



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela Profesional de Trabajo Social

**Influencia de la Comunicación Organizacional en el
Clima Laboral: Perspectivas desde el Trabajo Social
en la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024**

TESIS

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Trabajo Social

AUTOR

Rodrigo Elías YUPANQUI MEJÍA

ASESOR

Dra. Juana Patricia HIDALGO EURIBE

Lima, Perú

2025



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Yupanqui, R. (2025). *Influencia de la Comunicación Organizacional en el Clima Laboral: Perspectivas desde el Trabajo Social en la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Trabajo Social]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Rodrigo Elías Yupanqui Mejía
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	73066703
URL de ORCID	
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Juana Patricia Hidalgo Euribe
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	08756320
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-0918-338X
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Jorge García Escobar
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	25770337
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Esther Judit Vidal Córdova
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08436578
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Joel Manuel Cáceres Paredes
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	42752194

Datos de investigación	
Línea de investigación	E.4.6.4. La responsabilidad social empresarial
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Distrito: San Isidro Avenida: Javier Prado 278 Latitud: -12.0922754 Longitud: -77.0352289
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Abril 2024 - diciembre 2024
URL de disciplinas OCDE	Otras ciencias https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.09.02



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Universidad del Perú. Decana de América

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

VICEDECANATO ACADÉMICO DE PREGRADO

ACTA PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN TRABAJO SOCIAL

En Lima, a los dieciocho días del mes de febrero del dos mil veinticinco, reunidos en el Salón de Grados de la Facultad de Ciencias Sociales, bajo la presidencia del Dr. Jorge García Escobar, y con la asistencia de los miembros del Jurado y de la Vicedecana Académica de la Facultad, se inició la sustentación de la Tesis presentada por el Bachiller: Rodrigo Elías Yupanqui Mejía, para optar el **TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN TRABAJO SOCIAL**, con la tesis titulada:

“Influencia de la Comunicación Organizacional en el Clima Laboral: Perspectivas desde el Trabajo Social en la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024”

A continuación, se formularon las preguntas y observaciones por parte de los miembros del Jurado. Luego de absueltas, el Jurado procedió a calificar la exposición de la Tesis obteniendo la nota:

Dieciocho (18)

El Jurado, de conformidad al Reglamento General de Grados y Títulos de la Facultad, acordó otorgar al **Bachiller, Rodrigo Elías Yupanqui Mejía**, el **TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN TRABAJO SOCIAL** y para dar constancia de ello se extendió la presente Acta y firmaron:

Dr. Jorge García Escobar
Presidente

Dra. Esther Judith Vidal Córdova
Miembro

Mg. Joel Manuel Cáceres Paredes
Miembro

Dra. Juana Patricia Hidalgo Euribe
Asesor



UNMSM

Firmado digitalmente por CASALINO
SEN Carlota Alicia FAU 20148092282
soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 21.02.2025 12:46:04 -05:00

Vicedecana Académica



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo **Juana Patricia Hidalgo Euribe**, en mi condición de asesora acreditada con la RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 29-2024-EPTS-FCCSS-UNMSM de la tesis de investigación académica, cuyo título es "Influencia de la Comunicación Organizacional en el Clima Laboral: Perspectivas desde el Trabajo Social en la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024" presentada por el bachiller Rodrigo Elías Yupanqui Mejía, para optar al título profesional de Licenciado en Trabajo Social, CERTIFICO que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante el software de similitud textual, el documento evaluado cuenta con el porcentaje de 3% de similitud, nivel PERMITIDO para continuar con los trámites correspondientes y para su publicación en el repositorio institucional. Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del título correspondiente.

Firma de la asesora

DNI: 08756320

Nombres y apellidos del asesor: Juana Patricia Hidalgo Euribe



Índice

Índice	ii
Introducción.....	4
CAPÍTULO I.....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.1. Descripción de la situación problemática.....	6
1.2. Formulación del problema	10
1.2.1. Pregunta principal	10
1.2.2. Preguntas específicas	10
1.3. Objetivos de la investigación	10
1.3.1. Objetivo general.....	10
1.3.2. Objetivos específicos	10
1.4. Justificación e importancia de la investigación.....	11
1.5. Hallazgos y limitaciones de la investigación	12
CAPÍTULO II.....	14
MARCO TEÓRICO	14
2.1. Antecedentes del estudio.....	14
2.2. Bases teóricas	19
2.3. Marco conceptual.....	21
2.4. Definición de términos o categorías de análisis	32
CAPÍTULO III	34
HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	34
3.1. Hipótesis.....	34
3.1.1. Hipótesis o supuestos	34
3.1.2. Hipótesis Específicas	34
3.2. Sistemas y Variables de análisis	34
3.2.1. Identificación de variables	34
3.2.2. Operacionalización de variables	34
3.2.3. Matriz de consistencia	35
CAPÍTULO IV	36
METODOLOGIA.....	36
4.1. Área de estudio.....	36
4.2. Diseño de investigación	36

4.3. Población y muestra	37
4.4. Procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	37
4.5. Análisis estadístico	38
CAPÍTULO V	39
RESULTADO Y ANÁLISIS	39
5.1. Resultados descriptivos	39
5.2. Resultados inferenciales	41
CAPÍTULO VI	43
DISCUSIÓN	43
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
ANEXOS	57
Anexo 1: Matriz de Operacionalización de variables	58
Anexo 2: Matriz de Consistencia	60
Anexo 3: Cuestionarios	62

Introducción

La comunicación desempeña un rol fundamental en el funcionamiento de las organizaciones, ya que no solo influye en la toma de decisiones, sino también en el bienestar y la motivación de los colaboradores. La comunicación organizacional es un proceso clave que contribuye a la creación de un ambiente laboral saludable, eficiente y productivo. Su efectividad puede ser determinante para el desarrollo de un clima laboral positivo, en el cual los empleados se sientan valorados, motivados y comprometidos con los objetivos institucionales (Harvard Business School, 2023).

El clima laboral, por su parte, hace referencia al ambiente emocional y psicológico que prevalece dentro de una organización, el cual afecta de manera directa en el desempeño y satisfacción de los empleados. Un clima laboral favorable es esencial para el rendimiento de los colaboradores y para la consecución de las metas organizacionales. La influencia que la comunicación organizacional ejerce sobre este clima es un tema de creciente interés, pues permite identificar cómo las dinámicas comunicativas, tanto formales como informales, inciden en el bienestar y la productividad de los trabajadores (Zhenjing et al., 2022).

Es preciso mencionar que, de acuerdo con el Foro Económico Mundial, en 2022, más del 50% de los trabajadores a nivel global experimentaron una desconexión emocional significativa de sus trabajos, reflejando una insuficiencia en el compromiso y satisfacción organizacional (Foro Económico Mundial, 2022). Este problema también se ha manifestado en América Latina, donde en 2023 se registraron altos índices de desmotivación laboral en países como Colombia y Chile, índices que superan el 15%. Estos datos evidencian una grave crisis de compromiso laboral, que afecta tanto a la productividad como al bienestar general de los empleados. Dicho de otro modo, se requiere una atención urgente a la mejora de las prácticas de comunicación organizacional y del clima laboral para fortalecer el compromiso de los trabajadores y reducir el riesgo de desmotivación y desvinculación (Villatoro, 2023).

Por consiguiente, el presente estudio tiene como objetivo general: determinar la relación entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024. Para ello, se plantearon dos objetivos específicos: identificar cómo se desarrolla la comunicación organizacional entre los trabajadores de la empresa, considerando sus características, flujos y posibles barreras. De igual modo, identificar las

condiciones del clima laboral, evaluando factores como el ambiente de trabajo, las relaciones interpersonales y la percepción de los empleados sobre su entorno laboral. Estos objetivos permitirán comprender cómo ambas variables interactúan y afectan el desempeño y bienestar de los trabajadores.

En lo que respecta al contenido, la investigación se estructura en siete capítulos, los cuales abordan de manera integral el tema de estudio. El Capítulo I se dedica al planteamiento del problema, describiendo la situación problemática, la formulación de preguntas de investigación, así como los objetivos generales y específicos. Además, se discuten los hallazgos y limitaciones del estudio. El Capítulo II proporciona el marco teórico, que incluye antecedentes del estudio, bases teóricas y un marco conceptual, seguido de una definición de términos clave. En el Capítulo III, se plantean las hipótesis del estudio, tanto generales como específicas, y se detallan las variables de análisis, su identificación y operacionalización, así como la matriz de consistencia. El Capítulo IV aborda la metodología empleada en la investigación, incluyendo el área de estudio, el diseño de investigación, la población y muestra, y los procedimientos para la recolección de datos, junto con el análisis estadístico realizado. El Capítulo V presenta los resultados obtenidos, organizados en resultados descriptivos e inferenciales. En el Capítulo VI, se lleva a cabo una discusión sobre los hallazgos, mientras que el Capítulo VII expone las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio. Finalmente, se incluyen las Referencias Bibliográficas y Anexos que complementan la investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la situación problemática

En el contexto actual, caracterizado por la globalización, la digitalización y los rápidos cambios en el entorno laboral, las empresas se enfrentan a una serie de retos en cuanto a la gestión de la comunicación interna y la creación de un clima laboral favorable. Al respecto, una comunicación organizacional deficiente puede generar diversos problemas, tales como dificultades en la coordinación de tareas y proyectos, falta de cohesión entre los equipos y desalineación con los valores y objetivos de la organización. Esto puede tener un impacto directo en la productividad, la calidad del trabajo y la satisfacción laboral de los empleados (Tsipursky, 2023).

La comunicación organizacional ineficaz se convierte en un problema significativo que no solo afecta la cohesión interna, sino también el bienestar de los empleados. Esto se debe a que puede desencadenar desmotivación, estrés laboral y un distanciamiento entre los equipos, lo que genera desconexión con los valores organizacionales. Lo anterior no solo compromete la productividad y la calidad del trabajo, sino que afecta negativamente la moral de los empleados y creando un círculo vicioso que impacta tanto en el desempeño como en la estabilidad de la organización (Avilés & Campos, 2020).

Considerando lo mencionado con anterioridad, a nivel internacional según el Foro económico mundial, en el año 2022 se ha podido identificar que cerca del 60% de los empleados se sintieron emocionalmente desvinculados de su trabajo. En ese mismo año, el impacto de la pandemia en la comunicación organizacional y el clima laboral fue significativo, sobre todo debido al confinamiento obligatorio. Este periodo, que forzó a muchos empleados a trabajar desde casa o en condiciones aisladas, afectó profundamente la manera en que los trabajadores se relacionaban con sus compañeros y la organización en general. Esta falta de conexión puede indicar una falta de compromiso, motivación y satisfacción laboral, factores que están estrechamente relacionados con la comunicación deficiente, la falta de

reconocimiento y el apoyo insuficiente por parte de la empresa. De la misma manera, en ese mismo año, el 44% de los colaboradores declararon haber experimentado estrés durante sus jornadas laborales. El estrés puede ser elevado por una comunicación ineficaz, malentendidos en las expectativas laborales y una cultura empresarial poco saludable, lo que puede tener consecuencias adversas tanto para el bienestar de los empleados como para el rendimiento organizacional en general. Es necesario mencionar que los trabajadores del sur de Asia obtuvieron la puntuación de bienestar más baja de todas las regiones, ya que solo el 11% de los habitantes de Afganistán, Bangladesh, India, Nepal, Pakistán y Sri Lanka afirmaron sentirse bien en el trabajo (Foro Económico Mundial, 2022).

Al respecto, la desconexión emocional de los empleados y el elevado estrés en el entorno laboral, revelan un problema estructural que afecta el bienestar psicosocial de los trabajadores y, en consecuencia, la productividad de las organizaciones. La falta de compromiso y la alta incidencia de estrés sugieren un entorno donde los empleados no se sienten valorados, escuchados ni apoyados, lo que perpetúa la insatisfacción y el desgaste emocional. Un ejemplo claro se observa en el sector de atención al cliente, donde los trabajadores, expuestos a interacciones demandantes, suelen experimentar agotamiento y estrés elevado debido a la falta de recursos y apoyo. El Trabajo Social puede intervenir implementando estrategias de apoyo emocional, fomentando una comunicación efectiva y promoviendo políticas que valoren el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, factores esenciales para mejorar la satisfacción y el compromiso laboral (Flores & Cruzado, 2018).

