	3	3	5	1	4	4	5	3	3	2	5	4	3	3	4	5	2	3	3	4	4	4	3	1	3	4	2	3	2	3	4	5	2	3	3	4	
Encuestado 52	5	4	2	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	5	2	2	4	2	3	5	4	4	5	2	2	3	3	2	5	3	2	5	2	3	4	5	2	4	5	2	2	3	3	
Encuestado 53	4	4	3	3	5	3	5	5	3	2	5	2	4	3	3	2	4	2	5	2	5	4	4	4	3	3	5	5	3	1	2	3	5	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5		
Encuestado 54	3	5	4	3	3	4	2	3	3	1	4	1	2	3	2	3	3	3	2	3	5	4	4	5	3	4	3	5	2	4	3	2	5	3	1	3	2	2	4	5	3	4	3	5	

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	
Encuestado 55	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5
Encuestado 56	3	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	3	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	3
Encuestado 57	2	3	1	1	2	3	1	1	3	1	3	1	3	1	1	1	3	4	3	2	3	4	3	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	3	3	4	3	5	4	4	
Encuestado 58	3	2	1	3	3	1	2	1	1	1	3	1	1	1	3	2	3	2	4	3	5	2	3	3	2	1	5	2	2	4	4	1	3	2	2	3	4	5	3	3	2	1	5	2	
Encuestado 59	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	1	1	3	3	3	2	4	5	1	2	2	1	4	5	4	5	5	2	1	2	2	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	2	
Encuestado 60	2	2	3	2	1	2	2	1	1	1	1	3	1	3	3	2	4	3	2	5	3	2	5	2	3	4	5	3	1	2	2	4	4	4	5	4	4	4	5	2	3	4	5	3	
Encuestado 61	2	2	3	1	1	3	2	2	1	2	1	1	3	3	1	3	3	2	5	3	5	2	1	2	4	3	1	2	2	3	3	2	1	2	4	4	5	5	1	2	4	3	1	2	
Encuestado 62	4	4	4	4	5	1	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	2	3	4	5	2	5	4	2	4	5	4	1	2	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	2	4	5	4	
Encuestado 63	4	3	5	4	5	1	5	4	4	4	4	4	5	4	1	1	2	4	2	4	2	2	5	3	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	5	1	2	2	2	1	2	
Encuestado 64	3	5	4	4	5	1	5	3	5	1	4	5	3	4	1	1	3	3	1	4	3	4	5	3	1	4	5	4	3	3	3	2	4	4	4	4	5	1	3	1	1	1	4		
Encuestado 65	1	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	5	3	2	5	5	2	2	3	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	1	3	1	1	5	5	
Encuestado 66	1	5	1	1	5	5	4	3	1	5	1	2	5	1	5	4	4	2	3	5	4	1	1	1	5	1	1	2	3	3	1	2	1	3	4	4	5	5	5	1	1	1	3	3	
Encuestado 67	4	4	1	1	5	5	3	3	4	2	5	5	2	1	1	1	3	5	3	4	3	4	5	1	5	3	4	4	1	2	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	2	5	4	3	
Encuestado 68	1	5	1	1	4	5	5	4	3	4	4	4	3	1	1	1	2	3	3	5	4	2	1	1	5	1	2	3	1	2	2	3	1	2	3	3	3	3	1	5	5	5	1	4	
Encuestado 69	3	5	1	4	1	4	4	4	3	5	1	1	5	1	4	5	4	5	5	3	5	3	5	1	5	4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	1	2	2	2	1	4	
Encuestado 70	5	4	1	5	1	4	5	4	3	4	4	1	3	1	5	5	2	5	5	5	4	2	5	1	5	3	3	3	1	5	5	5	5	4	4	2	2	1	1	1	1	4			
Encuestado 71	4	4	4	5	1	1	4	3	3	1	5	4	3	2	5	3	4	4	4	5	4	2	3	2	2	4	1	3	2	4	4	1	1	4	4	4	4	5	5	1	3	3	1	3	
Encuestado 72	1	4	5	4	1	1	5	4	4	3	4	4	5	4	1	2	4	4	5	5	5	1	1	2	2	1	5	3	2	2	1	2	1	1	4	4	4	4	4	1	3	1	3	4	3
Encuestado 73	4	4	3	2	3	5	3	4	1	2	2	1	5	1	4	2	3	2	5	3	2	3	1	5	3	2	5	2	1	3	3	3	3	2	4	4	4	4	1	1	2	1	2	1	
Encuestado 74	1	3	4	5	4	2	3	5	5	5	3	3	3	2	2	4	2	5	3	5	2	3	5	3	5	4	1	3	3	1	2	2	2	3	4	4	4	5	2	1	1	4	2	2	
Encuestado 75	2	4	5	1	4	4	5	2	5	4	4	2	3	5	4	2	2	3	4	5	2	2	3	3	4	3	4	1	1	1	5	4	5	5	4	4	4	4	1	2	2	1	2	1	
Encuestado 76	1	2	4	4	3	2	4	1	4	2	1	2	4	4	3	3	4	2	4	2	2	5	3	3	5	4	2	3	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	2	2	5	1	1	1
Encuestado 77	2	3	2	2	5	4	1	2	5	4	2	3	3	3	5	1	3	1	4	3	4	3	2	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	2	5	2	2	1	1
Encuestado 78	3	3	1	5	4	4	2	3	3	4	4	5	5	4	3	5	3	5	3	2	5	2	1	5	5	4	2	4	5	5	5	5	4	5	4	2	3	4	2	1	2	3	3	3	
Encuestado 79	4	4	3	2	2	3	4	5	5	4	2	3	2	4	4	3	2	3	5	4	1	3	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	2	5	3	2	3	3	
Encuestado 80	5	3	5	3	4	2	2	4	4	5	3	3	4	3	3	2	5	3	4	3	4	1	3	5	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	1	3	3	1	1	1	
Encuestado 81	3	2	4	3	5	2	3	3	5	2	2	5	3	2	5	2	3	3	5	4	2	3	2	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	5	1	3	4	3	5	5	
Encuestado 82	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	5	3	5	4	3	2	4	3	5	4	5	5	5	4	2	4	4	4	4	5	3	1	3	5	2	

