

**UNIVERSIDAD DE HUANUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**TESIS**

---

**“Comunicación interna y clima organizacional en Automotores  
Mopal – sede Huánuco 2023”**

---

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTORA: Esteban Mautino, Maribeth

ASESOR: Blanco Tipismana, Jose Martin

HUÁNUCO – PERÚ

2024

# U

**TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

- Tesis ( X )
- Trabajo de Suficiencia Profesional ( )
- Trabajo de Investigación ( )
- Trabajo Académico ( )

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Gestión Administrativa  
**AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)**

**CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:**

**Área:** Ciencias Sociales

**Sub área:** Economía, Negocios

**Disciplina:** Negocios, Administración

**DATOS DEL PROGRAMA:**

Nombre del Grado/Título a recibir: Título  
 Profesional de Licenciada en Administración de  
 Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio ( X )
- UDH ( )
- Fondos Concursables ( )

# D

**DATOS DEL AUTOR:**

Documento Nacional de Identidad (DNI): 74132665

**DATOS DEL ASESOR:**

Documento Nacional de Identidad (DNI): 22474198

Grado/Título: Maestro en gestión y negocios, mención en  
 gestión de proyectos

Código ORCID: 0000-0001-7118-719X

**DATOS DE LOS JURADOS:**

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Anibal Rivero, Rafael Antonio	Doctor en gestión empresarial	41693326	0000-0003- 1423-2737
2	Huerto Orizano, Diana	Maestra en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	40530605	0000-0003- 1634-6674
3	Mercado Huertas, Janeth Rosemary	Maestro en gestión pública para el desarrollo social	22459383	0000-0002- 3906-6563

# H

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **11:00 horas del día 29 del mes de febrero del año 2024**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron la sustentante y el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Dr. Rafael Antonio Anibal Rivero	(Presidente)
Mtra. Diana Huerto Orizano	(Secretaria)
Mtra. Janeth Rosemary Mercado Huertas	(Vocal)

Nombrados mediante la RESOLUCIÓN N.º 1656-2023-D-FCEMP-PAAE-UDH para evaluar la Tesis intitulada "**COMUNICACIÓN INTERNA Y CLIMA ORGANIZACIONAL EN AUTOMOTORES MOPAL – SEDE HUÁNUCO 2023**", presentada por la Bachiller, **ESTEBAN MAUTINO, Maribeth**, para optar el título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándola APROBADA con el calificativo cuantitativo de 14 CATORCE y cualitativo de SUFICIENTE (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

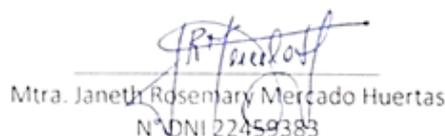
Siendo las 11:50 horas del día 29 del mes de febrero del año 2024, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Dr. Rafael Antonio Anibal Rivero  
Nº DNI 41693326  
Código ORCID: 0000-0003-1423-2737  
**PRESIDENTE**



Mtra. Diana Huerto Orizano  
Nº DNI 40530605  
Código ORCID: 0000-0003-1634-6674  
**SECRETARIA**



Mtra. Janeth Rosemary Mercado Huertas  
Nº DNI 22459383  
Código ORCID: 0000-0002-3906-6563  
**VOCAL**

DIRECTIVA N° 006- 2020- VRI-UDH PARA EL USO DEL SOFTWARE TURNITIN DE LA UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO Resolución N° 018-2020-VRI-UDH 03JUL20 y modificatoria R. N° 046-2020-VRI-UDH, 19OCT20

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

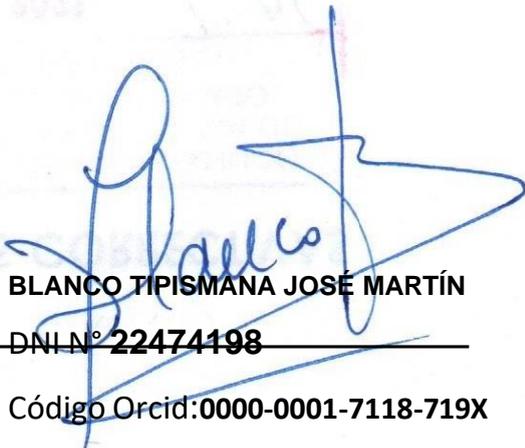
Yo, **JOSÉ MARTÍN BLANCO TIPISMANA**, asesor del PA Administración de Empresas y designado(a) mediante documento: **Resolución N° 096-2023-D-FCOMP-PAA-UDH** de la estudiante **MARIBETH ESTEBAN MAUTINO**, de la investigación titulada: **“COMUNICACIÓN INTERNA Y CLIMA ORGANIZACIONAL EN AUTOMOTORES MOPAL – SEDE HUÁNUCO 2023”**

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del **24%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 12 de Marzo de 2024



BLANCO TIPISMANA JOSÉ MARTÍN

DNI N° **22474198**

Código Orcid: **0000-0001-7118-719X**

# COMUNICACIÓN INTERNA Y CLIMA ORGANIZACIONAL EN AUTOMOTORES MOPAL SA - SEDE HUÁNUCO 2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

24%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.udh.edu.pe">repositorio.udh.edu.pe</a> Fuente de Internet	8%
2	<a href="https://distancia.udh.edu.pe">distancia.udh.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
3	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad de Huanuco Trabajo del estudiante	1%
5	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
8	<a href="https://apirepositorio.unh.edu.pe">apirepositorio.unh.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
9	<a href="https://view.genial.ly">view.genial.ly</a> Fuente de Internet	

BLANCO TIPISMANA JOSÉ MARTÍN

DNI-Nº 22474198

Código Orcid:0000-0001-7118-719X

## **DEDICATORIA**

A Dios por facultarme llegar a esta fase de mi vida y alcanzar uno de mis objetivos. A mis padres por su constante apoyo en mi formación

## **AGRADECIMIENTO**

A los colaboradores de la empresa, por haber contribuido con sus respuestas al desarrollo de la tesis

Al gerente de la empresa, por habernos permitido trabajar con información de la empresa

A los docentes de la Universidad de Huánuco, por haber transmitido experiencia, y conocimiento a mi formación

A todos aquellos que de alguna u otra manera han sumado para la conclusión de la investigación

# ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS .....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	XIII
CAPÍTULO I.....	15
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	18
1.2.1. PROBLEMA GENERAL .....	18
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	18
1.3. OBJETIVOS.....	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL .....	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	19
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....	19
1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....	19
1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICO.....	20
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
CAPÍTULO II.....	21
MARCO TEÓRICO .....	21
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES .....	21
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES .....	22
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	24
2.2. BASES TEÓRICAS .....	25
2.2.1. COMUNICACIÓN INTERNA .....	25
2.2.2. CLIMA ORGANIZACIONAL .....	34

2.3.	DEFINICIONES CONCEPTUALES .....	43
2.4.	HIPÓTESIS.....	45
2.4.1.	HIPÓTESIS GENERAL .....	45
2.4.2.	HIPÓTESIS ESPECIFICAS .....	45
2.5.	VARIABLES .....	46
2.5.1.	VARIABLE INDEPENDIENTE.....	46
2.5.2.	VARIABLE DEPENDIENTE .....	46
2.6.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	46
CAPÍTULO III.....		49
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		49
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	49
3.1.1.	ENFOQUE .....	49
3.1.2.	ALCANCE O NIVEL .....	49
3.1.3.	DISEÑO .....	50
3.2.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	50
3.2.1.	POBLACIÓN .....	50
3.2.2.	MUESTRA.....	50
3.3.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	51
3.4.	TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	51
CAPÍTULO IV.....		52
RESULTADOS.....		52
4.1.	PROCESAMIENTO DE DATOS .....	52
4.2.	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	79
CAPÍTULO V.....		85
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		85
5.1.	CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....	85
CONCLUSIONES .....		88
RECOMENDACIONES.....		90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		91
ANEXOS.....		95

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿La empresa tiene como política el diálogo frente a cualquier problema? .....	52
Tabla 2 ¿La información y/o informaciones fluye adecuadamente en la empresa? .....	53
Tabla 3 ¿La empresa promueve diálogos o conversaciones fluidas y abiertas entre los jefes y sus equipos, que permitan enriquecer la información para la toma de decisiones en coordinaciones de trabajo, proyectos, etc.? .....	54
Tabla 4 ¿La empresa impulsa la negociación entre trabajadores cuando surge problemas? .....	55
Tabla 5 ¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores? .....	56
Tabla 6 ¿Recibes toda la información que necesitas para poder realizar eficientemente tu trabajo? .....	57
Tabla 7 ¿La empresa utiliza expresiones entendibles, claros u objetivos cuando se dirige a los trabajadores? .....	58
Tabla 8 ¿Entre colegas están integrados y coordinan para solucionar tareas y problemas? .....	59
Tabla 9 ¿Existe confianza entre colegas? .....	60
Tabla 10 ¿La comunicación es abierta y clara entre colegas? .....	61
Tabla 11 ¿Tienes la facilidad de proporcionar retroalimentación de tareas encomendadas? .....	62
Tabla 12 ¿Recibes retroalimentación de tu jefe sobre tu desempeño? .....	63
Tabla 13 ¿La empresa fomenta la práctica de la amabilidad a través de sus medios de comunicación? .....	64
Tabla 14 ¿Tus superiores te brindan la atención adecuada cuando te diriges para tratar algún tema? .....	65
Tabla 15 ¿Los comentarios o sugerencias que aportas son tomados en cuenta? .....	66
Tabla 16 ¿El saber escuchar es política de la empresa en todos sus niveles? .....	67
Tabla 17 ¿La empresa alienta a los trabajadores a opinar y aportar ideas con honestidad? .....	68

Tabla 18 ¿Puedes compartir con honestidad tus opiniones con tu jefe inmediato? .....	69
Tabla 19 ¿La información que emite la empresa por sus canales internos son diseñados con responsabilidad en cuanto a legibilidad, organización y edición, garantizando la correcta transmisión de los mensajes? .....	70
Tabla 20 ¿Los directivos/supervisores de la empresa tienen la capacidad de inspirar, enseñar, ayudar e incentivar en el cumplimiento de sus labores? .	71
Tabla 21 ¿Los directivos de la empresa MOPAL tienen las capacidades de encontrar soluciones a los problemas comerciales?.....	72
Tabla 22 ¿Los directivos de la empresa toman decisiones sin consultar y brindar justificación respecto a las funciones y participación de los trabajadores? .....	73
Tabla 23 ¿Existe gran compromiso de participación en las actividades laborales de la empresa por parte de los trabajadores que, permita el logro de resultados? .....	74
Tabla 24 ¿El intercambio de opiniones/iniciativas y las coordinaciones entre los equipos de trabajo es adecuada? .....	75
Tabla 25 ¿Las iniciativas/opiniones de los trabajadores de la empresa son valorados por los directivos para la toma de decisiones? .....	76
Tabla 26 ¿La empresa tiene políticas de incentivos (económicos u otros) para reconocer y premiar a los trabajadores por el logro de metas u objetivos?.....	77
Tabla 27 ¿La empresa otorga capacitaciones, formación y desarrollo profesional/técnico a los trabajadores para facilitar las promociones o ascensos laborales? .....	78
Tabla 28 Definición de la significancia a través del coeficiente de correlación Pearson entre la comunicación interna y el clima organizacional en automotores Mopal de la ciudad de Huánuco 2023.....	79
Tabla 29 Relación estadística entre la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco .....	80
Tabla 30 Relación estadística entre la dimensión esencial de la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco .....	81

Tabla 31 Relación estadística entre la dimensión operativa de la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco .....	82
Tabla 32 Relación estadística entre la dimensión estratégica de la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco .....	83
Tabla 33 Relación estadística entre la dimensión valorativa de la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco .....	84

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿La empresa tiene como política el diálogo frente a cualquier problema? .....	52
Figura 2 ¿La información y/o informaciones fluye adecuadamente en la empresa? .....	53
Figura 3 ¿La empresa promueve diálogos o conversaciones fluidas y abiertas entre los jefes y sus equipos, que permitan enriquecer la información para la toma de decisiones en coordinaciones de trabajo, proyectos, etc.? .....	54
Figura 4 ¿La empresa impulsa la negociación entre trabajadores cuando surge problemas? .....	55
Figura 5 ¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores? .....	56
Figura 6 ¿Recibes toda la información que necesitas para poder realizar eficientemente tu trabajo? .....	57
Figura 7 ¿La empresa utiliza expresiones entendibles, claros u objetivos cuando se dirige a los trabajadores? .....	58
Figura 8 ¿Entre colegas están integrados y coordinan para solucionar tareas y problemas? .....	59
Figura 9 ¿Existe confianza entre colegas? .....	60
Figura 10 ¿La comunicación es abierta y clara entre colegas? .....	61
Figura 11 ¿Tienes la facilidad de proporcionar retroalimentación de tareas encomendadas? .....	62
Figura 12 ¿Recibes retroalimentación de tu jefe sobre tu desempeño? .....	63
Figura 13 ¿La empresa fomenta la práctica de la amabilidad a través de sus medios de comunicación? .....	64
Figura 14 ¿Tus superiores te brindan la atención adecuada cuando te diriges para tratar algún tema? .....	65
Figura 15 ¿Los comentarios o sugerencias que aportas son tomados en cuenta? .....	66
Figura 16 ¿El saber escuchar es política de la empresa en todos sus niveles? .....	67

Figura 17 ¿La empresa alienta a los trabajadores a opinar y aportar ideas con honestidad?.....	68
Figura 18 ¿Puedes compartir con honestidad tus opiniones con tu jefe inmediato? .....	69
Figura 19 ¿La información que emite la empresa por sus canales internos son diseñados con responsabilidad en cuanto a legibilidad, organización y edición, garantizando la correcta transmisión de los mensajes? .....	70
Figura 20 ¿Los directivos/supervisores de la empresa tienen la capacidad de inspirar, enseñar, ayudar e incentivar en el cumplimiento de sus labores? .	71
Figura 21 ¿Los directivos de la empresa MOPAL tienen las capacidades de encontrar soluciones a los problemas comerciales?.....	72
Figura 22 ¿Los directivos de la empresa toman decisiones sin consultar y brindar justificación respecto a las funciones y participación de los trabajadores? .....	73
Figura 23 ¿Existe gran compromiso de participación en las actividades laborales de la empresa por parte de los trabajadores que, permita el logro de resultados? .....	74
Figura 24 ¿El intercambio de opiniones/iniciativas y las coordinaciones entre los equipos de trabajo es adecuada? .....	75
Figura 25 ¿Las iniciativas/opiniones de los trabajadores de la empresa son valorados por los directivos para la toma de decisiones? .....	76
Figura 26 ¿La empresa tiene políticas de incentivos (económicos u otros) para reconocer y premiar a los trabajadores por el logro de metas u objetivos?.....	77
Figura 27 ¿La empresa otorga capacitaciones, formación y desarrollo profesional/técnico a los trabajadores para facilitar las promociones o ascensos laborales? .....	78

## RESUMEN

La tesis realizada, ha logrado cumplir sus propósitos, teniendo, así como principal objetivo determinar de qué manera se relaciona la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – Sede Huánuco 2023. En cuanto a la metodología, habiendo sido de tipo aplicada de nivel descriptivo correlacional, la tesis ha logrado diseñar técnicas e instrumentos capaces de recoger información de la muestra seleccionada que fueron en su totalidad los trabajadores de la empresa, ellos para poder argumentar a ciencia clara cómo es el comportamiento de la comunicación interna de dicha empresa y su relación con el clima organizacional. La tesis ha logrado demostrar el nivel de significancia y de relación que existe entre ambas variables partiendo por la descripción individual de los componentes o dimensiones de las variables comunicación interna y el clima organizacional pudiendo obtener como conclusión importante la que se plantea a continuación, se determinó que la comunicación interna tuvo una relación directa y significativa con el clima organizacional en Automotores Mopal - sede Huánuco 2023, ellos se sustentan en el coeficiente de correlación Pearson obtenido cuyo valor es 0.773, corroborada con la información en las tablas 1 y 24 de los resultados, donde se indica que el 65.38% opina que la empresa tiene como política el dialogo cuando se suscitan problemas buscando una solución oportuna lo que genera que el 59.62% opine que el intercambio de ideas y coordinaciones entre los equipos es adecuada para un buen desarrollo del clima organizacional.

**Palabras claves:** comunicación interna, clima organizacional, motivación, estrategia, toma de decisiones.

## ABSTRACT

The thesis has achieved its purposes, having as its main objective to determine how internal communication is related to the organizational climate in Automotores MOPAL - Huánuco 2023. As for the methodology, having been of applied type of descriptive correlational level, the thesis has managed to design techniques and instruments capable of collecting information from the selected sample that were in its totality the workers of the company, them to be able to argue to clear science how is the behavior of the internal communication of this company and its relation with the organizational climate. The thesis has been able to demonstrate the level of significance and relationship that exists between both variables starting with the individual description of the components or dimensions of the variables internal communication and organizational climate, being able to obtain as an important conclusion the following one, it was determined that internal communication had a direct and significant relationship with the organizational climate in Automotores Mopal - Huánuco 2023, they are supported by the Pearson correlation coefficient obtained whose value is 0. 773, corroborated by the information in Tables 1 and 24 of the results, where it is indicated that 65.38% believe that the company has a policy of dialogue when problems arise, seeking a timely solution, which leads 59.62% to believe that the exchange of ideas and coordination between teams is adequate for a good development of the organizational climate.

**Keywords:** internal communication, organizational climate, motivation, strategy, decision making.

## INTRODUCCIÓN

La tesis titulada la Comunicación Interna y Clima Organizacional en automotores Mopal – sede Huánuco 2023, está conformada por 5 capítulos donde se detallan con claridad su contenido en función a lo que corresponde.

En el capítulo I, se cuenta con información respecto a la descripción del problema, donde el clima organizacional no se da de manera adecuada por la falta de comunicación interna que pueda existir entre colegas de trabajo. Por ende, se plantea el problema general ¿De qué manera se relaciona la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?, también se plantean los objetivos generales, justificación de la investigación y limitaciones que fueron superadas. En el capítulo II, se contempla antecedentes de investigación en 3 ámbitos, internacional, nacional, local, todos ellos de repositorios de diferentes universidades. De igual manera en esa segunda sección se considera fundamentalmente los contenidos teóricos de las variables planteadas para su estudio, presentando pues una exposición clara de los alcances que tiene el comportamiento de estas variables en base a las dimensiones que tiene. En el capítulo III, podemos observar el marco metodológico, que ha garantizado el desarrollo de la tesis en base a criterios científicos que han permitido demostrar lo que se plantea. Con una población y muestra, la tesis ha contemplado el análisis del comportamiento de todos los trabajadores a quienes se les ha aplicado el instrumento respectivo.

De igual manera, en el capítulo IV se presenta las tablas y figuras, que no es más que una descripción gráfica del comportamiento de cada una de ellas en situaciones que no han requerido la intervención directa ni indirecta del investigador, permitiendo demostrar las relaciones que existen entre ambas variables en base a la estimación inferencial planteada en la sección correspondiente. En capítulo V, se plantea una discusión teórica con los resultados obtenidos, a partir del cual la tesis demuestra la vigencia de los alcances conceptuales de ambas variables de estudio. Finalmente, la tesis concluye presentando sus conclusiones y recomendaciones en torno a los

propósitos establecidos. Pudiendo de esta manera constituirse es un referente de investigación para futuros estudios que requieren mayor complejidad.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Para Reyes et al. (2017) en su artículo escrito para Dialnetweb Platzi, hace referencia que la comunicación interna en las empresas es una variable que puede generar efectos en el comportamiento global de ellos. Sostiene además de su estudio hecho que el 75% de las empresas en el mundo encuestadas han logrado mejorar su clima organizacional a partir de políticas claras que deben ser comunicadas de manera horizontal en todos los niveles. En ese contexto, marcas en el mundo que no han tenido comunicación en tiempos complejos han tenido problemas en toda la organización, una de ellas la empresa de autos Volkswagen de Alemania, la cual no ha compartido detalles de los alcances de sus componentes en la producción regional, lo mismo que ha generado insatisfacción en trabajadores, haciendo que el clima organizacional no sea el adecuado, ya que los colaboradores no se encuentran a gusto porque no hay un ambiente de trabajo, así pudo visualizar el autor (Meza,2015), en su blog publicado para la web de Alto nivel.

Como se puede observar, en el argumento anterior la comunicación interna confirma tener esa influencia en el clima organizacional, en el caso de Perú, al ser un país en vías de desarrollo, sus empresas han tenido estos contratiempos respecto al clima organizacional, a la satisfacción, al trato entre colegas de trabajo y a la comunicación interna, sobre todo las pequeñas empresas que son quienes someten a sus estructuras a políticas de comunicación informal que generan inestabilidad en la empresa en general, una de ellas la empresa Telefonía Claro Perú, en la cual la comunicación interna no era eficiente ya que había mal entendidos y rumores constantes haciendo que su clima organizacional no mejore, así sostiene (Moroder, 2020).