En Latinoamérica, en el año 2023 se ha evidenciado una situación similar, debido a que, ante deficiencias encontradas en el clima y la comunicación organizacional, en Colombia y Chile, las tasas de desmotivación en el trabajo han alcanzado índices del 16% y 44% respectivamente. De igual manera, en dichos países, la rotación del personal adjudicada a factores como un entorno laboral inadecuado y ausencia de comunicación entre los colaboradores, ha alcanzado índices de 59% en Chile y del 40% en Colombia. Lo anterior puede traducirse en equipos desintegrados y en un servicio al cliente inconsistente, lo que a su vez afecta la reputación y la rentabilidad de la empresa. Desde el Trabajo Social, es crucial intervenir con programas de

fortalecimiento del clima organizacional que incluyan talleres de comunicación efectiva, estrategias de reconocimiento laboral y la creación de espacios de diálogo que permitan a los empleados expresar sus inquietudes y contribuir activamente al desarrollo organizacional (Villatoro, 2023).

A nivel nacional, en el año 2023 se ha podido identificar que cuatro de cada diez trabajadores peruanos se consideran en 'renuncia silenciosa'. Es decir, un 69% de los colaboradores en una empresa ya se encuentra buscando un nuevo empleo, mientras aún siguen en el actual. Esta situación indica una profunda insatisfacción y desvinculación emocional con sus trabajos actuales, lo que podría atribuirse a una falta de comunicación efectiva, falta de reconocimiento, ausencia de oportunidades de desarrollo profesional, y un ambiente laboral poco saludable (Reyes, 2023). En ese mismo año, se ha identificado que la tasa de trabajadores peruanos insatisfechos con su empleo ha aumentado en un 20% respecto al año 2022, con un 42% expresando descontento con su trabajo actual (Ameghino, 2023).

A nivel regional en Lima, según el estudio de Lizardo en 2022, se ha identificado que casi el 20% de los colaboradores presentó un nivel de estrés regular y aproximadamente un 16% evidenció un grado de estrés elevado debido factores asociados a un clima organizacional deficiente, tales como no contar con incentivos, no presentar un contrato indeterminado, tener nivel remunerativo bajo y no tener estabilidad laboral. Esta situación no solo afecta el bienestar emocional y físico de los trabajadores, sino que también tiene repercusiones en la productividad y la retención del personal (Lizardo, 2022).

Este fenómeno revela una realidad alarmante: la vulnerabilidad psicosocial de los trabajadores en un contexto laboral marcado por la precariedad, la falta de incentivos, la inseguridad laboral y bajos salarios. La inexistencia de contratos estables y la falta de reconocimiento no solo afectan el bienestar emocional de los empleados, sino que perpetúan un ciclo de desconfianza y desmotivación que impacta directamente en el clima laboral y su salud mental. Esta situación no solo vulnera los derechos básicos de los trabajadores, sino que también pone en evidencia una estructura laboral que favorece la explotación y la deshumanización, sin tomar en cuenta el daño

psicológico que ocasiona. El Trabajo Social expone esta realidad como una manifestación de desigualdad y abuso, donde el sufrimiento de los empleados es invisibilizado por las estructuras de poder dentro de las organizaciones (Solís & Moreira, 2022).

En el caso de la empresa Eulen Perú, dedicada a la externalización de servicios generales a empresas, ubicada en el distrito de San Isidro, se identifica la necesidad de abordar la problemática relacionada con la comunicación organizacional y el clima laboral. A pesar de los esfuerzos realizados hasta el momento, existen indicios de que la comunicación interna no es óptima y que el ambiente laboral podría mejorarse. Se observan brechas en la transmisión de información, dificultades en la coordinación entre áreas y equipos, así como tensiones o conflictos latentes que podrían estar afectando la dinámica laboral y el bienestar de los empleados.

Es necesario mencionar que, según un estudio de Quiñones y Tello (2023), en la empresa Eulen se identificó que un 20% de los empleados mencionaron que la rotación de personal alcanza niveles extremadamente altos, lo cual está directamente relacionado con un clima laboral afectado por la falta de interacción efectiva entre los equipos y sus líderes. En cuanto al trato que reciben por parte de sus superiores, un 37.1% declaró que es pésimo. Estas percepciones reflejan un deterioro en comunicación organizacional clara y bidireccional, lo cual incide negativamente en la cohesión del equipo. Además, el 24.3% de los colaboradores manifestaron sentirse muy insatisfechos con su entorno laboral, una sensación vinculada a la falta de un clima laboral colaborativo y una comunicación fluida. La falta de reconocimientos e incentivos, aspecto clave para mantener un clima laboral saludable, también fue mencionada como una problemática: el 42.9% de los empleados afirmó sentirse muy insatisfecho.

La situación en Eulen Perú, desde la perspectiva del Trabajo Social, presenta una grave crisis en el trato hacia los trabajadores, donde la falta de una comunicación organizacional efectiva y la carencia de un ambiente laboral saludable evidencian un clima laboral inadecuado. La alta rotación de personal, la insatisfacción generalizada y las percepciones de trato inapropiado por parte de los superiores afectan la

estabilidad emocional de los empleados. Esta falta de respeto y apoyo, junto a la inexistencia de incentivos o reconocimiento, crea un ciclo donde los empleados son tratados como recursos reemplazables. El Trabajo Social denuncia que esta realidad, la cual constituye una forma de daño emocional que agrava el clima y perpetúa un ambiente de desconfianza y agotamiento, lo cual impacta no solo la salud mental de los trabajadores, sino también la cohesión y el desarrollo integral de la organización (Cordova et al., 2021).

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Pregunta principal

¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú que trabajan en Lima durante el año 2024?

1.2.2. Preguntas específicas

- a) ¿Cuál es la comunicación organizacional de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú que trabajan en Lima durante el año 2024?
- b) ¿Cuál es el clima laboral de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú que trabajan en Lima durante el año 2024?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Identificar la comunicación organizacional de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.
- b) Analizar el clima laboral de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

Esta investigación puede generar nuevos aportes sobre la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral, centrándose en Grupo Eulen Perú. Aunque existen estudios previos sobre este tema, pocos se han dedicado a explorar cómo la comunicación interna afecta el bienestar de los empleados en una empresa específica.

Asimismo, el estudio busca generar beneficios directos para los trabajadores de Grupo Eulen Perú. Al comprender mejor cómo la comunicación interna impacta en el clima laboral, la empresa podría implementar estrategias más efectivas para mejorar la satisfacción de sus empleados, reducir malentendidos y fortalecer la colaboración entre los equipos. Esto se traduciría en un aumento de la motivación, productividad y retención de talento, lo que beneficiaría tanto a los empleados como a la organización en su conjunto.

De igual manera, la investigación propone un marco sólido cuantitativo, utilizando encuestas para obtener una comprensión más completa de la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral. Los instrumentos desarrollados podrán replicarse en estudios futuros, permitiendo la comparación de resultados entre diferentes empresas o sectores. Además, la documentación detallada de los pasos metodológicos servirá como una guía útil para investigaciones similares.

Esta investigación es crucial porque aborda la relación entre las dinámicas comunicacionales y el clima laboral, aspectos que influyen en la salud mental, el desarrollo emocional y la calidad de vida de los empleados. El estudio se considera esencial para visibilizar cómo las deficiencias en la comunicación organizacional pueden generar climas laborales inadecuados, de estrés y desmotivación, que afectan no solo el rendimiento, sino también la integridad psicológica y social de los trabajadores. Además, la investigación tiene una alta relevancia social, al ser evidenciada y atendida desde el trabajo social, ya que, al identificar estos factores, se puede generar conciencia sobre la importancia de construir relaciones laborales respetuosas y colaborativas, que contribuyan a la mejora del bienestar colectivo y al fortalecimiento del entorno organizacional.

1.4.5. Aporte del conocimiento a los profesionales de “Trabajo Social”

La investigación ha generado un valioso aporte del conocimiento sobre la comunicación organizacional y el clima laboral, especialmente en el campo de los profesionales de Trabajo Social, por varias razones.

Primero, al centrarse en la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en un entorno corporativo específico, proporciona datos empíricos que permiten a los profesionales de Trabajo Social comprender cómo la calidad y efectividad de la comunicación dentro de una organización impacta directamente en el bienestar de los empleados. Este tipo de estudios es fundamental para el Trabajo Social, ya que los profesionales de esta disciplina a menudo se encargan de intervenir en problemas relacionados con el ambiente laboral y el bienestar de los trabajadores. Segundo, la investigación permitirá a futuro identificar herramientas y estrategias comunicativas que pueden mejorar el clima organizacional, algo clave para los trabajadores sociales que desempeñan funciones dentro de empresas o instituciones. Con los resultados obtenidos, los profesionales podrán diseñar intervenciones más efectivas, adaptando la comunicación entre los empleados y los niveles gerenciales para mejorar la satisfacción laboral, reducir el estrés y aumentar la cohesión dentro de los equipos.

Finalmente, este estudio representa un aporte teórico al establecer un marco conceptual que vincula ambas variables (comunicación organizacional y clima laboral) desde una perspectiva del Trabajo Social, disciplina que tradicionalmente ha estado más enfocada en aspectos de intervención comunitaria o asistencial. De esta forma, expande el rol de los trabajadores sociales al ámbito corporativo, resaltando su capacidad para mejorar dinámicas laborales, promover relaciones saludables entre el personal, y aumentar la productividad mediante mejoras en la comunicación.

1.5. Hallazgos y limitaciones de la investigación

Por un lado, en torno a los hallazgos, la investigación revela detalles sobre la naturaleza de la relación entre la comunicación organizacional y el clima laboral en la empresa estudiada. Se espera que estos resultados proporcionen una comprensión más profunda de cómo diferentes aspectos de la comunicación, como la frecuencia,

la claridad y la apertura, impactan en la percepción y el bienestar de los trabajadores. Además, es posible que la investigación identifique áreas específicas de la comunicación organizacional que tienen un impacto particularmente significativo en el clima laboral, así como posibles factores mediadores de esta relación.

Por otra parte, entre las principales limitaciones se encuentran el tamaño de la muestra y la representatividad de los participantes. Dado que la investigación se centra en una sola empresa y se basa en una muestra limitada de empleados, los resultados pueden no ser generalizables a otras organizaciones o poblaciones laborales. Además, la naturaleza de los datos recopilados mediante encuestas puede introducir sesgos y limitaciones en la validez de los resultados. Además, factores externos no controlados, como cambios en el mercado laboral o en las políticas organizacionales, podrían influir en las percepciones de los empleados sobre la comunicación y el clima laboral. Estas limitaciones deben tenerse en cuenta al interpretar los hallazgos y al considerar las implicaciones prácticas de la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Ledezma (2022) elaboró el trabajo académico “Gestión de la comunicación y su relación con el clima organizacional”. El objetivo de la investigación fue analizar la gestión de la comunicación y su relación con el clima organizacional. En torno a la metodología del estudio, se optó por la investigación bibliográfica, los materiales fueron obtenidos por medio del portal del Centro de Información Científica del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CICCO), en Paraguay. En cuanto a los resultados, se encontró una relación significativa entre la gestión de la comunicación y el clima organizacional. La comunicación organizacional se entiende como el flujo de información que se da al interior de la organización, y que puede presentarse en tres direcciones principales: ascendente, desde los empleados hacia los niveles superiores; descendente, desde los niveles superiores hacia los empleados; y horizontal, entre los colaboradores que se encuentran en el mismo nivel jerárquico. Finalmente, se pudo concluir que en este proceso se requiere de capacidad y precisa que cada uno y de cada sujeto interviniente para lograr satisfacción y la realización personal creando de esta manera un clima favorable de trabajo.

Salazar et al. (2021) realizaron la investigación titulada “Clima organizacional y su incidencia en la satisfacción laboral, caso empresa de seguridad Covipen”. El estudio tuvo como objetivo analizar el clima organizacional y su incidencia en la satisfacción laboral de la empresa Covipen. Respecto a la metodología empleada, el estudio aplicó un método bibliográfico y un enfoque cualitativo. Los resultados revelaron que el clima organizacional en la empresa presenta diversas deficiencias que afectan directamente la satisfacción del personal, evidenciando problemas significativos en la comunicación durante la jornada laboral. En conclusión, la investigación demostró que el propiciar un ambiente de trabajo agradable da como resultado una buena comunicación, un buen desempeño laboral, tanto individual como colectivo.

Daza et al. (2021) desarrollaron el estudio titulado “Análisis del clima organizacional en las empresas del sector palmero de la región Caribe colombiana”. El objetivo fue describir el clima organizacional en cuatro empresas del sector palmero de la región Caribe colombiana. Con relación a la metodología empleada, se trató de una investigación cuantitativa, de tipo descriptivo y de corte transversal. Con respecto a los resultados, se pudo demostrar que el clima organizacional es favorable. De manera general, se evidenció que los factores más relevantes para los empleados son el salario, buen trato, posibilidades de superación y trabajo en equipo. A modo de conclusión, en un clima organizacional favorable se debe priorizar la asignación salarial de los empleados, la infraestructura de la empresa y las relaciones interpersonales, la comunicación, el liderazgo y las estrategias de resolución de conflictos.

