

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



*TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN*

**INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA
ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA SEDALIB S.A. TRUJILLO 2018**

Línea de investigación:
Comunicación Organizacional

Autor(es):
Br. DE LA CRUZ NÚÑEZ MARÍA ESTEFANI
Br. VILCA HORNA ANA LUCÍA

Asesora:
Dra. LOO JAVE ANA CECILIA

TRUJILLO, PERÚ

2020

Fecha de sustentación: 2021/01/14

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Dando cumplimiento a las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA SEDALIB S.A. TRUJILLO 2018, realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

La presente investigación es el resultado de un arduo trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria en esta prestigiosa casa de estudios; producto de la orientación y enseñanza desinteresada de los docentes, siendo por ello oportuno para expresarles nuestros más sinceros agradecimientos, para poder así brindar un aporte que servirá de base a futuros estudios relacionados con el tema en mención.

Por lo expuesto Señores Miembros del Jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer vuestra gentil atención al mismo.

Atentamente,

De la Cruz Nuñez, María Estefani

Vilca Horna, Ana Lucia

DEDICATORIA

*A Dios, por haber permitido que llegue hasta
esta etapa de mi formación profesional.*

*A mis padres, Julio De La Cruz y Yanet Núñez,
por su motivación, confianza y apoyo durante el proceso
de realización de la tesis.*

María Estefani De La Cruz Núñez

*A Dios, por la vida, por la salud, por la familia
y por un logro más en mi vida. A mis padres,
Eduardo Vilca y Nelly Horna, por cada día
creer y confiar en mí y en mis expectativas.*

Ana Lucia Vilca Horna

AGRADECIMIENTOS

*Agradecemos a Dios por permitirnos obtener un logro más
en nuestra vida profesional como personal.*

*A los encargados de la empresa SEDALIB S.A., por la accesibilidad de información
requerida para realizar este trabajo.*

*A la Dra. Ana Loo Jave, por su compromiso y orientación como asesora y por la confianza
brindada en todo el proceso de desarrollo de la tesis.*

RESUMEN

La presente investigación titulada “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018” ha tenido como propósito determinar la influencia de la comunicación interna en el clima de la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018. Se realizó una investigación cuantitativa, de diseño de investigación no experimental, empleando la técnica de la encuesta con sus respectivos instrumentos para la recolección de datos. La población total estuvo conformada por 502 colaboradores de las distintas áreas de la organización y la muestra probabilística ascendió a 218 trabajadores.

A nivel de comunicación interna, los resultados muestran que los colaboradores exhiben un nivel medio de satisfacción laboral, quiere decir que mantienen una comunicación interna moderada, donde la comunicación; entre jefe – colaborador es directa, colaborador – colaborador es cordial, institución – colaborador es moderada. A nivel de clima organizacional, se obtiene de igual manera por consideración de los colaboradores que Sedalib tiene un buen clima, esto debido a que se sienten cómodo en el entorno laboral, que el jefe les motiva frecuentemente y consideran que cuentan con un trato justo por parte de sus jefes; es así que también se llega a obtener un clima medio.

Mediante los resultados y el contraste con la hipótesis, la comunicación interna frente al clima organizacional obtiene una correlación de significancia de 0,845, la cual es mayor al valor 0,5, permitiendo afirmar que existe una influencia significativa, por lo que se concluye que la comunicación interna influye significativamente en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018.

Palabras claves: Comunicación interna, clima organizacional, influencia.

ABSTRACT

This research entitled "Influence of internal communication in the organizational climate of the company Sedalib S.A. Trujillo 2018 "has aimed to determine the influence of internal communication on the climate of the company Sedalib SA Trujillo 2018. A quantitative investigation was carried out, of non-experimental research design, using the survey technique with its respective instruments for the data collection. The total population consisted of 502 collaborators from the different areas of the organization and the probabilistic sample amounted to 218 workers.

At the level of internal communication, the results show that the collaborators exhibit a medium level of job satisfaction, which means that they maintain a moderate internal communication, where the communication; between boss - collaborator is direct, collaborator - collaborator is cordial, institution - collaborator is moderate. At the organizational climate level, it is obtained in the same way by consideration of the collaborators that Sedalib has a good climate, this because they feel comfortable in the work environment, that the boss frequently motivates them and they consider that they have a fair treatment by part of their bosses; Thus, an average climate is also obtained.

Through the results and the contrast with the hypothesis, internal communication against the organizational climate obtains a significance correlation of 0.845, which is greater than the value 0.5, allowing to affirm that there is a significant influence, which is why it is concluded that the Internal communication significantly influences the organizational climate of the company Sedalib SA Trujillo 2018.

Keywords: Internal communication, organizational climate, influence.

TABLA DE CONTENIDOS

Presentación	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Resumen	v
Abstrac	vi
Tabla de contenidos.....	vii
Índices de tablas.....	ix
Índice de figuras	x
I. Introducción	1
1.1. Problema de investigación	1
1.1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.1.2. Formulación del problema	8
1.2. Objetivos	8
1.2.1. Objetivo General	8
1.2.2. Objetivos Específicos	8
1.3. Justificación de la investigación	9
II. Marco teórico	10
2.1. Antecedentes	10
2.2. Marco Teórico	15
2.3. Marco Conceptual	20
2.4. Marco Referencial	26

2.5. Hipótesis	31
III. Metodología	32
3.1. Tipo de investigación	32
3.2. Población y muestra de estudio.....	32
3.3. Diseño de investigación.....	35
3.4. Variables e Indicadores	38
3.5. Técnicas e instrumentos de investigación.....	41
3.6. Procesamiento y análisis de información.....	42
IV. Presentación de resultados.....	44
V. Discusión de los resultados	48
VII. Conclusiones.....	56
VIII. Recomendaciones.....	57
IX. Referencias bibliográficas.....	59
X. Anexo	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1. <i>Colaboradores de la Empresa Sedalib S.A.</i>	32
Tabla 3.2. <i>Muestra estratificada de los colaboradores de Sedalib S.A. por Gerencias.</i>	34
Tabla 3.3. <i>Dimensiones e indicadores de las variables de Clima organizacional y Comunicación interna.</i>	37
Tabla 4.1. Nivel de comunicación interna de los colaboradores en la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018.....	43
Tabla 4.2. Nivel de clima organizacional de los colaboradores en la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018.....	44
Tabla 4.3 Dimensiones de la comunicación interna y su influencia en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018.....	45
Tabla 4.4 Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional.....	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1. <i>Metodología de Comunicación Interna de Manuel Tessi</i>	18
Figura 2.2. <i>Organigrama de la empresa SEDALIB S.A.</i>	28
Figura 4.1. Nivel de comunicación interna de los colaboradores en la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018.....	43
Figura 4.2. Nivel de clima organizacional de los colaboradores en la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018.....	44
Figura 10.1. Media de la Comunicación Intrapersonal.....	68
Figura 10.2. Media de la Comunicación Interpersonal	69
Figura 10.3. Media de la Comunicación Institucional	70
Figura 10.4. Media de la dimensión Autonomía	71
Figura 10.5. Media de la dimensión Relaciones Interpersonales.....	72
Figura 10.6. Media de la dimensión Motivación.....	73
Figura 10.7. Media de la dimensión Identidad.....	74
Figura 10.8. Media de la dimensión Ambiente.....	75

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Descripción de la realidad problemática

Actualmente las empresas afrontan nuevos retos concernientes a la expansión en los mercados, globalización, calidad y competitividad, la comunicación organizacional se convierte en un eje fundamental para la productividad porque una comunicación eficaz permite la optimización de las ventas y permite que se construya un buen clima organizacional para los colaboradores, quienes además se sienten involucrados con la organización.

Las instituciones estiman que con una correcta comunicación se obtiene un adecuado progreso y crecimiento organizacional, relacionado con la manera de actuar y pensar a nivel externo e interno de la institución, originando un cambio en el comportamiento, teniendo como resultado dediciones acertadas, soluciones a conflictos, actitudes positivas y un trabajo colaborativo.

Siguiendo la misma perspectiva, la comunicación interna en el trabajo es vital, puesto que así mantendrá a los colaboradores informados, valorados, motivados y además, hará que se encuentren alineados a los objetivos empresariales. Cebrían (2013) afirma: “Para lograr mayor fidelidad de los colaboradores, así como mayor identificación y compromiso hacia la organización es importante tener una buena comunicación dentro de la organización” (p.2).

Por tanto, se convierte en una estrategia clave para retener a los mejores talentos y optimizar la productividad, convirtiendo a la comunicación interna en una

de las herramientas esenciales con las que la empresa cuente para trascendencia económica y social.

Es así que la comunicación se define como una estrategia primordial para la empresa, ya que si relacionan las actividades que realiza la institución frente a los colaboradores, dará como resultados si la relación es negativa, positiva o indiferente.

García (s.f.) afirmó:

Los beneficios de la comunicación interna, como el contribuir al aumento de la eficiencia del colaborador, intensificar el sentido de compromiso, mejorar el clima organizacional, desaparecer los rumores de la empresa y reforzar el trabajo en equipo en una organización; mejorará las relaciones de los colaboradores. De esta manera la comunicación interna empezará a compartir conocimiento, ayuda mutua y coordinación entre los colaboradores. (p.90)

Siendo de esta manera considerada la comunicación interna como el sistema sanguíneo de las compañías. Vilanova (2015) afirmó: “La comunicación es el que hace circular los valores, retorna las ideas y asegura las oportunidades para el futuro de estas organizaciones, además, permite obtener consensos, mejorar las situaciones de cambio y mantener un buen proceso de adaptación”.

Se entiende entonces que, la acción de comunicación interna puede prevenir rumores y conflictos que se generen entre los colaboradores logrando evitar perjudicar a la organización, permitiendo alcanzar un crecimiento en productividad, calidad de servicio, identidad y desarrollo personal como profesional, pues los colaboradores son los que perciben el ambiente e interactúan ya sea de forma negativa o positiva.

Así como la comunicación interna ha tomado relevancia, el clima organizacional ha tomado protagonismo en los últimos años comprendiendo que las personas que forman parte de las organizaciones son una pieza clave. Chiavenato (2011) afirmó:

El clima organizacional es el medio interno y la atmósfera de una organización. Factores como la tecnología, las políticas, reglamentos, los estilos de liderazgo, la etapa de la vida del negocio, entre otros, son influyentes en las actitudes, comportamientos de los empleados, desempeño laboral y productividad de la organización. (p.80)

El clima organizacional en los últimos años ha tomado relevancia, la buena gestión de ésta ha permitido generar compromiso y buen desempeño por parte del colaborador teniendo como consecuencia de ello que la organización sea estable y tenga una buena productividad.

Muñoz (2014) refirió:

Los beneficios que llega a proporcionar el clima organizacional son las buenas relaciones, tolerancia, confianza y autonomía; reforzando de esta manera el sentido de identidad y el compromiso de los colaboradores con la organización y a su vez ayuda a considerar a la empresa como un buen lugar para trabajar, ya que en estas condiciones permiten una buena relación con los compañeros de trabajo y un mayor desempeño laboral. (p.74)

De esta manera para estudiar el clima organizacional es primordial tomar en cuenta ciertas dimensiones que influyen en la conducta de los colaboradores. Andrade (2005) definió:

Los factores de influencia en el clima para obtener un mejor desempeño, motivación y ambiente adecuado para laborar es la comunicación interna, la cual está referida al grupo de acciones realizadas por la empresa para el origen y permanencia de las mejores interacciones entre los integrantes. (p.89)

Sedalib S.A., empresa privada de derecho público es una organización que brinda servicio de agua potable y alcantarillado, ubicada en la provincia de Trujillo, región La Libertad. En la actualidad no hay una empresa en la región que pueda competir contra ella, convirtiéndola así en poseedora del monopolio de este servicio para las distintas localidades dentro de su cobertura. La empresa cuenta con 502 colaboradores actualmente.