Cabe mencionar que la comunicación interna se basa en el diálogo entre trabajadores de la empresa, en la comunicación que estos pueden tener para

poder lograr los objetivos propuestos y trabajar conjuntamente en base a las metas, de esta manera se logra eficientemente los trabajos encomendando, ya que el compañerismo ayuda a desempeñarse mejor y absolver las dudas del otro compañero. También el clima organizacional en una organización tiene función primordial, ya que de acuerdo al ambiente laboral se tendrá el desempeño de los trabajadores, entonces se dice que clima organizacional influye mucho en la eficiencia de los resultados. Por ello debe de haber un ambiente de trabajo cómodo, un trato adecuado entre colegas y hacer que el empleado se sienta importante para la empresa, así afirma el autor (Moroder, 2020)

Respecto a la problemática local, AUTOMOTORES MOPAL S.A., es una empresa concesionaria de Toyota del Perú, dedicada a la venta de vehículos automotores, mantenimiento y reparación de vehículos, así como venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, su organización, estructura y funciones se rigen por las normas legales aplicables, razón por la cual actualizaron su Reglamento Interno de Trabajo, con la finalidad que todos los trabajadores de la empresa (Gerentes, Personal de Dirección, Jefes, Obreros, Trabajadores de Intermediación Laboral, Trabajadores sujetos a periodos de prueba, Trabajadores contratados a plazo fijo o a plazo indefinido y Trabajadores en general), tengan pleno conocimiento de sus deberes, derechos y obligaciones a fin de propiciar un ambiente adecuado para su bienestar y el de sus compañeros y como consecuencia tener un rendimiento óptimo y eficiente en la empresa. Es una de las empresas con mayor representatividad en el departamento de Huánuco, cuenta con trabajadores en sus diferentes líneas, a la fecha 52 en diferentes niveles solo en el distrito de Amarilis del departamento de Huánuco. (Automotores Mopal, 2023)

En el contexto analizado, el clima organizacional es un aspecto que al ser descrito en la empresa tiene como referencias cuestiones que impiden un adecuado clima organizacional para sus trabajadores. De acuerdo al análisis que hizo la empresa de los 52 trabajadores se percibe que el 75% no maneja el clima organizacional, debido a que en la empresa el liderazgo no es propio de los trabajadores, ni mucho menos es compartido por la autoridad formal en

la empresa, por ende, la participación del colaborador en la toma de decisiones es nula. (Ipsos, 2023) Esto trae como consecuencia que los colaboradores no se sientan motivados y no se puedan encontrar soluciones a los problemas comerciales que tiene MOPAL. Las razones radican fundamentalmente a la práctica del liderazgo autocrático en todos los niveles de la autoridad formal. Lo descrito se suma a la poca participación que tienen los trabajadores en la empresa, indudablemente impide ello que tengan una iniciativa acorde a lo que espera la empresa, siendo esta una limitación para darle respuesta a los problemas recurrentes que tiene la empresa. De igual manera, la motivación en la empresa es descrita por no contar con políticas claras de incentivos y tampoco promociones laborales, por ello se cuenta con trabajadores desganados, los mismos que no son valorados por la empresa, teniendo un alto nivel de rotación.

En cuanto a lo descrito, la comunicación interna debe ser estudiada como potencial causa de la misma, pudiendo observar que este aspecto tiene la responsabilidad de transmitir de manera íntegra todos los protocolos de la empresa para tener un clima organizacional adecuado. De acuerdo al análisis que realizó la empresa el 84% de los trabajadores no manejan la comunicación interna debido a los siguientes aspectos, específicamente la comunicación esencial parte porque la empresa no busca entender a los trabajadores a través del diálogo y la capacidad de negociación frente a situaciones negativas. De la misma forma, en el aspecto operativo, cuando la empresa programa actividades donde todos tienen que intervenir, los trabajadores en general están llamados a mejorar sus relaciones, y encontrar una oportunidad de ellas, sin embargo, eso no se da así. Asimismo, en el aspecto estratégico de la comunicación interna en MOPAL que se centra en la capacidad de escuchar y amabilidad tiene aspectos que no generan un óptimo clima organizacional en la empresa. Finalmente, en el aspecto valorativo de la comunicación interna, los colaboradores no aportan ideas con honestidad ya que la empresa no los alienta a opinar sus ideas. Por otra parte, la información que transmite la empresa no es con responsabilidad. (Ipsos, 2023)

Por lo detallado, la tesis buscó comprender la relación que existe entre la comunicación interna y el clima organizacional para confirmar si es la causa real de la característica del clima organizacional en MOPAL.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

¿De qué manera se relaciona la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿De qué manera se relaciona la dimensión esencial de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?
- ¿De qué manera se relaciona la dimensión operativa de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?
- ¿De qué manera se relaciona la dimensión estratégica de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?
- ¿De qué manera se relaciona la dimensión valorativa de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar de qué manera se relaciona la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar de qué manera se relaciona la dimensión esencial de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023
- Determinar de qué manera se relaciona la dimensión operativa de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023
- Determinar de qué manera se relaciona la dimensión estratégica de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023
- Determinar de qué manera se relaciona la dimensión valorativa de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

## **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

La propuesta de tesis puso en consideración conocimientos publicados en las variables de estudio planteadas, los mismos que fueron sometidos a discusión para comprender la vigencia del alcance de los mismos en una coyuntura como la que se analiza. Por lo mencionado, la importancia teórica está en razón de comprender fundamentalmente si estos conceptos son teoría que puedan ser usadas en otras investigaciones de igual relevancia (Arias, 2012).

### **1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

La propuesta de tesis permitió a la empresa tener importantes conclusiones respecto a las variables de estudio, a partir del cual sus decisiones para mejorar el clima organizacional en la empresa pueden ser más asertivas respecto a lo que sucede hoy en dicha organización.

Por ende, la tesis ayudó en la toma de decisiones de la empresa (Arias, 2012).

### **1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICO**

Si bien es cierto la tesis no contó con una metodología ad hoc, sin embargo, su desarrollo permitió la construcción de técnicas e instrumentos que se aplicaron a la muestra seleccionada para el recojo de información y por ende llegar a conclusiones que ayuden a comprender la realidad planteada (Arias, 2012).

### **1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

La tesis por su naturaleza enfrentó las siguientes limitaciones:

- La disponibilidad para que respondan de la aplicación del instrumento se vio afectado y alterado en el tiempo establecido, dado que su labor prolongó la aplicación de la misma.

Estas fueron superadas a partir de la constancia y persuasión del investigador.

### **1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La tesis fue viable por las siguientes razones:

- Contó con bibliografía especializada.
- Contó con financiamiento.
- Contó con el apoyo de la empresa.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

##### 2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Alvarez (2018) en su tesis titulada ***“Los Procesos de la Comunicación Interna y su Incidencia en el Clima Laboral de los empleados Administrativos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Santiago de Píllaro”*** tesis para optar el grado de Psicólogo Industrial, presentada a la Universidad Técnica de Ambato. La investigación es de enfoque cualitativo y cuantitativo, de tipo explicativa correlacional, la población está conformada por los empleados administrativos, la muestra es un total de 92 colaboradores, la técnica e instrumento aplicados fueron la encuesta y el cuestionario respectivamente; de esta manera llego a concluir que:

- De acuerdo a la investigación realizada hoy llegamos a la conclusión que el gobierno autónomo descentralizado de la municipalidad Santiago de Píllaro, tiene aspectos que demuestran su desgaste muy considerable sobre las relaciones interpersonales debido a que los colaboradores del ámbito administrativo no cuentan con procedimientos de comunicación eficiente lo cual repercute de forma directa en el ambiente de trabajo donde se desarrollan sus actividades, lo cual se debe a que los trabajadores cuando se comunican o quieren brindar datos no lo hacen de manera correcta lo cual hace que sus compañeros no capten el mensaje de manera apropiada y se distorsione toda la información encontrada, lo cual se demuestra gracias a los resultados obtenidos por nuestro cuestionario en el cual se encuentra que el 80% de los pobladores sostienen que cuando no cuentan con un buen manejo del ambiente de trabajo no se podrá ejecutar una comunicación interna efectiva.

González et al. (2022) en su tesis titulada ***“Inteligencia Emocional y Clima Organizacional en Trabajadores de una Universidad Politécnica Ecuatoriana”*** presentada a la Universidad de Guayaquil, tesis para optar el grado de Psicólogo, presentada a la Universidad de Guayaquil. La investigación es de tipo descriptiva, de enfoque cuantitativo, la población está conformada por los trabajadores activos de una facultad de una universidad politécnica ecuatoriana, la muestra es un total de 34 personas, la técnica e instrumento aplicados fueron la encuesta y el cuestionario respectivamente; de esta manera se llegó a concluir que:

- De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, llegamos a concluir que existe interrelación positiva entre la inteligencia emocional y el clima organizacional en los colaboradores de la Universidad investigada, lo cual se debe a que entre los aspectos que competen a las variables se lograron encontrar relación significativa. De la misma manera se llegó a demostrar que según las dimensiones especificadas en la variable independiente se lograron encontrar resultados positivos en donde se comprende que la inteligencia emocional es altamente importante dentro de las empresas o instituciones, finalmente, en las dimensiones de la variable dependiente se puede concluir que según los colaboradores se logra percibir un ambiente positivo lo cual ayuda a que los trabajadores tengan mayor motivación de desarrollar sus actividades dentro de la institución.

### **2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES**

Pérez (2021) en su tesis titulada ***“Comunicación interna y clima organizacional de los colaboradores de empresa J.C. contratistas generales”*** tesis para optar el grado de Licenciado en administración, presentada a la Universidad de Huánuco. La investigación es de tipo básica, de diseño correlacional transversal, de nivel no experimental, la población está conformada por los trabajadores, la muestra es un total

de 25 colaboradores, la técnica e instrumento aplicado fueron la encuesta y el cuestionario respectivamente; de esta manera se llegó a concluir que:

- De acuerdo a la investigación realizada y a los métodos aplicados estadísticamente, se llega a la conclusión que la confiabilidad por medio del coeficiente que se aplicó en la información a la hora de nuestra variable independiente tanto en los profesores como en los colaboradores de la institución puesta en estudio hoy se obtuvo un resultado de 0,9040 de tal modo sí concluye que este método es positivo, ya que lleva a ser mayor a lo proporcionada. Asimismo, hoy se llega a concluir que gracias a los resultados que se obtuvieron gracias al coeficiente de Cronbach, la cual fue aplicada a los datos de nuestra variable independiente tanto a los profesores y a los colaboradores de la institución puesta en estudio, en la cual se obtuvieron resultados positivos mayores a los esperados de tal modo se concluye que nuestra investigación es positiva y significativa.

Chara (2018) en su tesis titulada ***“La Comunicación Interna y el Clima Organizacional en la Tienda D’Moda en la ciudad de Tacna - 2014”*** tesis para optar el grado de Licenciado en Comunicación Social, presentada a la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. El tipo de investigación es descriptivo correlacional, de nivel descriptivo, de diseño no experimental, la población está conformada por colaboradores que laboran en las tiendas D’MODA en la ciudad de Tacna, la muestra es un total de 35 colaboradores, la técnica e instrumentos aplicados son la encuesta y el cuestionario respectivamente; de esta manera se llegó a concluir que:

- De acuerdo a la tesis realizada, se logró demostrar que hay poca capacidad de conocimiento sobre el método de la administración para que se puedan establecer interrelaciones personales o de manera conjunta, para qué se pueda crear un mejor ambiente dentro de la empresa y sea favorable para hacer competitivos

dentro del ámbito empresarial de la ciudad de Tacna. Como también se llegó a demostrar resultados en la cual se demuestra que la comunicación interna es altamente influyente en el clima organizacional en las tiendas estudiadas, lo cual fue comprobado por medio de las relaciones que tienen entre estas variables, de tal manera se llegó a aceptar las hipótesis planteadas dentro de la investigación, los cuales ayudan a que las tiendas tengan una mejora significativa gracias a los resultados obtenidos y en las respuestas recibidas por los trabajadores.

### **2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES**

Venancio (2022) en su tesis titulada ***“La gestión del talento humano y clima organizacional del centro de salud Aparicio Pomares, 2022”*** tesis para optar el grado de Licenciado en Administración de Empresa, presentada a la Universidad de Huánuco. La tesis es tipo aplicada, de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental y transversal, la población está conformada por trabajadores quienes laboran en el centro de salud, la muestra es un total de 146 trabajadores, la técnica e instrumento aplicados fueron la encuesta y el cuestionario respectivamente; de este modo se llegó a concluir que:

- De acuerdo a los resultados obtenidos dentro de la investigación se llegó a demostrar que hay interrelación significativa entre la gestión del talento humano y el clima organizacional en el hospital o centro de salud perteneciente a la ciudad de Huánuco, periodo año 2022; lo cual se corrobora por medio de los instrumentos estadísticos usados en la investigación, hoy los cuales tuvieron resultados positivos y ayudaron a comprobar la interrelación entre ambas variables, lo cual genera que el liderazgo llega a tener facilidades para que definan de qué forma se está estructurando el clima organizacional. Según los datos obtenidos en la investigación también se llegó a comprobar la existencia de la interrelación entre las dimensiones de la variable

independiente con el clima organizacional del centro de la salud estudiada.

Córdova (2021) en su tesis titulada ***“La Comunicación Organizacional y su incidencia en el Clima Organizacional de los trabajadores Administrativos de la Red de Salud Huánuco – 2021”*** tesis para optar el grado de Licenciada en Administración de Empresas, presentada a la Universidad de Huánuco. La investigación es de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal, la población está conformada por los trabajadores administrativos de la Red de Salud Huánuco, la muestra es un total de 20 trabajadores, la técnica e instrumento aplicadas fueron la encuesta y el cuestionario respectivamente; de esta manera se llegó a concluir que:

- En la investigación realizada hoy se realizó un análisis de la magnitud en que incide la comunicación empresarial con el ambiente en las empresas de los colaboradores de la red de salud de la ciudad de Huánuco en el año 2021, lo cual se demuestra por medio de las tablas 22 y 33 en la cual se demuestra tener un resultado positivo por el método del chi cuadrado de Pearson, por lo que se rechaza las hipótesis planteadas en la investigación. Del mismo modo se llega a confirmar que el grado de significancia es del 5.00%, lo cual incide en la interrelación entre la variable dependiente e independiente de la investigación.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. COMUNICACIÓN INTERNA**

Theaker (2022) sostiene que la comunicación interna viene a ser la comunicación que se dirige a los clientes internos, en otras palabras, vienen a ser los colaboradores de la empresa. Aparece como una respuesta a las nuevas necesidades que las empresas necesitan para que tengan motivados a sus colaboradores, del mismo modo

mantenerlos dentro de su grupo de trabajo según los resultados positivos que tenga para la empresa.

Tessi (2012) afirma que la comunicación interna viene a ser la que se dirige a los colaboradores y directivos de una organización. En los tiempos de las redes online, todas las empresas tienen la preocupación sobre los datos e información que van a ofrecer al público, como también se preocupan por la imagen de sus trabajadores que vayan a proyectar.

Verazzi et al. (2022) sostienen que la comunicación interna de una compañía son las que establecen relación informativa de diversos ámbitos entre ellos mismos, ya sean departamentos directivos hacia los colaboradores o como también podría realizarse de forma reversa, y entre los mismos colaboradores de un solo área.

#### ➤ **TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA**

- **Comunicación descendente.** Es la que empieza desde las áreas empresariales, en otras palabras, desde los grados más altos jerárquicos y que están destinados a todos los colaboradores (Theaker, 2022).
- **Comunicación horizontal.** Es aquella que se da entre compañeros de una misma área o entre los otros departamentos y esta se coordinan de acuerdo a los objetivos que estén en común (Theaker, 2022).
- **Comunicación ascendente.** Claramente, es el tipo de comunicación que va desde los trabajadores hasta los jefes, como también sirve para brindar nuevas ideas, nuevos planeamientos, nuevas estrategias o para realizar solicitudes formales a los directivos de la empresa (Theaker, 2022).

#### ➤ **OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA**

Almenara et al. (2005) afirman que la comunicación interna se divide entre los siguientes objetivos que se nombra a continuación:

- **Organizar y mejorar el intercambio de información entre áreas.** Haciendo que las áreas o departamentos de la empresa dejen de operar de forma repetitiva, estando lejos de los otros departamentos y sin considerarlas (Almenara et al., 2005).
- **Promover el conocimiento de la gerencia y de los trabajadores.** Brindando un ámbito laboral con información relevante, donde los colaboradores conozcan quiénes son los que se encuentran liderando y como la gerencia se comunicará con todos ellos al momento de tomar nuevas decisiones para la empresa (Almenara et al., 2005).
- **Generar una identidad corporativa.** La comunicación interna tiene que brindar ideas de pertenencia entre los colaboradores para que impulsen su método de trabajo en conjunto, para que de este modo el ambiente laboral sea óptimo para cada individuo (Almenara et al., 2005).
- **Promover la participación interna.** Contar con ámbitos donde se puedan realizar reuniones y discutir nuevos proyectos o nuevas estrategias para obtener mejores resultados a favor de la organización (Almenara et al., 2005).

#### ➤ **IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA**

Verazzi et al. (2022) afirman que la comunicación interna es considerada como un elemento fundamental dentro de las estrategias organizacionales, ya que por medio de ella se pueden alinear los resultados que esperan de todos los colaboradores y el logro de objetivos o metas de la empresa. Lo cual nos quiere decir que una buena comunicación empresarial hará que la empresa tenga mayores ganancias y las pérdidas se reduzcan al mínimo. Cuando hablamos de la comunicación interna hacemos referencia a los procedimientos de notificaciones e intercambio de opiniones que están relacionados a la empresa.

## ➤ **DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA**

Para Formanchuk (2008) hace referencia en su documento de trabajo que la comunicación interna tiene 7 dimensiones, las cuales se describen a continuación:

1) Esencial: Que la organización exista. 2) Operativa: Que la gente sepa hacer su trabajo. 3) Estratégica: Que sepa por qué debe hacerlo. 4) Valorativa: Que sepa cómo debe hacerlo. 5) Motivacional: Que quiera hacerlo. 6) Aprendizaje: Que sepa cómo lo está haciendo. 7) Inteligencia: Que proponga cómo hacerlo mejor.

Sin embargo, para efectos de la tesis, se tomó del autor las cuatro primeras, las mismas que tienen competencia con la actividad empresarial de manera directa, siendo descritas a continuación:

### **2.2.1.1. COMUNICACIÓN ESENCIAL**

Para Formanchuk (2008) sostiene que una empresa inicia desde un intercambio de ideas y es el resultante de los compromisos convencionales. Lo cual significa que es importante realizar un diálogo para dar inauguración de un nuevo proyecto para la empresa.

Por ejemplo: para que en China se pueda inaugurar los Juegos Olímpicos, se tuvo que plantear mediante una comunicación la forma en cómo se podría ejecutar los juegos en dicho país. De la misma manera, antes que un grupo familiar o grupo de amigos se vaya de vacaciones, tienen una conversación para planificar y ver el método de cómo se realizará dichas vacaciones, como dónde va a ser el lugar que serán a visitar, y realizar las cotizaciones para desarrollar un buen paseo. En fin, no importa la magnitud del proyecto ni las complicaciones posteriores, siempre debe haber un “PVI” (Puntapié Verbal Inicial) porque todo emprendimiento humano brota de una comunicación (lo cual nos

demuestra que no solo los dioses crean mundos a partir de la palabra).

Formanchuk, (2008) afirma que luego de que el proyecto esté desarrollado, la comunicación se vuelve a ejecutar para que se ponga en marcha el proyecto. Diversos autores afirman que una empresa es dos o más individuos que se encuentran vinculadas para que logren un mismo propósito, esta relación trata en que los individuos que pertenecen la empresa realizan en coordinaciones de los trabajos, de los periodos, del presupuesto y de lo que cada 1 será responsable. Inclusivamente se podría decir que la comunicación es mucho más que un recurso, ya que es la razón de ser de una empresa, su motor, combustible, entre otras. Es la que alimenta todos los ámbitos de la empresa y ayuda a que todos tomen mejores decisiones a favor de ella.

#### ➤ **ASPECTOS DE LA DIMENSIÓN ESENCIAL**

- **Apertura de diálogo:** Es la iniciación a un diálogo, como también viene a hacer la indicación para que se pueda entablar una conversación por medio de una invocación al sector, como también consta de una llamada o un saludo con la cual se da inicio a un diálogo. El diálogo otorga información de calidad para las futuras tomas de decisiones de la empresa por lo que es importante promover diálogos fluidos y abiertos entre las jefaturas y sus equipos (Sandoval, 2022).
- **Capacidad de negociación:** Las aptitudes de negociaciones fuertes son una característica fundamental que no solo se ejecuta cuando se trata de tu trabajo, sino también en tu vida cotidiana o cuando vayas a buscar un trabajo. La capacidad de negociación es una técnica que ayuda a resolver los conflictos labores que se presenta en una empresa (Shell, 2022).

### 2.2.1.2. COMUNICACIÓN OPERATIVA

Para Formanchuk (2008) sostiene que la comunicación ayuda a que se puedan crear empresas y establecer acuerdos de acuerdo a las bases de esta. Y en paso siguiente es las actividades que desarrollarán los individuos para que se puedan lograr alcanzar los resultados esperados.

Nicolini et al. (2015) sostienen que la comunicación interna es muy fundamental en el ámbito laboral ya que por medio de ella se desarrollarán y ejecutarán las actividades de forma correcta, porque tendrán conocimiento de los parámetros que se establezcan en toda la empresa y obtendrán mayores resultados. Es por ello que es fundamental contar con los siguientes:

- Para quién están trabajando: Que es la empresa, cómo se integra, en qué puesto está ubicada dentro del ámbito empresarial, a qué tipo de mercado pertenece, entre otras. (Nicolini et al., 2015)
- Dónde están trabajando: En qué ámbito de la empresa pertenece, quiénes son sus jefes inmediatos, cuáles son los vínculos y su interrelación. (Nicolini et al., 2015)
- Cuáles son las normas de trabajo: Hora de ingreso y hora de salida, los procesos que tienen que seguir, ámbito laboral, entre otras. (Nicolini et al., 2015)
- Qué tienen que hacer hoy: Datos sobre el ámbito donde desarrollará sus funciones, cuál es el tipo de trabajo que realizará y todas sus tareas encargadas. (Nicolini et al., 2015)
- Qué tienen que hacer mañana: Todo lo impactante, cómo se desarrollarán los intercambios de procesos, las horas de trabajo, las actividades a desarrollar o la responsabilidad es que cada 1 tiene. (Nicolini et al., 2015)

## ➤ ASPECTOS DE LA DIMENSIÓN OPERATIVA

- **Oportuna:** Es una información útil que es actual, la cual permiten identificar oportunidades que beneficia a la empresa. La información oportuna es utilizada por las organizaciones y sus colaboradores para desempeñar operaciones diarias. (De la Peña et al., 2015).
- **Capacidad de relación:** Contar con una capacidad de relacionarte con los colaboradores de tu ámbito laboral es importante para obtener mejores resultados para la organización, ya que de este modo ayudarás a intercambiar ideas e información, brindar apoyo de acuerdo a las capacidades de cada uno y mejorar los procesos al momento de realizar sus funciones (Wall, 2000).

### 2.2.1.3. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Formanchuk (2008) señala que cuando se implementan actividades de comunicación interna dentro de un planeamiento estratégico, se hace con el propósito de que los integrantes de una empresa conozcan porque lo están desarrollando. Cuando se elabore un planeamiento de comunicación interna en donde se brindará información de los métodos o estrategias acerca de sus labores aporta mucho más a una empresa debido a que:

- Se sienten orientadas: porque tienen conocimiento cuáles son los objetivos, cuál es el camino a seguir, la misión y la visión de la empresa.
- Se sienten comprometidas: se tiene conocimiento de cuáles son los propósitos individuales y de qué manera sus actividades ayudarán a alcanzar dichos resultados que la empresa espera.