Méndez y Palacios (2020) llevaron a cabo la investigación “Análisis de la Gestión de Comunicación Organizacional en empresas vinculadas a normas de comercio seguro”. El objetivo fue analizar la gestión de la comunicación organizacional en empresas vinculadas a las normas BASC “Business Alliance for Secure Commerce” para un comercio seguro en Ecuador. La metodología del estudio consistió en un enfoque cualitativo de tipo descriptivo apoyado en investigación documental. Con relación a los hallazgos obtenidos, no existen estamentos establecidos en la estructura jerárquica, referentes a la comunicación organizacional lo que conlleva a no tener articulada la planificación estratégica con las políticas comunicacionales, el despliegue de procesos y la evaluación de impactos. Con respecto a la conclusión, no todos los elementos de la gestión de la comunicación están integrados en las normas de seguridad.

Valenzuela et al. (2020) hicieron el trabajo académico denominado “Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila”. El estudio tuvo como objetivo analizar cómo se relaciona la comunicación interna con la satisfacción de los empleados y sus superiores de la empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila. La metodología del estudio consistió en un corte transversal ya que es de tipo descriptivo y correlacional. Con respecto a los

resultados, se pudo demostrar que más del 60% de los empleados de la empresa concesionaria de automóviles están completamente satisfechos con la comunicación interna que se está llevando a cabo actualmente. Por último, se pudo concluir que el contar con comunicación interna efectiva dentro de cualquier organización, se transforma en una estrategia que promueve un cambio en la manera de dirigir un negocio.

Brito et al. (2020) elaboraron la investigación denominada “Clima organizacional y su influencia en el desempeño del personal en una empresa de servicio”. El objetivo de estudio fue identificar como las variables seleccionadas influyen en el desempeño de los colaboradores en una empresa. En lo que se refiere a la metodología del estudio, fue un estudio aplicado. En los hallazgos se evidenció que las dimensiones estímulo y orientación son percibidas por los colaboradores como favorables para el clima de la organización, con porcentajes de respuesta por encima del 50% y 25%, respectivamente. En conclusión, la investigación demostró que la integración de las variables control, seguimiento y liderazgo, es decisiva para la generación de un clima organizacional adecuado. Esto a su vez, influye en el desempeño y la consecución de los objetivos de las organizaciones.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Rivera J. y Rivera A. (2023) realizaron la investigación titulada “Comunicación interna y clima organizacional de los administrativos nombrados de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho”, en la disciplina de Administración. El objetivo fue determinar cómo se relaciona la comunicación interna y el clima organizacional de los administrativos nombrados de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. La metodología del estudio consistió en una investigación de tipo descriptivo correlacional y la población estuvo constituida por 308 administrativos nombrados. Con respecto a los resultados, se pudo demostrar que el 49% indicó que no existe un adecuado clima laboral, el 31% indicó que se presentó un clima laboral regular y el 20% indicó que si hay un clima laboral adecuado. En lo que respecta a la conclusión, la comunicación interna si se relacionó con el clima organizacional de administrativos.

Flores (2023) desarrolló el estudio titulado “Comunicación organizacional y su incidencia en el clima laboral de los colaboradores de la Empresa Técnica Avícola S.A. Pacasmayo”, en la disciplina de Trabajo Social. El objetivo de la investigación fue analizar la incidencia de la comunicación organizacional en el clima laboral de los colaboradores de la Empresa Técnica Avícola S.A. Pacasmayo. En lo que respecta a la metodología, se consideró el tipo aplicado, teniendo como base un diseño descriptivo, y la muestra constó de 207 colaboradores de la Empresa Técnica Avícola S.A. Pacasmayo. Los resultados evidenciaron que el 57% de los trabajadores evidenció una inadecuada comunicación en la organización y el clima laboral fue considerado como aceptable en un 53%. A modo de conclusión, se ha podido demostrar la inadecuada comunicación formal y la deficiente red de comunicación informal afecta negativamente el clima laboral de los colaboradores de la Empresa Técnica Avícola S.A. Pacasmayo.

Lermo (2022) llevó a cabo la investigación “Comunicación organizacional interna y clima organizacional del área de producción en la empresa Esmeralda Corp, Lima”, en la disciplina de Administración de empresas. El estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación organizacional interna y el clima organizacional del área de producción en la empresa Esmeralda Corp. La metodología consistió en un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo correlacional no experimental y se tomó una muestra de 122 colaboradores del área de producción de la empresa Esmeralda Corp. Con relación a los hallazgos obtenidos, el 57,33% de los trabajadores encontró que la comunicación en la organización se encontraba en un nivel regular y el 34,43 identificó que era inadecuado. Añadiendo a ello, el clima organización era identificado como regular por el 75,41% de los trabajadores y 18,3% como inadecuado. Con respecto a la conclusión, se pudo observar que la comunicación interna y clima organizacional tienen una relación positiva moderada con un Rho de Spearman de 0.406.

Campos (2021) realizó la investigación titulada “La relación de la comunicación interna con el clima organizacional de los colaboradores de Multilab en Lima Metropolitana”, en la disciplina de Ciencias de la Comunicación. El objetivo fue determinar la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional de los

trabajadores de Multilab. En lo que respecta a la metodología, se consideró un enfoque cuantitativo y un nivel correlacional. Asimismo, se utilizó un diseño no experimental y la población estuvo constituida por 41 colaboradores de Multilab en Lima Metropolitana. En los hallazgos se evidenció que, en torno a la comunicación existente en la organización, un 68,30% presenta una actitud positiva, un 24,40% están ligeramente de acuerdo, y un 7,30% se encuentra en desacuerdo. Asimismo, en torno al clima organizacional, el 41,50% de los trabajadores evidenciaron que siempre se desarrolla de manera adecuada, el 39% casi siempre, el 14,60% a veces y 4,90% casi nunca. En conclusión, la investigación demostró que existe una relación directa moderada (0.449) y significativa (0,01) entre la comunicación interna y el clima organizacional.

De La Cruz y Vilca (2021) hicieron el estudio “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo”, en la disciplina de Ciencias de la Comunicación. El objetivo fue determinar la influencia de la comunicación interna en el clima de la empresa Sedalib S.A. Con relación a la metodología, se realizó una investigación cuantitativa, con diseño no experimental y la población agrupó a 502 colaboradores de las distintas áreas de la organización. Con respecto a los resultados, se pudo demostrar que el 89% de los colaboradores presentó una comunicación de nivel medio, mientras que un 11% presentó un nivel alto. Asimismo, el 100% de los colaboradores presentó un clima organizacional medio. Por último, se pudo concluir que la comunicación interna influye significativamente en el clima organizacional, con una correlación de significancia de 0,845.

Rodrigo (2020) elaboró la investigación denominada “Comunicación interna y clima organizacional de la Financiera OH – Trujillo”, en la disciplina de Administración. El estudio tuvo como objetivo conocer la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional en la financiera Oh. La metodología consistió en un diseño de investigación no experimental transversal – correlacional y la población estuvo conformada por todo el personal de la agencia. Con respecto a los resultados, se pudo demostrar que la comunicación interna tuvo un nivel alto representado por el 96,00% de los trabajadores y el clima organizacional presentó un nivel alto representado por

el 63,00% de los trabajadores. En lo que respecta a la conclusión, existe una correlación positiva baja de 0.387 entre ambas variables.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Teoría del clima laboral de Likert

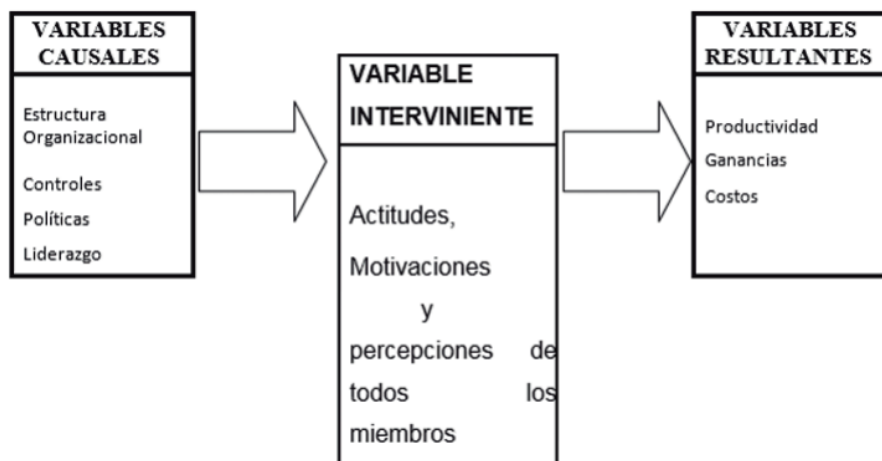
La teoría de clima laboral de Likert sostiene que el comportamiento de los empleados está influenciado por las prácticas administrativas y las condiciones organizacionales que perciben, lo que implica que su reacción está determinada por su percepción. Likert identifica tres tipos de variables que definen las características de una organización y afectan la percepción individual del clima (Corichi et al., 2013).

- Las variables causales son aquellas que indican la evolución y los resultados de la organización, como la estructura administrativa y las actitudes de los líderes.
- Las variables intermedias reflejan el estado interno de la empresa, como la motivación, el rendimiento y la comunicación.
- Por último, las variables finales son los resultados directos de las variables causales e intermedias, como la productividad y las ganancias.

Esto resalta la importancia del ambiente laboral en la motivación y el desempeño de los empleados, y cómo su percepción de los factores tanto intrínsecos como extrínsecos influye en ello (Corichi et al., 2013).

Figura 1

Variables que influyen en el clima laboral según Likert



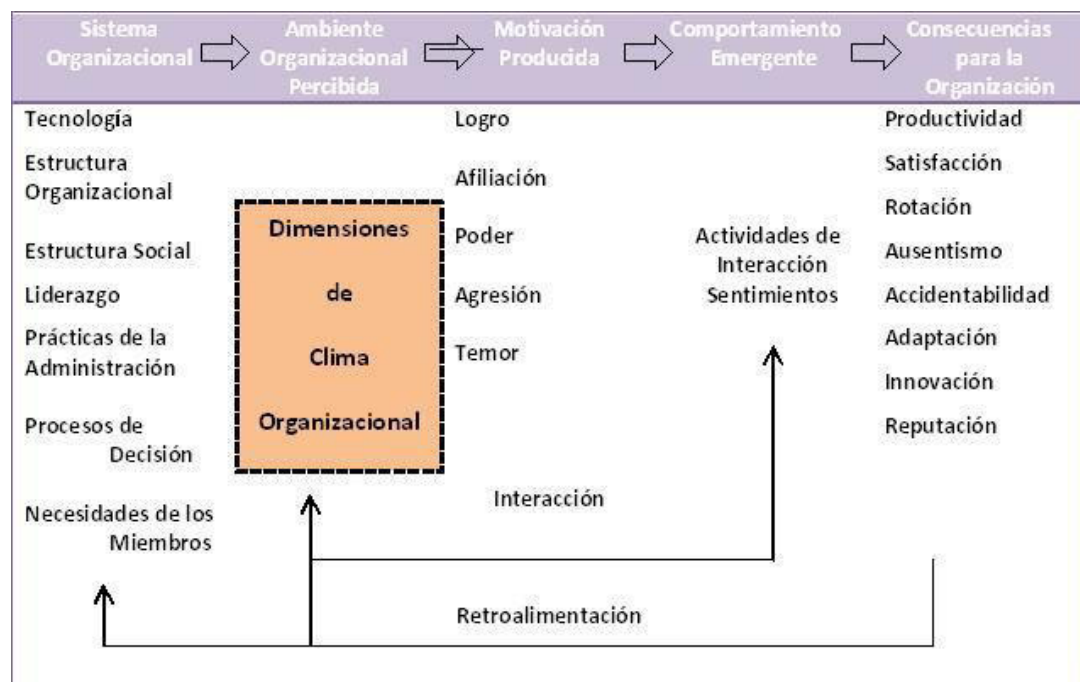
Nota. Adaptado de “Modelo de la Teoría del Clima Organizacional de Likert”, por Zambrano et al., 2016 (<http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/41752>)

2.2.2. Modelo de Litwin y Stinger de clima laboral

El modelo plantea que el clima laboral se compone de elementos como la tecnología, la estructura organizativa, la estructura social, el liderazgo, las prácticas administrativas, los procesos de toma de decisiones y las necesidades de los integrantes. Estos componentes generan un entorno dentro de la organización que influye en la motivación y produce un comportamiento emergente. A su vez, se producen consecuencias para la organización, entre ellas la productividad, la satisfacción, la rotación de personal, el ausentismo, la tasa de accidentes, la capacidad de adaptación, la innovación y la reputación (Corichi et al., 2013).