Dentro de un análisis, la empresa en base al aspecto de Comunicación interna, hace referencia a que la organización no cuenta con el área específica de comunicación interna. Las áreas encargadas actualmente de cumplir funciones similares dentro de la institución en relación al bienestar y buen clima laboral son el área de Comunicaciones y Marketing de la mano con la subgerencia de Recursos Humanos, según el Manual de Organización y Funciones (MOF).

En un estudio realizado por el área de RRHH, se elaboró un diagnóstico del desenvolvimiento de las distintas gerencias en base a las dimensiones de la comunicación interna, para dar inicio a la elaboración del Plan estratégico 2017 – 2021. En la dimensión de comunicación institucional, se identificó que Sedalib realiza actividades como eventos sociales y festivos para los colaboradores, desarrollan capacitaciones, programas de inducción de mejoramiento en el trabajo, talleres de desarrollo personal y profesional así como actividades para que los

colaboradores estén en continuo contacto con sus gerencias respectivas, a la vez utilizan medios para mantenerlos de una u otra forma informados (correos, memorándum, boletines, entre otros).

Por otro lado, en la entrevista realizada al jefe del área de Comunicaciones y marketing, en enero 2019; Lic. Carlos Cerna Bazán, hizo referencia al Plan de Comunicaciones Sedalib 2018- 2021, donde se realizó un estudio a profundidad de comunicación interna (agosto 2018) y se encontró que:

- a) Se cuenta con canales de comunicación que pueden utilizarse en este plan, pero deben adoptar formatos homogéneos para organizar y hacer atractiva la información. Así también, se pueden crear nuevos canales.
- b) Existe un sindicato de trabajadores y resulta necesario el diseño de una mesa de diálogo social.
- c) El trabajador no refiere satisfacción laboral, por lo que será necesario orientar la comunicación interna a la búsqueda de participación y feedback para las iniciativas que se vayan implementando.
- d) Se ha de motivar a los trabajadores hacia el logro de objetivos, a través de la comunicación. Es propicia la redefinición del marco estratégico para orientar esfuerzos en este sentido.
- e) No se ha generado el soporte de comunicación interna para los subsistemas de RR.HH., por lo que se debe formalizar tal acuerdo a la cultura y a los valores que la organización quiere consolidar.

- f) No se observa un acompañamiento para el sistema de seguridad y salud en el trabajo, que resulta de vital importancia para generar una cultura participativa que aporte a un ambiente de trabajo seguro.
- g) Se observa que los beneficios para los trabajadores son difundidos mediante banners no estandarizados.
- h) Los periódicos murales necesitan un formato llamativo que integre la información. De lo cual se determinan como principales nudos críticos lo siguiente: La falta de diseño de una estrategia de CI para consolidar una nueva cultura, voceros no identificados entre el público interno, formatos no estandarizados (acorde a la imagen corporativa de la empresa).

En el aspecto de clima organizacional, Sedalib S.A en su mapa estratégico institucional hace referencia que la subgerencia de Recursos Humanos es considerada como uno de los principales encargados de fortalecer al desarrollo integral de los colaboradores y contribuir a la transformación organizacional hacia una cultura de alto desempeño de Sedalib S.A. Esta Subgerencia realizó un estudio diagnóstico del clima organizacional en la empresa (marzo, 2017) a cargo de la oficina de Gestión y Capacitación (OGC) las cuales hicieron referencia a algunas deficiencias internas que se encontraron en relación al ambiente laboral, tales como: un 57% señala el mal manejo de conflictos por parte de administrativos, 61% muestra los problemas de comunicación entre los colaboradores y sus superiores, 58% precisa el mal empoderamiento por parte de los colaboradores y monitoreo de actividades. Además, se encontró que, en cuanto a la participación de actividades institucionales,

capacitaciones y talleres de Liderazgo, a diferencia del año 2016, en el año 2017 se redujo la asistencia en un 27 % de su totalidad de colaboradores.

Luego de un seguimiento a los informes y encuestas realizadas dentro del diagnóstico por parte de la OGC, se llegó a percibir que un 53 % presenta falta de identidad y compromiso por parte de los colaboradores frente a las actividades que se brindan.

Es así que en el aspecto de la comunicación se pudo concluir que:

- La comunicación no cumplía el rol estratégico que se requería en la empresa.
- Los administrativos realizaban un mal manejo de los canales informativos.
- La información no llegaba correctamente a los colaboradores.
- Deficiencia en la comunicación entre colaborador y jefe.

Además, a través de un sondeo que se realizó en julio del 2018 a 20 colaboradores de las distintas áreas se analizó que:

- La mayoría de colaboradores de cada gerencia velaba por su propio beneficio o seguridad laboral
- Se puede percibir también que los cargos laborales generan en otros incomodidad ya que hay personas mucho más capacitadas y con un perfil necesario para ocupar cargos distintos al que cumple.

Todo ello aparentemente estaría influyendo negativamente en el clima organizacional de Sedalib S.A., creando deficiencia en algunos procesos internos y deterioro en el desempeño.

Ante la situación descrita, considerando que éste no es un estudio concluyente, se pretende desarrollar la presente investigación; para determinar la influencia de la comunicación interna sobre el clima organizacional.

1.1.2. Formulación del problema

¿En qué medida influye la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018?

1.2. Objetivos

1.2.1 General

Determinar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018.

1.2.2. Específicos

- Determinar el nivel de comunicación interna de los colaboradores de la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018
- Identificar qué dimensión de la comunicación interna tiene mayor influencia sobre el clima organizacional en Sedalib S.A. Trujillo 2018.
- Determinar el nivel de clima organizacional de los colaboradores de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018.

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

El estudio investigativo que se propuso, buscaba mediante la aplicación de la teoría y de los conceptos básicos de Chiavenato (2011), Brunet (2011), Likert(1961), Robbins(2004) sobre clima organizacional y conceptos de Capriotti(2009), Zapata(2015), Martínez(2015) en comunicación interna, analizar e identificar estas variables dentro de la empresa Sedalib S.A. de esta manera se contrastó los distintos conceptos en una realidad concreta en base a la influencia de la comunicación interna dentro del clima organizacional de la empresa.

1.3.2. Justificación práctica

Este estudio se justifica porque permite analizar el clima y la comunicación interna sobre la investigación, permitiendo que el colaborador desarrolle una cultura de identidad y compromiso laboral, logre un mejor desempeño y eficiencia laboral, además, de permitir que los administrativos puedan reforzar con otras acciones los problemas identificados dentro del ambiente para seguir promoviendo un buen clima organizacional.

Por otro lado, esta investigación se realizó para reconocer la influencia que desempeña la comunicación interna sobre el clima organizacional, con el claro objetivo de diseñar estrategias que dirijan a obtener una mejor práctica en base a la comunicación interna entre empresa - colaboradores, colaboradores – colaboradores y jefe – colaborador, para de esta mantener un clima laboral favorable que repercute en el rendimiento de los colaboradores.

II. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes del estudio

Internacional:

Chacón (2015), en su tesis, *“Análisis del clima organizacional de la empresa representaciones CEM, ubicada en Chiquimula, Chiquimula”*, para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Rafael Landívar, Zacapa, Guatemala.

Esta investigación tuvo como objetivo analizar los elementos que perjudican el clima organizacional en la organización “Representaciones CEM” ubicada en el municipio de Chiquimula, departamento Chiquimula. La investigación fue de tipo descriptivo. Para la recolección de datos hicieron uso de encuestas, la cual consideró a todos los colaboradores administrativos por tratarse de 8 colaboradores y un grupo de 49 empleados del área operativa.

De esta manera lograron concluir que el clima organizacional dentro de la organización Representaciones CEM es favorable en general, así mismo se logró identificar que el tipo de liderazgo que se maneja dentro de la organización es muy bueno, ya que cuenta con un tipo de liderazgo democrático, donde activamente participa en las actividades, se percibe también que tienen acceso con el jefe, para compartir y aportar ideas por parte de los trabajadores, lo cual favorece a la evolución de cada uno de ellos y sobre todo al cumplimiento de objetivos.

León y Mejía (2010), en su tesis, *“Propuestas de comunicación interna para la Municipalidad de Cuenca”*, para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la

Comunicación Social con mención en Relaciones Públicas en la Universidad De Cuenca, Cuenca, Ecuador.

Esta investigación tuvo como objetivo reconocer las estrategias y funciones que cumple la comunicación interna que usan en la Unidad de Comunicación Social de la Municipalidad de Cuenca, las técnicas de trabajo bibliográfico y la técnica de observación directa. Para la recolección de datos hicieron uso de encuestas, las cuales fueron aplicadas a una muestra de 784 empleados de todas las edades que laboran dentro de la empresa.

De esta manera lograron concluir que la comunicación organizacional, es el sistema nervioso en la empresa; puesto que la persona proyecta y dispone los objetivos de la empresa. A su vez identifica momentos en que las personas comulgan, intercambian o comparten ideas, principios o sentimientos de la organización con una visión general o global.

Nacional:

Solano (2018), en su tesis, *“Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa COSAPI DATA. Año 2016”*, para obtener el título profesional de licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.

Esta investigación tuvo como finalidad identificar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional. La investigación fue de tipo descriptivo, de corte transversal, con un diseño de estudio que comprende una investigación cuantitativa, mediante la cual se recogieron y analizaron los datos. El instrumento utilizado fue el cuestionario y la forma de medición fue la escala de Likert. El cuestionario se aplicó a 40

asesores del área de atención al cliente en Cercado de Lima; donde posteriormente se procedió a realizar un estudio sobre las relaciones de las variables cuantificadas.

De esta manera se logra concluir que la comunicación interna influye de manera negativa en el clima organizacional, en un 63.6 % y un promedio ponderado de 2.99, porque no existe un plan de comunicación interna, lo que impide que haya un buen clima organizacional afectando el desempeño e interés de desarrollo por parte de los colaboradores.

Trujillo (2017), en su tesis, *“Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las Instituciones Públicas Descentralizadas del Sector Energía y Minas; 2017”*, para obtener el título de Licenciado en Administración en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú.

Esta investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera la comunicación interna influye en el clima laboral de los colaboradores de las organizaciones públicas descentralizadas del sector energía y minas ubicadas en la provincia de Lima. Investigación explicativa de tipo descriptivo, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal con aspectos correlacionales. Se realizó la técnica de la encuesta a una muestra de 238 colaboradores, seleccionados a través del muestreo probabilístico.

De esta manera se determinó, que la influencia de la comunicación interna se da de forma significativa frente al clima organizacional de los colaboradores de las organizaciones, así mismo se identificó, que la comunicación intrapersonal influye de manera significativa en el liderazgo de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas.

Local:

Huaranca y Rodríguez (2017), en su tesis, *“Influencia de la comunicación interna en el clima laboral de la empresa Depósito Pakatnamú EIRL Trujillo año 2017”*, para obtener el título de Licenciado en Administración en la Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.

Esta investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Depósito Pakatnamú EIRL Trujillo. Se utilizó el diseño descriptivo correlacional, emplearon como técnica de investigación la encuesta con dos tipos de cuestionarios para recolectar datos. La investigación se aplicó en una población objetivo de 20 empleados que trabajan en la empresa Depósito Pakatnamú EIRL.

De esta manera lograron concluir que la comunicación interna influye significativamente en el clima organizacional de la institución Depósito Pakatnamú EIRL, pues la relación entre ambas variables es directa en un 76.4%, los colaboradores expresaron que el nivel de comunicación es alto, asimismo expresaron estar de acuerdo con el clima laboral existente en la organización.

Reyes y Zárate (2016), en su tesis, *“Factores del clima organizacional que afectan el desempeño laboral en el banco Banbif de Trujillo, 2016”*, para obtener el título profesional de licenciada en Administración en la Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.

