

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE MEDICINA**  
**ESCUELA DE PSICOLOGÍA**



**Comunicación interna en colaboradores de un centro ferretero del Norte  
del Perú 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA**

**AUTOR**

**Melanie Andrea Abanto Azañero**

**ASESOR**

**Jessica Katuska Tacanga Montes**

**<https://orcid.org/0000-0003-0819-8165>**

**Chiclayo, 2023**

**Comunicación interna en colaboradores de un centro ferretero del  
Norte del Perú 2022**

PRESENTADA POR  
**Melanie Andrea Abanto Azañero**

A la Facultad de Medicina de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**LICENCIADO EN PSICOLOGÍA**

APROBADA POR

Rony Edinson Prada Chapoñan  
PRESIDENTE

Nelly Patricia Becerra Escate  
SECRETARIO

Jessica Katuska Tacanga Montes  
VOCAL

## **Dedicatoria**

A mi dedicación y constancia a lo largo de toda mi carrera universitaria, me dedico este esfuerzo de mi trabajo de investigación.

## **Agradecimientos**

Agradezco al ser que permitió encajar los tiempos exactos con las situaciones de mi vida, y todas aquellas personas que estuvieron acompañándome directa o indirectamente en todo este maravilloso camino.

En especial a mis padres Florime y Orlando quienes siempre fueron un gran impulso y ejemplo en todo este proceso universitario; y a quien se pilla todo mi cariño y ternura, mi hijo de cuatro patas Wiskhy, por haberse quedado a mis pies acompañándome en aquellas noches de desvelo.

## Seminario de Tesis II

---

### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

### FUENTES PRIMARIAS

---

<b>1</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.uladech.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>prezi.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>www.theibfr.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>www.gestiopolis.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>pesquisa.bvsalud.org</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

---

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>6</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>7</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>8</b>
<b>Revisión de Literatura .....</b>	<b>9</b>
<b>Materiales y Métodos .....</b>	<b>14</b>
<b>Resultados y Discusión.....</b>	<b>16</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>20</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>20</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>21</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>25</b>

## Resumen

La ausencia de una adecuada gestión de la comunicación interna afecta negativamente a las organizaciones, poniendo en riesgo el equilibrio de la organización a nivel competitivo, lo que limita la conservación de un buen clima organizacional y del rendimiento de sus colaboradores. En ese sentido, el propósito principal de la presente investigación residió en determinar los niveles de comunicación interna en colaboradores de un centro ferretero del norte del Perú. Para ello, se trabajó con una metodología que respondió al enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance descriptivo comparativo, así como con la aplicación del Cuestionario de Comunicación Interna de autoría de GF Asesores en una muestra conformada por 60 sujetos miembros de la entidad mencionada. Los principales resultados indicaron la prevalencia de un nivel bajo de comunicación interna entre los participantes tomados en consideración; asimismo, los patrones de comunicación y barreras de comunicación presentaron un nivel notoriamente medio en el 35% y 42% de los participantes, respectivamente, mientras que retroalimentación denotó un nivel bajo en el 42%.

**Palabras clave:** comunicación, retroalimentación, barreras, patrones.

### **Abstract**

The absence of an adequate internal communication management negatively affects organizations, putting at risk the organization's balance at a competitive level, which limits the maintenance of a good organizational climate and the performance of its collaborators. In this sense, the main purpose of this research was to determine the levels of internal communication in employees of a hardware center in northern Peru. For this purpose, we worked with a methodology that responded to the quantitative approach, non-experimental design and comparative descriptive scope, as well as with the application of the Internal Communication Questionnaire authored by GF Asesores in a sample of 60 members of the aforementioned entity. The main results indicated the prevalence of a low level of internal communication among the participants taken into consideration; likewise, communication patterns and communication barriers presented a notoriously medium level in 35% and 42% of the participants, respectively, while feedback denoted a low level in 42%.

**Keywords:** Communication, feedback, barriers, communication patterns and barriers.

## **Introducción**

La comunicación interna (CI), es una poderosa herramienta utilizada en todos los ámbitos laborales. Dentro de una organización es imperativo su potencial desarrollo.

Debido a ello la comunidad organizacional se ha visto en la búsqueda de recursos y herramientas que faciliten la comunicación interna en sus colaboradores, de manera que se vea reflejado en un mayor bienestar y eficacia, con la intención de llegar al cliente externo y en consecuencia generar mayor productividad y ganancias empresariales. Sin embargo, la ausencia o carencia de la comunicación interna trae consigo un impacto negativo de carácter significativo, ya que esta puede verse afectada por acontecimientos con la magnitud de poner en riesgo el equilibrio natural de la organización dentro de un entorno competitivo.

Como consecuencia, imposibilita la conservación de un buen clima organizacional, lo que puede llevar a la disminución del rendimiento en la organización y a malestares emocionales en los colaboradores (Cuenca, 2021). Además de una baja de productividad e iniciativa para la realización de sus funciones.

Así mismo, se evidencia en la presencia de los clientes al ser influenciados por los mensajes emitidos institucionalmente al entrar en contacto con los colaboradores, reflejándose el espíritu solidario, la empatía y la comunicación entre los distintos departamentos, evitando con ello que obstruya el adecuado funcionamiento de la institución, retardando los procesos de acción o desarrollo.