- Se sienten valoradas: ya que un trabajador perteneciente a la empresa con mayor experiencia les brindó la capacitación esperada para que puedan desarrollar sus funciones.
- Se sienten motivadas: debido a que ya conocen el objetivo final de su labor y se consideran un elemento importante para la empresa.
- Se sienten integradas: por qué tienen conocimiento que son parte del grupo laboral y de qué manera es la interdependencia de las labores entre todos los individuos. Del mismo modo, tiene conocimiento sobre los propósitos de la labor que va a desarrollar entre otros aspectos de la empresa.

Formanchuk (2008) afirma que cuando se hace un planeamiento de comunicación interna y se realiza un diseño sobre la dimensión estratégica, el individuo, aparte de tener conocimiento sobre los propósitos de su labor, ayudará a considerar relevantes, importantes y necesarias para la empresa. En las compañías la comunicación es muy fundamental para que se puedan establecer métodos del trabajo en los diversos departamentos que estos lo conforman.

#### ➤ **ASPECTOS DE LA DIMENSIÓN ESTRATEGICA**

- **Amabilidad:** Este aspecto ayuda a que el ámbito laboral sea óptimo y que se pueda evitar algún tipo de preocupación como también ayuda a generar mayor compromiso y confianza con los demás integrantes del grupo laboral debido a que la comunicación e información son asertivas y sin interrupciones. (Moreno, 2017).
- **Escucha:** En un trabajo, realizar la práctica de la escucha eficiente tiene significado de comprender la necesidad de los otros, entender la posición de tu compañero y brindarle un

método para que realice sus funciones de manera eficiente (Corral, 2007).

#### **2.2.1.4. COMUNICACIÓN VALORATIVA**

Formanchuk (2008) sostiene que se tiene que lograr alcanzar que los valores y los propósitos de una empresa se encuentran en sintonizados con los individuos que integran. La dimensión valorativa tiene la finalidad de generar una comunión para que los individuos se sientan identificadas de manera profunda con las labores que desarrollarán, como también tengan la experiencia de cómo trascender a sus actividades y se sientan conformes con la forma en que desarrollan dichas tareas. En conclusión, las empresas de todo el ámbito global tienen el propósito similar, lo único que hace una diferenciación es el método de ejecutar sus funciones y los propósitos que tienen establecidas, cómo también realizar la gestión de una dimensión valorativa tiene que implicar lo siguiente:

- De qué manera se realizan las actividades en la empresa.
- Cuál es la misión y visión, como también los valores y reglas de la organización
- Qué cosas están permitidas y qué cosas no
- Qué cosas se pueden tolerar y qué cosas no
- Cuáles son las actividades que están por encima de todos
- Y que todo esto se tiene que demostrar con trabajo efectivo.

Nicolini et al. (2015) sostienen que la comunicación de valores es 1 de los más complejos de brindarle gestión ya que se tiene que realizar en un 100.00% verdadero, que sea fácil de demostrar y aplicar. Existe margen de error en este método. En una empresa se puede modificar los propósitos, las actividades o

responsabilidades, pero los valores no son nada flexibles a los cambios.

#### ➤ **ASPECTOS DE LA DIMENSIÓN VALORATIVA**

- **Honestidad:** Ser una persona honesta en el ámbito laboral significa ser una persona que se comporta dentro del ámbito de la verdad, es leal, su ética es intachable, y su conducta moral es de un nivel alto, tiene respeto por los valores de la empresa y a los secretos profesionales que confían cuando conocen los procedimientos o procesos que se aplican en la organización (Hussain, 2018).
- **Responsabilidad:** No está basada solamente en brindar una tarea en tiempo justo, sino que se realiza respetando todos los parámetros, teniendo un orden significativo y la estructuración de los métodos también son parte de los términos (Rubio, 2002).

#### **2.2.2. CLIMA ORGANIZACIONAL**

Corredor et al. (2016) afirman que el clima organizacional se encuentra conceptualizada como la totalidad de las propiedades que se miden sobre el ámbito de una labor percibida, de manera directa o indirecta, por las personas que realizan sus funciones en este ámbito y que son influenciadas por las motivaciones y conductas.

Uribe (2014) sostiene que se comprende por clima organizacional a todas las relaciones de trabajo e individuales que están desarrolladas en todos los ámbitos laborales, de acuerdo cómo está establecido el clima organizacional de una empresa o compañía, se puede brindar evaluación y medición de su rendimiento, de los resultados que se espera de ellos y de la calidad de trabajo.

Chiang et al. (2010) sostienen que el clima organizacional es el clima que se genera por las funciones o actividades de los colaboradores de una organización y las cuales están materializadas de acuerdo a la conducta que tiene cada individuo para que se relacionen entre ellos. Hoy el clima organizacional de una organización es dependiente de muchos factores y la más fundamental es la importancia que la empresa le brinda y qué hace por perfeccionarla.

### ➤ **CARACTERÍSTICAS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL**

Castellanos (2012) afirma que hay diversas características que ayudan a que se pueda definir de manera correcta el clima organizacional de una empresa, las cuales pueden estar divididas entre las siguientes:

- **Es un concepto multidimensional:** Se considera como un concepto en la cual los numerosos dimensionamientos que son parte de las funciones puedan ser incluidas en la magnitud de los conflictos, en la forma en que estas las lideran, la estructura de las autoridades, entre otros (Castellanos, 2012).
- **Tiene una cualidad durable:** Estas se establecen sobre ciertos tiempos y son la representación de las cualidades perdurables de los ámbitos internos de la empresa (Castellanos, 2012).
- **Es medible:** Son los grupos de propiedades que se puedan llegar a medir por las herramientas adecuadas (Castellanos, 2012).
- **Es influenciado fuertemente por la estructura organizacional:** Consta de los apoyos que le brindan los trabajadores y de lo que estos perciben sobre la empresa (Castellanos, 2012).
- **Refleja el grado de motivación de los empleados:** Tienen efectos positivos como también negativos en la conducta de los individuos en los ámbitos laborales (Castellanos, 2012).

- **Constituye la identidad única de la organización:** Es el que da a la empresa una identificación individual y diferente, la cual brinda una imagen veloz de la interrelación entre la empresa y sus colaboradores (Castellanos, 2012).

➤ **IMPORTANCIA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL**

Chiang et al. (2010) sostienen que es muy importante que las empresas busquen un buen clima en organizacional, hoy en la cual se encuentra en que estas influyan de manera fundamental en el rendimiento de los colaboradores, ya que tendrán un impacto importante dentro de su motivación, en su actitud y su conformidad de los colaboradores de forma personal. Debido a que la conformidad está determinada influenciada por la eficacia de los colaboradores, como también se puede decir que el clima organizacional se encuentra interrelacionada de manera directa con la eficiencia y el rendimiento positivo de sus grupos laborales.

➤ **FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL**

- **Sistema de restricciones:** El clima empresarial puede funcionar como un mecanismo de restricciones en sentidos positivos y negativos, las cuales se pueden realizar brindando informaciones a los colaboradores acerca de los tipos de comportamientos y los proyectos que se tienen (Uribe, 2014).
- **Evaluación de uno mismo y de los otros:** La variación organizacional se puede ver afectada por la conducta por medio de las evaluaciones a los colaboradores, este procedimiento de evaluación de forma individual y de los compañeros están incluidas tanto en las variables psicológicas como también en las generales (Uribe, 2014).
- **Estímulos:** Estas se pueden ver influenciadas sobre los comportamientos de cada trabajador al momento de actuar como

un estímulo, los cuales se verán afectadas en los grados de estimulación personal (Uribe, 2014).

➤ **Dimensiones del Clima Organizacional:**

Segredo (2013) en su propuesta de dimensiones para el estudio del clima organizacional hace referencia que éstas se centran en liderazgo, motivación, reciprocidad, participación, comunicación, entre otros. El autor muestra con claridad la referencia conceptual de cada uno de ellos, tomando como base teorías que fundamentan el desarrollo de un instrumento apropiado para el recojo de información.

**2.2.2.1. LIDERAZGO**

Aaker et. al (2005) sostienen que se puede definir al liderazgo como aquella virtud que tiene un individuo para que pueda influenciar, organizar y brindar motivación a otros individuos; estas actividades se desarrollarán para que se involucren con otras personas y de esta manera se llega en obtener el alcance de propósitos comunes.

Cosme (2018) sostiene que el liderazgo viene a ser una labor que un individuo que es diferente a los demás y tiene la capacidad de tomar decisiones positivas para el equipo que representa, así de esta forma, brindando inspiración a los demás que se encuentran participando en ese equipo para alcanzar un objetivo común.

➤ **ASPECTOS DEL LIDERAZGO**

- **Liderazgo Democrático:** Un líder democrático es aquel que primero fomenta la discusión de diversas opiniones dentro de un equipo de trabajo, luego de eso toma decisión teniendo en cuenta los criterios de cada uno para tener una estrategia dispositiva (Cosme, 2018).
- **Liderazgo Autoritario:** Este tipo de líder es aquel que toma las decisiones por su propia cuenta, sin tener la necesidad de

realizar consultas y sin brindar justificación ante sus colaboradores (Cosme, 2018).

- **Liderazgo Liberal:** Este tipo de líder suele brindar un papel tranquilo y brinda el poder a su grupo laboral, es por ello que no brinda juicio sobre lo que aportan los colaboradores, y les brinda una libertad amplia para que puedan desarrollar sus funciones de manera libre (Cosme, 2018).

#### ➤ **IMPORTANCIA DEL LIDERAZGO**

Aaker et. Al (2005) sostienen que el liderazgo es fundamental porque viene a ser un elemento importante para la supervivencia de todo tipo de empresa, cómo también es fundamental, ya que brinda guía, una dirección y las motivaciones con los propósitos de que el grupo tenga un orden laboral, puedan ejecutar sus actividades de manera positiva y obtengan los resultados esperados por la empresa. Depende de qué manera se desarrolla el liderazgo, se puede influir en los procedimientos y también puede brindar una transformación o cambio a los métodos laborales y ejecuciones en la productividad.

#### ➤ **CARACTERÍSTICAS DEL LIDERAZGO**

- **Habilidad de utilizar el poder de forma eficiente y responsable.** El líder tiene que conocer de qué manera se puede realizar una nueva dirección sobre el poder, sin brindar abusos de los mismos y dando uso de manera responsable (Aaker et al., 2005).
- **Habilidad de comprender que todos los seres humanos tienen distintas motivaciones.** Las aptitudes motivadoras de un individuo pueden cambiar en ocasiones y de acuerdo a la situación, el líder tiene que comprender las maneras de sobreactuar de un trabajador y las circunstancias en las que se encuentra (Aaker et al., 2005).

- **Habilidad de inspirar.** Para conocer qué es un buen liderazgo hay que comprender que la capacidad de brindar inspiración a los demás es algo muy importante para un líder, ya que este tiene que trabajar con el ejemplo sobre sus trabajadores (Aaker et al., 2005).
- **Habilidad de actuar de manera que exista un clima que invite a responder y suscitar a las motivaciones.** La totalidad del ambiente laboral es un aspecto muy importante, Es por ello que el líder tiene que brindar preocupación por mantenerlo de manera equilibrada y es estar en constante motivación con ellos (Aaker et al., 2005).

#### **2.2.2.2. PARTICIPACIÓN DEL COLABORADOR**

Urcola et. Al (2017) sostiene que, en el mundo empresarial, la participación es algo muy importante del ámbito social para una organización. Pero que se facilite el reparto de los derechos y las tareas sobre una organización, normalmente se divide el capital social en participaciones o actividades.

Robles (2002) sostiene que la participación de los trabajadores viene a ser el procedimiento de brindarles la facilidad de dar opiniones sobre los planeamientos que podrían ser perjudiciales para sus labores; lo cual se puede realizar por medio de reuniones en la organización, comités, entre otros; los trabajadores tienen un mayor control sobre su labor cuando son participativos en la toma de decisiones de la empresa.

#### **➤ VENTAJAS DE LA PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS**

Urcola et. Al (2017) sostiene que desarrollar un planeamiento sobre la participación de cada colaborador tiene los siguientes beneficios:

- Ayuda a que se solucionen los problemas de manera eficiente

- Como jefe de una organización tendrán varios puntos de vista para que se puedan tomar las mejores decisiones
- Hoy los trabajadores y los directivos tendrán una mejor comunicación
- Ayuda a que se obtengan mayores conocimientos y experiencia sobre los ámbitos laborales.

➤ **IMPORTANCIA DE LA PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS**

Robles (2002) sostiene que ser parte de una empresa no consta de tener que ir a oficina todos los días y cumplir un horario laboral, sino que consta de ser un eslabón más en la forma que funcione la organización, cuando los colaboradores se interrelacionan, es el significado que están comprometidos y participarán mucho más; esto es traducible en mejoras en el logro de resultados lo cual es importante para las empresas.

- **Aumento de la productividad:** Es competente e importante que los trabajadores sean comprometidos, los dueños quieren que la productividad de los trabajadores sea relevante y es lo más fundamental para el logro de los objetivos planteados dentro de la organización (Robles, 2002).
- **Mejora de la moral:** La moral de cada trabajador se refiere a su forma de actuar, su estado de ánimo y la conformidad de cada trabajador con sus labores; las consecuencias de estos propósitos implican una cultura laboral que sea valorada en los compromisos de los trabajadores (Robles, 2002).
- **Buenas relaciones:** Contar con una relación positiva y amistosa entre los colaboradores es una de las claves más relevantes para que la empresa tenga éxitos y logre los resultados esperados (Robles, 2002).

- **La participación de los empleados con la organización:** Tienen en cuenta los intercambios interactivos de las opiniones en lugar de las funciones, las opiniones de los colaboradores son una metodología para que les dejen ser partícipes de las decisiones de la empresa (Robles, 2002).
  - **Pensamiento innovador:** La participación de cada colaborador ayuda a que se mantengan informados, así que es fundamental que estén involucrados en las reuniones de los ejecutivos de forma constante (Robles, 2002).
- **ASPECTOS DE LA PARTICIPACIÓN DEL COLABORADOR**
- **Iniciativa:** Es la capacidad profesional para proponer, desarrollar o idear proyectos propios. Es una cualidad importante para el empleo pues permite adelantarse a los acontecimientos, desarrollando ideas innovadoras. La iniciativa en el ámbito laboral se relaciona con la participación en actividades que no necesariamente son de tu cargo, pero que al realizarlas generan un impacto positivo en la organización (Robles, 2002).

### 2.2.2.3. MOTIVACIÓN

Marina (2011) sostiene que la motivación laboral hace referencia a la capacidad que tiene una empresa de mantener implicados a sus empleados para ofrecer el máximo rendimiento y conseguir, así, los objetivos empresariales marcados por la organización.

González (2012) sostiene que la motivación es algo que puede ayudar a cualquier individuo a mantenerse en acción, lograr los procesos necesarios e implementar las acciones pertinentes para conseguir un logro, objetivo o saciar una determinada necesidad.

## ➤ TIPOS DE MOTIVACION

González (2012) sostiene que Estas son las más destacadas:

- **Motivación extrínseca:** Se trata de algo externo al individuo. Aquello que proviene del exterior y supone una motivación para conseguirlo (González, 2012).
- **Motivación intrínseca:** Es el tipo de motivación que sale de uno mismo, además de que supone una sensación de bienestar y logro personal, ya que está relacionada con los objetivos que una persona quiere alcanzar para sentirse mejor (González, 2012).
- **Motivación negativa:** En este caso, la motivación viene determinada por evitar algo negativo que puede ocurrir si no realizamos algo en concreto (González, 2012).
- **Motivación positiva:** La motivación positiva está relacionada con lo que apasiona al individuo a realizar este tipo de acción en el tiempo para conseguir sus propósitos. Además, lo hace porque se siente bien y los beneficios serán de su agrado (González, 2012).

## ➤ FACTORES QUE INFLUYEN EN LA MOTIVACIÓN

- **Puesto de trabajo:** Este factor de motivación depende del puesto de trabajo que se le ofrezca al empleado, si se encuentra cómodo en él y si puede aspirar a crecer (Marina, 2011).
- **Autonomía en el trabajo:** Dar responsabilidades y permitir la participación y aportación de ideas para que la empresa pueda mejorar con la visión de los empleados. De esta forma, el empleado se sentirá esencial e importante en sus labores dentro de la empresa (Marina, 2011).

- **Ambiente de trabajo:** Es necesario crear un clima laboral agradable con buenas relaciones entre los diferentes integrantes de la compañía. Es la forma correcta de aumentar la satisfacción y la comodidad de los empleados en sus puestos de trabajo (Marina, 2011).
- **Condiciones laborales:** Los empleados se sienten motivados según su salario, si tienen primas por objetivos, horarios flexibles, conciliación laboral y personal y todas las demás condiciones que se incluyan en el contrato de trabajo (Marina, 2011).
- **Onboarding:** Las organizaciones lo implementan para que el nuevo integrante de la empresa se integre perfectamente y de forma inmediata a su puesto de trabajo. Con este tipo de procesos el empleado se siente incluido, parte de la empresa desde el minuto 0 (Marina, 2011).

#### ➤ **ASPECTOS DE LA MOTIVACIÓN**

- **Política de incentivos:** Los logros se deben reconocer y premiar. Puede ser tanto a nivel económico o en forma de premios, por ejemplo, unas vacaciones o un viaje (Marina, 2011).
- **Promoción laboral:** La empresa debe dar la formación necesaria para facilitar la promoción laboral del empleado. Es una técnica muy útil para mantener la motivación laboral constante (Marina, 2011).

### **2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES**

- **Área de comunicación interna.** Es el área de la empresa que es la responsable de realizar las gestiones sobre los esfuerzos de la comunicación interna (Shell, 2022).

- **Actitud.** Es la reacción de evaluación favorable y negativa hacia algún aspecto o alguna persona que se presentan en nuestras creencias, conductas o aspectos que se proyectan (González, 2012).
- **Actividad.** Viene a hacer las acciones que se emprenden o la labor que se realiza por medio de las que se movilizarán los insumos, hola la forma en que son los fondos, las asistencias técnicas y otros tipos de recursos para que se pueda generar nuevo material para una empresa (Moreno, 2017).
- **Agrupación organizativa.** Viene a ser un órgano mismo que está diseñada sistemáticamente para que se puedan lograr obtener los resultados esperados por una empresa (Marina, 2011).
- **Ambiente laboral.** Hace referencia a las normas de los Recursos Humanos que se ven afectadas de manera directa para los trabajadores, cómo podrían ser las bonificaciones, incentivos, sueldos, tiempo de trabajo, entre otros aspectos (Corredor et al., 2016).
- **Aprendizaje.** Viene a ser el intercambio de conductas que normalmente se queda permanente, la cual ayudará brindar mejores métodos al momento de realizar una actividad (Aaker et al., 2005).
- **Asertividad.** Es aquella virtud individual que ayuda a que un individuo se exprese de manera positiva sobre las emociones que tiene de acuerdo a los compañeros de trabajo y se hacen sin la necesidad de agredir ni de faltar al respeto a nadie (Corral, 2007).
- **Bienestar laboral.** Se conceptúa como el estado que se desea por un conjunto de individuos que hoy desarrollan sus funciones en una empresa, lo cual se logrará por medio de planeamientos, métodos y estrategias dónde se involucrarán instrumentos dinámicos para buscar una mejora diaria de los trabajos y actividades en la empresa (Chiang et al., 2010).

- **Capacitación.** Es la forma de adquirir nuevos conocimientos técnicos, estratégicos, prácticos y de teoría que ayudan a que cada individuo tenga mayor crecimiento en su ámbito laboral y profesional (Marina, 2011).
- **Capital humano.** Viene a ser la comunicación previa de una inversión en las educaciones y formaciones en un ámbito laboral, salud y otros ámbitos que puedan ayudar a mejorar la productividad en el trabajo (Castellanos, 2012).

## 2.4. HIPÓTESIS

### 2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

HIPÓTESIS ALTERNA ( $H_a$ ).

La comunicación interna se relaciona significativamente con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

HIPÓTESIS NULA ( $H_0$ ).

La comunicación interna no se relaciona significativamente con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

### 2.4.2. HIPÓTESIS ESPECIFICAS

- HE1: La dimensión esencial de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023
- HE2: La dimensión operativa de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023
- HE3: La dimensión estratégica de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

- HE4: La dimensión valorativa de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

## 2.5. VARIABLES

### 2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Comunicación Interna

#### Dimensiones

- Comunicación Esencial
- Comunicación Operativa
- Comunicación Estratégica
- Comunicación Valorativa

### 2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Clima Organizacional

#### Dimensiones

- Liderazgo
- Participación del colaborador
- Motivación

## 2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Comunicación interna	Comunicación esencial	Apertura al dialogo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿La empresa tiene como política el diálogo frente a cualquier problema?</li> <li>2. ¿La información y/o informaciones fluye adecuadamente en la empresa?</li> <li>3. ¿La empresa promueve diálogos o conversaciones fluidas y abiertas entre los jefes y sus equipos, que permitan enriquecer la información para la toma de decisiones en coordinaciones de trabajo, proyectos, etc.?</li> </ol>

	Capacidad de negociación	4. ¿La empresa impulsa la negociación entre trabajadores cuando surge problemas?
<b>Comunicación operativa</b>	Oportuna	5. ¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores? 6. ¿Recibes toda la información que necesitas para poder realizar eficientemente tu trabajo? 7. ¿La empresa utiliza expresiones entendibles, claros u objetivos cuando se dirige a los trabajadores?
	Capacidad de relación	8. ¿Entre colegas están integrados y coordinan para solucionar tareas y problemas? 9. ¿Existe confianza entre colegas? 10. ¿La comunicación es abierta y clara entre colegas? 11. ¿Tienes la facilidad de proporcionar retroalimentación de tareas encomendadas? 12. ¿Recibes retroalimentación de tu jefe sobre tu desempeño?
<b>Comunicación estratégica</b>	Amabilidad	13. ¿La empresa fomenta la práctica de la amabilidad a través de sus medios de comunicación?
	Escucha	14. ¿Tus superiores te brindan la atención adecuada cuando te diriges para tratar algún tema? 15. ¿Los comentarios o sugerencias que aportas son tomados en cuenta? 16. ¿El saber escuchar es política de la empresa en todos sus niveles?
<b>Comunicación valorativa</b>	Honestidad	17. ¿La empresa alienta a los trabajadores a opinar y aportar ideas con honestidad? 18. ¿Puedes compartir con honestidad tus opiniones con tu jefe inmediato?