Este estudio tuvo como objetivo determinar los aspectos del Clima laboral que llegaran afectar al Desempeño Laboral en el Banco Banbif en Trujillo, 2016. Se trató de una investigación, descriptiva, no experimental con diseño transversal. Para la

recolección de datos hicieron uso de encuestas, las cuales fueron aplicadas a una población total de 14 colaboradores que laboran en el Banco Banbif de la ciudad de Trujillo.

De esta manera lograron concluir que los factores que afectan el clima organizacional del Banco Banbif de Trujillo son la Identidad Institucional (que contiene los criterios y dimensiones como los valores, actividades de integración e inducción); las relaciones interpersonales (como la comunicación efectiva, los conflictos, la cooperación); el liderazgo (como la imagen del líder, el estilo de jefe, el empowerment); y los reconocimientos e incentivos, como la entrega de bonos, premiaciones y motivación.

De los antecedentes presentados, la investigación *“Propuestas de comunicación interna para la Municipalidad de Cuenca”* sirvió para aportar en información conceptual y teórica a la variable de estudio de la comunicación interna, de la misma manera haciendo referente sobre la investigación *“Análisis del clima organizacional de la empresa representaciones CEM, ubicada en Chiquimula, Chiquimula”* contribuyó para ser referente para el marco conceptual de la variable de clima organizacional.

En base al antecedente de la *“Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa COSAPI DATA. Año 2016”* se consideraron valiosos sus hallazgos ya que determina la influencia que llega a tener la comunicación interna en el clima para tener un buen aporte y crecimiento de la organización, resultado que estuvo relacionado al fin y objetivo de nuestra investigación permitiendo contrastarlo en nuestra discusión de resultados. Además, en la *“Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las Instituciones Públicas Descentralizadas del*

Sector Energía y Minas; 2017” aportó como guía en el aspecto metodológico de nuestra investigación para poder determinar el nivel de influencia entre las variables.

Así como en el antecedente local sobre *“Factores del clima organizacional que afectan el desempeño laboral en el banco Banbif de Trujillo, 2016”*, aportó en la construcción de la teoría para entender la importancia de mantener una buena comunicación interna organizacional.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Clima organizacional.

2.2.1.1. Teoría del clima organizacional

Los autores más ejemplares de esta orientación son Litwin y Stringer (1968), quienes han considerado que el clima organizacional refiere a los efectos subjetivos del sistema formal, así como de otros actores ambientales relevantes sobre los valores, creencias, actitudes y motivaciones de las personas que laboran en una empresa.

Estos autores manifestaron que el estilo de dirección dentro de una organización es pieza clave para analizar y percibir como se está desarrollando el clima de una organización, ya que por medio de éste los colaboradores se llegarán a ubicar frente a un sistema cerrado o abierto, participativo o no participativo, tomando como referencia el rendimiento laboral y la satisfacción.

De las definiciones que han presentado los autores antes mencionados, se originan las siguientes características en común:

- a) El clima organizacional hace referencia a las características del medio ambiente donde se labora.
- b) Estas características son captadas de manera directa o indirectamente por los colaboradores que trabajan en ese medio ambiente.
- c) Tiene notorias repercusiones en el comportamiento laboral.
- d) Clima es una variable interviniente, que media entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual, que determinan diferentes medidas de efectividad.
- e) Estos puntos de la empresa son relativamente permanentes en el tiempo; se distinguen de una institución a otra y de una sección a otra dentro de la organización.

Por otro lado, Díaz et. al. (1979) añaden otra característica:

- f) El clima, junto con la estructura y las características organizacionales y los individuos que la componen, forman un sistema interdependiente altamente dinámico.

El Cuestionario de Litwin y Stringer, que es el instrumento que autoriza entender este aspecto dinámico de la realidad institucional, esta herramienta de medición está formada por las siguientes dimensiones del concepto:

- a) Estructura y Ambiente: El sentimiento de los empleados respecto de las restricciones, el número de reglas, controles y procedimientos que existen.
- b) Autonomía. El sentimiento por parte de los trabajadores de "ser su propio jefe". Poder tomar las decisiones solo y no tener que consultar cada paso con los superiores.
- c) Recompensa y motivación: El sentimiento de ser recompensado por el trabajo bien hecho. Énfasis en la recompensa positiva más que en el castigo.
- d) Relaciones interpersonales: La percepción de una buena confraternidad general, la prevalencia de la amistad y de grupos sociales informales, la percepción de la ayuda mutua de los directivos y empleados de la organización.
- e) Identidad. El sentimiento que se pertenece a una empresa y es un miembro valioso dentro de ella y del grupo de trabajo específico.

2.2.2. Comunicación interna

2.2.2.1. Teoría de la Metodología de Comunicación

Tessi (s.f.), afirma que es una teoría eficaz que permite reunir de forma sistemática las distintas dimensiones de la comunicación interna, 3E (Escucha, Empatía y Emisión) que hace referencia a la comunicación institucional, 2S (Sentido y Salario) refiere a la comunicación interpersonal

y 1A (Primero Adentro) relacionando con la comunicación intrapersonal. Las dimensiones de investigación se definen de la manera siguiente:

Figura 2.1

Metodología de Comunicación Interna de Manuel Tessi.



- La comunicación intrapersonal pone énfasis en la forma en que entienden o escuchan los mensajes y como los codifican o crean. Empezar "Primero Adentro", ayuda a mejorar de una manera más completa las comunicaciones pensadas, escritas y habladas que se realizan en una empresa. En la dimensión intrapersonal, por ejemplo, se suelen medir características informales como los rumores o radio pasillos).
- La comunicación interpersonal es mucho más objetiva, entre las comunicaciones, aquí es donde se dan las conexiones humanas con

mayor intensidad y de manera directa. Asimismo, este tipo de comunicación es una guía para entender cómo se dan las relaciones interpersonales. También, se propone la gestión de estrategias de comunicación interna en los equipos, debido a que, si hay mayor sentido, se dará un clima laboral mejorado, buenos resultados, una alta producción, reconocimiento y recompensas salariales aumentadas. En esta dimensión se tiene como medida la brecha obtenida en comunicaciones de mandos intermedios.

- c. La comunicación institucional, como una comunicación elaborada por una empresa y directivos. Además, está enfocado al individuo de manera específica y a los grupos del contexto social en la que se desenvuelve su actividad. Su propósito es asentar nexos de calidad entre la institución y su público. En esta dimensión se tiene como efectividad a los medios y los medios escritos.

Para Tessi (s.f.) el modelo 3E sugiere: escuchar, emitir y empatizar. Este tipo de comunicación se ejecuta adecuadamente, permitiendo acentuar la calidad en las comunicaciones escritas que la empresa realiza. La pieza clave de una comunicación eficaz y efectiva es escuchar, el esfuerzo fundamental que implica la interpretación emocional del contexto del destinatario es empatizar y para la emisión se considera los pasos anteriores. Tessi (2010) indica que, en el entorno laboral, los colaboradores reciben mensajes de la organización todo el

tiempo, inclusive cuando la empresa no tenga la intención de enviar mensajes se está comunicando.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Comunicación interna

Capriotti (2009) define a la comunicación interna como el grupo de acciones de comunicación y mensajes elaborados de manera voluntaria para interactuar con los públicos internos de la empresa, éstas deben mostrarse de manera diferenciada y creativa haciendo referencia a las características y cualidades de la organización, así como sus acciones, productos y servicios. (p. 39)

De esta afirmación se puede entender que las empresas evolucionan continuamente la manera de comunicar a los colaboradores sobre temas institucionales e interpersonales para llegar a obtener mejor confianza, empatía y conocimiento dentro de sus áreas laborales.

Además, Zapata (2015) considera que la comunicación interna está orientada a las funciones siguientes:

- a. Función integradora: Logra impulsar la cohesión interna y eleva el sentimiento de pertenencia y orgullo. Para lograrlo se requiere alinear a los colaboradores con los objetivos y valores de la empresa, esto gracias a un diagnóstico previo de clima organizacional.

- Evaluación sobre la gestión empresarial consultando al personal sobre: Formación, liderazgo, información, compañerismo, etc. La forma idónea de obtener testimonios es, mediante una encuesta anónima.
- Medición anual sobre la captación y agrado de los talentos de la organización establece cuadros de avances, debilitamiento, de comparación y de fortalezas.
- Formación del personal en habilidades de comunicación, especialmente el de formar líderes y mandos medios.
- Creación de zonas de encuentro, conocimiento y participación entre las distintas gerencias con finalidad de evitar posteriormente conflictos internos.
- Creación de los eventos sociales: Aniversario de la organización, compartir por festividades.
- Asistencia a los eventos sociales internos y actividades realizados dentro de la organización.

b. Función informativa: Mejora la calidad de procesos productivos de las distintas áreas así mismo permite mejorar la escucha en la organización.

- Reconocer las necesidades, así como oportunidades informativas.
- Seleccionar la información de utilidad e inclinación en el rol de la organización -proyectos y resultados-, acerca de la función del colaborador.
- Documentos a través de fuentes que han sido seleccionadas: locales, nacionales y extranjeras, en temas que involucran al sector empresarial.
- Tratar la información adquirida en basándose en las audiencias y medios, interactuando con contenido útil y de gran valor.

- Preparar diariamente el reporte de noticias que se muestran en diversos medios: revistas especializada y prensa diaria.
 - Creación de dossiers explicativos digitales
 - Plantear normas, manuales de estilo y protocolo de los diferentes canales offline, canales online y redes sociales además de las estrategias de comunicación on y offline
- c. Función diálogo: consiste en la creación de zonas de encuentro y acercamiento entre los colaboradores de distintas áreas.
- Difundir una cultura de innovación y creatividad.
 - Difundir la innovación y el mejoramiento de los procesos haciendo uso de un buzón de sugerencia o cualquier otro medio que se le parezca.
 - Difundir la integración de equipos con un alto rendimiento: investigar, innovar, crear y solucionar problemas. entre otros temas.
 - Promover las “conversaciones” a través de estrategias participativas para trabajar en equipo.
 - Creación de grupos para el público interno, ofreciéndoles información eficaz, con un argumento de calidad y respuestas al instante.
- d. Función de identificación: Mejora el compromiso e identidad para lograr el alineamiento del personal con los valores y objetivos del negocio.
- Fomentar el proyecto organizacional, así como la cultura corporativa de la empresa.
 - Reconocer la misión, visión y valores de la empresa.

e. Función de motivación: Martínez (2015), considera, que se debería enfatizar a la comunicación interna para impulsar a todos sus colaboradores, estos son:

- Atenderlos como seres individualizados y difundir en ellos toda la información posible.
- Establecer adecuadamente y con claridad las funciones y responsabilidades.
- Compartir la idea de flexibilidad en el trabajo.

Según las funciones que se detalla dentro de la comunicación interna, se puede analizar que éstas funciones van a permitir crear buenas relaciones interpersonales, fomentar una cultura de compromiso e identidad, mantener informados al personal correctamente, así como de generar el sentido de camaradería entre colaboradores.

2.3.2. Clima organizacional

Según, Chiavenato (2009), el clima organizacional hace referencia al ambiente que existe entre los integrantes de la empresa, además es la variable que se encuentra unido al grado de reconocimiento y motivación de los trabajadores llegando a indicar de forma específica las propiedades motivacionales del clima organizacional.

Entendiendo así que, el clima organizacional es eje fundamental para determinar el grado de compromiso e identidad por parte de los colaboradores con la empresa.

Brunet (2011), teniendo como base las investigaciones realizadas en el clima organizacional por (Likert, 1961), afirma que existen dimensiones que son

influencia en la relación del clima organizacional: El contexto, la jerarquía, el aspecto individual y las perspectivas de los colaboradores de la organización.