En el Perú en la década del 2010, dentro del sector de la construcción, se ha evidenciado un incremento de puestos laborales en los últimos nueve años en un 3% según Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE, 2013). Debido a ello, la necesidad de profundizar la comunicación interna dentro de un centro ferretero del norte surge por la inadecuada interacción del jefe hacia los subordinados, la falta de conexión emocional, puesto que estos canales tienen una comunicación ineficaz, haciendo que los colaboradores tengan dificultades en realizar sus labores, no se identifiquen con la empresa, carezcan del valor agregado y constantemente revisen otras ofertas laborales, ello influye en los clientes externos y productividad. Es importante entonces que las empresas fomenten un equilibrio emocional en sus colaboradores, partiendo desde la motivación, empatía, compromiso y compañerismo ya que complementa y facilita la gestión y el crecimiento personal como colectivo.

Al identificar la importancia del tema, se planteó la siguiente interrogante: ¿Cuáles son los niveles de la comunicación interna en colaboradores de un centro ferretero del norte del Perú 2022?



Por lo tanto, el objetivo de este estudio fue determinar los niveles de comunicación interna en colaboradores de un centro ferretero del norte del Perú 2022. Y como objetivos específicos identificar los niveles de comunicación interna, según dimensiones y sexo en colaboradores de un centro ferretero del norte del Perú.

Esta investigación tuvo una relevancia significativa debido a la carencia de estudios en medianas y micro organización dentro del rubro ferretero, por lo que esta investigación tiene como finalidad aportar a la optimización de la comunicación interna a la comunidad empresarial. Tomando los resultados como punto de partida, la institución generará un programa estratégico que permita potenciar la comunicación interna en el centro ferretero.

## **Revisión de Literatura**

### **Antecedentes**

Luego de realizar una exhaustiva indagación y revisión de diversas investigaciones antecedentes en los que se estudió la comunicación interna, se identificó carencia de estas en el rubro ferretero. Por ello, se han tomado en consideración aquellas que toman como población referencial a trabajadores de diferentes rubros de atención al cliente, mismas que se describen a continuación.

Casas (2021) tuvo como propósito diseñar un plan para incrementar estrategias y acciones para lograr la efectividad en los procesos comunicacionales. Utilizó el enfoque mixto, diseño no experimental transversal y de nivel descriptivo propositivo, en la investigación aplicó instrumentos como el cuestionario y la entrevista a 150 colaboradores administrativos. Los resultados señalaron que la comunicación interna es efectiva en un 40.7% y poco efectiva en 25.9%, además que el canal de comunicación más efectivo es el comunicado seguido del boletín informativo y mensajes de WhatsApp. Se concluyó que la empresa debería establecer un área de CI, para contribuir a la comunicación entre los colaboradores y se incremente su compromiso con la organización.

Galdos (2021) se propuso establecer la relación entre el engagement laboral y la comunicación interna en 120 trabajadores administrativos. Para ello se utilizó el enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo-correlacional, aplicando dos cuestionarios de evaluación. Los resultados señalaron que los patrones de comunicación se encuentran en un nivel bueno en el 86%, en cuanto a barreras de comunicación prevalece el nivel bajo en un 81.7% y finalmente, la retroalimentación fue buena en 85% desde la perspectiva de los colaboradores. Concluyó que es necesaria la implementación de talleres para

contribuir a la CI de la organización en general, debido a que aún existen algunos puntos a mejorar.

Iñaguazo (2020) tuvo el objetivo de relacionar la comunicación interna y clima laboral en 30 docentes de la unidad educativa San Joaquín. Se utilizó el enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo-correlacional, utilizando el cuestionario como instrumento de medición, el cual permitió tener como resultados que en cuanto a la dimensión patrones de comunicación y retroalimentación, el 50% señala que se cumple con los indicadores, y en dimensión barreras de comunicación, 53.3%. Asimismo, se determinó una relación significativa entre la comunicación interna y el clima laboral. Se concluyó que la CI en la organización se encontraba en desarrollo.

En Chimbote se ejecutó una investigación sobre la influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa en 73 trabajadores administrativos, por medio de una metodología cuantitativa, correlacional-descriptiva y transversal, la cual permitió utilizar el cuestionario como instrumento para la recopilación de datos, mismos que determinaron una relación estadísticamente significativa y positiva entre las variables de estudio, además de reconocer que la CI se encontraba a un nivel promedio y bajo en el 69% de los participantes (Castillo 2020).

La pesquisa desarrollada por Zúñiga (2019) tuvo el objetivo de reconocer la relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en una muestra conformada por 50 trabajadores de Ayacucho. Se empleó el diseño no experimental, enfoque cuantitativo y nivel correlacional-descriptivo, además de la administración de cuestionarios utilizados como instrumentos de medición, mismos que condujeron a reconocer la existencia de una relación significativa y directa entre las variables de estudio; además, se identificó que la CI se encontraba a un nivel malo y regular en el 92% de los participantes.

Un estudio desarrollado por Charry (2018) se enfocó en establecer la relación entre comunicación interna y clima organizacional en una muestra conformada por 200 trabajadores de Lima Metropolitana. Para ello, se tuvo en consideración una metodología que respondió al enfoque cuantitativo y diseño no experimental, haciendo uso de cuestionarios considerados como instrumentos para la recolección de datos. Los principales resultados sostuvieron la existencia de una correlación significativa entre las variables de estudio, así como la prevalencia de una comunicación interna ineficaz en el 57% de los participantes involucrados.