		Responsabilidad	19. ¿La información que emite la empresa por sus canales internos son diseñados con responsabilidad en cuanto a legibilidad, organización y edición, garantizando la correcta transmisión de los mensajes?
<b>Clima organizacional</b>	<b>Liderazgo</b>	Liderazgo	20. ¿Los directivos/supervisores de la empresa tienen la capacidad de inspirar, enseñar, ayudar e incentivar en el cumplimiento de sus labores? 21. ¿Los directivos de la empresa MOPAL tienen las capacidades de encontrar soluciones a los problemas comerciales? 22. ¿Los directivos de la empresa toman decisiones sin consultar y brindar justificación respecto a las funciones y participación de los trabajadores?
		<b>Participación del colaborador</b>	Iniciativa 23. ¿Existe gran compromiso de participación en las actividades laborales de la empresa por parte de los trabajadores que, permita el logro de resultados? 24. ¿El intercambio de opiniones/iniciativas y las coordinaciones entre los equipos de trabajo es adecuada? 25. ¿Las iniciativas/opiniones de los trabajadores de la empresa son valorados por los directivos para la toma de decisiones?
	<b>Motivación</b>	Políticas de incentivos	26. ¿La empresa tiene políticas de incentivos (económicos u otros) para reconocer y premiar a los trabajadores por el logro de metas u objetivos?
		Promociones laborales	27. ¿La empresa otorga capacitaciones, formación y desarrollo profesional/técnico a los trabajadores para facilitar las promociones o ascensos laborales?

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para Hernández et al. (2018) en el libro de metodología escrito en su última edición, sostiene que las tesis pueden ser escritas en dos tipos. El primero de ellos, es la básica, cuando el propósito de la investigación tiene como fin enriquecer los conocimientos que existen sobre ellos. Y aplicada cuando estos usan conocimientos para solucionar problemas planteados. En la presente investigación, la tesis fue de tipo aplicada, dado que se vale de conocimientos para dar respuesta a las preguntas planteadas.

##### **3.1.1. ENFOQUE**

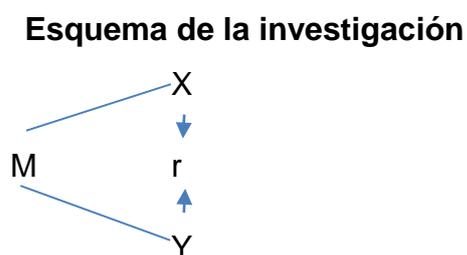
Hernández et al. (2018) en su libro de metodología sostiene que las investigaciones pueden ser desarrolladas en el marco de dos enfoques necesarios, el primero de ellos, es el cuantitativo, el mismo que se desarrolla siempre y cuando, las categorías son medidas con números. Y cualitativo, cuando estas se miden con características cuyas virtudes no necesariamente son números. En ese marco, la tesis fue de enfoque cuantitativo dada la naturaleza de las variables planteadas.

##### **3.1.2. ALCANCE O NIVEL**

Hernández et al. (2018) el autor sostiene en su libro que las tesis pueden ser de diferentes alcances, siendo el apropiado para esta investigación la descriptiva, dado el juicio e inferencia que se hizo de sus categorías a partir del recojo de información. Sin embargo, fue fundamental considerar que este nivel combina con el correlacional, dado que a partir del comportamiento descriptivo de las variables fue sujeto a evaluación inferencial para determinar el grado de asociatividad que hay entre ellos.

### 3.1.3. DISEÑO

Hernández et al. (2018) sostiene que los diseños de investigación están en función a sus propósitos, en este aspecto, la tesis al no tener como fin la manipulación de variables, esta fue no experimental de corte transversal, dado que los instrumentos fueron aplicados de manera uniforme a toda la muestra, teniendo como esquema que represente lo siguiente:



Dónde:

X = comunicación interna

Y = clima organizacional

M= muestra

R= relación

## 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.2.1. POBLACIÓN

Hernández et al. (2018) para el autor, la población estuvo constituida por el universo de objetos o sujetos de quien dice algo la investigación. En este aspecto, tomando en cuenta las variables de estudio, la población estuvo constituida por los 52 trabajadores de Automotores Mopal de Huánuco en su sede Huánuco, en el sentido que a partir de ello se logró determinar los comportamientos que requiere la investigación.

### 3.2.2. MUESTRA

Hernández et al. (2018) la muestra para el autor es el subconjunto de cosas u objetos de quien se dice algo en la investigación, y es este

comportamiento el que representa el total de la población para las inferencias respectivas. En la presente investigación las muestras pueden ser probabilísticas cuando las poblaciones son extensas, o no probabilística, teniendo como base la intencionalidad y criterio del investigador para definir la unidad muestral. La tesis tuvo una muestra no probabilística, de tipo intencional, dado la accesibilidad que hay en los trabajadores de MOPAL, siendo la muestra la misma que la población. Por lo tanto,  $N = n = 52$ .

### **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Respecto a las técnicas que va a usar la tesis, estas estuvieron planteadas a partir del uso de las encuestas como tal, dado que es la más apropiada para el recojo de información. Esta encuesta fue de tipo personal. De igual forma, el instrumento fue la guía de cuestionario, preguntas planteadas que tendrán como categorías la escala de Likert cuyos valores se plantea en el instrumento.

### **3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Respecto a las técnicas de procesamiento y análisis, la tesis empleó:

- a. SPSS para el procesamiento de datos, donde se obtuvo resultados que se presentaron a través de tablas de frecuencia, gráficos de barras y coeficiente de correlación Pearson para estimar la inferencia y asociatividad entre las variables
- b. El Word para el análisis e interpretación de los resultados.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

**Tabla 1**

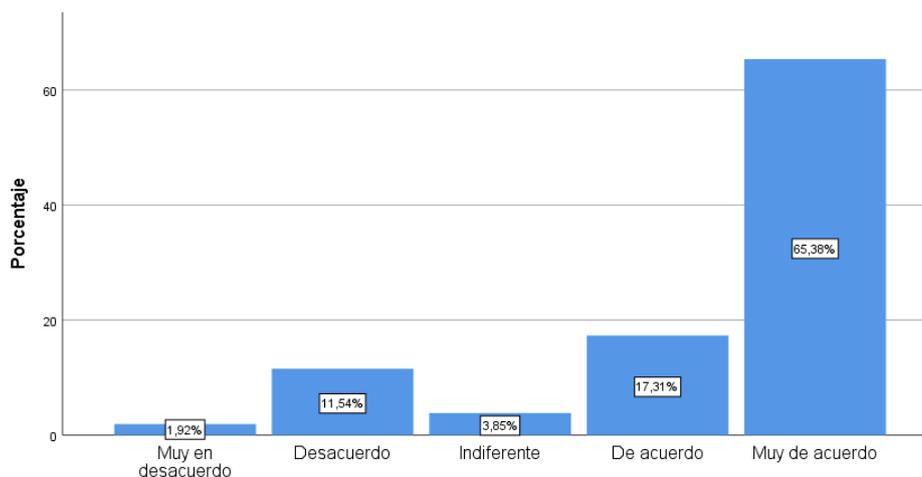
*¿La empresa tiene como política el diálogo frente a cualquier problema?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	1,92	1,92	1,9
	Desacuerdo	6	11,54	11,54	13,5
	Indiferente	2	3,85	3,85	17,3
	De acuerdo	9	17,31	17,31	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 1**

*¿La empresa tiene como política el diálogo frente a cualquier problema?*



*Nota.* Tabla 1

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo que la empresa tiene como política el dialogo cuando se suscitan problemas buscando una solución oportuna, el 17,31% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la empresa tiene como política el dialogo, el 11,54% está en desacuerdo que la empresa tenga como política el dialogo, el 3,85% le es indiferente si la empresa tenga como políticas el dialogo y el 1,92% de los encuestados están muy en desacuerdo que la

empresa tenga como política el dialogo para dar solución a los problemas que se presenten.

**Tabla 2**

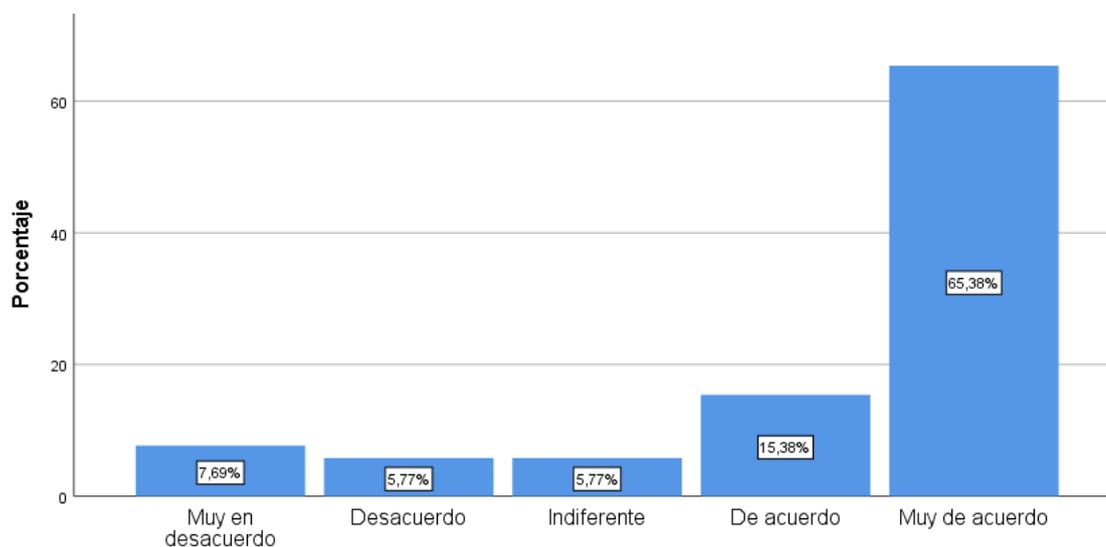
*¿La información y/o informaciones fluye adecuadamente en la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	7,69	7,69	7,7
	Desacuerdo	3	5,33	5,33	13,5
	Indiferente	3	5,77	5,77	19,2
	De acuerdo	8	15,38	15,38	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 2**

*¿La información y/o informaciones fluye adecuadamente en la empresa?*



*Nota.* Tabla 2

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron el 65,38% está muy de acuerdo, el 15,38% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la información y/o informaciones fluye adecuadamente en la empresa, se obtuvo resultados positivos en un alto porcentaje el cual indica que los trabajadores tienen las mejores herramientas para poder comunicarse entre colegas de trabajo adecuadamente, el 7,69% de los encuestados están en muy en desacuerdo, el 5,77% le es indiferente y el 5,77% está en desacuerdo que la información y/o informaciones no fluye adecuadamente en la empresa.

**Tabla 3**

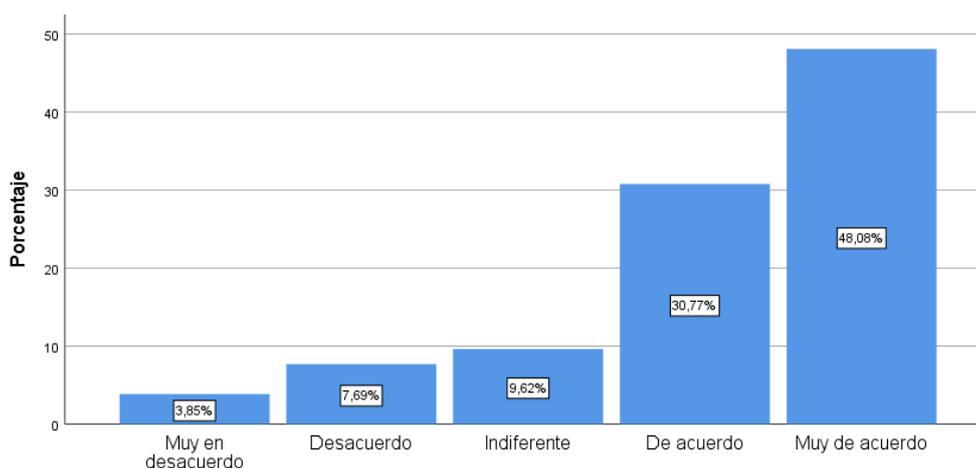
*¿La empresa promueve diálogos o conversaciones fluidas y abiertas entre los jefes y sus equipos, que permitan enriquecer la información para la toma de decisiones en coordinaciones de trabajo, proyectos, etc.?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Desacuerdo	4	7,69	7,69	11,5
	Indiferente	5	9,62	9,62	21,2
	De acuerdo	16	30,77	30,77	51,9
	Muy de acuerdo	25	48,08	48,08	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 3**

*¿La empresa promueve diálogos o conversaciones fluidas y abiertas entre los jefes y sus equipos, que permitan enriquecer la información para la toma de decisiones en coordinaciones de trabajo, proyectos, etc.?*

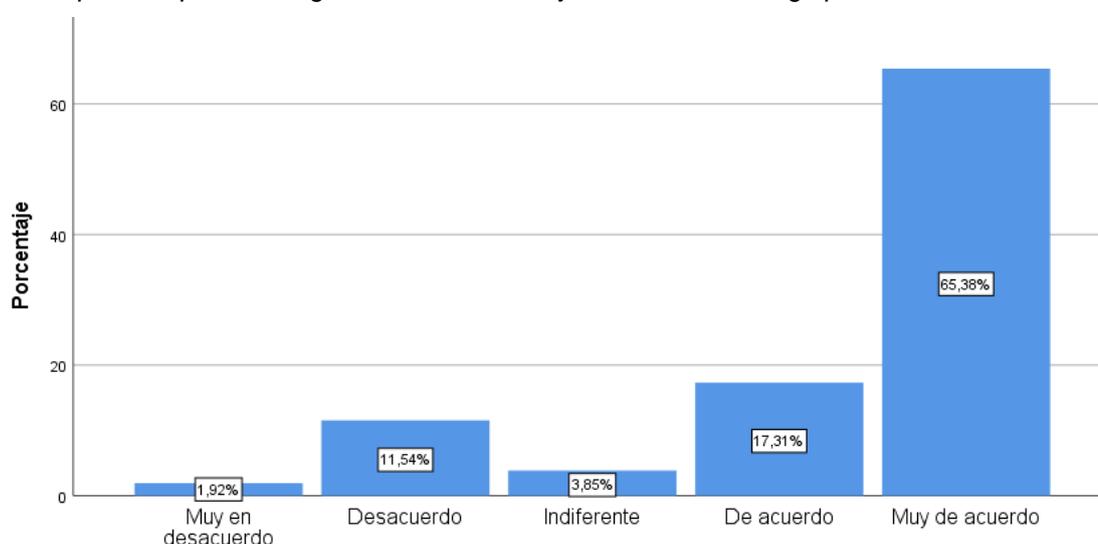


*Nota.* Tabla 3

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 48,08% está muy de acuerdo, el 30,77% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la empresa promueve diálogos o conversaciones fluidas y abiertas entre los jefes y sus equipos, que permitan enriquecer la información para la toma de decisiones en coordinaciones de trabajo, proyectos, etc., el 9,62% le es indiferente la pregunta, el 7,69% está en desacuerdo y el 3,85% de los encuestados están muy en desacuerdo con la apertura al diálogo. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que la empresa emplea una comunicación adecuada con los trabajadores para llegar a un acuerdo.

**Tabla 4***¿La empresa impulsa la negociación entre trabajadores cuando surge problemas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	1,92	1,92	1,9
	Desacuerdo	6	11,54	11,54	13,5
	Indiferente	2	3,85	3,85	17,3
	De acuerdo	9	17,31	17,31	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

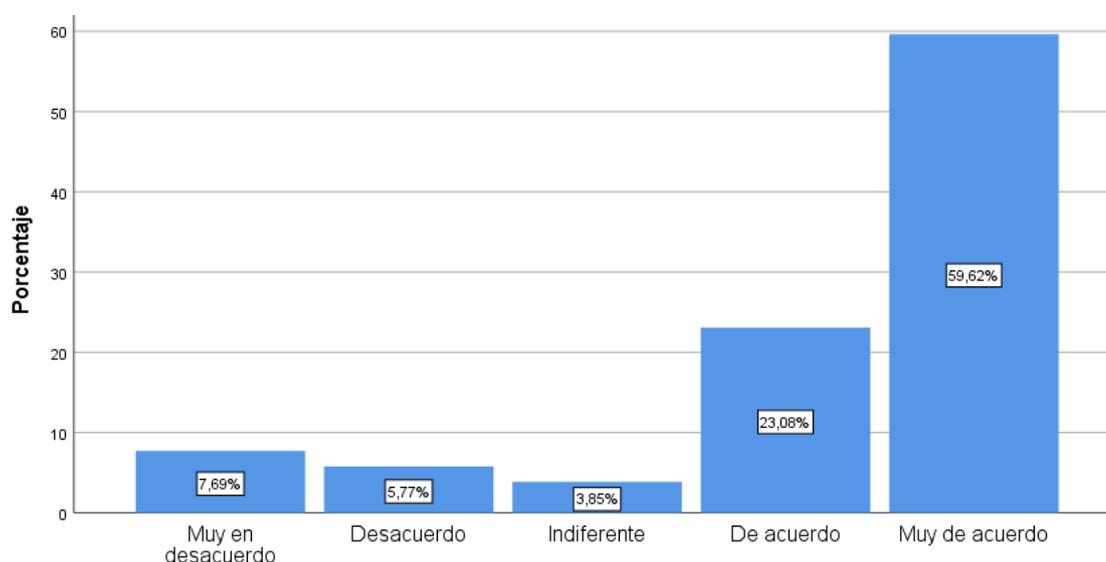
*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.**Figura 4***¿La empresa impulsa la negociación entre trabajadores cuando surge problemas?**Nota.* Tabla 4

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 17,31% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la empresa impulsa la negociación entre trabajadores cuando surge problemas, el 11,54% está en desacuerdo, el 3,85% le es indiferente y el 1,92% de los encuestados están muy en desacuerdo que la empresa impulsa la negociación entre trabajadores cuando surge problemas. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que la empresa fomenta la capacidad de negociación para que den soluciones a los problemas que se presentan.

**Tabla 5***¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	7,69	7,69	7,7
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	13,5
	Indiferente	2	3,85	3,85	17,3
	De acuerdo	12	23,08	23,08	40,4
	Muy de acuerdo	31	59,62	59,62	100,0
Total		52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

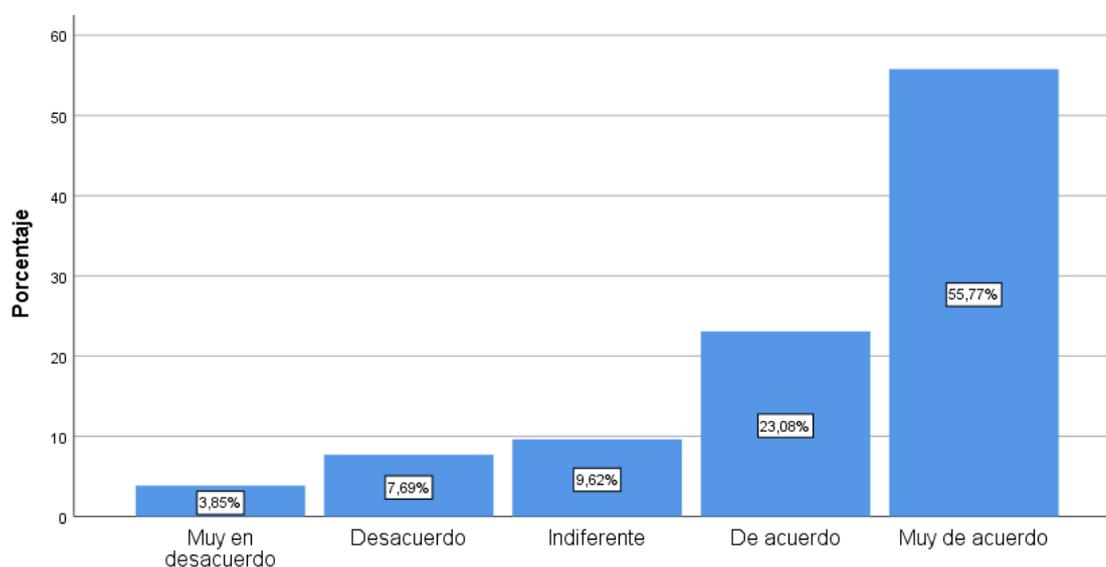
**Figura 5***¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores?*

*Nota.* Tabla 5

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 59.62% está muy de acuerdo, el 23,08% están de acuerdo que reciben la información de manera oportuna por parte de sus superiores, el 7,69% está muy en desacuerdo, el 5,77% están en desacuerdo respecto a la información reciben de manera oportuna por parte de sus superiores y el 3,85% le es indiferente si se reciben información oportuna o no. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que los superiores brindan información de manera oportuna a sus trabajadores para que pueden desempeñar las labores encomendadas.

**Tabla 6***¿Recibes toda la información que necesitas para poder realizar eficientemente tu trabajo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Desacuerdo	4	7,69	7,69	11,5
	Indiferente	5	9,62	9,62	21,2
	De acuerdo	12	23,08	23,08	44,2
	Muy de acuerdo	29	55,77	55,77	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.**Figura 6***¿Recibes toda la información que necesitas para poder realizar eficientemente tu trabajo?**Nota.* Tabla 6

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 55,77% está muy de acuerdo, el 23,08% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que reciben toda la información que necesitan para poder realizar eficientemente su trabajo, el 9,62% le es indiferente recibir toda la información, el 7,69% está en desacuerdo y el 3,85% de los encuestados están muy en desacuerdo en recibir toda la información que necesita para poder realizar eficientemente su trabajo. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que la empresa brinda toda la información que necesitan sus trabajadores para poder realizar eficientemente su trabajo.