Figura 2

Elementos del clima laboral según Litwin y Stinger



Nota. Adaptado de “Modelo de Litwin y Stinger de Clima Organizacional”, por Corichi et al., 2013 (<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/62>)

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Clima laboral

El clima laboral es un concepto que abarca el ambiente psicológico y emocional en el que se desarrollan las actividades cotidianas dentro de una organización. Este ambiente está determinado por una serie de factores que incluyen las relaciones interpersonales entre los miembros del equipo, la cultura organizacional, el estilo de liderazgo, las políticas y procedimientos de la empresa, así como las condiciones físicas del lugar de trabajo. Un clima laboral positivo se caracteriza por la confianza, el respeto mutuo, la comunicación abierta, la colaboración y la sensación de bienestar de los empleados. Por otro lado, un clima laboral negativo puede manifestarse a través de conflictos interpersonales, falta de motivación, estrés, desconfianza y una alta rotación de personal. La importancia del clima laboral radica en su influencia directa en el rendimiento, la productividad y el compromiso de los empleados, así como en su bienestar psicológico y emocional en el entorno laboral (Zhenjing et al., 2022).

Figura 3

Factores que conforman el clima organizacional según la Teoría del Clima Organizacional de Robbins



Nota. Adaptado de "Modelo de Clima Organizacional de Robbins", por Corichi et al., 2013 (<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/62>)

La Teoría del Clima Organizacional de Robbins sostiene que el clima organizacional se define por la percepción que los empleados tienen de su entorno laboral, influenciado por diversas políticas, estructuras y prácticas dentro de la organización. Este modelo resalta que las percepciones de los trabajadores sobre los factores

externos e internos no son simplemente el resultado de su comportamiento, sino que dependen en gran medida de las relaciones, actividades, interacciones y una serie de experiencias individuales que cada miembro tiene dentro de la organización. Robbins enfatiza que un clima organizacional positivo no solo fomenta la colaboración y el compromiso, sino que también impacta de manera significativa en la motivación, satisfacción laboral y productividad de los empleados. La relación entre el clima, la motivación y la satisfacción es intrínseca. Es decir, un ambiente laboral favorable estimula la motivación de los empleados, quienes, al sentirse valorados y apoyados, experimentan un aumento en su satisfacción laboral. A su vez, una mayor satisfacción se traduce en un compromiso más fuerte con la organización y un desempeño superior. En contraste, un clima negativo puede generar desmotivación y conflictos, perjudicando el bienestar de los empleados y, por ende, el desempeño general del equipo. Por lo tanto, entender y gestionar adecuadamente el clima organizacional se convierte en una tarea crucial para los líderes y gerentes, quienes deben trabajar para crear un entorno laboral que promueva el bienestar y la efectividad de su personal, asegurando así el éxito sostenible de la organización (Zhenjing et al., 2022).

2.3.1.1. Motivación laboral

La motivación laboral es el impulso interno que guía el comportamiento de los individuos hacia el logro de metas y objetivos dentro del contexto laboral. Este impulso puede estar influenciado por una variedad de factores, que van desde la satisfacción con el trabajo, el reconocimiento, el sentido de pertenencia, hasta las oportunidades de crecimiento y desarrollo personal y profesional. La motivación laboral puede ser intrínseca, cuando surge de intereses personales, valores y necesidades internas del individuo, o extrínseca, cuando está relacionada con recompensas externas como el salario, los incentivos económicos, los reconocimientos o las promociones (Vo et al., 2022).

Incentivos

Los incentivos en el trabajo son estímulos diseñados por las organizaciones para recompensar y motivar el desempeño sobresaliente, el cumplimiento de metas específicas o la contribución excepcional de los empleados. Estos incentivos pueden

adoptar diversas formas, como bonificaciones financieras, aumento de salario, ascensos, reconocimientos públicos, premios, tiempo libre adicional, flexibilidad laboral, oportunidades de desarrollo profesional, entre otros. La implementación de programas de incentivos en el trabajo busca no solo recompensar el esfuerzo y el rendimiento, sino también fomentar la lealtad, el compromiso y la retención del talento dentro de la organización (Liu & Liu, 2022).

Reconocimientos

Los reconocimientos en el trabajo se refieren a las acciones o gestos que las organizaciones realizan para valorar y apreciar el desempeño sobresaliente, los logros y las contribuciones de sus empleados. Estos pueden manifestarse de diversas formas, como elogios públicos, premios, certificados de reconocimiento, menciones en boletines internos, o incluso eventos especiales dedicados a honrar los logros individuales o de equipo. El reconocimiento en el trabajo no solo tiene un impacto positivo en la autoestima y la motivación de los empleados, sino que también fortalece el sentido de pertenencia y la conexión emocional con la organización. Cuando los empleados se sienten valorados y apreciados, tienden a estar más comprometidos con su trabajo, a tener una mayor satisfacción laboral y a ser más leales a la empresa (Montani et al., 2020).

Capacitaciones

Las capacitaciones en el trabajo son programas diseñados por las organizaciones para proporcionar a sus empleados las habilidades, conocimientos y competencias necesarias para desempeñar eficazmente sus funciones laborales y adaptarse a los cambios en el entorno laboral. Estas capacitaciones pueden abarcar una amplia gama de temas, desde habilidades técnicas específicas relacionadas con el trabajo hasta desarrollo de liderazgo, gestión del tiempo, trabajo en equipo, comunicación efectiva, entre otros. Las organizaciones suelen ofrecer capacitaciones tanto formales, que pueden incluir cursos presenciales, seminarios o talleres que pueden consistir en tutorías, mentorías o proyectos de aprendizaje en el trabajo. La inversión en programas de capacitación no solo beneficia a los empleados al mejorar su desempeño y su empleabilidad, sino que también contribuye al crecimiento y la

innovación de la organización al fomentar un ambiente de aprendizaje continuo y desarrollo profesional (Korpi & Tahlin, 2021).

2.3.1.2. Satisfacción laboral

La satisfacción laboral consiste en el grado de bienestar y felicidad que experimentan los empleados en relación con su trabajo y su entorno laboral. Este concepto abarca una variedad de aspectos, como el contenido del trabajo, el ambiente laboral, las relaciones con los compañeros y los superiores, las políticas y prácticas de recursos humanos, las oportunidades de crecimiento y desarrollo, así como la compensación y los beneficios. Además, la satisfacción laboral está estrechamente relacionada con la retención del talento, ya que los empleados que están contentos con su trabajo son menos propensos a buscar oportunidades laborales en otras organizaciones. Por otro lado, la insatisfacción laboral puede tener consecuencias negativas, como el ausentismo, la baja moral, el conflicto interpersonal y la disminución del rendimiento (Montuori et al., 2022).

Satisfacción a nivel personal

La satisfacción a nivel personal en el trabajo es el grado de bienestar y realización que experimenta un individuo en relación con su actividad laboral desde una perspectiva individual y subjetiva. Esta dimensión de la satisfacción laboral se centra en cómo el trabajo afecta la vida personal, emocional y psicológica de una persona. Incluye aspectos como la realización personal, el sentido de propósito, el equilibrio entre la vida laboral y personal, así como el desarrollo personal y profesional. Cuando un empleado experimenta satisfacción a nivel personal en el trabajo, es probable que se sienta más realizado, motivado y comprometido con sus responsabilidades laborales. Por lo tanto, las organizaciones suelen considerar importante promover un entorno laboral que no solo satisfaga las necesidades profesionales de sus empleados, sino también sus necesidades personales y emocionales (Dziuba et al., 2020).

Satisfacción a nivel familiar

La satisfacción a nivel familiar en el trabajo se refiere al impacto que el empleo tiene en la vida y las relaciones familiares de un individuo. Esta dimensión de la satisfacción laboral considera cómo el trabajo afecta la dinámica familiar, el tiempo dedicado a la familia, la conciliación entre el trabajo y la vida familiar, así como el apoyo que recibe el empleado de su familia en relación con su carrera laboral. Cuando un empleado experimenta satisfacción a nivel familiar en el trabajo, es probable que tenga un equilibrio saludable entre sus responsabilidades laborales y su vida familiar, lo que contribuye a un mayor bienestar tanto en el ámbito laboral como en el familiar. Las organizaciones pueden promover la satisfacción a nivel familiar en el trabajo mediante políticas y prácticas de recursos humanos que apoyen la flexibilidad laboral (Gragnano et al., 2020).

Condiciones de trabajo

Las condiciones de trabajo abarcan el conjunto de circunstancias físicas, ambientales, sociales y organizativas en las que se desarrollan las actividades laborales de los empleados dentro de una organización. Esto incluye aspectos como el ambiente físico del lugar de trabajo, la seguridad laboral, las horas de trabajo, la carga laboral, la autonomía, la supervisión, las relaciones interpersonales, la cultura organizacional, entre otros. Las condiciones de trabajo juegan un papel fundamental en la salud, el bienestar y el rendimiento de los empleados. Un entorno laboral seguro, saludable y favorable puede contribuir a la satisfacción laboral, la motivación y la productividad de los empleados, mientras que condiciones laborales precarias o deficientes pueden generar estrés, fatiga, conflictos laborales y un bajo desempeño (Pavlič et al., 2022).

2.3.1.2. Cultura organizacional

La cultura organizacional en una empresa es el conjunto de valores, creencias, normas, comportamientos y tradiciones compartidas por los miembros de la organización. Esta cultura se manifiesta a través de la forma en que se llevan a cabo las actividades diarias, se toman decisiones, se interactúa entre colegas y se abordan los desafíos. Asimismo, es un elemento fundamental que define la identidad y la personalidad de una empresa, influyendo en su imagen externa y en la experiencia de los empleados y clientes. Puede ser formal, reflejada en políticas escritas, procedimientos y declaraciones de misión, o informal, arraigada en las interacciones

cotidianas y las prácticas laborales no escritas. Una cultura organizacional sólida y coherente puede ser una fuente de ventaja competitiva al alinear a los empleados con los objetivos y valores de la empresa, promover la colaboración, la innovación y el compromiso, y contribuir a la retención del talento (Chalmers & Brannan, 2024).

Participación

La participación se define como el grado en que los empleados están involucrados y comprometidos con sus responsabilidades laborales, contribuyendo activamente al logro de los objetivos y al éxito de la organización. Implica un sentido de responsabilidad, iniciativa y compromiso por parte de los empleados para contribuir de manera proactiva al trabajo en equipo, la toma de decisiones y la resolución de problemas. Asimismo, puede manifestarse a través de acciones como compartir ideas y sugerencias, ofrecer retroalimentación constructiva, colaborar con colegas, asumir roles de liderazgo y asumir la responsabilidad de los resultados. Cuando los empleados se sienten valorados y tienen la oportunidad de participar en el proceso de toma de decisiones y la resolución de problemas, tienden a estar más comprometidos, motivados y satisfechos en su trabajo. La participación de los empleados no solo contribuye al rendimiento y la productividad de la organización, sino que también fomenta un ambiente de trabajo colaborativo, transparente y centrado en el crecimiento personal y profesional (Abildgaard et al., 2022).

Políticas

Las políticas son reglas, directrices, procedimientos y normativas establecidas por la dirección o la administración para guiar el comportamiento, las decisiones y las acciones de los empleados en el lugar de trabajo. De igual modo, pueden abarcar una amplia gama de áreas, como recursos humanos, ética empresarial, salud y seguridad ocupacional, uso de recursos y tecnología, relaciones laborales, entre otros. Estas tienen como objetivo proporcionar un marco claro y consistente para la toma de decisiones y la gestión de los recursos, al mismo tiempo que protegen los intereses de la organización y de sus empleados. Además, las políticas pueden ser utilizadas para promover valores, cultura y estándares de comportamiento deseables dentro de la empresa. Es importante que las políticas sean comunicadas de manera efectiva a todos los empleados, se apliquen de manera justa y equitativa, y se actualicen

periódicamente para reflejar los cambios en el entorno empresarial y legal (Mayer, 2021).