Lewin por su parte en su teoría de campo afirma que el comportamiento del ser humano depende de dos agentes elementales:

Los eventos, actividades y factores en un contexto dinámico que genera el campo psicológico personal, que se presenta como un dominante de los puntos de vista de cada individuo y define la forma de ver o de observar las cosas en su ambiente. (Chiavenato, 2009)

Méndez (2006) citando a (Litwin y Stringer, 1968) afirma:

El entorno propio de la empresa, percibido en base a la situación de un proceso de interacción social y en base a la estructura organizacional se expresa con las siguientes variables: autonomía, identidad, recompensa, motivación, ambiente y relaciones interpersonales; estas variables dirigen la actitud, percepción, creencia y grado de estableciendo del comportamiento, satisfacción y nivel de eficiencia en el campo laboral.
(p.104)

Es así que teniendo referencia estos conceptos, podemos definir al clima organizacional como la variable determinante para el buen desempeño, eficiencia y satisfacción del colaborador dentro de la empresa, ya que comprende las distintas dimensiones (autonomía, motivación o recompensa, identidad y ambiente) que permitirá determinar que tan buen clima laboral existe dentro de la empresa.

- **Autonomía:** Consiste en el nivel de libertad que la persona tiene al momento de tomar decisiones y en la manera de dar soluciones a los conflictos. Como coinciden Robbins (2004) y Chiavenato (2009) autonomía es el nivel de criterio personal e independencia que se maneja para trabajar. Así, se refiere a un nivel mayor de autonomía e independencia para programar su trabajo, realizar la selección del equipo que utilizará y decidir qué métodos o procedimientos seguir. Dando la relevancia a este componente en el actuar de los colaboradores de una institución.
- **Identidad:** Vinculación del colaborador con la empresa, los colaboradores son tratados con respeto y cordialidad, y existe la inducción, además de adaptarlas rápidamente con los demás, sobre la filosofía, objetivos y valores y de su puesto de trabajo.
- **Motivación:** Esta dimensión se basa en los reconocimientos, capacitaciones, talleres y aspectos monetarios que la empresa otorga a sus empleados.

Robbins (2004), menciona que, “Motivar y recompensar a los empleados es una de las actividades más importantes y desafiantes que los gerentes llevan a cabo. Para lograr que los empleados pongan su máximo empeño en el trabajo, los gerentes necesitan saber la forma y la razón de su motivación”. (p.320)

- **Ambiente:** Esta dimensión se refiere a un ambiente físico sano y agradable que brinda la empresa para sus empleados.

- Relaciones interpersonales: Consisten sobre el tipo de atmósfera social y de amistad que se encuentra dentro de la empresa.

2.4. Marco referencial

2.4.1. Generalidades de la empresa

2.4.1.1. Historia de la empresa

La ciudad de Trujillo, en la década del 70 se hizo más evidente la expansión y el crecimiento, y con ello se aumentó las necesidades básicas, así como el saneamiento.

Al principio el servicio de agua potable y alcantarillado fue cubierto por el Concejo Provincial responsable de la ciudad. Es así que se decidió ver la mejor opción para un manejo empresarial unificado consecuentemente con el diagnóstico realizado. De esa manera el 16 de noviembre de 1976, se promulgó la Ley que creó la Empresa de Saneamiento de Trujillo – ESAT con la finalidad de remontar un panorama difícil, caracterizado por una descendencia progresiva de la producción de agua, encontrando la demanda de agua, ausencia de medición de consumo y proliferación de aniegos de desagüe para los 34 mil usuarios de entonces.

Al darse origen SENAPA (Servicio de Agua Potable y Alcantarillado) en 1981, la organización se convierte en una filial, optando por denominarse SEDAPAT, ampliando su ámbito en 1985 a las localidades de Puerto Malabrigo, Chocope, Moche, San Pedro de Lloc,

Chepén, Virú y Guadalupe. En base al Decreto Nro. 574 y 601, a partir de setiembre de 1993, SEDAPAT cambia a denominarse SEDALIB S.A.

2.4.1.2. Presentación de la empresa

Sedalib S.A. (servicio de agua potable y alcantarillado de La Libertad sociedad anónima) es la empresa líder en toda la región La Libertad brindando el servicio de agua y alcantarillado a la ciudad de Trujillo y sus distritos más cercanos, así como Chepén, Paiján, entre otros.

La empresa cuenta con 502 colaboradores distribuidos en 5 gerencias, entre ellos están los administrativos y obreros. El actual Directorio está conformado por Eduardo José Azabache Alvarado (representante de la Sociedad Civil), Eduardo Vilca Tantapoma (representante de las municipalidades accionistas) y Teresa Fernández Gill (representante del Gobierno Regional), quienes vienen dirigiendo a la empresa para el logro de sus objetivos institucionales. Se define a la empresa Sedalib S.A. como poseedora del monopolio de este servicio para sus distintas localidades dentro de su cobertura.

En Trujillo, la empresa Sedalib S.A. atiende a diferentes distritos como: La Esperanza, El Milagro, Trujillo, El Porvenir, Salaverry, Moche, Florencia de Mora, Huanchaco y Víctor Larco.

2.4.1.3. Misión y Visión:

Misión:

SEDALIB S.A. se encuentra orientada a ofrecer un servicio de agua de calidad para el consumo humano y alcantarillado sanitario a toda

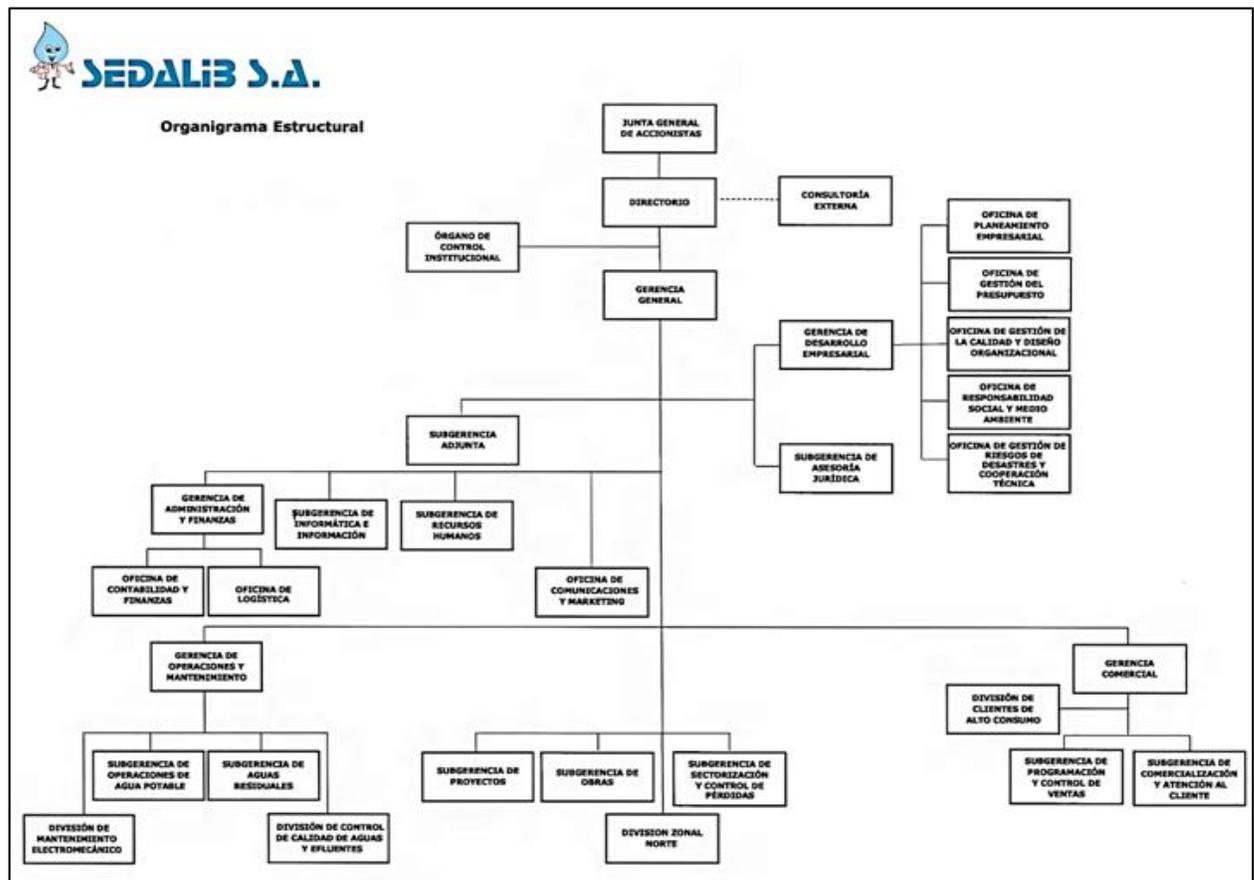
la comunidad usuaria en la zona costera del departamento de la Libertad, llevando de la mano junto a su desarrollo con el accionar responsable de protección al equilibrio ecológico.

Visión: SEDALIB S.A. organización líder en la prestación de servicios de agua consumo humano y alcantarillado sanitario, a nivel de institución regional del sector saneamiento, equilibrando en sus actividades los intereses empresariales, con los de la sociedad y la protección del medio ambiente.

2.4.1.4 Organigrama:

Figura 2.2

Organigrama de la empresa SEDALIB S.A.



Fuente: Manual de Organización y Funciones de SEDALIB

2.4.1.5 Políticas corporativas:

- La satisfacción de los clientes constituye el objetivo principal de la empresa y se sustenta en la práctica de una cultura de servicio de calidad, así como la mejora permanente de los procesos e infraestructura de atención al cliente.
- Los colaboradores de la empresa constituyen al potencial más importante, el cual debe desempeñarse en un clima satisfactorio, que propicie el desarrollo de su potencialidad, así como reconozca y premie el desempeño y contribución creativa con la mejora de la productividad y resultados empresariales, la cual debe realizarse con ética y honestidad.
- La gestión estratégica de la empresa se sustenta en un modelo organizacional moderno, que define una estructura orgánica flexible, plana, desconcentrada y descentralizada.
- Las actividades y servicios de SEDALIB S.A. se realizan y brindar sin contaminar el medio ambiente y propenden a contribuir con el equilibrio ecológico.
- La producción y comercialización del servicio de agua potable y alcantarillado están orientados a cubrir la demanda y expectativa de la población objetivo, cumpliendo con los estándares internacionales de calidad.

2.4.1.6 Actividades de Comunicación interna:

- Realizan boletines informativos mensuales que son enviados a todos los colaboradores por correo.
- Tienen los murales informativos referentes a temas de Salud y bienestar, Comunicados e información de RRHH.
- Elaboran tarjetas personales para invitar a los colaboradores a participar de los distintos eventos sociales.
- Actualizan continuamente sus redes sociales con noticias para la población, así como para sus colaboradores.
- La plataforma web suele ser actualizada por temporadas.
- Todas las áreas de la empresa cuentan con grupos de WhatsApp para mantenerse informados.
- Cada área cuenta con un mural informativo de la estructura jerárquica para saber con quién contactarse.
- Se le brinda a cada colaborador una Revista Anual que contiene la presentación del equipo de trabajo, de los objetivos alcanzados y de los programas desarrollados para los colaboradores.

2.5. Hipótesis

Ho: La comunicación interna no influye significativamente en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018.

H1: La comunicación interna influye significativamente en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018.

VI: Comunicación interna

VD: Clima organizacional

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Cuantitativa

3.2. Población y muestra de estudio

3.2.1. La población

La población identificada de la empresa Sedalib S.A. se centró en los 502 trabajadores de las distintas áreas de la empresa determinada por el Manual de Organización y Funciones y organigrama de la institución.

Tabla 3.1.

Colaboradores de la Empresa Sedalib S.A.

Empresa Sedalib S.A	Número de colaboradores
Gerencia General	101
Gerencia de desarrollo empresarial	16
Gerencia de administración y finanzas	30
Gerencia comercial	118
Gerencia de operaciones y mantenimiento	237
Total	502

Fuente: Oficina de Recursos Humanos de la empresa Sedalib S.A.