## **Bases teóricas**

### **Definición de Comunicación**

La comunicación es aquel proceso de transmisión de información, ideas, opiniones y creencias, entre dos o más personas. Ningún tipo de actividad, desde las actividades individuales ordinarias de la rutina diaria hasta las complejas actividades realizadas a nivel de las organizaciones, puede concebirse al margen del proceso de comunicación (Marcu et al., 2019).

Watzlawick et al. (1985) reconocen que la comunicación humana se define en función a una subdivisión en tres áreas: sintáctica, semántica y pragmática, la cual es postulada por autores como Morris y Carnap en el estudio de la semiótica. Así, desde la sintáctica, la comunicación se vincula a la transmisión de información por medio de la codificación, canal, ruido, redundancia y otros aspectos relacionados al lenguaje. Desde la semántica, el centro es el significado del mensaje; y desde la pragmática, es evidente en su manifestación conductual, por lo que se asume una afectación bidireccional entre la conducta y la comunicación.

Según Gavidia (2015), la comunicación se puede conceptualizar de acuerdo con dos categorías: la acepción genérica la reconoce como un proceso reflejado en seres humanos y en animales. Y desde lo particular, se apela a la praxis humana donde la persona es quien posee de forma exclusiva el lenguaje verbal. Descrito de otro modo, la comunicación se sustenta en un sistema integral del comportamiento que permite el establecimiento, equilibrio, regulación y conservación de interacciones con el medio circulante (Pujol, 2017).

### **Definición de Términos**

#### **Definición de Comunicación Interna**

En esa línea, Barreto (2020) concibe la comunicación interna como el proceso que hace posible la integración de un colaborador al centro de trabajo y, por tanto, la ejecución efectiva de la capacidad comunicativa en el entorno laboral, por lo que es necesario identificar y establecer los valores organizacionales. Aunando a este orden de ideas, Kukovec et al. (2018) indican que, una mala comunicación interna conlleva a un deficiente desempeño de la organización, puesto que los empleados pierden la confianza en sus líderes, sobre todo si detectan que la cultura organizativa no se ajusta a la responsabilidad social ni a sus propios valores.

Es así como, el objeto fundamental de la comunicación interna es facilitar un flujo eficaz de información entre las áreas y los colegas de una organización, lo que según Ibtissem y Radia (2021), conduce a inferir que la comunicación interna no es una simple operación que difunde

y comparte información, sino que coadyuva a motivar, inculcar y establecer la confianza entre los distintos miembros de la organización, apreciando los esfuerzos.

La comunicación interna es una práctica de gestión, fuente de eficacia y eficiencia más que una simple herramienta; en este respecto, Tkalac (2019) plantea que la comunicación interna aumenta la conciencia de las amenazas y las oportunidades, lo cual incide sobre la funcionalidad de las organizaciones (Martinez & Hurtado, 2018).

En esa misma línea de ideas, es necesario tener en consideración el desarrollo del constructo de interés en la presente función a información sociodemográfica de los involucrados. Así, según Antón y García (2019), el sexo permite identificar la cantidad de varones y mujeres que interactúan en una institución u organización, de los que el grupo prevalente es el que se encargaría de delimitar los roles o funciones que asumirán en ese contexto. Aunado a ello, otros autores señalan que el enfoque de género hace posible la identificación y representación de necesidades sociales, intereses y requerimientos de los grupos que se desempeñan en el entorno (Gonzales, 2004, como se citó en Antón y García, 2019).

En tanto, de acuerdo con García et al. (2018), las mujeres que desempeñan roles familiares en los que debe cuidar del prójimo, contribuye a desarrollar sensibilidad, calidez, amabilidad y empatía. Por ello, es necesario que la población femenina afronte situaciones difíciles donde asuman la responsabilidad de la organización.

### **Teorías sobre Comunicación Interna**

Es válido reconocer que la comunicación interna ha sido estudiada desde diferentes posturas teóricas. De este modo, según Van Ruler (2018), en la teoría de la comunicación al menos existen tres enfoques distintos con los que se puede observar el funcionamiento de este proceso: i) la comunicación como un proceso unidireccional de construcción de significado, en el que el emisor intenta construir o reconstruir el significado desarrollado por el receptor; ii) la comunicación como un proceso bidireccional de construcción de significado, en el que dos o más personas construyen juntos nuevos significados; y iii) la comunicación como un proceso diacrónico omnidireccional de construcción de significado, en el que la atención se centra en el desarrollo continuo del propio significado.

Asimismo, se tiene la teoría de la promulgación, la cual contempla los procesos reflexivos que las personas necesitan para conseguir la continuidad y la coordinación, contribuyendo a la explicación de los roles y reglas provenientes de las expectativas que las

personas comparten para predecir y coordinar sus actividades entre sí. Esta metáfora comprende todas aquellas acciones estratégicas y rutinarias que tipifican los esfuerzos ejercidos por los empleados en favor de las empresas, así como las respuestas que les dan los titulares externos (Heath, 2020).

Según Welch y Jackson (2007, como se citó en Davardoost y Javadi, 2019), la comunicación interna se puede entender a partir de la definición de cuatro aspectos interconectados de acuerdo con los grupos de interés: 1) la gestión de las líneas de comunicación interna, 2) comunicación interna del grupo, 3) comunicación interna de los proyectos y 4) comunicación interna de la empresa. En su enfoque de la comunicación interna, los autores se orientaron en su definición, estableciéndola como la comunicación dada entre los gestores estratégicos de una entidad y sus grupos de interés internos, diseñada para promover el compromiso con la organización y crear un sentido de pertenencia, la conciencia de cambiar el entorno de trabajo y comprender sus objetivos de desarrollo. Además, el impacto de la CI se utilizó para transmitir los problemas de las empresas, así como, las principales metas y objetivos.