Imagen corporativa

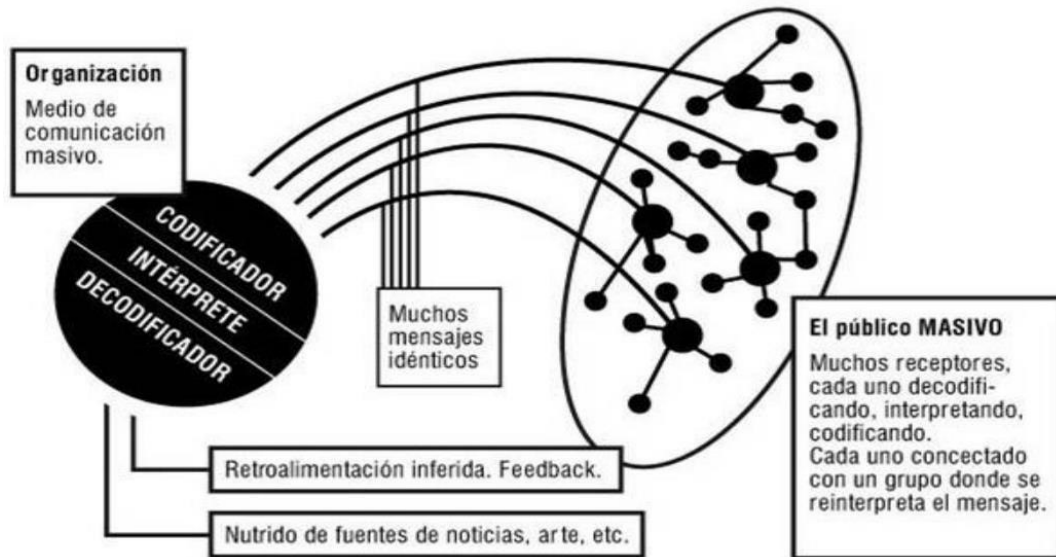
La imagen corporativa se refiere a la percepción que tienen tanto los internos como los externos de una empresa, institución o marca. Esta percepción se forma a partir de diversos elementos, como el logotipo, el eslogan, el diseño gráfico, la identidad visual, la reputación, la cultura empresarial, la calidad de los productos o servicios, la responsabilidad social corporativa y la experiencia del cliente o usuario. Es fundamental para establecer una identidad distintiva y reconocible en el mercado, así como para generar confianza, credibilidad y lealtad entre los clientes, proveedores, inversores, empleados y otros grupos de interés. Una imagen corporativa sólida y positiva puede contribuir al éxito y la competitividad de la empresa, mientras que una imagen negativa o inconsistente puede tener repercusiones negativas en la reputación y la percepción pública de la organización (Dos Santos, 2019).

2.3.2. Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es el proceso mediante el cual se intercambian mensajes, información y significados dentro de una organización, con el objetivo de coordinar acciones, transmitir valores y cultura empresarial, resolver problemas, tomar decisiones y mantener relaciones efectivas entre los miembros de la organización y sus distintos grupos de interés. Asimismo, abarca tanto la comunicación interna, dirigida a los empleados y miembros de la organización, como la comunicación externa, dirigida a clientes, proveedores, accionistas, medios de comunicación y la sociedad en general. Incluye diversos canales de comunicación, como reuniones, correos electrónicos, intranets, boletines, redes sociales, comunicados de prensa, entre otros (Harvard Business School, 2023).

Figura 4

Factores que conforman el clima organizacional según la Teoría de Comunicación de Sharamm



Nota. Adaptado de “Modelo de la tuba de Wilbur Schramm”, por Díaz, 2021 (<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2519/html>)

Scharmm realizó una valiosa contribución a la formulación de la propuesta teórica de la comunicación organizacional. Su enfoque se centra en el concepto de receptores múltiples, donde el trabajo del comunicador no es considerado una actividad independiente, sino que se inserta en el contexto de la organización, similar a la perspectiva de Maletzke. En este sentido, el trabajo del trabajador social también desempeña un papel crucial, ya que actúa como un facilitador de la comunicación dentro de la organización, asegurando que las interacciones sean inclusivas y que las necesidades de los individuos sean atendidas desde una perspectiva integral, promoviendo un entorno saludable y colaborativo. Este modelo destaca que la comunicación no es un proceso lineal, sino que se manifiesta de manera colectiva. Esto implica que, ante una variedad de mensajes, el receptor selecciona aquellos que le resultan más comprensibles, que capturan su atención, que se relacionan con su personalidad y que son coherentes con las normas y valores de su grupo social (Díaz, 2021).

La motivación y satisfacción del trabajador son elementos fundamentales en este proceso de comunicación organizacional. Un ambiente de trabajo en el que los empleados se sienten valorados y escuchados tiende a aumentar su motivación, lo que a su vez repercute en su rendimiento y en la calidad de la comunicación. Cuando los trabajadores perciben que sus opiniones son tomadas en cuenta, experimentan una mayor satisfacción laboral, lo que favorece la cohesión grupal y la alineación con los objetivos organizacionales. Además, una comunicación efectiva dentro de la organización promueve un sentido de pertenencia y compromiso, elementos clave para fomentar la motivación y, en consecuencia, la satisfacción de los empleados. Por lo tanto, la calidad de la comunicación no solo influye en la comprensión del mensaje, sino que también desempeña un papel crucial en el bienestar y la efectividad del equipo de trabajo (Díaz, 2021).

2.3.2.1. Comunicación a nivel interno

La comunicación a nivel interno consiste en el intercambio de información, mensajes y significados dentro de una organización, entre los diferentes niveles jerárquicos, departamentos, equipos y empleados. Este tipo de comunicación tiene como objetivo facilitar la coordinación de actividades, promover la colaboración, compartir conocimientos y experiencias, fomentar el trabajo en equipo, resolver conflictos y mantener un ambiente laboral transparente y productivo. La comunicación interna puede adoptar diversas formas, como reuniones de equipo, correos electrónicos, intranets, tableros de anuncios, boletines internos, sesiones de capacitación, entre otros. Además, puede contribuir a mejorar la moral, reducir la resistencia al cambio y aumentar la satisfacción laboral de los empleados (Yue et al., 2021).

Reuniones

Las reuniones son encuentros planificados entre los miembros de un equipo, con el fin de discutir temas específicos, intercambiar información, tomar decisiones, resolver problemas o planificar actividades futuras. Estas reuniones pueden ser formales o informales, presenciales o virtuales, y pueden tener una variedad de formatos, como juntas de seguimiento de proyectos, reuniones de revisión de desempeño, entre otros. Las reuniones son una herramienta importante para fomentar la colaboración, la comunicación efectiva y la toma de decisiones colectivas. Cuando

se llevan a cabo de manera efectiva, pueden mejorar la productividad, el compromiso y la cohesión de un equipo, así como facilitar el intercambio de ideas y la resolución de problemas (Allen & Lehmann, 2023).

Trabajo en equipo

El trabajo en equipo es la colaboración activa y coordinada entre los miembros de un grupo con el objetivo de alcanzar metas comunes, resolver problemas, realizar tareas y proyectos de manera eficiente y maximizar los resultados. Lo anterior implica compartir responsabilidades, habilidades y conocimientos, así como comunicarse de manera efectiva, confiar en los compañeros y apoyarse mutuamente. Los equipos pueden ser multidisciplinarios, con miembros que aportan diferentes perspectivas y habilidades, o estar formados por individuos con roles y funciones específicas pero interdependientes. Una de las ventajas del trabajo en equipo es que permite aprovechar la diversidad de ideas y habilidades, fomenta la creatividad, la innovación y la resolución de problemas, y promueve un sentido de pertenencia y camaradería entre los miembros del equipo (Marlow, 2020).

Toma de decisiones

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual los individuos o grupos eligen entre varias opciones disponibles la que consideran más adecuada para alcanzar un objetivo específico o resolver un problema. Este proceso puede ser racional y deliberado, basado en análisis de datos, evaluación de alternativas y consideración de consecuencias, o intuitivo y emocional, influenciado por la experiencia, los valores y las preferencias personales. De igual modo, puede ser individual, cuando es realizada por una sola persona, o colectiva, cuando involucra la participación y el consenso de múltiples partes interesadas. La calidad de las decisiones tomadas en una organización puede influir significativamente en su éxito, competitividad y crecimiento (Mulyono et al., 2021).

2.3.2.2. Comunicación externa

La comunicación externa es el proceso mediante el cual una organización se comunica con los diversos públicos externos que tienen interés en sus actividades, productos o servicios. Estos públicos pueden incluir clientes, proveedores, accionistas, medios de comunicación, comunidad local, gobierno y otras partes interesadas externas. El objetivo principal de la comunicación externa es establecer y mantener relaciones positivas, transparentes y mutuamente beneficiosas con estos grupos, así como construir y fortalecer la reputación y la imagen de la organización en el mercado. Esta puede llevarse a cabo a través de una variedad de canales y herramientas, como medios de comunicación tradicionales (prensa, televisión, radio), redes sociales, sitios web, eventos patrocinados, publicidad, relaciones públicas y marketing. Es fundamental que la comunicación externa sea coherente, relevante, oportuna y adaptada a las necesidades y expectativas de cada público objetivo (Heath, 2020).

Clientes

Los clientes son individuos, empresas u organizaciones que adquieren bienes o servicios ofrecidos por una empresa a cambio de un pago o contraprestación. Son uno de los grupos de interés más importantes para cualquier organización, ya que su satisfacción y lealtad son fundamentales para el éxito y la sostenibilidad del negocio. Existen diferentes tipos de clientes, que pueden clasificarse según diversos criterios, como el tipo de producto o servicio que adquieren, su frecuencia de compra, su lealtad a la marca, su poder adquisitivo, entre otros. Es fundamental para las empresas comprender las necesidades, preferencias y expectativas de sus clientes para poder ofrecer productos y servicios que satisfagan sus demandas y superen sus expectativas. Además, mantener una relación estrecha y de confianza con los clientes es clave para fomentar la fidelización y el crecimiento del negocio a largo plazo (Musumali, 2019).

Competencia

La competencia de una empresa es el conjunto de empresas u organizaciones que operan en el mismo mercado o sector y ofrecen productos o servicios similares a los de la empresa en cuestión. Estas empresas competidoras pueden variar en tamaño,

alcance geográfico, modelo de negocio, recursos disponibles y estrategias de mercado. Es un aspecto fundamental del entorno empresarial y puede tener un impacto significativo en el éxito y la viabilidad de una empresa. Asimismo, puede manifestarse en diferentes formas, como precios más bajos, mejor calidad, innovación, servicio al cliente superior o una mejor posición en el mercado. Las empresas suelen realizar análisis de la competencia para comprender mejor el panorama competitivo, identificar fortalezas y debilidades de sus competidores, así como oportunidades y amenazas en el mercado (Arora et al., 2020).

Sitios Webs

Los sitios web de una empresa son plataformas en línea diseñadas y mantenidas por una empresa para presentar información sobre su negocio, productos, servicios, valores, noticias y cualquier otra información relevante para sus clientes, empleados, proveedores y otros grupos de interés. Los sitios web de una empresa son una herramienta fundamental en la estrategia de comunicación y marketing digital de la empresa, ya que ofrecen una presencia en línea accesible desde cualquier lugar del mundo. Estos sitios web suelen incluir secciones como la página de inicio, sobre nosotros, productos o servicios, contacto, noticias y blog, entre otras. Además, pueden integrar funcionalidades como formularios de contacto, chats en vivo, carritos de compras, sistemas de pago en línea, entre otros (Semerádová & Weinlich, 2020).

2.4. Definición de términos o categorías de análisis

A continuación, se presentan los siguientes términos relevantes, necesarios para una comprensión adecuada de la investigación:

- a) Clima laboral. Agrupación del ambiente psicológico y emocional en el que se desarrollan las actividades cotidianas dentro de una organización (Zhenjing et al., 2022).
- b) Comunicación externa. Proceso mediante el cual una organización se comunica con los diversos públicos externos que tienen interés en sus actividades, productos o servicios (Heath, 2020).

- c) Comunicación interna. Intercambio de información, mensajes y significados dentro de una organización, entre los diferentes niveles jerárquicos (Yue et al., 2021).
- d) Comunicación organizacional. Proceso mediante el cual se intercambian mensajes, información y significados dentro de una organización (Harvard Business School, 2023).
- e) Condiciones laborales. Conjunto de circunstancias físicas, ambientales, sociales y organizativas en las que se desarrollan las actividades laborales de los trabajadores (Pavlič et al., 2022).
- f) Cultura organizacional. conjunto de valores, creencias, normas, comportamientos y tradiciones compartidas por los miembros de la organización (Chalmers & Brannan, 2024).
- g) Imagen corporativa. percepción que tienen tanto los trabajadores como los clientes, asociados e interesados de una empresa, institución o marca (Dos Santos, 2019).
- h) Motivación laboral. Impulso que guía el comportamiento de los individuos hacia el logro de metas y objetivos dentro del contexto laboral (Vo et al., 2022).
- i) Satisfacción laboral. Grado de bienestar, contento y felicidad que experimentan los empleados en relación con su trabajo y su entorno laboral (Montuori et al., 2022).
- j) Trabajo en equipo. Colaboración activa y entre los trabajadores con el objetivo de alcanzar metas comunes, resolver problemas, realizar tareas y proyectos de manera eficiente (Marlow, 2020).