3.2.2. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de poblaciones finitas. Después de haber aplicado la fórmula, la muestra quedó de la siguiente manera; 218 colaboradores.

$$N= 502$$

$$z = 1.96$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

$$e= 0.05$$

$$n= \frac{N*z^2*p*q}{(N-1)*e^2+p*q}$$

Tamaño muestral de los trabajadores:

$$n = \frac{(502)x(1.96)^2x(0.50)x(0.50)}{(502-1)x(0.05)^2+(1.96)^2x(0.50)x(0.50)}$$

$$n = 217,86$$

$$n = 218$$

Posteriormente se procedió a estratificar la muestra quedando de la forma siguiente:

Tabla 3.2.

Muestra estratificada de los colaboradores de Sedalib S.A. por Gerencias

Empresa Sedalib S.A	Número de colaboradores	Factor Fh=0.4343	Muestra por colaboradores
Gerencias:	101	0.4343	44
Gerencia general	16	0.4343	7
Gerencia de desarrollo empresarial	30	0.4343	13
Gerencia de administración y finanzas	118	0.4343	51
Gerencia comercial	237	0.4343	103
Gerencia de operaciones y mantenimiento			218
Total	502		

Fuente: Oficina de Recursos Humanos de la empresa Sedalib S.A.

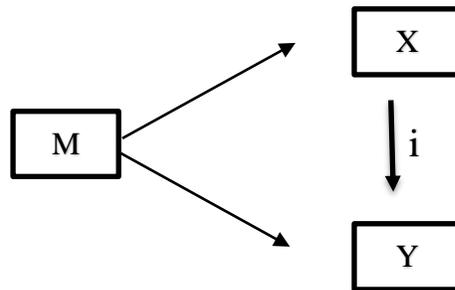
Elaboración: propia.

3.2.2.1. Muestra estratificada: Fh: Factor para encontrar la muestra por estratos, es un tipo de muestreo probabilístico, donde para hallarlo se divide la muestra y el total de población (n/N).

3.3.Diseño de investigación

Para contrastar la hipótesis se utilizó el diseño de investigación no experimental, de tipo explicativo entre las dos variables de estudio.

Donde:



Dónde:

X: Comunicación Interna.

Y: Clima organizacional.

i: de influencia

M: Muestra.

Para establecer los niveles, aplicada la encuesta se les asignó un puntaje del 1 al 5 dependiendo de la respuesta de cada colaborador, permitiendo obtener promedios para determinar el nivel de cada variable.

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

Donde por determinación estadística se denominó:

OBJETIVO ESPECÍFICO 1:

Max 105
Min 21
R: 84
A 28

	Nivel	N° de colaboradores	%
21-49	Bajo	0	0
49-77	Medio	195	89.45
77-105	Alto	23	10.55
	Total	218	100

OBJETIVO ESPECÍFICO 2:

Min 22
Max 110
R 88
A 29.3333333

	Nivel	N° de colaboradores	%
22-51	Bajo	0	0
51-81	Medio	218	100
81-110	Alto	0	0
	Total	218	100

Por otra parte, una vez establecidas las dimensiones de cada variable, se establecieron sus indicadores respectivamente, aquellos que representan un indicio, señal o medida que permite estudiar una variable o sus dimensiones:

Tabla 3.3.

Dimensiones e indicadores de las variables de Clima organizacional y Comunicación interna.

Variable	Dimensión	Indicador
Clima Organizacional	Autonomía	Autodeterminación Desarrollo personal
	Identidad	Compromiso con la institución Implicancia y pertenencia
	Motivación	Capacitación y talleres Recompensa y reconocimiento
	Ambiente	Infraestructura
Comunicación Interna	Relaciones sociales	Compañerismo Trato
	C. interpersonal	Participación Trabajo en equipo Relación con colaboradores
	C. intrapersonal	Expectativa Identidad Compromiso
	C. Institucional	Información institucional

Fuente: Marco teórico

Elaboración: Las autoras

Luego de ello, se determinó que a través de una encuesta se puedan analizar los resultados de cada indicador. Además, se estableció la calificación de los indicadores en base a un **nivel de medición ordinal** por el carácter cuantitativo de estas.

El procedimiento que se utilizó para analizar cada resultado obtenido de las encuestas aplicadas a cada colaborador fue realizado en el SPSS 2020.

3.4. Variables e indicadores

3.4.1. Definiciones conceptuales

- Comunicación interna:

Según Zapata (2015) y Tessi (2010) la comunicación interna es la manera de informar, motivar e integrar adecuadamente a los colaboradores aumentando la satisfacción e identificación que sienten por pertenecer a la empresa, sea cual sea la denominación que adquiera el medio o el instrumento de comunicación que utilice.

- Clima organizacional:

Según Litwin y Stringer citado por Méndez (2006), afirma que el clima organizacional es una variable interviniente, que media entre los actores del sistema organizacional y el comportamiento individual, que determinan diferentes medidas de efectividad, satisfacción y nivel de eficiencia en el campo laboral y el entorno propio de la empresa.

3.4.2. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	TIPO DE VARIABLES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable dependiente: CLIMA ORGANIZACIONAL	El clima laboral viene a ser la expresión del colaborador sobre la percepción y producción del colaborador sobre el entorno propio de la empresa que dirigen la actitud, percepción, creencia y grado de estableciendo el comportamiento, satisfacción y nivel de eficiencia en el campo laboral. (Méndez, 2006)	Percepción y producción del colaborador sobre el entorno propio de la empresa.	Autonomía	<ul style="list-style-type: none"> • Autodeterminación • Desarrollo Personal 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con plena libertad de realizar sus funciones de la forma adecuada y según su criterio. - Se le permite tomar iniciativas y decisiones propias al cargo. - La empresa proporciona oportunidades para progresar dentro de ella 	Cualitativa	Escala de Likert
			Relaciones interpersonales	<ul style="list-style-type: none"> • Compañerismo • Trato 	<ul style="list-style-type: none"> - Los colaboradores que trabajan en la empresa se llevan bien entre sí. - Los colaboradores se brindan apoyo mutuo cuando lo necesitan. - La relación que tienen los colaboradores entre sí facilita el desempeño en sus funciones. - El jefe brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan. - Los colaboradores cuentan con trato justo por parte de los jefes. - Disfruta trabajar junto a sus compañeros en la empresa. 		
			Motivación	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y talleres • Recompensa y reconocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Las gerencias brindan las capacitaciones adecuadas para obtener un mejor desarrollo de las actividades. - Recibe reconocimiento por parte de su jefe por la realización y esfuerzo que pone en su trabajo. - El jefe inmediato impulsa las decisiones y acciones individuales como grupales. - La organización realiza reuniones para reconocer el esfuerzo de sus colaboradores en el logro de metas y objetivos de la institución. - La empresa estimula el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores. 		
			Identidad	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso con la institución. • Implicancia y pertenencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce y se identifica con la visión, misión, objetivos y valores de la empresa. - Recomendaría a otros a trabajar en la empresa. - Está comprometido con el éxito de la empresa. - Los colaboradores presentan propuestas y sugerencias para mejorar dentro de la empresa - La contribución de un colaborador es importante para la empresa. 		
			Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura 	<ul style="list-style-type: none"> - Las instalaciones de la empresa son las adecuadas para laborar. - El ambiente laboral es el adecuado para su buen desempeño. - Dispone de tecnología para que facilite su trabajo. 		

Variable independiente: COMUNICACIÓN INTERNA	La comunicación interna permite efectivizar la manera de informar, motivar e integrar adecuadamente a los empleados donde se produce las relaciones humanas con mayor intensidad y aumentar la satisfacción e identificación que sienten por pertenecer a la empresa, sea cual sea la denominación que adquiriera el medio o el instrumento de comunicación que utilice. (Zapata,2015)	Permite informar, motivar e integrar a los colaboradores para producir mejores relaciones humanas y aumenta la satisfacción e identificación de pertenecer a la empresa.	Comunicación intrapersonal	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativa • Identidad • Compromiso 	<ul style="list-style-type: none"> - Piensa y reflexiona antes de emitir una opinión o comentario. - Sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente. - Dice claramente lo que piensa. - Tiene claramente definidas sus funciones y la responsabilidad de su puesto. - Su trabajo es una satisfacción, mas no una obligación. - Aprovecha las críticas de sus superiores para mejorar su desempeño laboral. 	Cualitativa	Escala de Likert
			Comunicación interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> • Participación • Trabajo en equipo • Relación con colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> - Su jefe inmediato fortalece y le brinda la confianza para comunicarse. - Su jefe le expresa claramente los objetivos de la empresa. - Su jefe le comunica y alienta a tener actitudes positivas. - Su jefe inmediato comparte opiniones e información en forma directa. - Su jefe le escucha y respeta su opinión - Su jefe fortalece la unión y la comunicación de su equipo - Participa de las reuniones de equipo para la mejora del lugar del trabajo. - Su jefe les motiva y les alienta a cumplir con las metas de equipo en el área. - Sus compañeros de trabajo respetan sus opiniones entre sí. - Mantienen una buena comunicación entre colaboradores - La relación entre colaboradores es cordial, con respeto y empatía. 		
			Comunicación institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Información institucional 	<ul style="list-style-type: none"> - Su empresa genera espacios que favorecen al encuentro presencial y al dialogo cara a cara - La empresa le expresa las oportunidades de crecer laboralmente. - En su empresa se realizan talleres de escucha, programas y capacitaciones para detectar oportunidades de mejora - La empresa utiliza los medios de comunicación adecuados para generar compromiso e identificación institucional entre colaboradores. - La información que recibe de la organización es a través de los canales formales de comunicación. 		

3.5. Técnicas e instrumentos de investigación

Se optó por elegir como técnica de investigación a la encuesta, en base a la información recopilada por una muestra representativa de la población y permitiendo conocer sus actitudes, opiniones, creencias, valoraciones subjetivas, etc.

La redacción del cuestionario contenía treinta y tres ítems para la primera variable y para la segunda, veinticuatro ítems con alternativas debidamente cuantificadas para su posterior procesamiento.

En la variable clima organizacional, en base al modelo de cuestionario desarrollado por Litwin y Stringer citado por Méndez (2006) que mide la percepción de los empleados en función de 5 dimensiones: se conformó de la manera siguiente por las siguientes dimensiones: autonomía, relaciones interpersonales, motivación, identidad y ambiente. Las alternativas de los ítems de la variable clima organizacional tuvieron la siguiente valoración: totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5).

Del mismo modo la variable de comunicación interna estuvo conformada por las siguientes dimensiones en base a sus funciones determinadas por Zapata (2015) y el modelo de comunicación interna por Tessi (2010), determinándola como una comunicación informativa, integradora, diálogo, identidad y motivacional que es manejada de manera intrapersonal, interpersonal e institucional. De igual manera se manejó la misma valoración: totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5).

El cuestionario sirvió para comprobar el nivel de influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A., una herramienta útil y eficaz para recolectar la información en un tiempo relativamente breve.

3.6. Procedimiento y análisis de información

Para la investigación se realizó una encuesta personal auto administrada a los colaboradores de las distintas áreas de la empresa de Sedalib S.A., los cuales consecuentemente fueron elegidos aleatoriamente.

Se les brindó el plazo de 48 horas para poder responder las preguntas sobre las variables de comunicación interna y de clima organizacional, el instrumento se brindó de manera física, luego de ello se pasó recolectando todo el material por cada área.

- Tratamiento estadístico
 1. Los datos recolectados se trasladaron a una base de datos.
 2. Las tabulaciones se presentaron en tablas de doble entrada y se emplearon algunas figuras de barras y/o circulares para medir la frecuencia y proporcionalidad en cuanto a las respuestas.
 3. Hallados los valores de las variables se trasladaron al software SPSS donde se realizó las pruebas estadísticas inferenciales.
 4. Para la presente investigación se ha escogido la ley de PEARSON, porque a las variables se aplicó una prueba de normalidad la cual daba como resultados que las correlaciones de datos no son normales por lo cual se adaptaba a la aplicación de esta prueba estadística, además de ser nuestras variables cualitativas cuantificadas con escala ordinal.