### **Dimensiones de comunicación interna**

Verghese (2017) y, Laredo y López (2020) consideran que para evaluar la CI es importante considerar las siguientes dimensiones:

**Patrones de comunicación.** Las prácticas de CI dentro de la organización implican todas aquellas actividades relacionadas a la comunicación, siendo estas formales e informales, con el propósito primordial de promover información a diversas áreas dentro de la organización (Ćorić et al., 2020). Es decir, hace referencia al conjunto de la forma de comunicación donde el superior inmediato facilita la información necesaria para el desarrollo efectivo de las funciones asignadas para cada puesto de trabajo. De manera que, la comunicación se va desarrollando siguiendo una dirección que usualmente es percibida de abajo hacia arriba, teniendo en consideración la jerarquía de puestos asumidos (Ovella, 2022).

**Barreras de comunicación.** Los directivos de las empresas no establecen políticas de gestión pertinentes para la comunicación. De aquí que, la mayor parte de la CI en la empresa depende de los métodos y habilidades de comunicación ejercidas por parte de directivos y colaboradores (Sun, 2021).

**Retroalimentación.** Su significado es idiosincrático y depende, en gran medida, de las propiedades icónicas y de su contexto de diálogo. Por ello, se le considera como un “fenómeno modelo” del lenguaje que favorece al modelado de los procesos cognitivos que se desarrollan

previamente al razonamiento pragmático en el uso del lenguaje sin tener que modelar el lenguaje (Buschmeier & Kopp, 2019).

## **Materiales y Métodos**

### **Diseño de investigación.**

El diseño del estudio fue no experimental y de tipo descriptivo. (Hernández, et al., 2018).

### **Participantes.**

La población estuvo constituida por colaboradores de ambos sexos de un centro ferretero del norte del Perú, durante el periodo de septiembre – diciembre 2022. Siendo un total de 60 colaboradores referido por el gerente de la empresa.

Como criterio de inclusión se consideró a colaboradores de ambos sexos de un centro ferretero del norte del Perú. Se excluyeron a los colaboradores que presenten como diagnóstico algún trastorno mental, verificado en su ficha ocupacional y, se eliminó a los colaboradores que, habiendo aceptado su participación, al momento de la aplicación del instrumento desistan de formar parte del estudio.

### **Técnicas e instrumentos.**

La técnica utilizada fue la encuesta, donde el instrumento fue el Cuestionario de Comunicación Interna elaborado por GF Asesores 2003. (Ver anexo A) Tuvo como objetivo realizar diagnóstico comunicacional en la entidad objeto de estudio, así mismo estuvo conformado por 34 ítems de tipo cerrado y de opción múltiple, agrupados en 3 dimensiones: patrones de comunicación, barreras de comunicación y retroalimentación, calificado a través de la escala Likert: siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca, nunca. La aplicación es individual.

Para fines de la investigación se realizó el proceso de validación, confiabilidad (Ver anexo B) y baremación (Ver anexo C) en la población de estudio.

### **Procedimientos.**

Para la recolección de los datos, se coordinó previamente con dirección de escuela de psicología y mediante el envío de una carta de solicitud a la empresa (Ver anexo D), dió el acceso a la población de la institución. Posteriormente, se envió un correo adjuntado la diligencia, con la finalidad de la aprobación de la gerente para la realización del proyecto.

El contacto con el participante fue en modalidad presencial, de forma individual brindando las instrucciones oportunas para la resolución del cuestionario, así mismo dando a conocer el objetivo de la investigación, y presentar el documento del consentimiento informado (Ver anexo E), validando su participación mediante una firma, siempre resguardando las

normas de bioseguridad. La evaluación se realizó en la oficina brindada por la gerente, en un ambiente iluminado, con ventilación y libre de distractores, en un tiempo máximo de 30 min, durante el turno de la tarde con ello procurando no interferir con sus actividades.

### **Aspectos éticos.**

El proyecto fue evaluado por el Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Medicina de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para su aprobación. Para la realización del estudio se optó por considerar los principios generales de la American Psychological Association (APA, 2017), se aplicó el principio de beneficencia y no maleficencia, procurando en la persona encuestada su bienestar y respeto al momento de participación en el proyecto, además al brindarle los resultados de la investigación para la realización de un plan estratégico para potenciar la variable estudiada, dando apertura a la gerente general para que pueda contactar a la investigadora en caso de dudas. De la misma forma, el principio de respeto por la dignidad y derechos de la persona, haciendo uso de la confidencialidad con la finalidad de resguardar la identidad de cada evaluado. Además, el principio de justicia, brindando un trato igualitario a los colaboradores, así como también la entrega de los resultados, que serán entregados equitativamente sin distinción alguna. Finalmente, para la verificación de la originalidad de la investigación se utilizó el programa Turnitin obteniendo un valor menor al 30%.

### **Procesamiento y análisis de datos.**

Los datos recolectados en Microsoft Excel fueron trasladados a una matriz de datos en Jamovi, la cual permitió la codificación de cada respuesta según la escala Likert del instrumento.

Se hizo uso de la estadística descriptiva, distribución de frecuencias en porcentajes para determinar los niveles de comunicación interna, así como la identificación de las dimensiones según sexo.