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis o supuestos

Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.

3.1.2. Hipótesis Específicas

- a) La comunicación organizacional de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú que trabajan en Lima durante el año 2024 es baja.
- b) El clima laboral de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú que trabajan en Lima durante el año 2024 es baja.

3.2. Sistemas y Variables de análisis

3.2.1. Identificación de variables

- a) *Variable 1: Comunicación organizacional*

Dimensiones:

- Comunicación a nivel interno
- Comunicación externa

- b) *Variable 2: Clima laboral*

Dimensiones:

- Motivación laboral
- Satisfacción laboral
- Cultura organizacional

3.2.2. Operacionalización de variables

En el siguiente apartado se presentará el cuadro de operacionalización de variables. En este apartado se definieron de forma conceptual y operacional las variables. Asimismo, se presentaron las dimensiones e indicadores de cada variable. (Anexo N° 1)

3.2.3 Matriz de consistencia

En este acápite se presentó la matriz de consistencia. El cual está conformada por los problemas, objetivos e hipótesis y un resumen de la metodología de investigación se puede observar en el Anexo N ° 2.

CAPÍTULO IV METODOLOGIA

4.1. Área de estudio

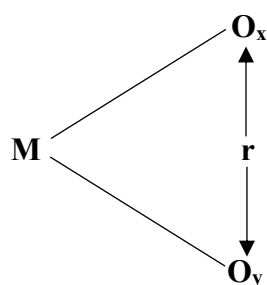
El área de estudio fue la empresa Grupo Eulen Perú ubicada en la Av Javier Prado Oeste 278, Lima 15073, en San Isidro. Añadiendo a lo anterior, las coordenadas de ubicación son las siguientes: -12.092339870740515, -77.03524301644349

4.2. Diseño de investigación

El presente estudio fue de enfoque cuantitativo correlacional, ya que se describe como un enfoque que se basa en la recolección y el análisis de datos numéricos para entender fenómenos sociales o naturales. Se destacó por la medición, el análisis estadístico y la formulación de hipótesis para comprender y explicar los fenómenos estudiados. Este enfoque se caracteriza por su objetividad, replicabilidad y generalización de los resultados obtenidos a partir de muestras representativas de la población (Hernández et al., 2014).

El diseño de la investigación fue descriptivo al narrar una serie de eventos y definiciones conceptuales. Además, se clasificó como correlacional, ya que tiene como objetivo identificar la relación entre las variables de estudio. Esta relación se estableció dentro de un contexto específico, considerando ciertas características que determinan su singularidad (Hernández et al., 2014).

Representado por el siguiente esquema:



Especificaciones:

- **M:** muestra
- **O_x:** comunicación organizacional
- **O_y:** clima laboral
- **r:** relación entre las variables

4.3. Población y muestra

La población se refiere al conjunto completo de elementos (ya sean objetos o individuos) que exhiben características específicas que captan la atención del investigador. Este enfoque apunta a analizar estos elementos en un contexto particular y en relación con ciertos fenómenos definidos (Hernández et al., 2014). Por ello, la población estuvo conformada por los 100 trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú que ejercen sus actividades en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

La muestra fue censal, ya que estuvo conformada por toda la población de estudio. Es decir, los 100 trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú.

El muestreo que se aplicó fue el tipo intencional, también conocido como muestreo por conveniencia o muestreo de juicio. Es una técnica de selección de muestra en la investigación cualitativa y cuantitativa. En este tipo de muestreo, los investigadores seleccionaron a propósito a los participantes o elementos de la muestra en función de ciertas características o criterios específicos que consideran relevantes para el estudio (Hernández et al., 2014). Asimismo, se tuvieron en cuenta los criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión:

- Trabajadores que firmaron el consentimiento informado
- Trabajadores con más de 2 meses de antigüedad en la empresa

Criterios de exclusión:

- Trabajadores que laboraron medio tiempo en la empresa.

4.4. Procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para la recopilación de los datos será la encuesta y el instrumento el cuestionario.

El instrumento que se utilizó para la obtención de información de la primera variable “Comunicación organizacional” estuvo conformado por 24 ítems, el cual fue validado por juicio de expertos y su confiabilidad fue obtenida con el estadístico de

prueba alfa de Cronbach fue de 0,898. Finalmente, se utilizó la siguiente clasificación para los puntajes obtenidos: baja (60-140), moderada (141-220) y alta (221-300).

El instrumento que se utilizó para la obtención de información de la segunda variable “Clima laboral” estuvo conformado por 36 ítems, el cual fue validado por juicio de expertos y su confiabilidad obtenida con el estadístico de prueba alfa de Cronbach fue de 0,944. Finalmente, se utilizó la siguiente clasificación para los puntajes obtenidos: bajo (60-140), moderado (141-220) y alto (221-300).

4.5. Análisis estadístico

En primer lugar, se aplicaron los instrumentos a los trabajadores, con el fin de evaluar las variables. Antes de ello, se procedió a la firma del consentimiento informado.

En segundo lugar, se codificaron los resultados haciendo uso de la herramienta Excel, para así desarrollar el procesamiento estadístico.

En tercer lugar, se procedió a desarrollar el procedimiento estadístico en el programa SPSS v.26, en el cual se realizó la aplicación de la estadística descriptiva e inferencial.

- La estadística descriptiva fue empleada para exponer los resultados de los instrumentos en el diseño muestral, tomando como base el registro que se hizo inicialmente.
- La estadística inferencial fue utilizada para relacionar las variables. Es conveniente precisar que se realizó un proceso estadístico, empleando un coeficiente correlativo y tomando en consideración la normalidad de los datos obtenidos.

CAPÍTULO V
RESULTADO Y ANÁLISIS

5.1. Resultados descriptivos

Tabla 1.

Comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024

		Clima laboral			Total
		Bajo	Moderado	Alto	
Comunicación organizacional	Baja	15 15.00%	15 15.00%	0 0.00%	30 30.00%
	Moderada	0 0.00%	15 15.00%	5 5.00%	20 20.00%
	Alta	0 0.00%	7 7.00%	43 43.00%	50 50.00%
Total		15 15.00%	37 37.00%	48 48.00%	100 100.00%

Fuente: cuestionario

En la tabla 1 se observó el resultado de la relación entre la comunicación organizacional y clima laboral de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen, procedente de 100 personas. Se obtuvo que el 43% de los trabajadores tuvo una comunicación organizacional alta y un clima laboral alto, el 15% tuvo una comunicación organizacional moderada y un clima laboral moderado, el 5% tuvo una comunicación organizacional moderada y un clima laboral moderado. En síntesis, si existe una mejor comunicación organizacional, el clima laboral será más elevado en los trabajadores.

Tabla 2.

Comunicación organizacional de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Baja	30	30
Moderada	20	20
Alta	50	50
Total	100	100

Fuente: cuestionario

En la tabla y figura 2 se observó el resultado de la comunicación organizacional de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen, procedente de 100 personas. Se obtuvo que el 50% tuvo una comunicación organizacional alta, el 30% tuvo una comunicación organizacional baja y el 20% tuvo una comunicación organizacional moderada. En síntesis, la mayoría de los trabajadores tuvo una alta comunicación organizacional.

Tabla 3.

Clima laboral de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Bajo	15	15
Moderado	37	37
Alto	48	48
Total	100	100

Fuente: cuestionario

En la tabla y figura 3 se observó el resultado del clima laboral de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen, procedente de 100 personas. Se identificó que el 48% de los trabajadores experimentó un clima laboral alto, lo que refleja una percepción favorable de su entorno laboral, posiblemente vinculada a factores como comunicación efectiva, liderazgo adecuado y motivación intrínseca. Por otro lado, el 37% reportó un clima laboral moderado, un indicador que podría evidenciar la existencia de aspectos por mejorar, tales como el reconocimiento profesional, la carga laboral o la cohesión de equipo, que, si no son atendidos, podrían desplazar este grupo hacia percepciones negativas en el futuro. Finalmente, un 15% señaló experimentar

un clima laboral bajo, lo que indica que una minoría que puede estar expuesta a riesgos emocionales y disminución en su rendimiento, afectando el desempeño organizacional en su conjunto.

5.2. Resultados inferenciales

Tabla 4.

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación organizacional	0.219	100	0.000
Clima laboral	0.24	100	0.000

Fuente: cuestionario

Se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para determinar que estadístico de prueba utilizar, en este caso el p-valor obtenido fue de $0,00 < 0,05$, por lo tanto, la distribución de los datos es no normal. Por ello, se aplicaron estadísticos no paramétricos, como es el caso de la prueba Rho de Spearman.

Tabla 5.

Correlación entre la comunicación organizacional y clima laboral

			Comunicación organizacional	Clima laboral
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	Coefficiente de correlación	1	.645**
		Sig. (bilateral)	.	0
	N		100	100
	Clima laboral	Coefficiente de correlación	.645**	1
Sig. (bilateral)		0	.	
N		100	100	

Fuente: cuestionario

En la tabla 5 se observó que el p-valor es 0,00; el cual es menor a 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Asimismo, se obtuvo un

coeficiente de correlación de 0,645. Por ello se afirma que, si existe relación directa significativa entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024. Esto implica que, a medida que se optimiza la comunicación organizacional dentro de la empresa Grupo Eulen Perú, el clima laboral de sus trabajadores también mejora de manera proporcional.

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN

En primer lugar, en la investigación se encontró que el 43% de los trabajadores tuvo una comunicación organizacional alta y un clima laboral alto. Asimismo, sí existe relación significativa entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, ya que se obtuvo un p-valor de 0,00 y un coeficiente de correlación de Spearman de 0,645. Estos resultados coinciden con Lermo (2022), quien afirmó que existe una relación positiva moderada mediante un coeficiente de correlación de Spearman de 0.406 entre la comunicación organizacional y clima laboral. Sin embargo, aunque ambos estudios evidencian un vínculo entre la comunicación organizacional y el clima laboral, el coeficiente de Lermo es significativamente menor en comparación al obtenido en esta investigación. Esto podría atribuirse a diferencias como la naturaleza de las empresas estudiadas, las características sociodemográficas de los participantes o incluso las herramientas empleadas para medir las variables. En este sentido, el aporte de Lermo radica en confirmar que, independientemente de la magnitud del coeficiente, la comunicación organizacional tiene un efecto positivo en el clima laboral. También hay similitud con De La Cruz y Vilca (2021), quienes encontraron que la comunicación interna influye positivamente en el clima organizacional debido a que el valor del coeficiente de correlación de Pearson es de 0.845, el cual refleja una relación significativamente más fuerte que la identificada en esta investigación. La contribución de estos autores es particularmente valiosa, ya que resalta la importancia de una comunicación interna efectiva como eje fundamental para la construcción de un clima organizacional óptimo.

En segundo lugar, se obtuvo que el 50% tuvo una comunicación organizacional alta, el 30% tuvo una comunicación organizacional baja y el 20% tuvo una comunicación organizacional moderada. Una situación similar a la anterior fue encontrada por Rodrigo (2020), quien obtuvo que el 53% de los trabajadores consideró que la comunicación interna tiene un nivel moderado sin ser tan elevado. Sin embargo, aunque ambos estudios reflejan que gran parte de los trabajadores no considera la comunicación organizacional como óptima, las diferencias en los niveles exactos

resaltan la importancia de los contextos organizacionales en la percepción de la comunicación. Este autor sostuvo que una comunicación moderada puede ser indicativa de ciertos esfuerzos comunicativos que, aunque presentes, no logran consolidarse como plenamente efectivos. Lo anterior abre la posibilidad de reflexionar sobre la necesidad de fortalecer no solo los canales de comunicación, sino también la claridad, la frecuencia y la accesibilidad de los mensajes organizacionales. No obstante, se presentó un contraste con Flores (2023), quien determinó que el 57 % de los trabajadores identificó un deficiente nivel de comunicación, el 27 % un nivel regular y solo el 16 % consideran que existe un nivel aceptable. Estas diferencias se debieron a los contextos organizacionales, ya que cada empresa tiene características únicas como tamaño, industria, cultura y condiciones laborales que influyeron en la percepción de la comunicación. El aporte de este autor resulta relevante, ya que evidencia los desafíos que enfrentan ciertas organizaciones en cuanto a comunicación, especialmente en empresas donde los recursos son limitados o las estructuras jerárquicas obstaculizan la transmisión efectiva de la información.