**Tabla 7**

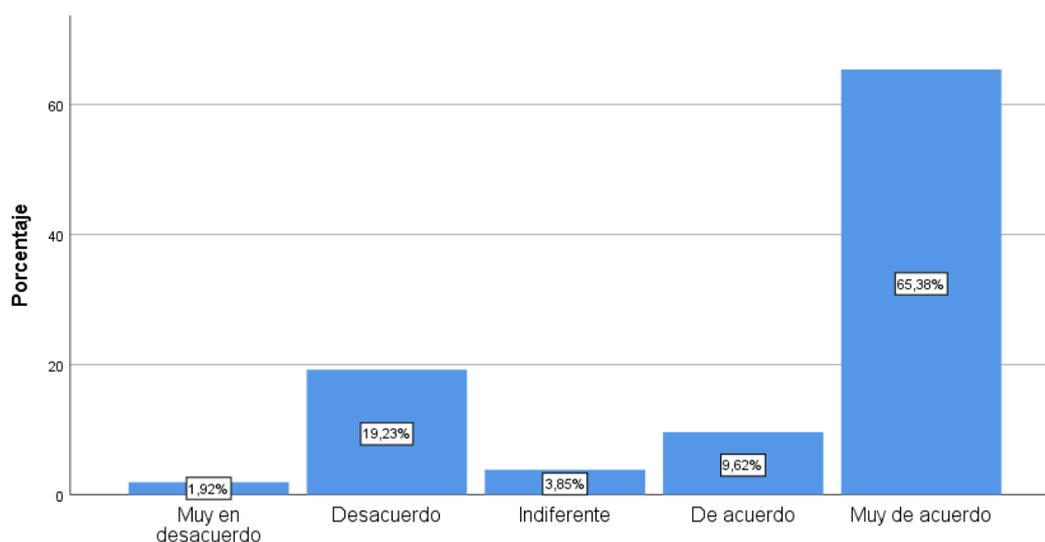
*¿La empresa utiliza expresiones entendibles, claros u objetivos cuando se dirige a los trabajadores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	1,92	1,92	1,9
	Desacuerdo	10	19,23	19,23	21,2
	Indiferente	2	3,85	3,85	25,0
	De acuerdo	5	9,62	9,62	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 7**

*¿La empresa utiliza expresiones entendibles, claros u objetivos cuando se dirige a los trabajadores?*

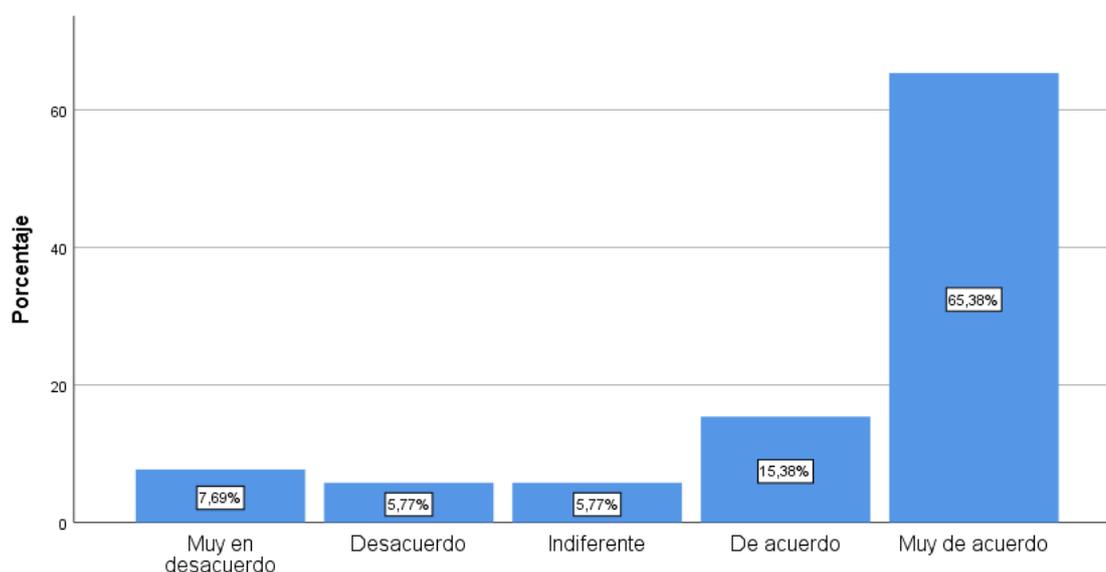


*Nota.* Tabla 7

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 9,62% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la empresa utiliza expresiones entendibles, claros u objetivos cuando se dirige a los trabajadores, el 3,85% le es indiferente la pregunta formulada, el 19,23% está en desacuerdo y el 1,92% de los encuestados están muy en desacuerdo respecto a que la empresa utiliza expresiones entendibles, claros u objetivos cuando se dirige a los trabajadores. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que la empresa tiene una adecuada comunicación operativa.

**Tabla 8***¿Entre colegas están integrados y coordinan para solucionar tareas y problemas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	7,69	7,69	7,7
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	13,5
	Indiferente	3	5,77	5,77	19,2
	De acuerdo	8	15,38	15,38	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

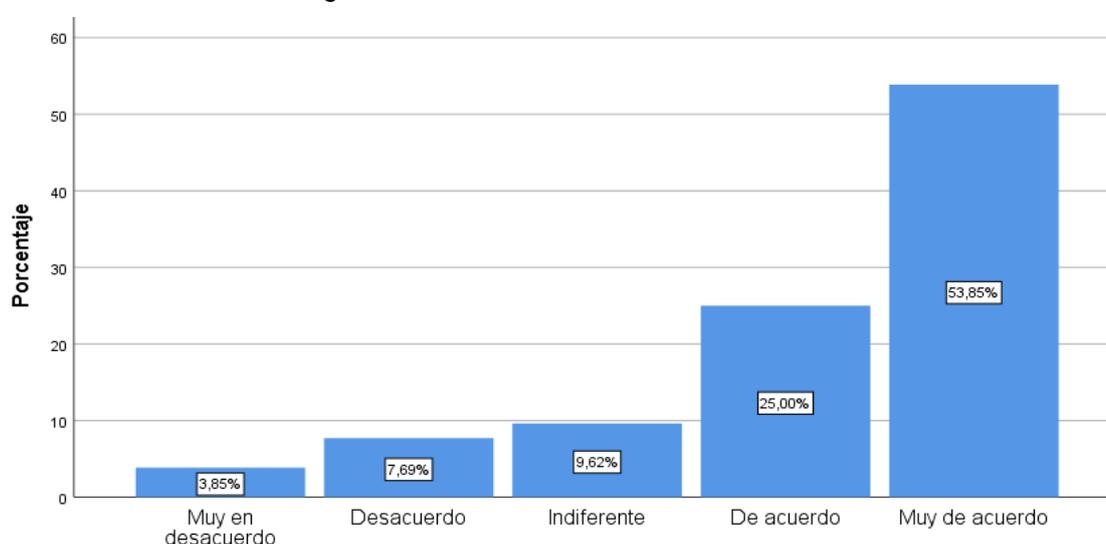
*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.**Figura 8***¿Entre colegas están integrados y coordinan para solucionar tareas y problemas?**Nota.* Tabla 8

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo que entre colegas están integrados y coordinan para solucionar tareas y problemas, el 15,38% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que entre compañeros de trabajo hay una adecuada comunicación interna para desempeñar sus funciones, el 7,69% están en muy en desacuerdo, el 5,77% le es indiferente la pregunta formulada y el 5,77% de los encuestados está en desacuerdo entre colegas tienen un grado de comprensión. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que los trabajadores tienen la capacidad de relacionarse entre colegas de trabajo.

**Tabla 9***¿Existe confianza entre colegas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Desacuerdo	4	7,69	7,69	11,5
	Indiferente	5	9,62	9,62	21,2
	De acuerdo	13	25,0	25,0	46,2
	Muy de acuerdo	28	53,85	53,85	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

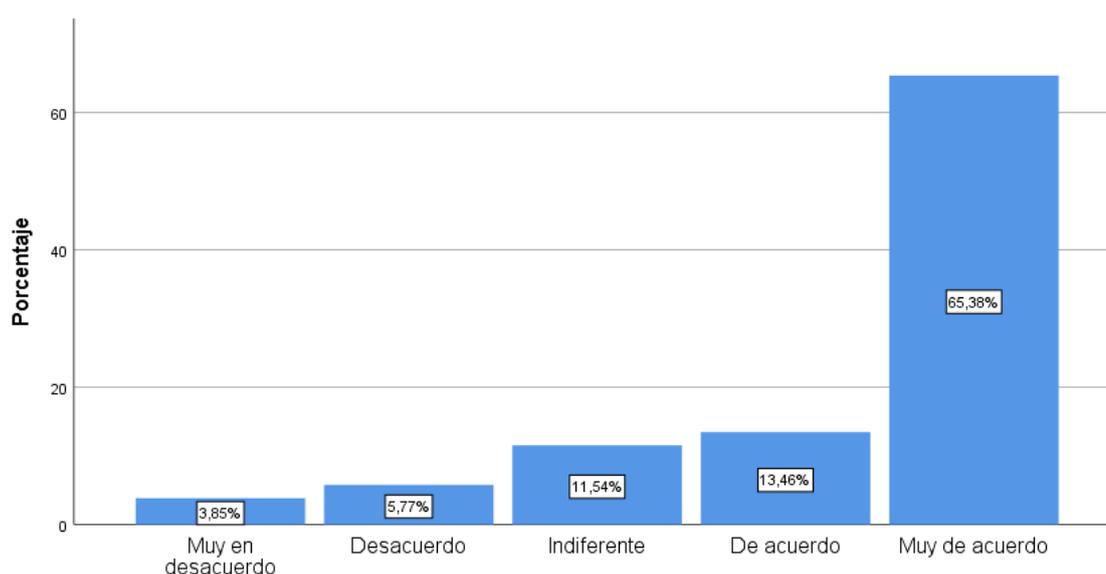
**Figura 9***¿Existe confianza entre colegas?*

*Nota.* Tabla 9

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 53,85% está muy de acuerdo, el 25,00% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que exista confianza entre colegas, el 9,62% le es indiferente la pregunta formulada, el 7,69% está en desacuerdo y el 3,85% de los encuestados están muy en desacuerdo que exista confianza entre colegas. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que entre los colegas de trabajo existe mucha confianza el cual les permite desempeñarse de manera adecuada y tienen la capacidad de relacionarse mediante la comunicación operativa.

**Tabla 10***¿La comunicación es abierta y clara entre colegas?*

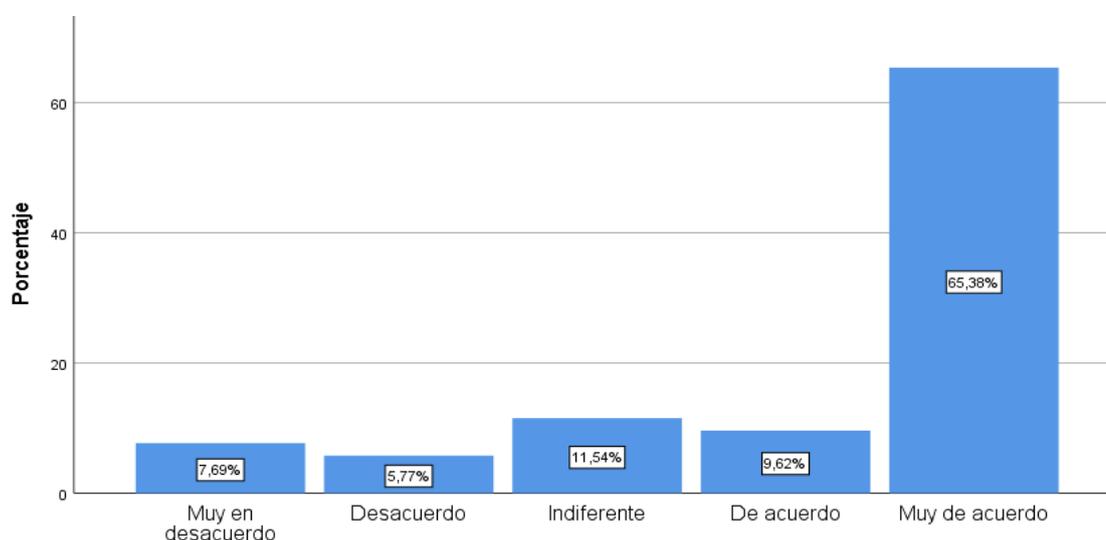
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	9,6
	Indiferente	6	11,54	11,54	21,2
	De acuerdo	7	13,46	13,46	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.**Figura 10***¿La comunicación es abierta y clara entre colegas?**Nota.* Tabla 10

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 13,46% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la comunicación es abierta y clara entre colegas, el 11,54% le es indiferente la pregunta formulada, el 5,77% está en desacuerdo y el 3,85% de los encuestados están muy en desacuerdo que la comunicación es abierta y clara entre colegas. Los resultados obtenidos son positivos en un porcentaje alto, esto quiere decir que los trabajadores tienen la capacidad de comunicarse asertivamente y también tienen la capacidad de relación.

**Tabla 11***¿Tienes la facilidad de proporcionar retroalimentación de tareas encomendadas?*

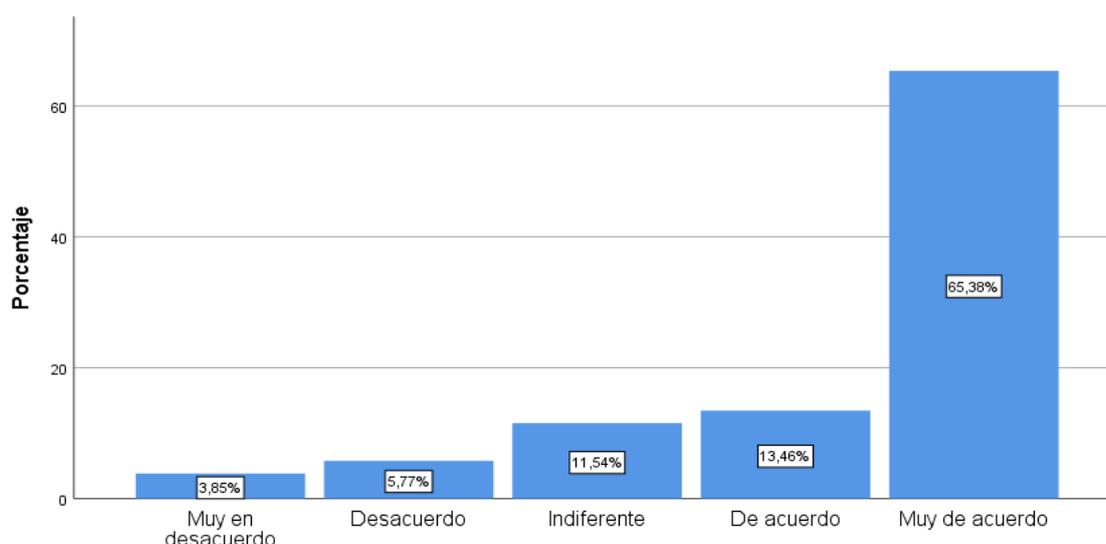
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	7,69	7,69	7,7
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	13,5
	Indiferente	6	11,54	11,54	25,0
	De acuerdo	5	9,62	9,62	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.**Figura 11***¿Tienes la facilidad de proporcionar retroalimentación de tareas encomendadas?**Nota.* Tabla 11

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 9,62% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que tienen la facilidad de proporcionar retroalimentación de tareas encomendadas, el 11,54% le es indiferente la pregunta formulada, el 7,69% está muy en desacuerdo y el 5,77% de los encuestados están en desacuerdo respecto la facilidad que tienen de proporcionar retroalimentación de tareas encomendadas. Los resultados obtenidos son positivos en un porcentaje alto, esto quiere decir que los trabajadores tienen la capacidad de realizar la retroalimentación a las funciones designadas que tienen.

**Tabla 12***¿Recibes retroalimentación de tu jefe sobre tu desempeño?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	9,6
	Indiferente	6	11,54	11,54	21,2
	De acuerdo	7	13,46	13,46	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.**Figura 12***¿Recibes retroalimentación de tu jefe sobre tu desempeño?**Nota.* Tabla 12

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 13,46% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que reciben retroalimentación de su jefe sobre su desempeño, el 11,54% le es indiferente le es indiferente la pregunta formulada, el 5,77% está en desacuerdo y el 3,85% de los encuestados están muy en desacuerdo que reciben retroalimentación de su jefe sobre su desempeño. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que la empresa realiza reforzamientos del pues del trabajo para que los trabajadores mejoren su rendimiento.

**Tabla 13**

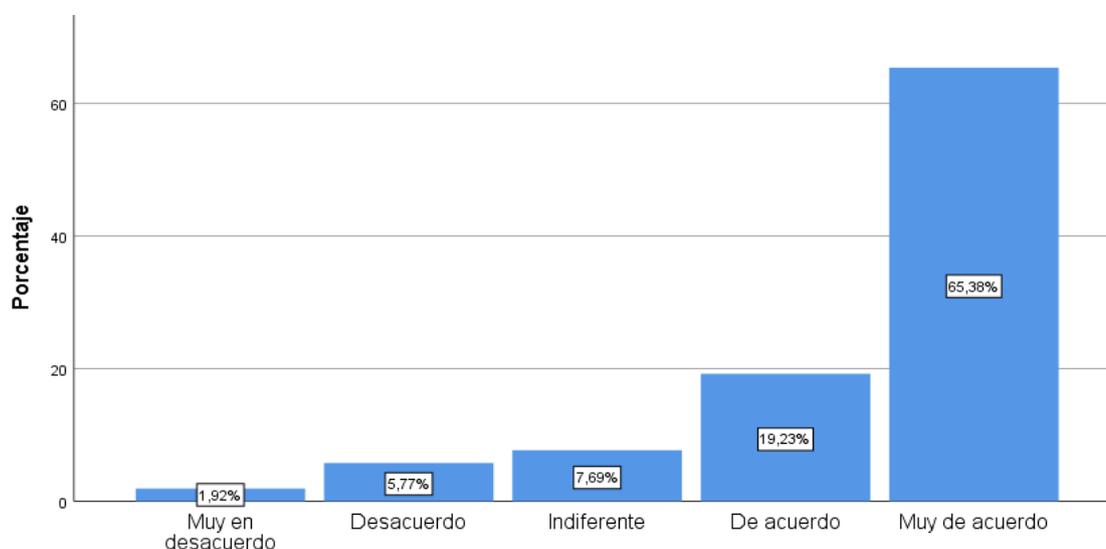
*¿La empresa fomenta la práctica de la amabilidad a través de sus medios de comunicación?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	1,92	1,92	1,9
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	7,7
	Indiferente	4	7,69	7,69	15,4
	De acuerdo	10	19,23	19,23	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 13**

*¿La empresa fomenta la práctica de la amabilidad a través de sus medios de comunicación?*



*Nota.* Tabla 13

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 19,23% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la empresa fomenta la práctica de la amabilidad a través de sus medios de comunicación, el 7,69% le es indiferente la pregunta formulada, el 5,77% está en desacuerdo y el 1,92% de los encuestados están muy en desacuerdo que la empresa fomenta la práctica de la amabilidad a través de sus medios de comunicación. Los resultados obtenidos son positivos en un porcentaje alto, esto quiere decir que tiene una comunicación estratégica y busca que en la empresa se practique amabilidad.

**Tabla 14**

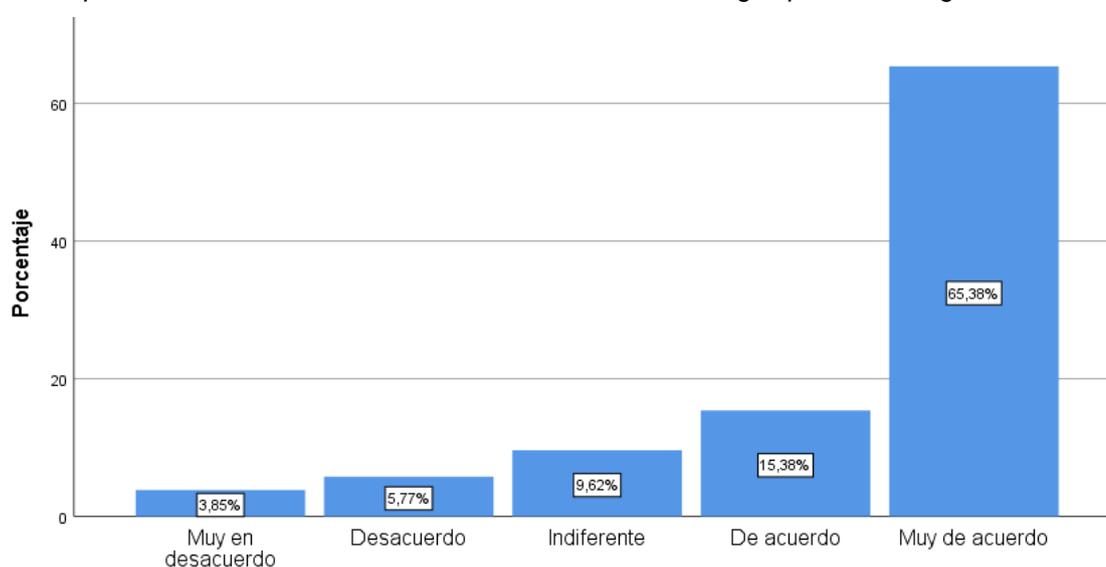
*¿Tus superiores te brindan la atención adecuada cuando te diriges para tratar algún tema?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	9,6
	Indiferente	5	9,62	9,62	19,2
	De acuerdo	8	15,38	15,38	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 14**

*¿Tus superiores te brindan la atención adecuada cuando te diriges para tratar algún tema?*

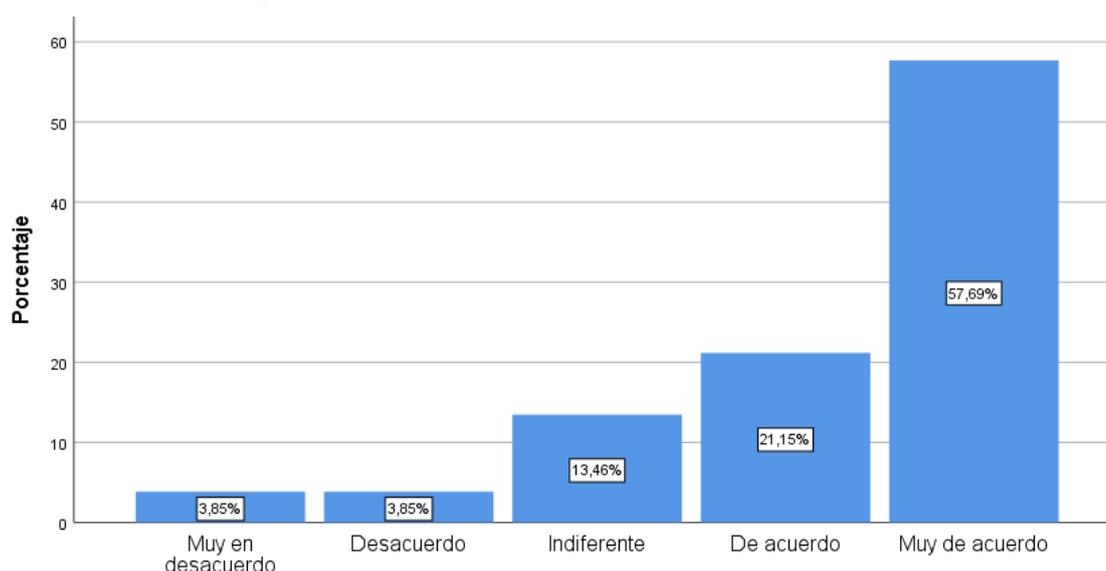


*Nota.* Tabla 14

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 15,38% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que sus superiores le brindan la atención adecuada cuando se dirigen para tratar algún tema, el 9,62% le es indiferente la pregunta formulada, el 5,77% está en desacuerdo y el 3,85% de los encuestados están muy en desacuerdo. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que los superiores tienen la capacidad de escucha con sus trabajadores ejerciendo una comunicación estratégica.