Los resultados serán visualizados a través de tablas según los objetivos planteados en el proyecto.

## Resultados y Discusión

### Niveles de comunicación interna

Los datos registrados en la tabla 1 hacen referencia al nivel de comunicación interna dado entre los miembros del centro ferretero de estudio, determinándose una prevalencia del nivel bajo en el 66.7% de los participantes.

**Tabla 1**

*Distribución de Frecuencias del Nivel de Comunicación Interna en Colaboradores de un Centro Ferretero*

Nivel	f	%
Bajo	40	66.7%
Medio	19	31.7%
Alto	1	1.7%

Los resultados guardan una coherencia con la hipótesis planteada, pudiendo verse reflejado en el desarrollo de los canales y estilos comunicativos ejercidos en la población de estudio de la presente. Asimismo, se determinó que estos resultados no guardan relación con investigaciones precedentes, desarrolladas a nivel nacional e internacional, como es el caso de Casas (2021), quien encontró que la mayoría de los trabajadores de Colombia perciben como efectiva la comunicación interna ejercida en su centro laboral, lo cual también fue evidenciado entre los resultados del estudio de Castillo (2020), desarrollado en trabajadores de Chimbote, al igual que el ejecutado en Ayacucho, donde también se encontró un nivel regular o medio en la mayoría de trabajadores (Zúñiga, 2019). Sin embargo, son semejantes con lo referido por Charry (2018), quien encontró que la comunicación interna se caracterizaba por ser ineficaz en la población de trabajadores de Lima Metropolitana.

En esa línea, lo descrito encuentran un sustento teórico en lo señalado por Barreto (2020), quien entiende por comunicación interna al proceso que facilita el involucramiento de un trabajador en su centro laboral, lo que posibilita la adecuada ejecución de la capacidad comunicativa entre los demás miembros, por lo que es necesario identificar y establecer los valores organizacionales (Barreto, 2020), considerándose como una herramienta efectiva para motivar, inculcar y establecer la confianza entre los miembros de la organización (Ibtissem & Radia, 2021). Asimismo, la teoría de la comunicación toma en cuenta al menos tres enfoques distintos con los que se vislumbra el funcionamiento de este, tales como: i) la comunicación como un proceso unidireccional de construcción de significado, en el que el emisor intenta construir o reconstruir el significado desarrollado por el receptor; ii) la comunicación como un



proceso bidireccional de construcción de significado, en el que dos o más personas construyen juntos nuevos significados; y iii) la comunicación como un proceso diacrónico omnidireccional de construcción de significado, en el que la atención se centra en el desarrollo continuo del propio significado (Van Ruler, 2018). En tanto, la teoría de la promulgación comprende todos aquellos procesos reflexivos que las personas necesitan para conseguir la continuidad y la coordinación, contribuyendo a la explicación de los roles y reglas provenientes de las expectativas que las personas comparten para predecir y coordinar sus actividades entre sí (Heath, 2020).

### Niveles de comunicación interna según dimensiones

En la tabla 2 se observa el nivel de comunicación interna teniendo en consideración dimensiones como el patrón de comunicación, barrera de comunicación y retroalimentación en los miembros de una organización ferretera, encontrándose una prevalencia del nivel medio en las dos primeras dimensiones con el 35% y 41.7%, respectivamente, y del nivel bajo en la última, representado por el 41.7% de los participantes.

**Tabla 2**

*Distribución de Frecuencias del Nivel de Comunicación Interna Según Dimensiones en Colaboradores de un Centro Ferretero*

Nivel	Patrones de comunicación		Barreras de comunicación		Retroalimentación	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	20	33.3 %	22	36.7 %	25	41.7 %
Medio	21	35.0 %	25	41.7 %	20	33.3 %
Alto	19	31.7 %	13	21.7 %	15	25.0 %

Estos resultados son congruentes con los hallados en el estudio de Galdos (2021), en el que se determinó adecuados índices porcentuales en la dimensión patrones de comunicación y a su vez, son incongruentes, ya que se identificó un nivel deficiente en la dimensión barreras de comunicación adoptadas entre trabajadores de Arequipa. Así también, se relacionaron con los resultados de Ñaguazo (2020), que refirieron niveles adecuados en las tres dimensiones desarrolladas por trabajadores de San Joaquín, es decir, que los sujetos involucrados estaban ejerciendo una comunicación interna favorable que repercutió eficazmente sobre los resultados organizacionales obtenidos.

Asimismo, teniendo en consideración la base teórica preexistente, las dimensiones se sustentan en Verghese (2017) y, Laredo y López (2020), quienes indican que la comunicación

interna se entiende mejor considerando sus elementos subyacentes, tales como patrones de comunicación, barreras de comunicación y retroalimentación. De este modo, el primero hace referencia a la forma de comunicación donde el superior inmediato hace posible la información que es necesaria para desarrollar de manera efectiva las funciones asignadas para cada puesto de trabajo, es decir, se ejecuta una comunicación considerando una dirección que usualmente va de abajo hacia arriba, lo cual alude a la jerarquía de puestos asumidos (Ovella, 2022).

Por su parte, las barreras de comunicación se evidencian cuando los directivos de las empresas no delimitan adecuadamente las políticas pertinentes para la comunicación, siendo esto un elemento fundamental para la buena gestión de los procesos internos de la empresa (Sun, 2021). Finalmente, la retroalimentación depende de las propiedades icónicas y de su contexto de diálogo, por lo que se le considera como un “fenómeno modelo” del lenguaje que favorece al modelado de los procesos cognitivos para desarrollar previamente al razonamiento pragmático en el uso del lenguaje sin tener que modelar el lenguaje (Buschmeier y Kopp, 2019).