5. Para hallar el nivel de clima organizacional y de comunicación interna, los resultados de la encuesta fueron tratados mediante el software SPSS, obteniendo promedios para determinar los niveles: alto, medio y bajo.
6. Análisis documental sobre las variables: Comunicación interna y clima organizacional.

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Objetivo específico 1: Determinar el nivel de comunicación interna de los colaboradores en la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018

Tabla 4.1

Nivel de comunicación interna de los colaboradores de la empresa SEDALIB S.A Trujillo 2018

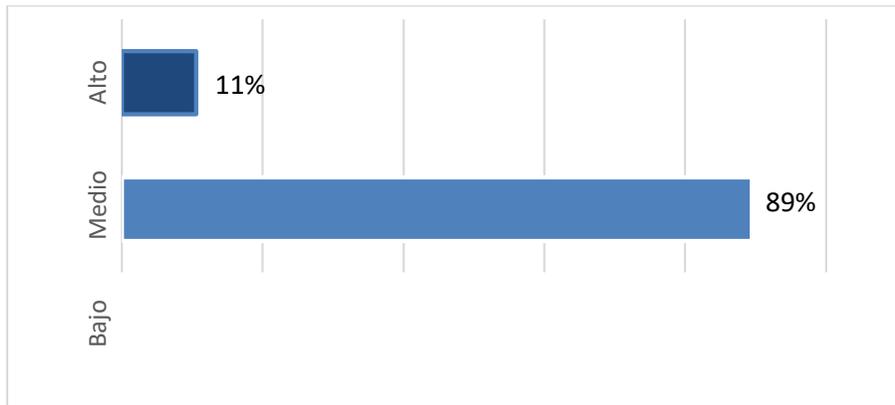
Nivel	n° de colaboradores	%
Bajo	0	0
Medio	195	89
Alto	23	11
Total	218	100

Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Figura 4.1

Nivel de comunicación interna de los colaboradores de la empresa SEDALIB S.A Trujillo 2018



Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: La figura 4.1 demuestra que el 89% de los colaboradores de la empresa SEDALIB S.A presenta una comunicación interna de nivel medio, mientras que un 11% presentan un nivel alto.

Objetivo específico 2: Identificar el nivel del clima organizacional de la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018

Tabla 4.2

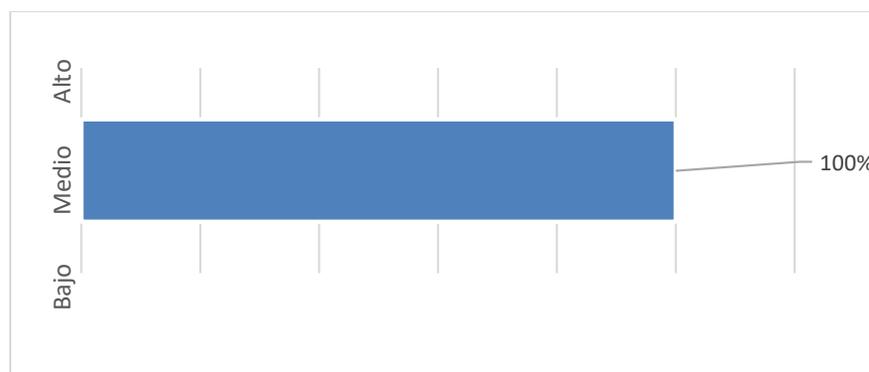
Nivel de clima organizacional de los colaboradores de la Empresa SEDALIB S.A Trujillo 2018

Nivel	n° de colaboradores	%
Bajo	0	0
Medio	218	100
Alto	0	0
Total	218	100

Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020.
Elaboración: Las autoras

Figura 4.2

Nivel de clima organizacional de los colaboradores de la Empresa SEDALIB S.A Trujillo 2018



Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020
Elaboración: Las autoras

Interpretación: La tabla 4.2 demuestra que el 100% de los colaboradores de la empresa de SEDALIB S.A presenta un clima organizacional medio.

Objetivo específico 3: Identificar qué dimensión de la comunicación interna tiene mayor influencia sobre el clima organizacional de los colaboradores en la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018.

Tabla 4.3

Dimensiones de la comunicación interna y su influencia en el clima organizacional de la empresa SEDALIB S.A Trujillo 2018

		Correlaciones			
		Comunicación Interna	Intrapersonal	Interpersonal	Institucional
Clima Organizacional	Correlación de Pearson	1	,665**	,613**	,825**
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
	N	218	218	218	218
Intrapersonal	Correlación de Pearson	,665**	1	-,180**	.126
	Sig. (bilateral)	.000		.008	.063
	N	218	218	218	218
Interpersonal	Correlación de Pearson	,613**	-,180**	1	,951**
	Sig. (bilateral)	.000	.008		.000
	N	218	218	218	218
Institucional	Correlación de Pearson	,825**	.126	,951**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.063	.000	
	N	218	218	218	218

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: La tabla 4.3 muestra que la dimensión de la comunicación interna que más influye en el clima organización es la comunicación institucional, debido a que la correlación que existe entre ambas variables es de 0.825 (correlación positiva fuerte) es decir cuanto mayor sea la comunicación institucional, mayor será también el clima organizacional.

Objetivo General: Determinar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los colaboradores de la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018.

Tabla 4.4

Influencia de la Comunicación interna en el clima organizacional

Correlaciones			
		Comunicación Interna	Clima Organizacional
Comunicación Interna	Correlación de Pearson	1	,845**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	218	218
Clima Organizacional	Correlación de Pearson	,845**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	218	218

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: La Tabla 4.4 demuestra que la comunicación interna influye positivamente en el clima organizacional de la Empresa SEDALIB S.A Trujillo 2018, debido a que el valor del coeficiente de correlación de Pearson es de 0.845 y el valor de Sig. es menor a 0.05

V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Respecto al objetivo específico 1: Determinar el nivel de comunicación interna de los colaboradores en la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018.

Según los resultados obtenidos de los colaboradores, se puede observar que, un 89% considera que el nivel de comunicación interna es medio y un 11% considera que es alto. (Tabla 4.1). Esto se llega a obtener ya que en base al análisis de la comunicación institucional se llega a considerar que la empresa utiliza los medios de comunicación adecuados para generar compromiso e identificación institucional entre colaboradores además de afirmar que esta tiene espacios que favorecen al encuentro presencial y al dialogo cara a cara (Anexo 3 – Figura 10.3)

Además, en base a los resultados de la dimensión de comunicación interpersonal se puede reconocer que la relación entre colaboradores es cordial, con respeto y empatía, así como que consideran que sus jefes les comunican y alientan a tener actitudes positivas. (Anexo 3 – Figura 10.2), aspecto que es mencionado por Martínez (2015), quién considera que se debería enfatizar la comunicación interna en el aspecto motivacional para impulsar a sus colaboradores.

Así como en base a la dimensión Intrapersonal se reconoce que en base a estos resultados resalta que el colaborador piensa y reflexiona antes de emitir una opinión o comentario, así como que aprovecha las críticas de sus superiores para mejorar su desempeño laboral y saben callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente. (Anexo 3 – Figura 10.1)

De esta manera al contrastar los resultados de la variable de comunicación interna de la investigación con los hallazgos obtenidos por los antecedentes citados, se llega a considerar que existe una buena percepción por parte de los colaboradores así como se precisa en el antecedente de Huaranca (2017), en su tesis, “Influencia de la comunicación interna en el clima laboral de la empresa Depósito Pakatnamú Eirl Trujillo año 2017”, donde llega a ser percibida en un nivel alto por el 60.00% de los colaboradores, seguido de un 35.00% que percibe un nivel medio, mientras que el 5.00% percibe un nivel bajo, concluyendo que los colaboradores suelen animarse entre ellos, recalcando el trabajo que realiza la empresa para brindarles un ambiente adecuado y brindarles los medios de comunicación para ser escuchados y mantenerse informados además de mencionar que los jefes/supervisores los motivan a capacitarse y ellos se sienten escuchados por sus superiores, haciendo énfasis en la dimensión de comunicación institucional , tal como se obtiene en éste estudio.

Respecto al objetivo específico 2: Determinar el nivel del clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018.

Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, se percibe que un 100% de los colaboradores de la empresa de SEDALIB S.A califica al clima organizacional con un nivel medio, reconociendo de esta manera que las acciones que más resaltan de la empresa SEDALIB S.A para determinar el nivel del clima según la dimensión de Autonomía es que se reconoce que el colaborador cuenta con plena libertad de realizar sus funciones de la forma adecuada y según su criterio (pregunta 1) (Anexo 3 – Figura 10.4)., tal como lo señala Litwin y Stringer(1968), quienes consideraron que Autonomía es el sentimiento por parte de los colaboradores de "ser su propio jefe", así como de lograr tomar decisiones solo sin llegar a consultar cada paso a sus superiores.

En la dimensión Relaciones Interpersonales, se reconoce que, en base a estos resultados, el jefe brinda a los colaboradores apoyo para superar los obstáculos que se presentan (pregunta 7) (Anexo 3 – Figura 10.5). Así como lo confirma Chacón (2015), en su tesis, *“Análisis del clima organizacional de la empresa representaciones CEM, ubicada en Chiquimula, Chiquimula”*, donde se percibe que tienen acceso con el jefe, para compartir y aportar ideas por parte de los trabajadores, lo cual favorece a la evolución de cada uno de ellos y sobre todo al cumplimiento de objetivos, siendo favorable con la empresa.

Así como para la dimensión Motivación, se reconoce que en base a estos resultados resalta que el colaborador recibe reconocimiento por parte de su jefe por la realización y esfuerzo que pone en su trabajo (pregunta 11) (Anexo 3 – Figura 10.6). Así como lo evidencia Reyes y Zárate (2016), en su tesis, *“Factores del clima organizacional que*

afectan el desempeño laboral en el banco Banbif de Trujillo, 2016”, donde afirman que las relaciones interpersonales (como la comunicación efectiva, los conflictos, la cooperación); el liderazgo (como la imagen del líder, el estilo de jefe, el empowerment); son parte de la premiación y motivación a sus colaboradores.

En la dimensión Identidad, se reconoce que en base a estos resultados resalta que el colaborador está comprometido con el éxito de la empresa (pregunta 17) así como que la empresa considera que la contribución de un colaborador es importante para la empresa. (pregunta 19) y además se reconoce que el colaborador conoce y se identifica con la visión, misión, objetivos y valores de la empresa (pregunta 15) (Anexo 3 – Figura 10.7). Coincidiendo así con Litwin y Stringer (1968), quienes consideraron que Identidad, es el sentimiento que se pertenece a una empresa por parte de sus trabajadores.

Y finalmente en la dimensión Ambiente, se reconoce que en base a estos resultados resalta que el colaborador considera que la empresa dispone de tecnología para que facilite su trabajo (pregunta 22) así como que se considera que el ambiente laboral es el adecuado para el buen desempeño del colaborador (pregunta 21) (Anexo 3 – Figura 10.8)

Concluyendo que se permite que los colaboradores se desempeñen en cierta forma alineados a lo que requiere la organización y brindando por consideración de cada uno de los colaboradores encuestados un nivel medio de clima organizacional, esto queda evidenciado en el análisis a las dimensiones del clima organizacional (Anexo 3 - Figura 10.4). Tal cual como es reforzada por Brunet (2011) donde afirma que “El clima organizacional es eje fundamental para determinar el grado de compromiso e identidad por parte de los colaboradores con la empresa.” Quedando demostrado así que las acciones que la empresa realiza como reuniones de reconocimiento por los logros de sus colaboradores,

el reconocimiento por parte de sus jefes, los talleres de desarrollo personal y profesional, entre otros programas permiten que los colaboradores tengan plena libertad de realizar sus funciones de la forma adecuada según su criterio.