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44		
Encuestado 83	4	4	2	1	2	1	4	1	1	4	4	3	4	4	5	2	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	1	2	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	5	1	3	5	5	5		
Encuestado 84	4	4	2	1	1	1	3	1	1	5	4	4	5	3	3	3	4	2	2	3	5	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	5	5	5	5	5	2	1	2	4	4	1	
Encuestado 85	4	4	1	2	1	1	5	2	1	4	5	3	4	4	5	4	2	3	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	5	5	4	4	1	3	2	5	3	2		
Encuestado 86	4	3	2	1	1	1	3	1	1	5	4	4	5	1	3	4	3	4	5	5	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	3	1	2	2	5	5	5	4	4	3	3	1	4	5		
Encuestado 87	3	2	3	2	2	2	2	4	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	3	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	4	4	4	4	2	3	3	5	3	2		
Encuestado 88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	4	5	5	4	3	5	3	3	5	2		
Encuestado 89	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	4	4	4	1	3	1	2	3	3	2	5	1	2	4	1	1	2	3	2	1	2	4	5	5	5	2	5	1	2	4	1		
Encuestado 90	2	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	2	1	1	1	2	2	1	4	4	5	4	2	4	3	2	2	2		
Encuestado 91	2	2	3	3	2	3	4	4	3	2	2	3	2	2	2	4	2	1	3	2	1	1	1	4	2	4	5	2	1	1	2	2	2	2	4	5	4	4	1	4	2	4	4	2		
Encuestado 92	2	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	2	2	2	3	3	2	4	1	4	4	5	1	2	2	3	2	1	2	4	4	4	4	4	1	4	4	5	1		
Encuestado 93	4	3	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	2	3	3	3	3	4	5	5	4	4	5	1	1	2	3	1	1	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	1		
Encuestado 94	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	
Encuestado 95	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4		
Encuestado 96	3	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	3	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	3		
Encuestado 97	5	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	3	5	4	4		
Encuestado 98	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	3	3	4	5	5	3	4	5	3	4	4	3	3	4	3	5	3	3		
Encuestado 99	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	3	3	2	2	5	5	3	3	4	4	4	5	5	3	3	3	4	3	5	4	5	3	4	5	3	5	5	3	5	3	4	3	4	3		
Encuestado 100	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4		
Encuestado 101	1	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	5	4		
Encuestado 102	2	1	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	3	3	5	5	4	4	5	3	5	4	3	3	4	5		
Encuestado 103	1	1	2	3	3	2	3	4	4	3	2	2	3	2	5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5		
Encuestado 104	1	3	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	6	4
Encuestado 105	2	3	3	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4		
Encuestado 106	1	1	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	5	5		
Encuestado 107	2	1	3	5	5	5	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	3	3	5	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	5		
Encuestado 108	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	3	1	4	1	5	4	4	5	4	3	3	5	5	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	3	1	4	4		
Encuestado 109	1	2	3	1	4	2	3	3	2	1	3	1	1	2	5	3	3	3	5	5	3	5	3	5	3	5	3	4	3	4	3	5	4	4	5	3	5	3	3	5	3	5	3	4		
Encuestado 110	1	4	1	4	2	2	3	1	3	2	1	1	2	1	5	3	3	5	3	5	5	5	4	3	5	3	4	3	4	3	3	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	4	4	2		