**Tabla 15***¿Los comentarios o sugerencias que aportas son tomados en cuenta?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Desacuerdo	2	3,85	3,85	7,7
	Indiferente	7	13,46	13,46	21,2
	De acuerdo	11	21,15	21,15	42,3
	Muy de acuerdo	30	57,69	57,69	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

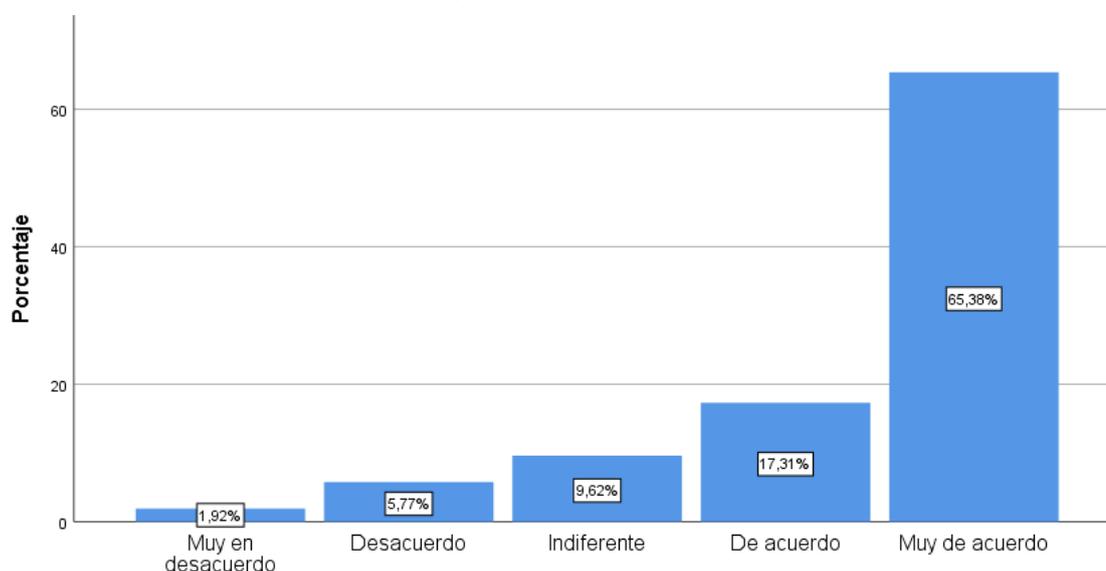
*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.**Figura 15***¿Los comentarios o sugerencias que aportas son tomados en cuenta?**Nota.* Tabla 15

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 57,69% está muy de acuerdo, el 21,15% de los encuestados respondieron que están de acuerdo los comentarios o sugerencias que aportan son tomados en cuenta, el 13,46% le es indiferente la pregunta formulada, el 3,85% está en desacuerdo y el 3,85% de los encuestados están muy en desacuerdo que los comentarios o sugerencias que aportan son tomados en cuenta. Los resultados obtenidos son positivos en un porcentaje alto, esto quiere decir que la empresa pone en consideración los aportes de sus trabajadores.

**Tabla 16***¿El saber escuchar es política de la empresa en todos sus niveles?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	1,92	1,92	1,9
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	7,7
	Indiferente	5	9,62	9,62	17,3
	De acuerdo	9	17,31	17,31	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

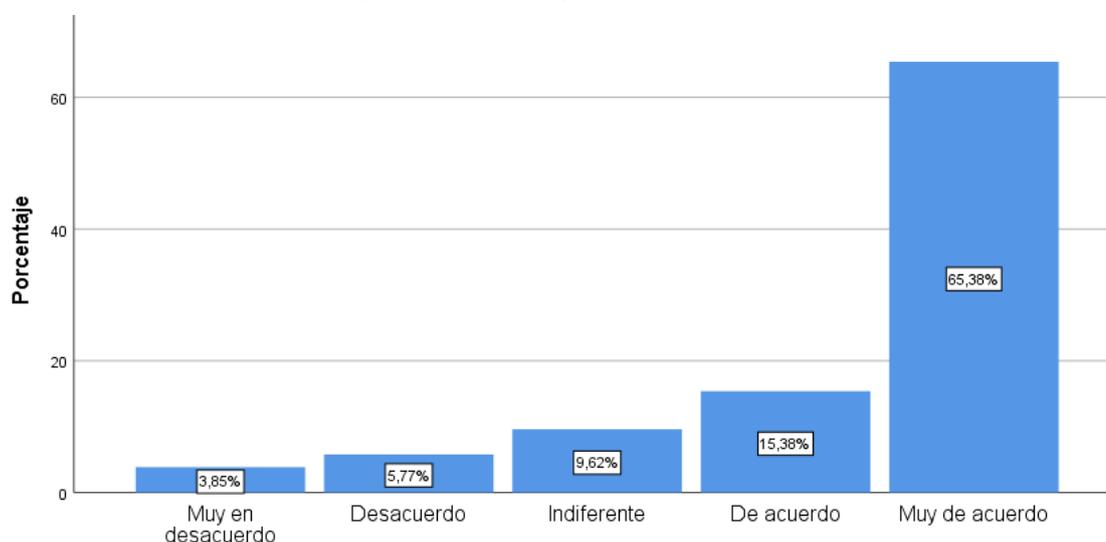
**Figura 16***¿El saber escuchar es política de la empresa en todos sus niveles?*

*Nota.* Tabla 16

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 17,31% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que el saber escuchar es política de la empresa en todos sus niveles, el 9,62% le es indiferente la pregunta formulada, el 5,77% está en desacuerdo y el 1,92% de los encuestados están muy en desacuerdo de que el saber escuchar es política de la empresa en todos sus niveles. Los resultados obtenidos son positivos en un porcentaje alto, esto quiere decir que a los trabajadores de la empresa emplea una comunicación estratégica implementando como política el saber escuchar.

**Tabla 17***¿La empresa alienta a los trabajadores a opinar y aportar ideas con honestidad?*

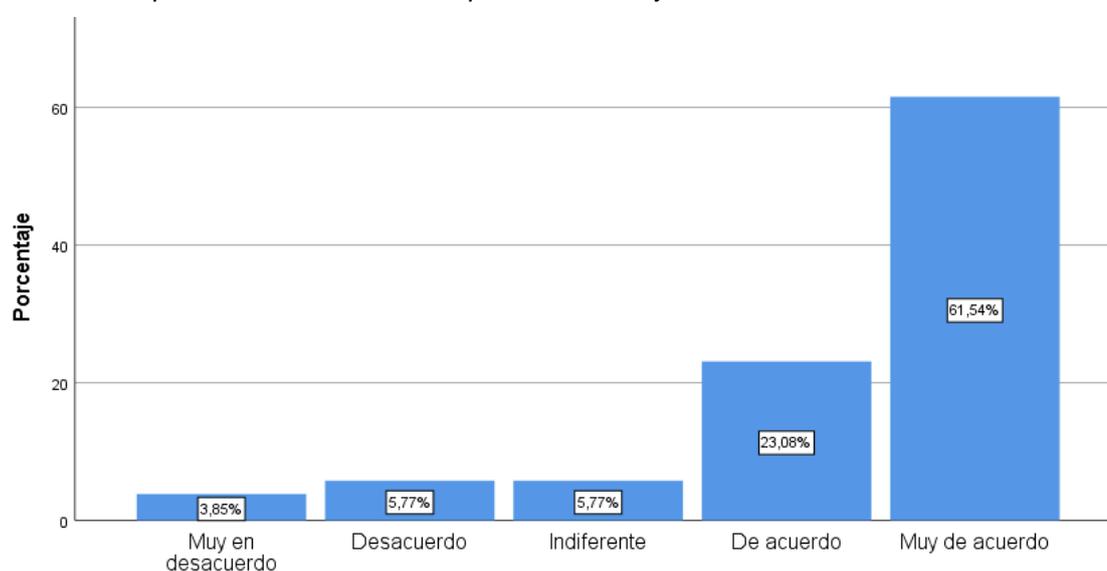
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	9,6
	Indiferente	5	9,62	9,62	19,2
	De acuerdo	8	15,38	15,38	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.**Figura 17***¿La empresa alienta a los trabajadores a opinar y aportar ideas con honestidad?**Nota.* Tabla 17

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 15,38% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la empresa alienta a los trabajadores a opinar y aportar ideas con honestidad, el 9,62% le es indiferente la pregunta formulada, el 5,77% está en desacuerdo y el 3,85% de los encuestados están muy en desacuerdo que la empresa alienta a los trabajadores a opinar y aportar ideas con honestidad. Los resultados obtenidos son positivos, esto quiere decir que la empresa cuenta con trabajadores que aportan ideas con honestidad, esto quiere decir que la empresa ejerce una comunicación valorativa.

**Tabla 18***¿Puedes compartir con honestidad tus opiniones con tu jefe inmediato?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Desacuerdo	3	5,77	5,77	9,6
	Indiferente	3	5,77	5,77	15,4
	De acuerdo	12	23,08	23,08	38,5
	Muy de acuerdo	32	61,54	61,54	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.**Figura 18***¿Puedes compartir con honestidad tus opiniones con tu jefe inmediato?**Nota.* Tabla 18

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 61,54% está muy de acuerdo, el 23,08% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que pueden compartir con honestidad sus opiniones con su jefe inmediato, el 5,77% le es indiferente la pregunta formulada, el 5,77% está en desacuerdo y el 3,85% de los encuestados están muy en desacuerdo de que la empresa pueden compartir con honestidad sus opiniones con su jefe inmediato. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede confirmar que los colaboradores comparten sus opiniones con honestidad a sus jefes inmediatos.

**Tabla 19**

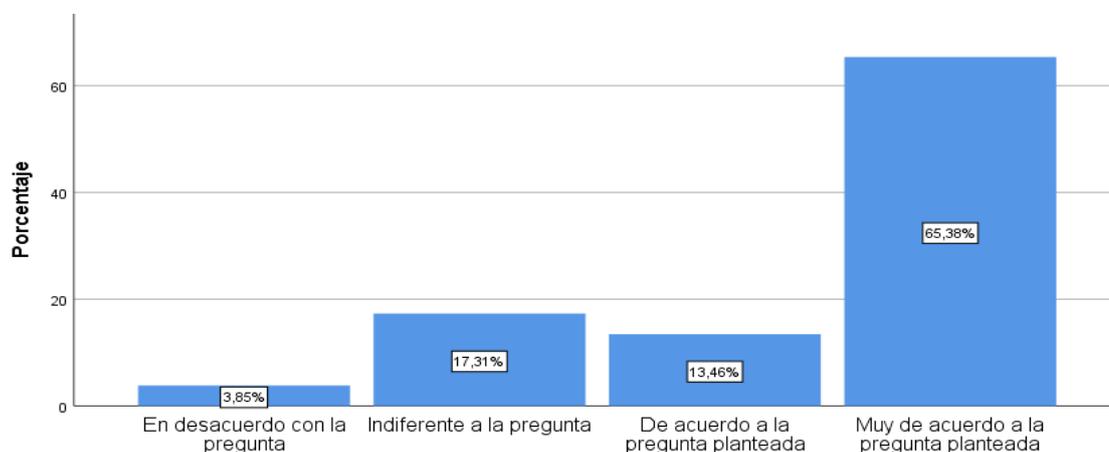
*¿La información que emite la empresa por sus canales internos son diseñados con responsabilidad en cuanto a legibilidad, organización y edición, garantizando la correcta transmisión de los mensajes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3,85	3,85	3,8
	Indiferente	9	17,31	17,31	21,2
	De acuerdo	7	13,46	13,46	34,6
	Muy de acuerdo	34	65,38	65,38	100,0
Total		52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 19**

*¿La información que emite la empresa por sus canales internos son diseñados con responsabilidad en cuanto a legibilidad, organización y edición, garantizando la correcta transmisión de los mensajes?*



*Nota.* Tabla 19

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 65,38% está muy de acuerdo, el 13,46% respondieron que están de acuerdo que la información que emite la empresa por sus canales internos son diseñados con responsabilidad en cuanto a legibilidad, organización y edición, garantizando la correcta transmisión de los mensajes, el 17,31% le es indiferente la pregunta formulada y el 3,85% está en desacuerdo que la información que emite la empresa por sus canales internos son diseñados con responsabilidad en cuanto a legibilidad, organización y edición, garantizando la correcta transmisión de los mensajes.

**Tabla 20**

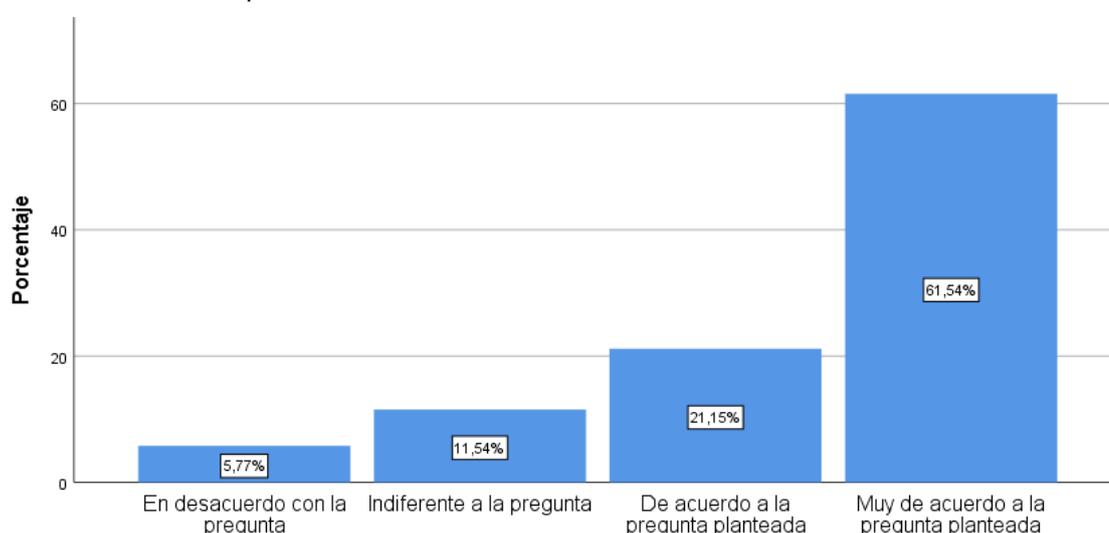
*¿Los directivos/supervisores de la empresa tienen la capacidad de inspirar, enseñar, ayudar e incentivar en el cumplimiento de sus labores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5,77	5,77	5,8
	Indiferente	6	11,54	11,54	17,3
	De acuerdo	11	21,15	21,15	38,5
	Muy de acuerdo	32	61,54	61,54	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 20**

*¿Los directivos/supervisores de la empresa tienen la capacidad de inspirar, enseñar, ayudar e incentivar en el cumplimiento de sus labores?*



*Nota.* Tabla 20

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 61,54% está muy de acuerdo, el 21,15% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que los directivos/supervisores de la empresa tienen la capacidad de inspirar, enseñar, ayudar e incentivar en el cumplimiento de sus labores, el 11,54% de los encuestados le es indiferente la pregunta formulada y el 5,77% está en desacuerdo de que los directivos/supervisores de la empresa tienen la capacidad de inspirar, enseñar, ayudar e incentivar en el cumplimiento de sus labores.

**Tabla 21**

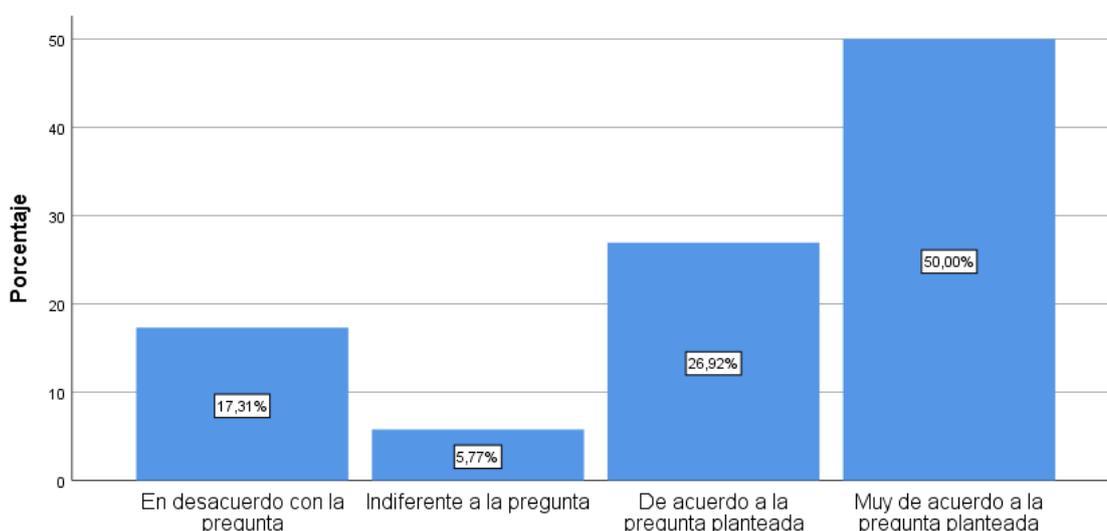
¿Los directivos de la empresa MOPAL tienen las capacidades de encontrar soluciones a los problemas comerciales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	9	17,31	17,31	17,3
Indiferente	3	5,77	5,77	23,1
De acuerdo	14	26,92	26,92	50,0
Muy de acuerdo	26	50,0	50,0	100,0
Total	52	100,0	100,0	

Nota. Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 21**

¿Los directivos de la empresa MOPAL tienen las capacidades de encontrar soluciones a los problemas comerciales?



Nota. Tabla 21

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 50% está muy de acuerdo, el 26,92% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que los directivos de la empresa MOPAL tienen las capacidades de encontrar soluciones a los problemas comerciales, el 5,77% de los encuestados le es indiferente la pregunta formulada y el 17,31% está en desacuerdo con respecto a que directivos de la empresa MOPAL tienen las capacidades de encontrar soluciones a los problemas comerciales.

**Tabla 22**

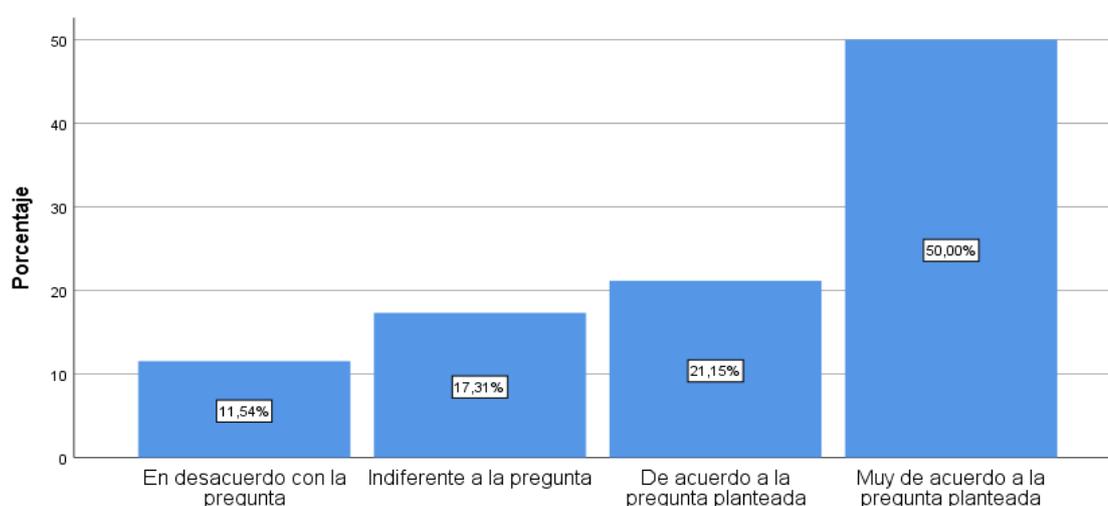
*¿Los directivos de la empresa toman decisiones sin consultar y brindar justificación respecto a las funciones y participación de los trabajadores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	11,54	11,54	11,5
	Indiferente	9	17,31	17,31	28,8
	De acuerdo	11	21,15	21,15	50,0
	Muy de acuerdo	26	50,00	50,00	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 22**

*¿Los directivos de la empresa toman decisiones sin consultar y brindar justificación respecto a las funciones y participación de los trabajadores?*



*Nota.* Tabla 22

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 50% está muy de acuerdo, el 21,15% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que los directivos de la empresa toman decisiones sin consultar y brindar justificación respecto a las funciones y participación de los trabajadores, el 17,31% le es indiferente la pregunta formulada y el 11,54% está en desacuerdo de que los directivos de la toman decisiones sin consultar y brindar justificación. Según los resultados obtenidos se puede decir que los directivos toman decisiones sin consultar y brindar justificación a los colaboradores.