En tercer lugar, se encontró que el 48% tuvo un clima laboral alto, el 37% un clima laboral moderado y el 15% tuvo un clima laboral bajo. Una situación parecida fue evidenciada por Campos (2021) quien mencionó que un 42 % los trabajadores indicaron que un clima laboral adecuado se presentaba constantemente, de manera moderada en un 39%, deficiente en un 15% y pésimo en un 5%. El aporte de Campos radica en evidenciar que, incluso en organizaciones con climas laborales predominantemente positivos, siempre existen sectores donde las condiciones podrían mejorarse, lo que invita a los líderes a no conformarse con percepciones mayoritarias y a focalizar esfuerzos en aquellos grupos o áreas que podrían estar en desventaja. En oposición a lo anterior, Rivera J. y Rivera A. (2023) sostuvieron que el 55% de los trabajadores manifestó que el clima laboral no les proporcionaba la confianza y tranquilidad que necesitaban, el 25% señaló que, en ocasiones, el clima laboral les brindaba esa confianza y serenidad y solo el 20% indicó que el clima laboral sí les ofrecía las condiciones necesarias para sentirse seguros y tranquilos. Estos autores evidencian cómo un clima laboral deficiente puede debilitar aspectos fundamentales del bienestar de los trabajadores, como la confianza y la seguridad emocional. Sin embargo, su análisis podría beneficiarse de una mayor exploración

de los factores específicos que contribuyen a esta percepción negativa, como conflictos interpersonales, inadecuadas políticas de comunicación o un liderazgo autoritario.

CONCLUSIONES

El objetivo general se considera cumplido ya que se determinó que existe una relación positiva y significativa entre la comunicación organizacional y el clima laboral en los trabajadores de Grupo Eulen Perú, Lima, 2024. Esto se evidencia con un p-valor de 0,00 y un coeficiente de correlación de Spearman de 0,645. Una mejora en la comunicación organizacional está asociada con un mejor clima laboral. Esto significa que al fortalecer los canales de comunicación y promover una interacción efectiva, se puede incrementar la satisfacción y el compromiso de los empleados. Más allá de los resultados estadísticos, esta investigación ha permitido comprender que la comunicación no solo es un elemento clave en la eficiencia organizacional, sino que también tiene un impacto profundo en los aspectos sociales y emocionales del entorno laboral. Los trabajadores, al percibir una comunicación más fluida y transparente, experimentan un aumento en su satisfacción laboral, lo cual repercute positivamente en su bienestar general y en la calidad de las relaciones interpersonales dentro de la organización. Además, al promover una interacción efectiva, se está contribuyendo a la construcción de un sentido de pertenencia y confianza mutua entre los empleados y la organización, lo que genera un ambiente laboral más inclusivo y respetuoso. Estos cambios no solo mejoran la productividad, sino que también promueven una cultura organizacional que valora el respeto, la cooperación y la equidad, aspectos fundamentales para el desarrollo social de la empresa.

El objetivo específico N.º 1 se considera cumplido, ya que se identificó que el 50% de los trabajadores tuvo una comunicación organizacional alta en la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024. Aunque la empresa ha implementado mecanismos para facilitar la comunicación, aún hay un 50% de empleados que no la consideran óptima. Lo anterior podría estar impactando su sentido de pertenencia, su nivel de confianza en la dirección y, en consecuencia, su compromiso con la organización. En un nivel más social, esta diferencia en la percepción de la comunicación puede generar una división interna que afecte las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo, deteriorando el clima organizacional. Esto sugiere la necesidad de mejorar las estrategias de comunicación para abarcar a toda la fuerza laboral.

El objetivo específico N.º 2 se considera cumplido, ya se identificó que el 48% de los trabajadores tuvo un clima laboral alto en la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024. Si bien casi la mitad de los empleados se sienten respaldados y valorados, más de la mitad no comparten esta percepción. La diferencia en las percepciones sobre el clima laboral refleja la existencia de desigualdades en la manera en que los trabajadores experimentan su día a día en la organización. Mientras una parte de la fuerza laboral se siente apoyada, la otra podría estar enfrentando barreras, ya sea por un liderazgo inconsistente, falta de recursos para su desarrollo profesional, o una cultura organizacional que no promueve la inclusión o el reconocimiento equitativo. Este contraste también se puede estar alimentando un sentimiento de desconexión o desconfianza entre los empleados y la organización. Esto indica áreas de mejora en aspectos como la cultura organizacional, el liderazgo y la gestión de recursos humanos.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al director de la empresa Grupo Eulen que fomente programas de bienestar que fortalezcan el clima laboral y el bienestar de los empleados. Estos programas son fundamentales, ya que impactan directamente en la percepción que los trabajadores tienen de su entorno laboral, afectando su satisfacción y compromiso. Desde el enfoque del Trabajo Social, es crucial promover una cultura organizacional inclusiva, donde se priorice el respeto hacia los diferentes puntos de vista de los empleados y se fomente el bienestar integral. Esto puede lograrse mediante la implementación de programas que incluyan actividades recreativas, de apoyo psicológico y físico, así como espacios de socialización que contribuyan a un mejor ambiente laboral. Además, es importante que se establezcan canales de retroalimentación abiertos y fluidos, donde los empleados sientan que sus opiniones son tomadas en cuenta, lo cual fomenta un ambiente de confianza y cooperación. Esta estrategia también puede ser evaluada desde el ámbito investigativo, con estudios que midan el impacto de estos programas en la satisfacción laboral y en el clima organizacional.

Se sugiere al director de la empresa Grupo Eulen optimizar los canales de comunicación existentes, promoviendo una mayor participación de los empleados en la toma de decisiones, y garantizando que la información fluya de manera clara y consistente en todos los niveles de la organización. En este sentido, el Trabajo Social desempeña un papel fundamental en el diseño de mecanismos participativos que aseguren que todos los trabajadores, independientemente de su nivel jerárquico, tengan voz y voto en los procesos organizativos. El diseño de estos canales debe estar basado en principios de equidad, fomentando la inclusión de aquellos empleados que tradicionalmente han tenido menos acceso a la toma de decisiones, como los trabajadores de menor rango o aquellos en condiciones de vulnerabilidad. Asimismo, sería importante realizar estudios que analicen cómo la participación activa de los empleados influye en su desempeño, su sentido de pertenencia y la cohesión del grupo. Este tipo de investigaciones no solo aportan valiosa información a la organización, sino que también enriquecen el campo del Trabajo Social, brindando datos relevantes para futuras intervenciones en entornos laborales.

Se recomienda al director de la empresa Grupo Eulen implementar programas de bienestar laboral que integren aspectos físicos, emocionales y sociales de los empleados. El bienestar laboral no se limita solo a la mejora de las condiciones físicas del entorno, sino que debe abordar de manera integral las necesidades emocionales y sociales de los trabajadores. En este sentido, el Trabajo Social juega un papel crucial al diseñar e implementar programas que favorezcan el desarrollo humano integral, asegurando que cada empleado se sienta respaldado y valorado en su entorno laboral. Actividades como pausas activas, eventos de integración y sesiones de reconocimiento al personal pueden ser herramientas efectivas para fomentar un ambiente positivo, promoviendo la salud mental y emocional de los trabajadores. Además, desde la perspectiva de la investigación, se puede profundizar en el análisis de la efectividad de estos programas mediante estudios que midan variables como la reducción del estrés, la mejora de la productividad y el aumento de la motivación en los empleados. La investigación aplicada en este ámbito puede ayudar a crear estrategias más personalizadas que respondan mejor a las necesidades específicas de cada grupo de trabajadores, contribuyendo a un ambiente organizacional más saludable y equitativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abildgaard, J. S., Hasson, H., Von, U., Løvseth, L. T., Ala, A., & Nielsen, K. (2022). Forms of participation: The development and application of a conceptual model of participation in work environment interventions. *Economic and Industrial Democracy*, 41(3). <https://doi.org/10.1177/0143831X17743576>
- Allen, J., & Lehmann, N. (2023). The key features of workplace meetings: Conceptualizing the why, how, and what of meetings at work. *Organizational Psychology Review*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/20413866221129231>
- Ameghino, G. (2023). *Los jóvenes y la renuncia silenciosa*. <https://elperuano.pe/noticia/227003-los-jovenes-y-la-renuncia-silenciosa>
- Arora, S., Brunsson, N., & Hasse, R. (2020). Where Does Competition Come From? The role of organization. *Organization Theory*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2631787719889977>
- Avilés, P., & Campos, R. (2020). Los efectos de la comunicación organizacional. ¿Influyen sobre la productividad de una PyME? *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 2(7), Article 7. <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/52>
- Brito, C., Pitre, R., Cardona, D., Brito, C., Pitre, R., & Cardona, D. (2020). Clima Organizacional y su Influencia en el Desempeño del Personal en una Empresa de Servicio. *Información tecnológica*, 31(1). <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000100141>
- Campos, S. (2021). *La relación de la comunicación interna con el clima organizacional de los colaboradores de Multilab en Lima Metropolitana durante el 2021* [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/5509>

- Chalmers, R., & Brannan, G. (2024). Organizational Culture. En *StatPearls*. StatPearls Publishing. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK560543/>
- Cordova, F. N., Silva, F., Martínez, G., Cordova, F., Silva, F., & Martínez Prats, G. (2021). El rol del trabajador social en procesos de solución de conflictos en institución del sector salud. *Revista Investigación y Negocios*, 14(24). <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i24.151>
- Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2013). El clima organizacional: Un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 2(3), Article 3. <https://doi.org/10.29057/icea.v2i3.62>
- Cruz, M., & Vilca, A. (2021). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/7137>
- Daza, A., Beltrán, L., Silva, W., Daza, A., Beltrán, L., & Silva, W. (2021). Análisis del clima organizacional en las empresas del sector palmero de la región Caribe colombiana. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 29(1). <https://doi.org/10.18359/rfce.4233>
- Díaz, R. (2021). Teoría de la Comunicación Corporativa. *Polo del Conocimiento*, 6(3). <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2519/html>
- Dos Santos, M. (Ed.). (2019). *Integrated Marketing Communications, Strategies, and Tactical Operations in Sports Organizations*: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7617-4>

- Dziuba, S., Ingaldi, M., & Zhuravskaya, M. (2020). Employees' Job Satisfaction and their Work Performance as Elements Influencing Work Safety. *System Safety: Human*, 2(1). <https://sciendo.com/pl/article/10.2478/czoto-2020-0003>
- Flores, E. (2023). *Comunicación organizacional y su incidencia en el clima laboral de los colaboradores de la Empresa Técnica Avícola S.A. Pacasmayo: 2023* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://hdl.handle.net/20.500.14414/20748>
- Flores, Y., & Cruzado, L. (2018). Funciones de Trabajo Social en empresa. *Sciendo*, 21(4), Article 4. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2018.049>
- Foro Económico Mundial. (2022). *Bienestar en el lugar de trabajo: El estrés ha aumentado desde el inicio del COVID-19*. <https://es.weforum.org/agenda/2022/07/bienestar-en-el-lugar-de-trabajo-el-estres-aumenta-desde-el-inicio-de-covid-19/>
- Gagnano, A., Simbula, S., & Miglioretti, M. (2020). Work–Life Balance: Weighing the Importance of Work–Family and Work–Health Balance. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph17030907>
- Harvard Business School. (2023). *5 Dimensions of Organizational Communication*. <https://online.hbs.edu/blog/post/organizational-communication>
- Heath, R. (2020). *Management of Corporate Communication: From Interpersonal Contacts To External Affairs*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003064046>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). Mc Graw Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

- Korpi, T., & Tahlin, M. (2021). On-the-job training: A skill match approach to the determinants of lifelong learning. *Industrial Relations Journal*, 52(1). <https://doi.org/10.1111/irj.12317>
- Ledezma, D. (2022). Gestión de la comunicación y su relación con el clima organizacional. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3376
- Lermo, K. (2022). *Comunicación organizacional interna y clima organizacional del área de producción en la empresa Esmeralda Corp, Lima 2021* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/edff8d13-8f00-4a38-9d4d-f312c25152aa>
- Liu, W., & Liu, Y. (2022). The Impact of Incentives on Job Performance, Business Cycle, and Population Health in Emerging Economies. *Frontiers in Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.778101>
- Lizardo, B. (2022). Nivel de estrés laboral asociado a los factores laborales de agentes y supervisores de una empresa de seguridad privada. *Industrial Data*, 25(2). <https://doi.org/10.15381/idata.v25i2.21830>
- Marlow, S. (2020). Teamwork. En V. Zeigler & T. Shackelford (Eds.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-24612-3_799
- Mayer, C. (2021). The Future of the Corporation and the Economics of Purpose. *Journal of Management Studies*, 58(3), 887–901. <https://doi.org/10.1111/joms.12660>
- Méndez, C., & Palacios, N. (2020). Análisis de la Gestión de Comunicación Organizacional en empresas vinculadas a normas de comercio seguro. *Revista Scientific*, 5(18), Article 18. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.18.3.67-84>