### **Niveles de comunicación interna según el sexo**

La tabla 3 describe el nivel de la comunicación interna teniendo en cuenta el sexo de los participantes ferreteros, encontrándose que existe un nivel predominantemente bajo en el 65.2% y 67.6% de varones y mujeres respectivamente, lo que indica que no se está gestionando la comunicación interna de manera adecuada.

**Tabla 3**

*Distribución de Frecuencias del Nivel de Comunicación Interna Según Sexo en Colaboradores de un Centro Ferretero*

SEXO	Comunicación interna			
		Bajo	Medio	Alto
Varones	f	15	7	1
	%	65.2 %	30.4 %	4.3 %
Mujeres	f	25	12	0
	%	67.6 %	32.4 %	0.0 %

Estos resultados adquieren relevancia para literatura científica actual y preexistente sobre la comunicación interna, puesto que devela información novedosa sobre el desarrollo del constructo teniendo en consideración el sexo de la población de trabajadores ferreteros. En ese sentido, se sustenta teóricamente en lo mencionado por Marcu et al. (2019), quienes reconocen la comunicación como el proceso llevado a cabo con el objetivo de transferir información

específica, ideas, opiniones y creencias entre dos o más personas, lo cual puede traducirse en la concepción de dos categorías de importancia para alcanzar un entendimiento de la comunicación, siendo la genérica la que la concibe como el proceso propio del ser humano y los animales, y la particular la que se enfoca en la praxis del ser humano quien posee la facultad exclusiva del lenguaje verbal para relacionarse con su medio externo.

En este sentido, tener en consideración el enfoque de género favorece al reconocimiento y representación de necesidades e intereses de los grupos que se desempeñan en el entorno (Gonzales, 2004, como se citó en Antón y García, 2019)). Dicho de otro modo, el sexo posibilita identificar la cantidad de varones y mujeres que se interrelacionan dentro de una institución u organización, de los cuales es el grupo con mayor cantidad de integrantes es el que se encargaría de delimitar los roles o funciones que asumirán en ese contexto (Antón y García, 2019).

Así, según la teoría de comunicación interna propuesta por Welch y Jackson (2007, como se citó en Davardoost & Javadi, 2019), se puede entender el constructo a partir de la definición de cuatro aspectos interconectados de acuerdo con los grupos de interés: 1) la gestión de las líneas de comunicación interna, 2) comunicación interna del grupo, 3) comunicación interna de los proyectos y 4) comunicación interna de la empresa, además, el postulado teórico define la comunicación interna como la comunicación dada entre los gestores estratégicos de una entidad y sus grupos de interés internos, diseñada para promover el compromiso con la organización y crear un sentido de pertenencia, la conciencia de cambiar el entorno de trabajo y comprender sus objetivos de desarrollo.

## **Conclusiones**

La comunicación interna se encontró a un nivel prevalentemente medio en los colaboradores de un centro ferretero del norte del Perú.

Tomando en consideración las dimensiones de la comunicación interna, los patrones de comunicación y barreras de comunicación presentaron un nivel notoriamente medio en los colaboradores, mientras que retroalimentación denotó un nivel bajo.

Respecto al sexo de los participantes, se encontró que tanto varones como mujeres presentan un nivel predominantemente bajo en el ejercicio de la comunicación interna.

## **Recomendaciones**

Desarrollar talleres enfocados en la ejecución de diferentes técnicas que favorezcan al fortalecimiento de la comunicación interna en los colaboradores.

Fortalecer los patrones y barreras de comunicación, así como la retroalimentación ejercida dentro de la institución organizacional estudiada a través del desarrollo de programas preventivos-promocionales en el que se consideren actividades interactivas.

Extender el estudio de la variable a otra metodología de investigación, con la finalidad de robustecer la base teórica preexistente con datos novedosos respecto a estrategias a emplear para mejorar la comunicación interna organizacional.

## Referencias

- American Psychological Association. (2017). Ethical principles of psychologists and. Association American Psychological. APA: <https://www.apa.org/ethics/code/ethics-code-2017.pdf>
- Barreto, A. (2020). The importance of interna communication and teamwork in higher education institution (Literature review). *IJRAR- International Journal of Research and Analytical Reviews*, 7(2), 134-145. [http://www.ijrar.com/upload\\_issue/ijrar\\_issue\\_20544204.pdf](http://www.ijrar.com/upload_issue/ijrar_issue_20544204.pdf)
- Buschmeier, H., & Kopp, S. (2019). Probabilistic pragmatic inference of communicative feedback meaning. *Abstracts of the 16th International Pragmatics Conference* (pp. 480-481). Hong Kong: Publikationen an der Universität Bielefeld.
- Casas, L. (2021). *Plan de comunicación interna para Tipalma S.A.S.* [Tesis de licenciatura, Unilasallista]. Repositorio Institucional de la Unilasallista. <http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/3136/1/20091028.pdf>
- Castillo, E. (2020). *Influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa en trabajadores administrativos de la red Asistencial Ancash de EsSalud, Chimbote, 2019.* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/43172>
- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682018000100003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682018000100003&script=sci_arttext)
- Ćorić, D., Vokić, N., & Verčič, A. (2020). Does good internal communication enhance life satisfaction? *Journal of Communication Management*, 24(4), 363-376. <https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2019-0146>
- Cuenca, J. (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna.* Barcelona, España.
- Davardoost, H., & Javadi, S. (2019). The Impact of Internal Communications on Employee Engagement in Iran's Petrochemical Industry. *İş'te Davranış Dergisi*, 4(1), 56-67. <https://doi.org/10.25203/idd.520197>