**Tabla 23**

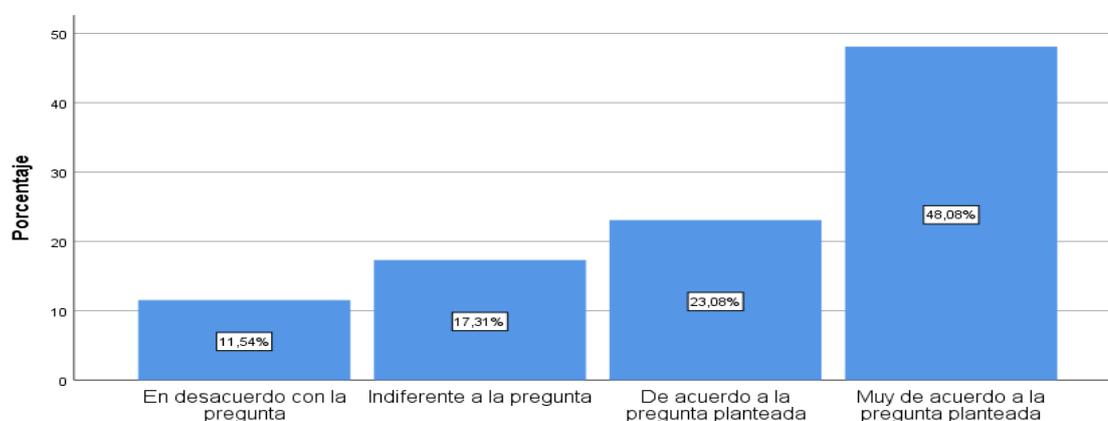
*¿Existe gran compromiso de participación en las actividades laborales de la empresa por parte de los trabajadores que, permita el logro de resultados?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	11,54	11,54	11,5
	Indiferente	9	17,31	17,31	28,8
	De acuerdo	12	23,08	23,08	51,9
	Muy de acuerdo	25	48,08	48,08	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 23**

*¿Existe gran compromiso de participación en las actividades laborales de la empresa por parte de los trabajadores que, permita el logro de resultados?*



*Nota.* Tabla 23

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 48,08% está muy de acuerdo, el 23,08% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que existe gran compromiso de participación en las actividades laborales de la empresa por parte de los trabajadores que, permita el logro de resultados, el 17,31% le es indiferente la pregunta formulada y el 11,54% está en desacuerdo con respecto a que existe gran compromiso de participación en las actividades laborales de la empresa por parte de los trabajadores que, permita el logro de resultados.

**Tabla 24**

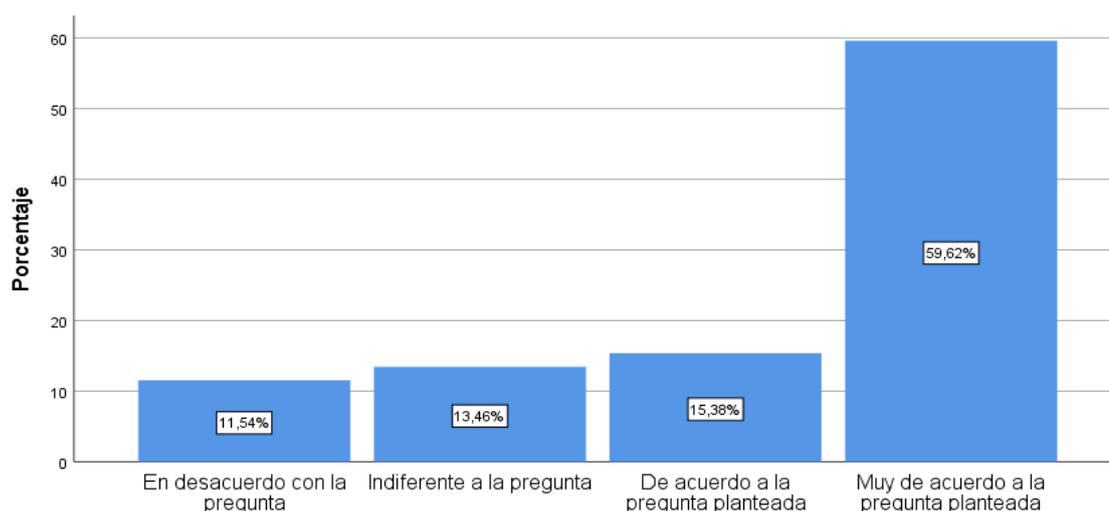
*¿El intercambio de opiniones/iniciativas y las coordinaciones entre los equipos de trabajo es adecuada?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	11,54	11,54	11,5
	Indiferente	7	13,46	13,46	25,0
	De acuerdo	8	15,38	15,38	40,4
	Muy de acuerdo	31	59,62	59,62	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 24**

*¿El intercambio de opiniones/iniciativas y las coordinaciones entre los equipos de trabajo es adecuada?*



*Nota.* Tabla 24

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 59,62% está muy de acuerdo, el 15,38% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que el intercambio de opiniones/iniciativas y las coordinaciones entre los equipos de trabajo es adecuada, el 13,46% le es indiferente la pregunta formulada y el 11,54% está en desacuerdo con respecto al intercambio de opiniones/iniciativas y las coordinaciones entre los equipos de trabajo. Los resultados obtenidos son positivos en un porcentaje alto, esto quiere decir que hay iniciativa en los grupos de trabajo con la participación de cada uno.

**Tabla 25**

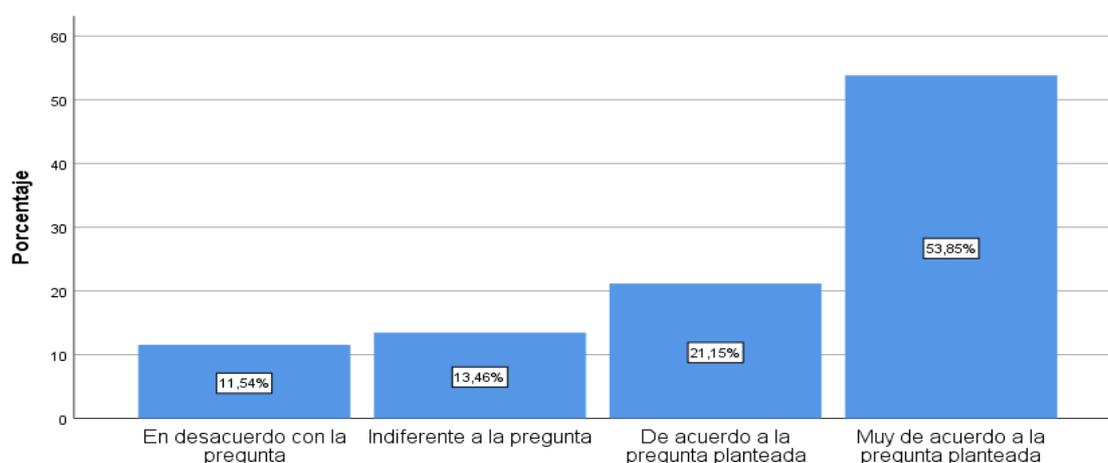
*¿Las iniciativas/opiniones de los trabajadores de la empresa son valorados por los directivos para la toma de decisiones?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	11,54	11,54	11,5
	Indiferente	7	13,46	13,46	25,0
	De acuerdo	11	21,15	21,15	46,2
	Muy de acuerdo	28	53,58	53,58	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 25**

*¿Las iniciativas/opiniones de los trabajadores de la empresa son valorados por los directivos para la toma de decisiones?*



*Nota.* Tabla 25

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 53,85% está muy de acuerdo, el 21,15% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que las iniciativas/opiniones de los trabajadores de la empresa son valorados por los directivos para la toma de decisiones, el 13,46% le es indiferente la pregunta formulada y el 11,54% está en desacuerdo con respecto a las iniciativas/opiniones de los trabajadores de la empresa son valorados por los directivos para la toma de decisiones.

**Tabla 26**

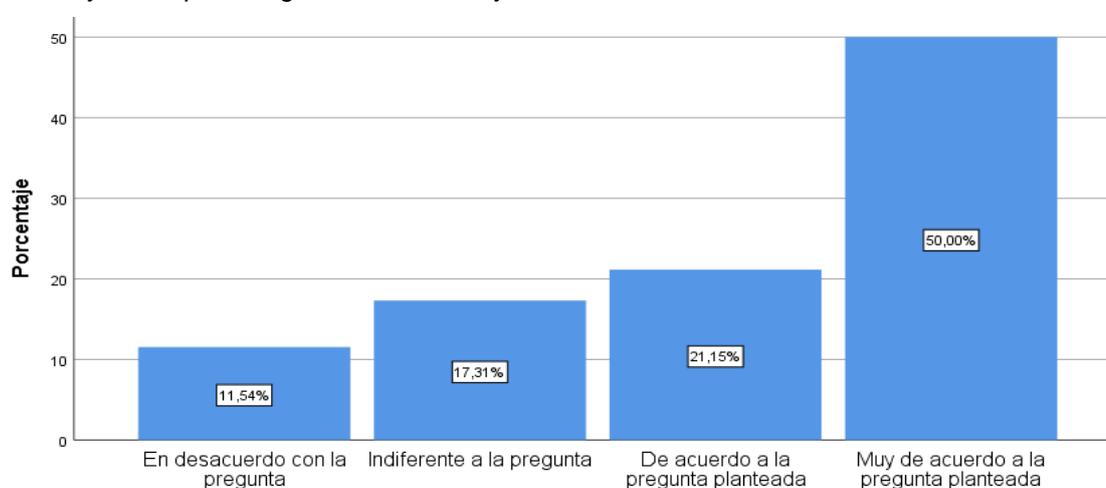
*¿La empresa tiene políticas de incentivos (económicos u otros) para reconocer y premiar a los trabajadores por el logro de metas u objetivos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	11,54	11,54	11,5
	Indiferente	9	17,31	17,31	28,8
	De acuerdo	11	21,15	21,15	50,0
	Muy de acuerdo	26	50,00	50,00	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 26**

*¿La empresa tiene políticas de incentivos (económicos u otros) para reconocer y premiar a los trabajadores por el logro de metas u objetivos?*



*Nota.* Tabla 26

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 50% está muy de acuerdo, el 21,15% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la empresa tiene políticas de incentivos (económicos u otros) para reconocer y premiar a los trabajadores por el logro de metas u objetivos, el 17,31% le es indiferente la pregunta formulada y el 11,54% está en desacuerdo con respecto a que la empresa tiene políticas de incentivos (económicos u otros) para reconocer y premiar a los trabajadores por el logro de metas u objetivos.

**Tabla 27**

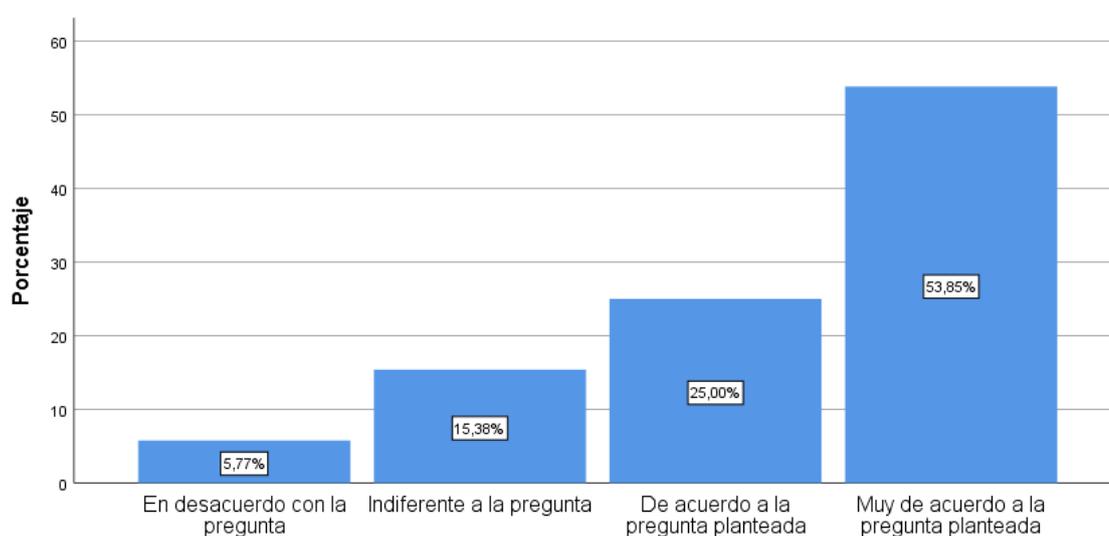
*¿La empresa otorga capacitaciones, formación y desarrollo profesional/técnico a los trabajadores para facilitar las promociones o ascensos laborales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5,77	5,77	5,8
	Indiferente	8	15,38	15,38	21,2
	De acuerdo	13	25,0	25,0	46,2
	Muy de acuerdo	28	53,85	53,85	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Figura 27**

*¿La empresa otorga capacitaciones, formación y desarrollo profesional/técnico a los trabajadores para facilitar las promociones o ascensos laborales?*



*Nota.* Tabla 27

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de Automotores Mopal respondieron que el 53,85% está muy de acuerdo, el 25% de los encuestados respondieron que están de acuerdo que la empresa otorga capacitaciones, formación y desarrollo profesional/técnico a los trabajadores para facilitar las promociones o ascensos laborales, el 15,38% le es indiferente la pregunta formulada y el 5,77% está en desacuerdo la empresa otorga capacitaciones, formación y desarrollo profesional/técnico a los trabajadores para facilitar las promociones o ascensos laborales.

## 4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para la contrastación de la hipótesis, el procedimiento definido requiere como requisito indispensable la parte descriptiva. Esta exposición de resultados, en el siguiente apartado someterá a sus alcances para poder medir el nivel de relación que existe entre las variables de estudio. Para ello, el coeficiente de correlación de Pearson, cuyos criterios de análisis de significancia se plantea en la siguiente tabla:

**Tabla 28**

*Definición de la significancia a través del coeficiente de correlación Pearson entre la comunicación interna y el clima organizacional en automotores Mopal de la ciudad de Huánuco 2023*

Valor del Coeficiente de Pearson	Grado de Correlación entre las Variables
$r = 0$	Ninguna correlación
$r = 1$	Correlación positiva perfecta
$0 < r < 1$	Correlación positiva
$r = -1$	Correlación negativa perfecta
$-1 < r < 0$	Correlación negativa

Fuente: Estadística para Administración y Economía de Richard I. Levin. Pearson Education

### **HIPÓTESIS ALTERNA (Ha).**

“La comunicación interna se relaciona significativamente con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

### **HIPÓTESIS NULA (Ho).**

“La comunicación interna no se relaciona significativamente con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023”

**Tabla 29**

*Relación estadística entre la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco*

		Comunicación interna	Clima organizacional
Comunicación interna (Tabla 1)	Correlación de Pearson	1	,773
	Sig. (bilateral)		,049
	N	52	52
Clima organizacional (Tabla 23)	Correlación de Pearson	,773	1
	Sig. (bilateral)	,049	
	N	52	52

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023.

**Análisis e Interpretación inferencial:** Automotores MOPAL siendo concesionaria de una empresa importante en el mundo cumple con protocolos en todos los niveles administrativos. Cuando se le consulta al trabajador si estos trabajan en base a políticas de diálogo para que puedan enfrentar cualquier problema podemos observar que el 17.31% y 65.38% sostiene estar de acuerdo y muy de acuerdo con dicha afirmación (Ver tabla 1). Sin lugar a dudas, esta afirmación motiva a los colaboradores a tener un gran compromiso de participación en las actividades de la empresa tal como sostiene en la misma cantidad porcentual 23,08% y 48,08% en la tabla 23. Como se puede observar descriptivamente se contempla un nivel de significancia apropiado-plasmada en una relación positiva. La hipótesis se contrasta porque la tabla 29 demuestra un nivel de significancia menor a 0.05 cuyo valor es 0.049.

## Hipótesis Específicas

“HE1: La dimensión esencial de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023”

**Tabla 30**

*Relación estadística entre la dimensión esencial de la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco*

		Dimensión esencial de la Comunicación interna	Clima organizacional
Dimensión esencial de la Comunicación interna (Tabla 4)	Correlación de Pearson	1	,681
	Sig. (bilateral)		,039
	N	52	52
Clima organizacional (Tabla 24)	Correlación de Pearson	,681	1
	Sig. (bilateral)	,039	
	N	52	52

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023

**Análisis e interpretación inferencial:** Respecto a la dimensión esencial de la comunicación interna en automotores MOPAL, se puede observar que el 17,31% y que el 65.38% de trabajadores encuestados sostienen que están de acuerdo y muy de acuerdo a la afirmación que sí tienen la capacidad de negociar con sus colegas cuando surge algún tipo de problema, porque las políticas así se lo permiten tal como se puede observar en la tabla 4. En términos descriptivos, indudablemente podemos observar que el comportamiento referido en la tabla anterior muestra que la comunicación interna ha permitido mejoras en el clima organizacional de la empresa, traducido en el intercambio de opiniones y las coordinaciones entre los equipos de trabajo en la tabla 24 donde el 15,38% y 59,62% sostiene dicha afirmación, Como se puede observar descriptivamente se contempla un nivel de significancia apropiado. La hipótesis se contrasta porque la tabla 30 demuestra un nivel de significancia menor a 0.05 cuyo valor es 0.039.

HE2: La dimensión operativa de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

**Tabla 31**

*Relación estadística entre la dimensión operativa de la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco*

		Dimensión operativa de la Comunicación interna	Clima organizacional
Dimensión operativa de la Comunicación interna (Tabla 8)	Correlación de Pearson	1	,702
	Sig. (bilateral)		,037
	N	52	52
Clima organizacional (Tabla 27)	Correlación de Pearson	,702	1
	Sig. (bilateral)	,037	
	N	52	52

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023

**Análisis e interpretación inferencial:** La operatividad en la empresa MOPAL, parte por comprender el nivel de relación que tienen los trabajadores entre sí para el desarrollo de cualquier tarea o resolver algún problema dentro de la empresa sea este tipo comercial o de prestación de post servicio. En la tabla 8 podemos observar que entre colegas están integrados y coordinan para solucionar tareas y problemas tal como sostiene el 15,38% y 65,38% quienes dicen estar de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente. Indudablemente en lo descrito se puede advertir que la empresa producto de esas buenas relaciones está en la capacidad de comunicar las promociones que hay para los trabajadores que cumplen las metas o fomenten las buenas relaciones entre sí, tal como se puede advertir en la tabla 27 donde el 25,00% y 53,85% sostiene estar muy de acuerdo y de acuerdo con dicha afirmación. Como se puede observar descriptivamente se contempla un nivel de significancia apropiado. La hipótesis se contrasta porque la tabla 31 demuestra un nivel de significancia menor a 0.05 cuyo valor es 0.037.

HE3: La dimensión estratégica de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

**Tabla 32**

*Relación estadística entre la dimensión estratégica de la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco*

		Dimensión estratégica de la Comunicación interna	Clima organizacional
Dimensión estratégica de la Comunicación interna (Tabla 16)	Correlación de Pearson	1	,775
	Sig. (bilateral)		,028
	N	52	52
Clima organizacional (Tabla 26)	Correlación de Pearson	,775	1
	Sig. (bilateral)	,028	
	N	52	52

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023

**Análisis e interpretación inferencial:** Otro aspecto importante de automotores MOPAL es la comunicación estratégica que tiene o impulsa con sus trabajadores. En la tabla 16 podemos observar que los encuestados afirman que el saber escuchar es política de la empresa en todos sus niveles, así lo sostiene el 17,31% y 65,38% quienes están de acuerdo y muy de acuerdo con dicha afirmación. Y en la tabla 26, podemos observar que la empresa tiene políticas de incentivos para reconocer y premiar a los colaboradores por el logro de las metas, así lo sostiene el 21,15% y 50,00% como se puede observar descriptivamente se contempla un nivel de significancia apropiado. La hipótesis se contrasta porque la tabla 32 demuestra un nivel de significancia menor a 0.05 cuyo valor es 0.028, describe que hay mucha significancia entre la dimensión estratégica con el clima organizacional en la empresa automotores MOPAL confirmando de esta manera la hipótesis número 3 planteada para la presente investigación. Pudiendo advertir a lo dicho que la empresa cumple protocolos estandarizados y definidos en todos sus niveles dada la exigencia que existe de la marca a nivel de todos sus concesionarios, y reconocido por los trabajadores cuando se les hizo la encuesta.

HE4: La dimensión valorativa de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023

**Tabla 33**

*Relación estadística entre la dimensión valorativa de la comunicación interna el clima organizacional en automotores MOPAL – sede Huánuco*

		Dimensión valorativa de la Comunicación interna	Clima organizacional
Dimensión valorativa de la Comunicación interna (Tabla 17)	Correlación de Pearson	1	,763
	Sig. (bilateral)		,026
	N	52	52
Clima organizacional (Tabla 27)	Correlación de Pearson	,763	1
	Sig. (bilateral)	,026	
	N	52	52

*Nota.* Información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los trabajadores – 2023

**Análisis e interpretación inferencial:** Como se ha descrito convenientemente en la parte teórica, la tesis contempla como dimensión final de la comunicación interna la valoración, al respecto en la tabla 17 podemos observar que la empresa alienta a los trabajadores a opinar y aportar ideas con honestidad tal como sostiene el 15,38% y 65,38% quienes afirman estar de acuerdo y muy de acuerdo con dicha afirmación. Es en la tabla 27 donde se puede confirmar la relación directa que existe entre la dimensión y la variable dependiente donde se observa la comunicación en términos valorativos motiva a que la empresa otorgue capacitaciones a los trabajadores para facilitar los ascensos laborales, tal como expresa el 25,00 y 53,85% de trabajadores que fueron encuestados. Como se puede observar descriptivamente se contempla un nivel de significancia apropiado. La hipótesis se contrasta porque la tabla 33 demuestra un nivel de significancia menor a 0.05 cuyo valor es 0.026. Con este indicador se confirma la significancia que hay entre la dimensión valorativa y de la comunicación interna con el clima organizacional en la empresa MOPAL de la ciudad de Huánuco, permitiendo confirmar la hipótesis específica planteada para la presente investigación.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo de la investigación, ha sido determinar de qué manera se relaciona la comunicación interna con el clima organizacional en la empresa MOPAL, lo cual, estadísticamente se ha determinado, sin embargo es fundamental generar algún respaldo a dicha afirmación discutiendo ellos con los resultados obtenidos en el estudio, por ello podemos advertir que Alvarez (2018) en su tesis titulada **“Los Procesos de la Comunicación Interna y su Incidencia en el Clima Laboral de los empleados Administrativos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Santiago de Píllaro”** el autor ha concluido que los procedimientos de la comunicación interna son fundamentales para que se pueda tener un buen clima laboral debido a que con una eficiente comunicación interna se puede lograr transmitir la información de manera adecuada y sin distorsión. Además, permite a los trabajadores tener claro los objetivos que tiene la organización, la tesis de la misma manera concluye que la comunicación interna es un aspecto fundamental en la empresa evaluada. Ello se puede corroborar con información de la tabla 2 donde se observa que el 15.38% y 65.38% afirman que la información fluye adecuadamente en la empresa indicando así que se cuenta con herramientas eficientes para que se puedan comunicar entre colegas y de esa forma manejar una sola información entre todos y por ende tener un mejor clima organizacional.