- Montani, F., Boudrias, J.-S., & Pigeon, M. (2020). Employee recognition, meaningfulness and behavioural involvement: Test of a moderated mediation model. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(3).
<https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1288153>
- Montuori, P., Sorrentino, M., Sarnacchiaro, P., Di Duca, F., Nardo, A., Ferrante, B., D'Angelo, D., Di Sarno, S., Pennino, F., Masucci, A., Triassi, M., & Nardone, A. (2022). Job Satisfaction: Knowledge, Attitudes, and Practices Analysis in a Well-Educated Population. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(21). <https://doi.org/10.3390/ijerph192114214>
- Mulyono, H., Purba, N., Hadian, A., Syamsuri, A. R., & Hasibuan, M. Z. (2021). *Decision-Making Culture in Organizations*. 227–231.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.210312.035>
- Musumali, B. (2019). An Analysis why customers are so important and how marketers go about in understanding their decisions. *Business and Marketing Research Journal*, 23(23).
https://www.researchgate.net/publication/342898572_An_Analysis_why_customer_s_are_so_important_and_how_marketers_go_about_in_understanding_their_decisions
- Pavlič, M., Živković, S., & Pavlič, A. (2022). Occupational Safety Management, Working Conditions, and Economic Performance: En S. Živković, B. Krstić, & T. Rađenović (Eds.), *Advances in Human Resources Management and Organizational Development*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8189-6.ch002>
- Quiñones, J., & Tello, R. (2023). *Rotacion de personal y satisfaccion laboral de los trabajadores administrativos en la Empresa Eulen-Acciona SAC, Lima—2022*

[Universidad Peruana Los Andes].
<http://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/6797>

Reyes, J. (2023, marzo 31). *Cuatro de cada diez trabajadores peruanos se considera en 'renuncia silenciosa'*. *Gestión; NOTICIAS GESTIÓN*.
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/cuatro-de-cada-diez-trabajadores-peruanos-se-considera-en-renuncia-silenciosa-noticia/>

Rivera, J., & Rivera, A. (2023). *Comunicación interna y clima organizacional de los administrativos nombrados de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, 2022* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/8158>

Rodrigo, A. (2020). *Comunicación interna y clima organizacional de la Financiera OH - Trujillo—2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad Alas Peruanas].
<https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12990/10338>

Salazar, E., Alvarado, D., & Holguín, G. (2021). Clima organizacional y su incidencia en la satisfacción laboral: Caso Empresa de Seguridad Covipen. *Dominio de las Ciencias*, 7(5). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383818>

Semerádová, T., & Weinlich, P. (2020). Looking for the Definition of Website Quality. En T. Semerádová & P. Weinlich (Eds.), *Website Quality and Shopping Behavior: Quantitative and Qualitative Evidence*. Springer International Publishing.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-44440-2_2

Solís, M., & Moreira, J. (2022). Intervención del Trabajador Social en Conflictos Laborales en Empresa de Producción Atunera, Año 2021. *Revista Científica y Arbitrada de Ciencias Sociales y Trabajo Social: Tejedora*. ISSN: 2697-3626, 5(10), Article 10.
<https://doi.org/10.56124/tj.v5i10.0050>

- Tsipursky, G. (2023). Poor Communication May Be Slowing Down Your Team. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2023/10/poor-communication-may-be-slowing-down-your-team>
- Valenzuela, N., Martínez, C., Villarreal, V., & Ruiz, C. (2020). Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila. *Revista Geon*, 7(1). <https://doi.org/10.22579/23463910.206>
- Villatoro, J. (2023). *Más de la tercera parte de empleados peruanos se sentirían desmotivados con su trabajo*. Gestión; NOTICIAS GESTIÓN. <https://gestion.pe/economia/empresas/mas-de-la-tercera-parte-de-empleados-peruanos-se-sentirian-desmotivados-con-su-trabajo-noticia/>
- Vo, T., Tuliao, K., & Chen, C. (2022). Work Motivation: The Roles of Individual Needs and Social Conditions. *Behavioral Sciences*, 12(2). <https://doi.org/10.3390/bs12020049>
- Yue, C., Men, L., & Ferguson, M. (2021). Examining the Effects of Internal Communication and Emotional Culture on Employees' Organizational Identification. *International Journal of Business Communication*, 58(2). <https://doi.org/10.1177/2329488420914066>
- Zambrano, M., Galviz, J., & Martínez, A. (2016). *Propuesta de programa de formación profesional basado en la Teoría del Clima Organizacional de Likert*. <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/41752>
- Zhenjing, G., Chupradit, S., Ku, K. Y., Nassani, A. A., & Haffar, M. (2022). Impact of Employees' Workplace Environment on Employees' Performance: A Multi-Mediation Model. *Frontiers in Public Health*, 10, 890400. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.890400>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Operacionalización de variables

Variable 1: Comunicación organizacional

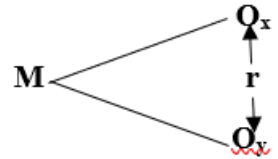
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ALTERN. DE RESPUESTA	NIVELES DE MEDICIÓN
Comunicación organizacional	Proceso mediante el cual se intercambian mensajes, información y significados dentro de una organización, con el objetivo de coordinar acciones, transmitir valores y cultura empresarial, etc. (Harvard Business School, 2023).	La comunicación organizacional es importante a nivel interno y externo.	Comunicación a nivel interno	-Reuniones -Trabajo en equipo -Toma de decisiones	24	1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5= Siempre	Baja 60 - 140 Moderada 141 - 220 Alta 221 - 300
			Comunicación externa	-Clientes -Competencia -Sitios Webs			

Variable 2: Clima laboral

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ALTERN. DE RESPUESTA	ESCALA DE MEDICIÓN
Clima laboral	Es un concepto que abarca el ambiente psicológico y emocional en el que se desarrollan las actividades cotidianas dentro de una organización. Está determinado por las relaciones interpersonales, la cultura organizacional, el estilo de liderazgo, las políticas y procedimientos de la empresa (Zhenjing et al., 2022).	El clima laboral abarca la motivación laboral, satisfacción laboral y la cultura organizacional.	Motivación laboral	-Incentivos -Reconocimientos -Capacitaciones	36		1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5= Siempre
			Satisfacción laboral	-Personal -Familiar -Condiciones de trabajo			
			Cultura organizacional	-Participación -Políticas -Imagen corporativa			
							Baja 60 - 140 Moderada 141 - 220 Alta 221 - 300

Anexo 2: Matriz de Consistencia

“Comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024”

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema General ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.</p>	<p>Hipótesis general H0: No existe relación significativa entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024. H1: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y clima laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.</p>	<p>Variable 1: Comunicación organizacional Dimensiones -Comunicación a nivel interno -Comunicación externa</p>	<p>Nivel de investigación: Correlacional Diseño: Descriptivo correlacional y de forma transversal.</p>  <p>Donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • M: muestra • O1: variable 1 (comunicación organizacional) • O2: variable 2 (clima laboral) • r: relación entre las variables <p>Población de estudio: 100 trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú que ejercen sus actividades en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).</p>
<p>Problemas Específicos 1. ¿Cuál es la comunicación organizacional de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024?</p>	<p>Objetivos Específicos 1. Identificar la comunicación organizacional de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.</p>	<p>Hipótesis específicas 1. La comunicación organizacional es baja de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.</p>	<p>Variable 2: Clima laboral Dimensiones -Motivación laboral</p>	

<p>2. ¿Cuál es el clima laboral de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024?</p>	<p>2. Identificar el clima laboral de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.</p>	<p>2. El clima laboral es bajo de los trabajadores de la empresa Grupo Eulen Perú, Lima, 2024.</p>	<p>-Satisfacción laboral -Cultura organizacional</p>	
---	--	--	--	--

Anexo 3: Cuestionarios
Cuestionario de comunicación organizacional
(Medina, L.)

Indicaciones: Examine detenidamente cada uno de los enunciados. Seleccione únicamente una alternativa de respuesta para cada interrogante, indicándola con una (X)

El instrumento utilizado se basa en la siguiente escala: Siempre (5); Casi Siempre (4); A veces (3); Casi Nunca (2); Nunca (1).

Ítems		1	2	3	4	5
Comunicación interna						
1	La empresa realiza reuniones en forma semanal.					
2	Antes de iniciar su jornada de trabajo realizan reuniones cortas.					
3	Las reuniones programadas terminan a la hora indicada.					
4	La empresa realiza reuniones mensuales.					
5	Le gusta trabajar en equipo.					
6	Trabajar en equipo es prioridad en la empresa.					
7	Existe buena comunicación entre sus compañeros.					
8	Existe buena comunicación de trabajo con su jefe.					
9	La empresa toma en cuenta sus opiniones.					
10	La consultan a usted de las decisiones que van a tomar.					
11	Solo los jefes toman las decisiones que van a tomar en la empresa.					
12	Los jefes le informan a usted de las decisiones de la empresa.					
Comunicación externa						
13	Se comunica de manera efectiva con sus compañeros.					
14	Se esmera por atender de lo mejor a su cliente.					
15	Soluciona los problemas e inquietudes de sus clientes.					
16	Demuestra tolerancia y paciencia con los clientes.					
17	Sus compañeros son competencia para usted.					
18	Es competente en las labores que realiza.					
19	La competencia se preocupa por fidelizar a sus clientes.					
20	Se adapta rápidamente con el nuevo personal que se incorpora en la empresa.					
21	La empresa tiene página virtual para sus colaboradores.					
22	La empresa constantemente actualiza sus redes sociales.					

23	La empresa realiza capacitaciones virtuales.					
24	La empresa cuenta con una red social para comunicarse entre colaboradores					

Cuestionario de clima laboral
(Medina, L.)

Indicaciones: Examine detenidamente cada uno de los enunciados. Seleccione únicamente una alternativa de respuesta para cada interrogante, indicándola con una (X)

El instrumento utilizado se basa en la siguiente escala: Siempre (5); Casi Siempre (4); A veces (3); Casi Nunca (2); Nunca (1).

Ítems		1	2	3	4	5
Motivación laboral						
1	La empresa le ofrece incentivos por el trabajo realizado.					
2	Existe equidad en la entrega de incentivos.					
3	Los incentivos que le ofrece lo motivan a seguir trabajando.					
4	Existen incentivos económicos en la empresa.					
5	Su esfuerzo es valorado en la empresa					
6	Reconocen su trabajo realizado.					
7	Su jefe reconoce su esfuerzo.					
8	La empresa premia a las personas que trabajan bien.					
9	La empresa ofrece capacitaciones.					
10	Las capacitaciones son útiles en su trabajo.					
11	La empresa ofrece capacitaciones mensuales.					
12	Las capacitaciones que brinda la empresa le son útiles.					
Satisfacción laboral						
13	La empresa es accesible con los horarios de trabajo.					
14	La empresa brinda todo los beneficios por la ley.					
15	La empresa es accesible con los permisos solicitados.					
16	Está conforme con su sueldo.					
17	La empresa ha hecho eventos familiares.					
18	Tu sueldo cubre las necesidades básicas de su familia.					
19	La empresa se preocupa por su familia.					
20	La empresa brinda permiso por motivos familiares.					
21	Se siente seguro en su trabajo.					
22	Usted recibe capacitaciones de seguridad.					
23	Cuenta con los implementos necesarios para realizar su trabajo.					
24	Las condiciones de trabajo que brinda la empresa son las adecuadas.					

Cultura organizacional					
25	Usted ayuda a sus compañeros.				
26	Participa en los eventos ofrece la empresa.				
27	Es considera personal importante en la empresa.				
28	Participa en las áreas de la empresa.				
29	Cumple con las políticas de la empresa.				
30	Las políticas de la empresa están adecuada al personal.				
31	Las políticas de la empresa son respetadas por el personal.				
32	Alinea su conducta a las políticas de la empresa.				
33	La imagen es primordial en toda empresa.				
34	La buena atención mejora a la imagen de la empresa.				
35	La empresa tiene una buena imagen.				
36	Una buena imagen atrae a más clientes.				