- Galdos, L. (2021). Relación entre engagement laboral y comunicación interna en los administrativos de una universidad privada en la ciudad de Arequipa en el año 2020. Arequipa: [Tesis de maestría, Universidad Católica de Santa María]. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/10906/A6.2212.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gavidia, J. (2015). *Lenguaje y comunicación* (657 ed.). Bogotá: Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/70242>
- Heath, R. (2020). *Management of corporate communication: From interpersonal contacts to external affairs*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003064046>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.
- Ibtissem, G., & Radia, B. (2021). The Communication in the Algerian Company: is a Technical Tool or a Managerial Practice? Case of the Internal Communication in a Financial Company of BADR. *Financial Markets, Institutions and Risks*, 5(1), 29-41. [https://doi.org/10.21272/fmir.5\(1\).29-41.2021](https://doi.org/10.21272/fmir.5(1).29-41.2021)
- Iñaguazo H. (2020). La relación entre la comunicación interna y el clima laboral en los docentes de la unidad educativa San Joaquín, de la parroquia Cumbe, en el periodo 2018. *Ciencia y Educación*, <https://doi.org/10.48169/Ecuatesis/0102202007> Iñaguazo 2020
- Kukovec, D., Mulej, M., & Žižek, S. (2018). Professional languages alone do not suffice for successful and socially responsible internal communication between different cultures. *Naše gospodarstvo/Our economy*, 64(3), 47-55. <https://doi.org/10.2478/ngoe-2018-0017>
- Laredo, R., & López, E. (2020). Imagen corporativa y comunicación interna en docentes de universidades licenciadas de la provincia de Huancayo. *Desafíos*, 11(2), 142-146. <https://doi.org/10.37711/desafios.2020.11.2.210>
- Marcu, G., Plesanu, T., & Oanta, R. (2019). Use Of The Balanced Scorecard Concept As An Institutional Communication Instrument. *of the 11th International Conference on Knowledge Management: Projects, Systems and Technologies* (pp. 37-42). Bucharest: Carol I. [https://bancadecunostinte.ro/wp-content/uploads/2020/04/KM-11-The-11th-International-\\_27-28-nov-2019.pdf#page=37](https://bancadecunostinte.ro/wp-content/uploads/2020/04/KM-11-The-11th-International-_27-28-nov-2019.pdf#page=37)

- Martinez, L., & Hurtado, S. (2018). Internal communication issues in the firms: Does it affect the productivity. *Review of European Studies*, 10(2), 1-13. <https://doi.org/10.5539/res.v10n2p1>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (01 de 2013). Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Obtenido de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo Informe Anual Empleo ENAHO 2010. [http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/enaho/INFORME\\_ANUA](http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/enaho/INFORME_ANUA)
- Ovella, F. (2022). Comunicación interna de una cooperativa de ahorros y créditos limitada de la ciudad de Pilar. *Revista de Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 4673-4690. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.2222](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2222)
- Nwabueze, U., & Mileski, J. (2018). Achieving competitive advantage through effective communication in a global environment. *Journal of International Studies*, 11(1), 50-66. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2018/11-1/4>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Bogotá: Ediciones de la U. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>
- Pujol, L. (2017). Comunicando, siempre comunicando. *R.E.D.S.*(11), 44-49. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6318061.pdf>
- Sun, B. (2021). Research on the Internal Management Communication of Enterprises Based on Wanda Film. *2021 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry* (pp. 1339-1345). Jiangxi: Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211209.218>
- Tkalac, V. (2019). The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice. In *Internal communication with a global perspective* (pp. 195-205). New York, United States: Routledge.
- Van Ruler, B. (2018). Communication theory: An underrated pillar on which strategic communication rests. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 367-381. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1452240>

- Verghese, A. (2017). Internal Communication: Practices and Implications. *SCMS Journal of Indian Management*, 14(3), 103-113.  
[https://www.scms.edu.in/uploads/journal/articles/article\\_20.pdf](https://www.scms.edu.in/uploads/journal/articles/article_20.pdf)
- Watzlawick, J., Beavin, H., & Jackson, D. (1985). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.
- Zúñiga, Á. (2019). *Comunicación interna y satisfacción laboral en los trabajadores asistenciales del Hospital Regional de Ayacucho - 2019*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la UCV.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/37847>



## Anexos

### Anexo A. Cuestionario de Comunicación Interna

**INSTRUCCIONES:** Estimado servidor, el presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información sobre la forma como se presenta la comunicación interna en la Institución. Se agradece leer atentamente y marcar con un (X) la opción correspondiente a

	<b>Dimensión: Patrones de Comunicación</b>	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Nunca</b>
1	Mi superior inmediato, me proporciona toda la información que necesito para realizar mi trabajo.					
2	La comunicación en la organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los superiores.					
3	Intercambio información con mis compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de la organización					
4	Transmito a mi superior inmediato toda la información que recibo.					
5	Obtengo información directa y clara acerca de mi desempeño, a través de mi superior inmediato.					
6	La información relacionada con el proyecto de empresa (misión, visión, valores) de la organización, me llega a través de mi superior inmediato					
7	La información relacionada con resultados financieros de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.					
8	Me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona.					
9	Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos y resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo.					
10	Mi superior inmediato me da más información de la que puedo usar.					
11	Cuando mi superior inmediato me da una orden de cualquier tipo, se asegura de que yo la haya entendido.					
12	La información relacionada con nuevos negocios, productos y servicios de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.					
13	Me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo.					
14	Existe un buen clima de apoyo y entendimiento entre los miembros de mi grupo de trabajo.					
15	Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, selecciono una parte de ella y el resto la desecho.					