Respecto al objetivo específico 3: Identificar qué dimensión de la comunicación interna tiene mayor influencia sobre el clima organizacional en Sedalib S.A. Trujillo 2018.

Según la prueba de correlación de Pearson, se llega a identificar de igual manera que la dimensión de la comunicación interna que más influye en el clima organizacional es la comunicación institucional, debido a que la correlación que existe entre ambas variables es de 0.825 (correlación positiva fuerte) es decir cuanto mayor sea la comunicación institucional, mayor será también el clima organizacional. Esto indica que a medida que la comunicación institucional aumente también el clima organizacional lo hará en ambos casos.

Según el análisis de correlación de cada una de las dimensiones de la comunicación interna, sobre la variable clima organizacional, queda demostrada que, en base a las 3 dimensiones analizadas, su influencia es significativa en la variable del Clima organizacional, indicando que a medida que la comunicación institucional aumente también el clima organizacional en ambos casos, con una significancia del $0.063 < 0.05$.

Es así que se determina que al reforzar las actividades de las dimensiones de comunicación interna se podrá obtener un buen clima laboral.

Esto se evidencia a través de los resultados que analizamos en la dimensión de comunicación institucional, donde los colaboradores consideran que los programas de inducción para Sedalib S.A. son los adecuados, que los medios que utilizan para informar dentro de la empresa son eficaces, asimismo, afirman que los mantienen informados sobre las campañas internas que realizan (salud, desarrollo de líderes, etc.) y sobre las metas de su área, evidenciando que la empresa utiliza los medios de comunicación adecuados para generar compromiso e identificación institucional entre colaboradores (pregunta 43)

(Anexo 3 – Figura 10.3) además de considerar que la empresa genera espacios que favorecen al encuentro presencial y al diálogo cara a cara (pregunta 40) (Anexo 3 – Figura 10.3). Esto reafirma la definición de Tessi (2010) en el entorno laboral, donde considera que los colaboradores reciben mensajes de la organización todo el tiempo, inclusive cuando la empresa no tenga la intención de enviar mensajes, ya se está comunicando. De tal manera, se llega a determinar que la pieza clave de una comunicación efectiva es escuchar, así como el esfuerzo fundamental que implica la interpretación emocional del contexto del destinatario es empatizar y para la emisión se considera los pasos anteriores, permitiendo acentuar la calidad de comunicaciones que la empresa realiza.

En relación al objetivo general: Determinar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018.

Según la aplicación de Pearson, para determinar la influencia de la comunicación interna en el clima organización de la empresa Sedalib S.A 2018, se obtuvo que la comunicación interna frente al clima organizacional obtiene una correlación de significancia de 0.845 , la cual sirve para afirmar que existe una influencia significativa, determinando así que la comunicación interna influye significativamente en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018, teniendo una significancia menor a 0.05, entonces se rechaza H_0 y se acepta H_1 . (Tabla 4.4)

Según los resultados obtenidos se está acuerdo con lo que afirma Vilanova (2015), cuando hace énfasis en la importancia de la comunicación interna sobre la empresa, pues la considera como el sistema sanguíneo de las compañías que permite obtener consensos para mejorar las situaciones de cambio y mantener un buen proceso de adaptación.

Así mismo, se puede corroborar con las actividades que viene realizando la empresa, la utilización de los canales informativos (digitales como su plataforma virtual y grupos de whatsapp), la realización de talleres de escucha, programas y capacitaciones para detectar oportunidades de mejora. Características que son obtenidas en nuestros resultados.

VI. CONCLUSIONES

1. La comunicación interna influye significativamente en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018, ya que la comunicación interna frente al clima organizacional obtiene una correlación de significancia de 0.845.
2. El nivel de comunicación interna es medio por parte de la institución ya que las acciones y canales de comunicación que se utiliza son eficaces para llegar a cada colaborador sin embargo según los resultados los colaboradores no consideran que son suficientes para que se mantenga una buena comunicación e interacción entre jefe - colaborador, institución – colaborador y colaborador – colaborador.
3. El nivel de clima organizacional es medio por parte de los colaboradores ya que consideran que mantienen un manejo moderado que les permiten trabajar con comodidad y ser más productivos, definiendo que su trabajo es una satisfacción más no una obligación, siendo las dimensiones más valoradas el de relaciones interpersonales y de identidad mientras que las menos valoradas son las dimensiones de autonomía, motivación y ambiente.
4. En base a las 3 dimensiones analizadas, se llega a determinar que la dimensión de la comunicación interna que influiría más en la variable del Clima organizacional, sería la de la comunicación institucional porque la empresa usa los medios informativos adecuados para informar, desarrolla talleres y capacitaciones de crecimiento tanto profesional como personal, realiza programas de inducción para que el colaborador se sienta identificado y suelen resolver las dudas existentes mediante sus canales de comunicación.

VII. RECOMENDACIONES

1. Reforzar en la dimensión interpersonal la capacidad de liderazgo de los jefes de área a través de talleres de liderazgo, mentorías y coaching motivacional; para generar seguridad de liderar y generar trabajo en equipo por parte de sus colaboradores. Cada mes se desarrollarán estos talleres en los que permitirán evaluar el desempeño y crecimiento profesional para monitorear su área.
2. Intensificar el interés del colaborador por participar en actividades que refieran a la mejora de la empresa, a través de la creación de un Comité donde participen los mismos colaboradores de distintas áreas, siendo estos los encargados de monitorear la participación de sus compañeros en las actividades. Cada 6 meses este Comité rotará los participantes para una mejor integración, recibiendo estos un reconocimiento público por incentivar a sus compañeros.
3. Fortalecer la relación de colaborador – empresa, a través de la entrega de beneficios a cada uno de ellos en referencia al crecimiento personal como profesional, por ejemplo, en base a la línea de carrera dentro de la organización, los beneficios institucionales, los convenios con otras instituciones para ellos y sus familias, entre otros. Así los colaboradores llegarán a sentirse identificados.
4. Afianzar los programas de inducción para los nuevos colaboradores, aplicar el proceso de inducción adecuada con la ayuda del vocero institucional del área al que se le asigne al ingresante, quien por un mes será guía y apoyo del nuevo integrante en la institución. Al finalizar el mes, se realizará una evaluación al nuevo colaborador sobre todo lo aprendido.

5. Consolidar los canales de comunicación que use la empresa para que permanezcan actualizados, designar un vocero por área para que tenga la función de informar todas las actividades a sus compañeros, este será el encargado de mantener contacto directo con el área de Comunicación y marketing.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Tesis y trabajo de grado

- Chacon, V. (2015). *Análisis del clima organizacional de la empresa representaciones CEM, ubicada en Chiquimula, Chiquimula* (tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Zacapa, Guatemala.
- Huaranca, J. y Rodriguez, K. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima laboral de la empresa depósito Pakatnamú Eirl Trujillo año 2017* (tesis de pregrado), Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- León, A. y Mejía, S. (2010). *Propuestas de comunicación interna para la Municipalidad de Cuenca* (tesis de pregrado), Universidad De Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- Reyes, R. y Zárate, D. (2016). *Factores del clima organizacional que afectan el desempeño laboral en el banco Banbif de Trujillo, 2016* (tesis de pregrado), Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- Solano, M. (2018). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Cosapi data. Año 2016* (tesis de pregrado), Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Trujillo, K. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del Sector energía y minas; 2017* (tesis de pregrado), Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú.

Libro

- Brunet, L. (2011) *El Clima de Trabajo en las Organizaciones*. México: Trillas, págs. 28-32.
- Chiavenato. *Comportamiento organizacional*, op. Cit., pp. 121-122. Citado por: Chiavenato, I. (2011) *Administración de Recursos Humanos*. México: McGraw Hill. Pág. 72
- Méndez Alvares, C. (2006). *Clima Organizacional*. Bogotá, Colombia: Centro Editorial Universitario del Rosario.
- Muñoz, P. A. (2014). *El sentido de pertenencia como estrategia organizacional*. Perú: Psicología Vol. 32.
- Pizzolante, I (2004). *El poder de la comunicación estratégica*. México: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación. México: Pearson Educación.

Libro en versión electrónica

Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica*.

Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=bwelcBnPNuoC&pg=PA132&lpg=PA132&dq=comunicacion+interna+andrade&source=bl&ots=gnF>

Capriotti P. (2009). *Branding Corporativo Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Recuperado de:

<http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>

Cebrián, V. (2013). *Importancia de la Comunicación Organizacional*. Recuperado de:

<https://ciclusgroup.wordpress.com/2013/01/18/importancia-de-lacomunicacion-organizacional/>

Chiavenato, I. (2009). *Administración de los Recursos Humanos*. México: Mc Graw Hill.

Recuperado de: <https://ingenieriapetroquimicaunefazulia.files.wordpress.com/2011/04/administracion-de-recursos-humanos-5-ed-idalberto-chiavenato2.pdf>

files.wordpress.com/2011/04/administracion-de-recursos-humanos-5-ed-idalberto-chiavenato2.pdf

García, J. (s.f.). Equipohumano. Obtenido de <http://www.equipo humano.com /combatir-incomunicacioninterdepartamental/>

Goncalvez. (2013). *Importancia del Clima Organizacional*. México: Factor Intelectual S.C.

Recuperado de: <https://factorintelectual.wordpress.com/2013/05/27/importancia-del-climaorganizacional/>

Martínez, E. (2015) *La comunicación interna: la batuta para motivar a los empleados*.

Recuperado de: <https://www.motivacionymas.com /comunicacion-interna-motivacion/>

Tessi, M. (2010). *El difícil equilibrio entre Sentido y Salario*. RedInside, v(38). Recuperado de

<http://www.redinside.com.ar/7-destacados/el-dificil-equilibrio-entre-sentido-y-salario-2/>

Tessi, M. (s.f.). *Sistema de comunicación 1ª*. Recuperado de <http://manuel tessi.com/autor/>

Vilanova, N. (2015). *La República*. Recuperado de:

<https://www.larepublica.co/analisis/nuriavilanova-509356/dircoms-o-digicom-2242606>

Zapata, L. (2015). *Funciones de la Comunicación Interna*. Recuperado de:
<https://todosobrecomunicacion.com/tipos-de-comunicacion/campos/comunicacion-organizacional/comunicacion-interna/en-empresas>

X. ANEXO

10.1. ANEXO 1

CUESTIONARIO

Somos bachilleres de Ciencias de la Comunicación de la UPAO y estamos realizando una encuesta sobre comunicación interna y clima organizacional a los colaboradores de SEDALIB S.A., con la finalidad de obtener datos para la realización de nuestra tesis. ¡La encuesta es totalmente anónima y con fines académicos, contestar con sinceridad ya que cada una de tus respuestas son importantes! MUCHAS GRACIAS.

Género: M-- -F---

Edad:

Área:

Marca en el cuadro con un ASPA tu respuesta.

	TOTALMEN TE EN DESACUERD O	EN DESACUER DO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUER DO	DE ACUERDO	TOTALME NTE DE ACUERDO
	1	2	3	4	5
Clima Organizacional					
DIMENSIÓN: Autonomía					
1. Cuenta con plena libertad de realizar sus funciones de la forma adecuada y según su criterio.					
2. Se le permite tomar iniciativas y decisiones propias al cargo.					
3. La empresa proporciona oportunidades para progresar dentro de ella					

DIMENSIÓN: Relaciones interpersonales					
4. Los colaboradores que trabajan en la empresa se llevan bien entre sí.					
5. Los colaboradores se brindan apoyo mutuo cuando lo necesitan.					
6. La relación que tienen los colaboradores entre sí facilita el desempeño en sus funciones.					
7. El jefe brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan.					
8. Los colaboradores cuentan con trato justo por parte de los jefes.					
9. Disfruta trabajar junto a sus compañeros en la empresa.					
DIMENSIÓN: Motivación					
10. Las gerencias brindan las capacitaciones adecuadas para obtener un mejor desarrollo de las actividades.					
11. Recibe reconocimiento por parte de su jefe por la realización y esfuerzo que pone en su trabajo.					
12. El jefe inmediato impulsa las decisiones y acciones individuales como grupales.					