Chara (2018) en su tesis titulada **“La Comunicación Interna y el Clima Organizacional en la Tienda D'Moda en la ciudad de Tacna - 2014”** concluyó que la comunicación interna influye altamente en el clima organizacional de la tienda D'MODA así es que se pudo inferir que una comunicación interna con claridad ayuda al clima organizacional permitiendo así un clima con satisfacción laboral, motivación y trabajo en equipo, a la vez demostró que existe correlación entre ambas variables por lo que se aceptó

la hipótesis planteada en la investigación, la presente investigación de la misma manera concluye que existe una relación significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional. Para ello, en la tabla 29, se puede observar que se obtuvo una correlación de 0,773 esto quiere decir que, si hay una adecuada comunicación interna entre los colaboradores, esto conlleva a un adecuado desarrollo del clima organizacional.

Venancio (2022) en su tesis titulada **“La gestión del talento humano y clima organizacional del centro de salud Aparicio Pomares, 2022”** si analizamos este último documento presentado de acuerdo a los resultados obtenidos dentro de la investigación se llegó a demostrar que hay interrelación significativa entre la gestión del talento humano y el clima organizacional, lo cual se corrobora por medio de los instrumentos estadísticos usados en la investigación, los cuales tuvieron resultados positivos y ayudaron a comprobar la interrelación entre ambas variables, lo cual genera que el liderazgo llega a tener facilidades para que definan de qué forma se está estructurando el clima organizacional. En concordancia con lo obtenido, la comunicación interna juega un rol importante en el clima organizacional de automotores Mopal dado el comportamiento que genera en los trabajadores al compartir los objetivos que estos tienen y el involucramiento que esperan de ellos. En la tabla 5 de la investigación se puede verificar que el 23.08% y 59.62% sostienen que la información oportuna ayuda a superar los problemas que estos tengan mejorando el clima organizacional, tal como expresa el autor en su tesis citada.

Respecto al marco teórico es fundamental precisar que los autores citados en la presente investigación tienen claro el comportamiento de la variable comunicación interna y los efectos que tienen en otras variables, Theaker (2022) sostiene que la comunicación interna viene a ser la comunicación que se dirige a los clientes internos, en otras palabras, vienen a ser los colaboradores de la empresa. Aparece como una respuesta a las nuevas necesidades que las empresas necesitan para que tengan un buen desarrollo de clima organizacional y por ende motivados a sus colaboradores, del mismo modo mantenerlos dentro de su grupo de trabajo según los

resultados positivos que tenga para la empresa. Esta afirmación conceptual es corroborada de manera estadística en la tabla 9 donde comprende que el 25.00% y 53.85% de los trabajadores confirman que la comunicación interna en su dimensión de comunicación operativa se está generando las confianzas necesarias entre trabajadores para superar problemas que se presentaran.

Tessi (2012) afirma que la comunicación interna viene a ser la que se dirige a los colaboradores y directivos de una organización. En los tiempos de las redes online, todas las empresas tienen la preocupación sobre los datos e información que van a ofrecer al público, como también se preocupan por la imagen de sus trabajadores que vayan a proyectar. Como podemos observar los componentes de la comunicación interna deben generar motivación en las relaciones de los trabajadores que son componentes del clima organizacional. Del mismo modo en la presente investigación en su dimensión operativa, los trabajadores reconocen que la comunicación en MOPAL es abierta y clara ya que el 13.46% y el 65.38% así lo menciona confirmando el concepto que manifiesta el autor en sus libros, lo que está generando cambios importantes en la organización tal como se expresa en la tabla 10.

Corredor et al. (2016) afirma que el clima organizacional se encuentra conceptualizada como la totalidad de las propiedades que se miden sobre el ámbito de una labor percibida, de manera directa o indirecta, por las personas que realizan sus funciones en este ámbito y que son influenciadas por las motivaciones y conductas. De esta manera podemos afirmar que efectivamente tanto los antecedentes como el marco teórico tiene un entendimiento claro respecto al efecto que debe tener la comunicación interna en el clima organizacional en la empresa automotores MOPAL sede Huánuco. Corroborando así los resultados descriptivos e inferenciales que se han obtenido para la presente investigación en donde se sostiene que la forma como la empresa lleva la comunicación y transmite la información mejora la participación de los trabajadores, así manifiesta el 13.46% y 65.38% de quienes fueron encuestados confirmando la afirmación del autor la cual se puede observar en la tabla 19 y de la misma forma que en la tabla 23 con el 23,08% y el 48.08%.

## CONCLUSIONES

- Respecto al objetivo general, se determinó que la comunicación interna tuvo una relación directa y significativa con el clima organizacional en Automotores Mopal - sede Huánuco 2023, ellos se sustentan en el coeficiente de correlación Pearson obtenido cuyo valor es 0.773, corroborada con la información en las tablas 2 y 24 de los resultados, donde se indica que el 65.38% opina que en la empresa la información fluye adecuadamente generando así que el 59.62% opine que el intercambio de ideas y coordinaciones entre los equipos es adecuada para un buen desarrollo del clima organizacional.
- Respecto al primer objetivo específico, se determinó que la dimensión esencial de la comunicación interna tuvo una relación directa y significativa con el clima organizacional en Automotores Mopal - sede Huánuco 2023, el mismo que se ha respaldado con el indicador del coeficiente de correlación Pearson cuyo valor es 0.681. Sostenida en la información descriptiva de las tablas 1 al 4, donde se observa que la empresa tiene políticas de dialogo (65.38%), la información fluye adecuadamente así, también promueve diálogos fluidos y abiertos entre los jefes y equipos de trabajo que enriquecen la información y toma de decisiones (65.38% y 48.10% respectivamente) y, existe negociaciones entre trabajadores cuando hay problemas (65.38%)
- Respecto al segundo objetivo específico, se determinó que la dimensión operativa de la comunicación interna tuvo una relación directa y significativa con el clima organizacional en Automotores Mopal - sede Huánuco 2023, con un coeficiente de correlación cuyo valor es 0.702, sostenido en la información de las tablas del 5 al 12, se observa que la comunicación es oportuna, colaboradores reciben información eficiente para realizar su trabajo, se utiliza expresiones (lenguaje) claros y objetivos (59.62%, 55.77% y 65.38% respectivamente); con respecto a la capacidad de relación se observa que existe integración, confianza, comunicación clara entre trabajadores, retroalimentación de tareas de parte de los jefes ( 65.38%, 53.85%, 65.38%, 65.38%y 65.38%)

- ✚ Respecto al tercer objetivo específico, se determinó que la dimensión estratégica de la comunicación interna tuvo una relación directa y significativa con el clima organizacional en Automotores Mopal - sede Huánuco 2023, corroborado con información del coeficiente de cuyo valor es 0.775. Se sostiene en la información de las tablas del 13 al 16, donde se puede advertir que la empresa fomenta la práctica de la amabilidad y brinda atención adecuada para tratar temas en un 65.38% respectivamente, la empresa también toma en cuenta las sugerencias de los colaboradores y sabe escuchar en todos sus niveles (57.69% y 65.38% comparativamente).
- ✚ Respecto al cuarto objetivo específico, se determinó que la dimensión valorativa de la comunicación interna tuvo una relación directa y significativa con el clima organizacional en Automotores Mopal - sede Huánuco 2023 con un coeficiente de correlación cuyo valor es 0.763. Sostenida información en las tablas del 17 al 19 se advierte que el 65.38% y 61,54% en promedio de los trabajadores manifiestan que pueden opinar y compartir sus ideas y opiniones con honestidad con la empresa y sus jefes inmediatos. La información que emite la empresa por sus canales internos es diseñada con responsabilidad (65.38%)

## RECOMENDACIONES

- ✚ De acuerdo a la primera conclusión, se determinó que la comunicación interna tuvo una relación directa y significativa con el clima organizacional en Automotores Mopal - sede Huánuco 2023. En tal contexto se sugiere a la empresa fortalecer los diálogos fluidos entre los jefes y equipos de trabajo que permitan enriquecer la información para la toma de decisiones en coordinaciones de trabajos, etc. Así como, incentivar las comunicaciones ascendentes en diferentes entornos como reuniones de equipo, con encuestas o una caja de sugerencias. (Tabla 2 y 24)
- ✚ De acuerdo a la segunda conclusión, respecto a la comunicación esencial la tesis recomienda a la gerencia de la empresa fomentar la política de diálogo frente a cualquier problema a efectos de que los trabajadores sientan que existe comunicación en la labor que desarrollan. (Tabla 1).
- ✚ De acuerdo a la tercera conclusión, en relación a la comunicación operativa, la tesis recomienda la gerencia de la empresa impulsar la operatividad de la organización a través de que el trabajador reciba toda la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo. (Tabla 6).
- ✚ De acuerdo a la cuarta conclusión, respecto a la comunicación estratégica, la tesis recomienda la gerencia de la empresa impulsar la comunicación respecto a los comentarios y sugerencias del colaborador, los cuales deben ser tomados en cuenta buscando lograr el involucramiento de todos los trabajadores con dichos fines. Fortaleciendo de esta manera la comunicación respecto a los objetivos con el interés que tienen los trabajadores en la empresa. (Tabla 15)
- ✚ De acuerdo a la quinta conclusión, en relación a la comunicación valorativa, la tesis recomienda para la gerencia de la empresa que la información que transmite por sus canales internos, deben ser diseñados con responsabilidad, legibilidad, organización y edición, garantizando así que se transmita correctamente la información para lograr el involucramiento de estos con la empresa. (Tabla 19).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, David A. & Joachimsthaler, Erich. (2005). Liderazgo de marca. Madrid: Grupo Planeta.
- Almenara Aloy, Jaume & Romeo Delgado, Marina. (2005). Comunicación interna en la empresa. Barcelona: Editorial UOC.
- Alvarez Bautista, A. E. (2018). Los Procesos de Comunicación Interna y su Incidencia en el Clima Laboral de los empleados Administrativos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Santiago de Píllaro. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación: introducción a la metodología de la investigación. Venezuela: Ediciones el Pasillo.
- Castellanos Martínez, J. F. (2012). Diagnóstico del clima organizacional. Madrid: Editorial Académica Española.
- Chara Saenz, D. L. (2018). La Comunicación Interna y el Clima Organizacional en la Tienda D'Moda en la ciudad de Tacna - 2014. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann .
- Chiang, Margarita et al. (2010). Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Córdova Verde, M. d. (2021). La Comunicación Organizacional y su incidencia en el Clima Organizacional de los trabajadores Administrativos de la Red de Salud Huánuco - 2021. Huánuco: Universidad de Huánuco.
- Corral Genicio, J. (2007). Dirección de Personas. La Coruña: Netbiblo.
- Corredor Bustamante, Albert Yordano et al. . (2016). Pymes: Gestión y Clima Organizacional. Barranquilla: Corporación Universitaria Americana.
- Cosme Vidal, J. C. (2018). Liderazgo. Madrid: Editorial Elearning, S.L.
- De la Peña, José & Cabezas, Mosiri. (2015). La gran oportunidad claves para liderar la transformación digital en las empresas y en la economía. Santiago: Grupo Planeta.

- Domènec, M. (2022). Ética Profesional. Santiago : Ediciones UC.
- Fernandez Sanchez, E. (2010). Administración de empresas un enfoque interdisciplinar. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Formanchuk, A. (2008). Comunicación interna en la Administración Pública española. Madrid: INAP.
- González García, M. J. (2012). Habilidades Directivas. Málaga: Innovación Y Cualificación.
- González Tigrero, Kerlly Esperanza & Merchán Nieto, María Rebeca. (2022). Inteligencia Emocional y Clima Organizacional en Trabajadores de una Universidad Politécnica Ecuatoriana. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Hernández Sampieri, Roberto & Mendoza Torres, Christian. (2018). Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hussain Raja, S. (2018). 10 habilidades esenciales para un servidor público. Santiago: Babelcube Inc.
- Marina, J. A. (2011). Los secretos de la motivación. Madrid: Grupo Planeta (GBS).
- Meza, H. (12 de diciembre de 2015). ALTONIVEL. Obtenido de 4 casos de crisis de comunicación 2015 y cómo evitarlas: <https://www.altonivel.com.mx/marketing/54752-4-casos-de-crisis-de-comunicacion-en-2015-y-como-evitarlo/>
- Mopal, G. (2023). Reseña histórica. Obtenido de <https://grupomopal.com.pe/>
- Moreno Pérez, C. M. (2017). Ética de la empresa. Barcelona: Herder Editorial.
- Moroder, G. (20 de octubre de 2020). Pulso CI. Obtenido de Evolución de la comunicación interna en Perú: <https://pulso-ci.bwcomunicacion.com/evolucion-de-la-comunicacion-interna-en-peru/>

- Nicolini, Cecilia & Parodi, Juan. (2015). Comunicación interna en la Administración Pública española. Madrid: INAP.
- Ñaupas Paitan, Humberto & mejía mejía Elias & Novoa Ramirez, Eliana, Villagomez Paucar, Alberto. (2014). Metodología de la Investigación Cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis. Bogotá: Ediciones de la U.
- Obando Garrido, J. M. (2019). Derecho laboral. Bogotá: Temis.
- Pérez Silva, C. J. (2021). Comunicación interna y satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa contratistas generales. . Lima: Universidad Peruana Unión.
- Reyes, Edwin y Montaña, Milton. (4 de octubre de 2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. Obtenido de Comunicación Interna y su impacto real en las empresas: [https://platzi.com/blog/emp-que-es-comunicacion-interna-impacto/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=18798607679&utm\\_adgroup=&utm\\_content=&gclid=Cj0KCQiA2-2eBhCIARIsAGLQ2RmDiGaTNIm4hd7gSiCrl\\_A9sUlc3cRWKzNmkiB1TJAO6g5OGDQjXx4aAiD6EALw\\_wcB&gclsrc=](https://platzi.com/blog/emp-que-es-comunicacion-interna-impacto/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=18798607679&utm_adgroup=&utm_content=&gclid=Cj0KCQiA2-2eBhCIARIsAGLQ2RmDiGaTNIm4hd7gSiCrl_A9sUlc3cRWKzNmkiB1TJAO6g5OGDQjXx4aAiD6EALw_wcB&gclsrc=)
- Robles Morales, J. M. (2002). El reto de la participación: movimientos sociales y organizaciones : una panorámica comparativa. México D.F.: A. Machado Libros.
- Rubio Ruiz, Á. (2002). Manual de derechos, obligaciones y responsabilidades en la prevención de riesgos laborales. México D.F.: FC Editorial.
- Sandoval, C. (2022). Liderazgo en tiempos de crisis. Santiago: Penguin Random House Grupo Editorial Chile.
- Segredo Perez, A. M. (2013). propuesta de instrumento para el estudio del clima organizacional. Holguin Chile: CITMA Certificado.
- Shell, G. R. (2022). Negociar con ventaja: Estrategias de negociación para gente razonable. Madrid: Antoni Bosch editor.

Tessi, M. (2012). Comunicación interna en la práctica. Buenos Aires: Ediciones Granica.

Theaker, A. (2022). El manual de comunicación y relaciones públicas. Barcelona: Profit Editorial.

Urcola Tellería, Juan Luis & Urcola Martiarena, Nerea. (2017). Cómo potenciar la participación de los trabajadores; un reto para todos. Madrid: ESIC Editorial.

Uribe Prado, J. F. (2014). Clima y ambiente organizacional. México D.F.: Editorial El Manual Moderno.

Venancio Barbaran, Z. S. (2022). La gestión del talento humano y clima organizacional del centro de salud Aparicio Pomares, 2022. Huánuco: Universidad de Huánuco.

Verazzi, Laura et al. (2022). Comunicación interna de pandemia. Barcelona: Editorial UOC.

Wall, B. (2000). Las Relaciones Humanas En El Trabajo. Madrid: Oniro Ediciones.

## **COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Esteban Mautino, M. (2024). *Comunicación interna y clima organizacional en Automotores Mopal – sede Huánuco 2023* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Tesis:** “Comunicación Interna y Clima Organizacional en Automotores MOPAL – Sede Huánuco 2023”

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Técnicas e Instrumentos
<p><b>General</b></p> <p>¿De qué manera se relaciona la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Determinar de qué manera se relaciona la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023</p>	<p><b>Hipótesis Alterna (Ha).</b></p> <p>La comunicación interna se relaciona significativamente con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023</p>	<p><b>Variable 1</b></p> <p>Comunicación Interna</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Esencial</li> <li>- Operativa</li> <li>- Estratégica</li> <li>- Valorativa</li> </ul>	<p><b>Tipo:</b></p> <p>El tipo de investigación es aplicada, puesto que se buscará entender en un contexto específico la influencia que existe entre ambas variables,</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <p>Encuesta</p>
<p><b>Específicos</b></p> <p>¿De qué manera se relaciona la dimensión esencial de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?</p>	<p><b>Específicos</b></p> <p>Determinar de qué manera se relaciona la dimensión esencial de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023</p>	<p><b>Hipótesis Nula (Ho).</b></p> <p>La comunicación interna no se relaciona significativamente con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023</p>	<p><b>Variable 2</b></p> <p>Clima organizacional</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo</li> <li>- Participación del colaborador</li> <li>- Motivación</li> </ul>	<p>enriqueciendo el conocimiento que existe de ambas.</p> <p><b>Enfoque:</b></p> <p>El enfoque es cuantitativo, puesto</p>	<p><b>Instrumento:</b></p> <p>Cuestionario</p>

Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?	Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023.	<b>Hipótesis Específicas</b>	que se cuantificará las propiedades de las dimensiones de cada variable, para poder hacer inferencias de influencia entre ambas.
¿De qué manera se relaciona la dimensión operativa de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?	Determinar de qué manera se relaciona la dimensión operativa de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023.	La dimensión esencial de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023	
¿De qué manera se relaciona la dimensión estratégica de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?	Determinar de qué manera se relaciona la dimensión estratégica de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023.	La dimensión operativa de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023	<b>Nivel:</b> Descriptivo correlacional, siendo de naturaleza explicativa se buscará entender y correlacionar ambos comportamientos para establecer una influencia.
¿De qué manera se relaciona la dimensión	Determinar de qué manera se relaciona la	La dimensión estratégica de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en	<b>Diseño:</b>

---

<p>valorativa de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023?</p>	<p>dimensión valorativa de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023.</p> <p>La dimensión valorativa de la comunicación interna se relaciona de manera significativa con el clima organizacional en Automotores MOPAL – sede Huánuco 2023</p>	<p>Es no experimental de tipo transeccional, dado que no se va alterar las variables, se buscará explicar y hacer inferencias en sus condiciones naturales.</p> <p><b>Población:</b></p> <p>52 colaboradores de Automotores Mopal SA – Sede Huánuco.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>52 colaboradores de Automotores Mopal SA – Sede Huánuco.</p>
--	--	---

---

## ANEXO 2

### ENCUESTA

**INSTRUCCIONES:** Sr(a). Trabajador, la siguiente encuesta tiene fines académicos, su contribución será importante para los fines académicos de la presente. Marque con toda sinceridad según corresponda:

**1 = Muy en desacuerdo**

**2 = En desacuerdo**

**3 = Indiferente**

**4 = De acuerdo**

**5 = Muy de acuerdo**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	1	2	3	4	5
<b>Comunicación interna</b>	<b>Comunicación esencial</b>	Apertura al dialogo	1. ¿La empresa tiene como política el diálogo frente a cualquier problema?					
			2. ¿La información y/o informaciones fluye adecuadamente en la empresa?					
			3. ¿La empresa promueve diálogos o conversaciones fluidas y abiertas entre los jefes y sus equipos, que permitan enriquecer la información para la toma de decisiones en coordinaciones de trabajo, proyectos, etc.?					
		Capacidad de negociación	4. ¿La empresa impulsa la negociación entre trabajadores cuando surge problemas?					
	<b>Comunicación operativa</b>	Oportuna	5. ¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores?					
			6. ¿Recibes toda la información que necesitas para poder realizar eficientemente tu trabajo?					

			7. ¿La empresa utiliza expresiones entendibles, claros u objetivos cuando se dirige a los trabajadores?						
		Capacidad de relación	8. ¿Entre colegas están integrados y coordinan para solucionar tareas y problemas?						
			9. ¿Existe confianza entre colegas?						
			10. ¿La comunicación es abierta y clara entre colegas?						
			11. ¿Tienes la facilidad de proporcionar retroalimentación de tareas encomendadas?						
			12. ¿Recibes retroalimentación de tu jefe sobre tu desempeño?						
	<b>Comunicación estratégica</b>	Amabilidad	13. ¿La empresa fomenta la práctica de la amabilidad a través de sus medios de comunicación?						
		Escucha	14. ¿Tus superiores te brindan la atención adecuada cuando te diriges para tratar algún tema?						
			15. ¿Los comentarios o sugerencias que aportas son tomados en cuenta?						
	16. ¿El saber escuchar es política de la empresa en todos sus niveles?								
	<b>Comunicación valorativa</b>	Honestidad	17. ¿La empresa alienta a los trabajadores a opinar y aportar ideas con honestidad?						
			18. ¿Puedes compartir con honestidad tus opiniones con tu jefe inmediato?						

		Responsabilidad	19. ¿La información que emite la empresa por sus canales internos son diseñados con responsabilidad en cuanto a legibilidad, organización y edición, garantizando la correcta transmisión de los mensajes?					
<b>Clima organizacional</b>	<b>Liderazgo</b>	Liderazgo	20. ¿Los directivos/supervisores de la empresa tienen la capacidad de inspirar, enseñar, ayudar e incentivar en el cumplimiento de sus labores?					
			21. ¿Los directivos de la empresa MOPAL tienen las capacidades de encontrar soluciones a los problemas comerciales?					
			22. ¿Los directivos de la empresa toman decisiones sin consultar y brindar justificación respecto a las funciones y participación de los trabajadores?					
	<b>Participación del colaborador</b>	Iniciativa	23. ¿Existe gran compromiso de participación en las actividades laborales de la empresa por parte de los trabajadores que permita el logro de resultados?					
			24. ¿El intercambio de opiniones/iniciativas y las coordinaciones entre los equipos de trabajo es adecuada?					
			25. ¿Las iniciativas/opiniones de los trabajadores de la empresa son valorados por los directivos para la toma de decisiones?					
	<b>Motivación</b>	Políticas de incentivos	26. ¿La empresa tiene políticas de incentivos (económicos u otros) para reconocer y premiar a los trabajadores por el logro de metas u objetivos?					
		Promociones laborales	27. ¿La empresa otorga capacitaciones, formación y desarrollo profesional/técnico a los trabajadores para facilitar las					

			promociones o ascensos laborales?						
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

**Gracias por su colaboración.**