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44		
Encuestado 111	1	2	2	2	1	3	4	3	1	2	2	1	1	2	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4		
Encuestado 112	2	1	2	3	1	2	4	1	1	1	1	3	1	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	4		
Encuestado 113	1	2	2	1	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	5	5	4	3	4	5	5	3	5	5	3	4	4	3	4	3	5	4	4	3		
Encuestado 114	1	2	4	4	3	3	4	2	3	1	1	3	1	1	3	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5		
Encuestado 115	3	4	4	3	3	4	2	1	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	4	2	3	1	3	1	3	4	5	3	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	3	1	3	2	5	1		
Encuestado 116	5	3	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	3	2	4	3	5	3	5	3	2	3	2	2	3	3	1	3	2	3	5	3	5	3	5	3	2		
Encuestado 117	3	1	1	2	2	2	3	2	1	3	3	1	3	2	1	2	1	2	2	1	3	4	4	5	4	2	5	2	5	2	1	5	2	4	3	4	3	3	4	5	4	2	5	2		
Encuestado 118	3	5	3	4	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	1	2	2	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3	2	1	1	3	3	3	3	4	3	3	2	3	1		
Encuestado 119	3	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	2	2	1	3	3	1	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	1	4	2	2
Encuestado 120	3	1	2	2	1	1	1	2	2	3	3	3	3	1	1	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3		
Encuestado 121	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	3	3	2	1	3	1	3	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	2	3	3	3	1	3	2	2	2		
Encuestado 122	2	3	1	3	1	1	1	3	3	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	3	2	1	2	3	2	2	2	1	2	3	2	2	3	1	2	3	4	1	2		
Encuestado 123	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	1	3	2	1	1	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	1	2	1	1	3	3	2		
Encuestado 124	2	3	1	3	1	3	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	3	3	2	1	3	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	1	3	1	2	3		
Encuestado 125	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	1	1	3	1	1	2	3	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	2			
Encuestado 126	2	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	1	3	2	3	1	2	2	2	
Encuestado 127	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	3	3	3	2	2	3	2	1	3	1	3	1	1	3	1	2	1	1	2	2	1	2	3	1	1	3	1	1	1	3	1	2	1		
Encuestado 128	3	3	2	2	1	1	1	3	3	1	1	2	2	1	3	2	3	2	3	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	3	1	1	2		
Encuestado 129	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	1	3	3	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	1	2	3	1	2		
Encuestado 130	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	3	5	4	5	2	2	3	2	1	3	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	2	1	2	1		
Encuestado 131	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	3	5	5	3	1	2	1	3	3	1	1	2	1	3	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	3	1		
Encuestado 132	1	1	3	3	3	3	3	2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	3	1	3	2	3	1	1	1	1	1	1	3		
Encuestado 133	1	1	2	3	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2		
Encuestado 134	5	1	3	3	2	4	2	3	2	2	2	4	2	3	5	2	3	3	3	2	2	3	5	4	4	1	5	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	1	5	4		
Encuestado 135	5	4	3	4	3	3	5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	5	2	5	1	2	4	2	3	3	5	3	4	3	2	5	3	4	4	4	2	2	4	2	3	2	3		

## Anexo 10: Solicitud de permiso para realizar el estudio

Lima, 08 de JUNIO de 2020

Señorita:

**Girela Gómez Lazo**

Gerente de Operaciones de la Empresa Costeño Alimentos S.A.C.

Presente.-

Estimada Señorita:

Dentro de la formación de pregrado de los futuros Administradores de Empresas de la Universidad César Vallejo, se considera muy importante la realización de una tesis, puesto que con ella una vez aprobada tendría el grado de Licenciado en Administración.

En este marco, el alumno quien suscribe realizara un estudio referente a dos temas aqueja a una problemática de la empresa lo cual se va materializar en el título denominado: Comunicación Interna y Gestión estratégica en Costeño Alimentos SAC., Callao 2020. Por tal motivo se realizara bajo línea de investigación Gestión de Organizaciones.

Es de interés que esta investigación se pueda desarrollar con los colaboradores de la empresa el objetivo de esta petición es que se evalué mediante encuestas con un cuestionario.

Una vez terminado el trabajo completo que es en Diciembre, se le enviara una copia.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para la Empresa y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias y diarias del equipo que Usted lidera.

Sin otro particular y esperando una buena acogida, me despido de Usted.

Atentamente.



Logo of the University of César Vallejo, Faculty of Business Administration, Supervisor of the Thesis

Carlos Jáuregui San Julián.

DNI: 41313335

Código de Alumno: 6700275971

CC.



8/06/2020

## Anexo 11: Turnitin