13. La organización realiza reuniones para reconocer el esfuerzo de sus colaboradores en el logro de metas y objetivos de la institución.					
14. La empresa estimula el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores.					
DIMENSION: Identidad					
15. Conoce y se identifica con la visión, misión, objetivos y valores de la empresa.					
16. Recomendaría a otros a trabajar en la empresa.					
17. Está comprometido con el éxito de la empresa.					
18. Los colaboradores presentan propuestas y sugerencias para mejorar dentro de la empresa					
19. La contribución de un colaborador es importante para la empresa.					
DIMENSION: Ambiente					
20. Las instalaciones de la empresa son las adecuadas para laborar.					
21. El ambiente laboral es el adecuado para su buen desempeño.					

22. Dispone de tecnología para que facilite su trabajo.					
	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
	1	2	3	4	5
Comunicación Interna					
DIMENSIÓN: Comunicación Intrapersonal					
23. Piensa y reflexiona antes de emitir una opinión o comentario.					
24. Sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente.					
25. Dice claramente lo que piensa.					
26. Tiene claramente definidas sus funciones y la responsabilidad de su puesto.					
27. Su trabajo es una satisfacción, mas no una obligación.					
28. Aprovecha las críticas de sus superiores para mejorar su desempeño laboral.					
DIMENSIÓN: Comunicación interpersonal					

29. Su jefe inmediato fortalece y le brinda la confianza para comunicarse.					
30. Su jefe le expresa claramente los objetivos de la empresa.					
31. Su jefe le comunica y alienta a tener actitudes positivas.					
32. Su jefe inmediato comparte opiniones e información en forma directa.					
33. Su jefe le escucha y respeta su opinión					
34. Su jefe fortalece la unión y la comunicación de su equipo					
35. Participa de las reuniones de equipo para la mejora del lugar del trabajo.					
36. Su jefe les motiva y les alienta a cumplir con las metas de equipo en el área.					
37. Sus compañeros de trabajo respetan sus opiniones entre sí.					
38. Mantienen una buena comunicación entre colaboradores					
39. La relación entre colaboradores es cordial, con respeto y empatía.					

DIMENSIÓN: Comunicación institucional					
40. Su empresa genera espacios que favorecen al encuentro presencial y al dialogo cara a cara					
41. La empresa le expresa las oportunidades de crecer laboralmente.					
42. En su empresa se realizan talleres de escucha, programas y capacitaciones para detectar oportunidades de mejora					
43. La empresa utiliza los medios de comunicación adecuados para generar compromiso e identificación institucional entre colaboradores.					
44. La información que recibe de la organización es a través de los canales formales de comunicación.					

10.2. ANEXO 2

SONDEO:

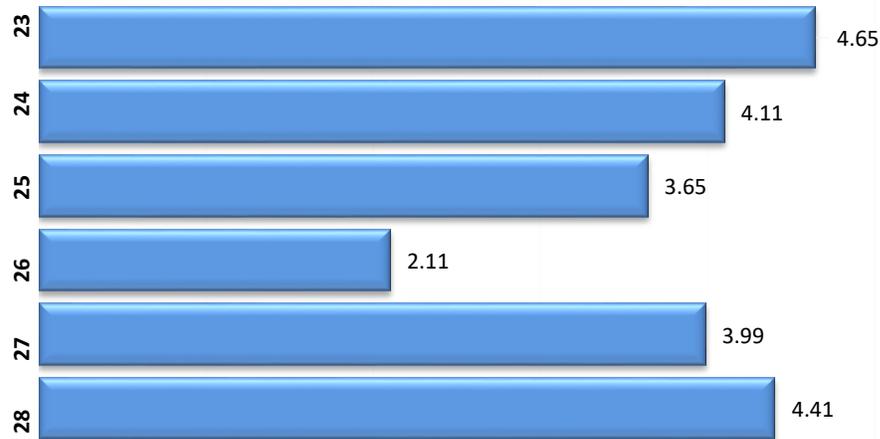
1. Estás de acuerdo con los cargos laborales asignados para cada colaborador.
2. Crees que hay personas con un mejor perfil para ocupar puestos mejores.
3. Consideras que existen afinidad por algún colaborador al asignarse un puesto
4. Crees que los canales para informar al colaborador son los correctos.
5. Consideras que la relación entre jefe – colaborador es la adecuada.

10.3. ANEXO 3

10.3.1 COMUNICACIÓN INTERNA

Figura 10.1

Media de la Comunicación Intrapersonal



- 23. Piensa y reflexiona antes de emitir una opinión o comentario
- 24. Sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente.
- 25. Dice claramente lo que piensa.
- 26. Tiene claramente definidas sus funciones y la responsabilidad de su puesto.
- 27. Su trabajo es una satisfacción, mas no una obligación.
- 28. Aprovecha las críticas de sus superiores para mejorar su desempeño laboral.

Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: Frente a la comparación de las acciones que más resaltan dentro de la comunicación intrapersonal para la empresa Sedalib S.A , se reconoce que en base a estos resultados resalta que el colaborador piensa y reflexiona antes de emitir una opinión o comentario (P23) así como que aprovecha las críticas de sus superiores para mejorar su desempeño laboral (P28) y saben callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente (P24).

Figura 10.2

Media de la Comunicación Interpersonal



- 29. Su jefe inmediato fortalece y le brinda la confianza para comunicarse.
- 30. Su jefe le expresa claramente los objetivos de la empresa.
- 31. Su jefe le comunica y alienta a tener actitudes positivas.
- 32. Su jefe inmediato comparte opiniones e información en forma directa.
- 32. Su jefe inmediato comparte opiniones e información en forma directa.
- Su jefe fortalece la unión y la comunicación de su equipo
- 35. Participa de las reuniones de equipo para la mejora del lugar del trabajo.
- 36. Su jefe les motiva y les alienta a cumplir con las metas de equipo en el área.
- 37. Sus compañeros de trabajo respetan sus opiniones entre sí.
- 38. Mantienen una buena comunicación entre colaboradores
- 39. La relación entre colaboradores es cordial, con respeto y empatía.

Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: Frente a la comparación de las acciones que más resaltan dentro de la comunicación interpersonal para la empresa Sedalib S.A , se reconoce que en base a estos resultados resalta que la relación entre colaboradores es cordial, con respeto y empatía (P39) así como que consideran que su jefe les comunican y alientan a tener actitudes positivas (P31).

Figura 10.3.

Media de la Comunicación Institucional



Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: Frente a la comparación de las acciones que más resaltan dentro de la comunicación institucional para la empresa Sedalib S.A , se reconoce que en base a estos resultados resalta que la empresa utiliza los medios de comunicación adecuados para generar compromiso e identificación institucional entre colaboradores (P43) además de considerar que la empresa genera espacios que favorecen al encuentro presencial y al dialogo cara a cara (P40).

10.3.2. CLIMA ORGANIZACIONAL

Figura 10.4

Media de la dimensión Autonomía



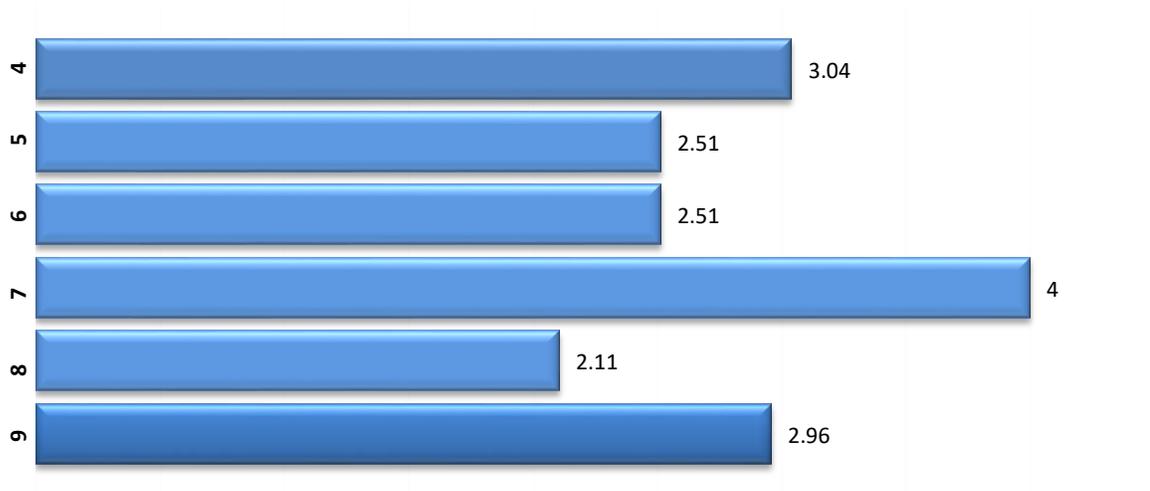
Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: Frente a la comparación de las acciones que más resaltan dentro de la dimensión Autonomía del Clima organizacional para la empresa Sedalib S.A , se reconoce que en base a estos resultados resalta que el colaborador cuenta con plena libertad de realizar sus funciones de la forma adecuada y según su criterio (P1).

Figura 10.5

Media de la dimensión Relaciones Interpersonales



- 4. Los colaboradores que trabajan en la empresa se llevan bien entre sí.
- 5. Los colaboradores se brindan apoyo mutuo cuando lo necesitan
- 6. La relación que tienen los colaboradores entre sí facilita el desempeño en sus funciones.
- 7. El jefe brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan.
- 8. Los colaboradores cuentan con trato justo por parte de los jefes.
- 9. Disfruta trabajar junto a sus compañeros en la empresa.

Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: Frente a la comparación de las acciones que más resaltan dentro de la dimensión Relaciones Interpersonales del Clima organizacional para la empresa Sedalib S.A , se reconoce que en base a estos resultados resalta que el jefe brinda a los colaboradores apoyo para superar los obstáculos que se presentan (P7).

Figura 10.6.

Media de la dimensión Motivación



- 10. Las gerencias brindan las capacitaciones adecuadas para obtener un mejor desarrollo de las actividades.
- 11. Recibe reconocimiento por parte de su jefe por la realización y esfuerzo que pone en su trabajo.
- 12. El jefe inmediato impulsa las decisiones y acciones individuales como grupales.
- 13. La organización realiza reuniones para reconocer el esfuerzo de sus colaboradores en el logro de metas y objetivos de la institución.
- 14. La empresa estimula el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores.

Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: Frente a la comparación de las acciones que más resaltan dentro de la dimensión Motivación del Clima organizacional para la empresa Sedalib S.A , se reconoce que en base a estos resultados resalta que el colaborador recibe reconocimiento por parte de su jefe por la realización y esfuerzo que pone en su trabajo. (P11)

Figura 10.7

Media de la dimensión Identidad



Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: Frente a la comparación de las acciones que más resaltan dentro de la dimensión Identidad del Clima organizacional para la empresa Sedalib S.A , se reconoce que en base a estos resultados resalta que el colaborador está comprometido con el éxito de la empresa (P17) así como que la empresa considera que la contribución de un colaborador es importante para la empresa. (P19) y además se reconoce que el colaborador conoce y se identifica con la visión, misión, objetivos y valores de la empresa (P15).

Figura 10.8

Media de la dimensión Ambiente



Fuente: Encuesta aplicada en setiembre del 2020

Elaboración: Las autoras

Interpretación: Frente a la comparación de las acciones que más resaltan dentro de la dimensión Ambiente del Clima organizacional para la empresa Sedalib S.A , se reconoce que en base a estos resultados resalta que el colaborador considera que la empresa dispone de tecnología para que facilite su trabajo (P22) así como que se considera que el ambiente laboral es el adecuado para el buen desempeño del colaborador (P21).