16	Mi superior inmediato verifica el cumplimiento de sus órdenes.					
17	La información relacionada con campañas comerciales de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.					
18	Tengo inconvenientes para comentar los problemas de mi puesto de trabajo con mi superior inmediato.					
19	Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, la delego en otros.					
20	La información que proviene de mi superior inmediato es creíble y confiable.					
	<b>Dimensión: Barreras de la Comunicación</b>	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Nunca</b>
21	Obtengo información sobre mi proyección profesional en la organización, a través de mi superior inmediato					
22	La información relacionada con instrucciones operativas de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.					
23	Mi superior inmediato conoce y comprende los problemas que yo enfrento en la realización de mis tareas.					
24	Me salto los canales formales de la organización cuando requiero información dentro o fuera de mi área de trabajo.					
25	La distancia y la distribución física entre mi superior inmediato y yo, obstaculiza la comunicación.					
26	En la organización, cuando alguna información resulta amenazante o crítica, las personas actúan defensivamente.					
27	Las instrucciones de cómo realizar una tarea me llegan a través de mi superior inmediato.					
28	Tengo libertad y confianza al discutir, con mi superior inmediato, asuntos importantes relacionados al trabajo.					
29	En la organización, la información que proviene de los niveles superiores parece ser interpretada de distintas maneras.					
	<b>Dimensión: Retroalimentación</b>	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Nunca</b>
30	La explicación de cuál es la mejor metodología para realizar una tarea me llega a través de mis compañeros de área o unidad.					
31	En la organización, las instrucciones provenientes de los compañeros de la misma área o unidad, parece ser interpretada de distintas maneras.					
32	La descripción del trabajo que el equipo debe llevar a cabo, se me informa a través de mi superior inmediato.					
33	Me entero de los problemas que necesitan atención por mi superior inmediato.					
34	En general, mi superior inmediato y yo comprendemos las cosas de la misma manera.					

## Anexo B. Fiabilidad de instrumento

**Tabla 3**

*Estadísticas de Fiabilidad de Escala*

	<b><math>\alpha</math> de Cronbach</b>
Comunicación interna	0.932
Patrones de comunicación	0.918
Barreras de comunicación	0.731
Retroalimentación	0.725

## Anexo C. Baremos

**Tabla 4**

*Baremos por dimensiones*

<b>Nivel</b>	<b>Patrones de comunicación</b>	<b>Barreras de comunicación</b>	<b>Retroalimentación</b>
Bajo	30 - 41	17 - 20	6 - 10
Medio	42 - 45	21 - 25	11 - 12
Alto	46 - 73	26 - 33	13 - 20

## Anexo D. Carta de presentación



Chiclayo, 19 de abril de 2022

Carta Nº 054-2021-USAT-EPSI

Ing.

Jenny Lisset Perez Azañero

Gerente de la Empresa Constructora Ferretera San Antonio S.R.L.

Presente.-

**Asunto: Proyecto de Tesis**

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo y a la vez presentarle a la señorita **ABANTO AZAÑERO MELANIE ANDREA**, código universitario **171CV69221**, estudiante del IX Ciclo Académico, quien actualmente cursa la asignatura de Seminario de Tesis I cuyo coordinador es el **Dr. Rony Edinson Prada Chapoñan de la Escuela de Psicología**. La estudiante se encuentra realizando el proyecto de Investigación, titulado: **Comunicación interna en colaboradores de un Centro Ferretero del Norte del Perú 2022**, requisito según el Plan de Estudios de la Escuela.

Por tal motivo recorro a usted para que brinde su apoyo, proporcionándole las facilidades al estudiante, para obtener la recolección de información requerida concerniente a su Proyecto de Tesis.

Agradeciéndole por la deferencia que se sirva brindar a la presente le anticipo los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,



**Dra. Marilla Sibebe Cortez Vidal**  
Directora (a)  
Escuela de Psicología

## Anexo E. Consentimiento informado

### Consentimiento para participar de estudio de investigación

---

Instituciones : Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo – Centro Ferretero San Antonio S.A.C  
 Investigadora : Melanie Andrea Abanto Azañero  
 Título : Comunicación Interna en Colaboradores de un Centro Ferretero del Norte del Perú, 2022.

---

#### Fines del Estudio:

Se le invita a participar del estudio con la finalidad de conocer y potenciar el nivel de comunicación interna en el centro ferretero, ya que la comunicación interna es una herramienta fundamental para la interacción constante y colaborativa entre los colaboradores y la dirección, la retroalimentación y evaluación conjunta de las funciones.

#### Procedimientos:

Si usted acepta participar del estudio, luego de que dé su consentimiento, se le pedirá que responda a las preguntas de un cuestionario, el tiempo estimado de aplicación será de 30 minutos.

#### Riesgos:

No se prevén riesgos por participar en este estudio.

#### Beneficios:

Se le informará al centro ferretero para que se ejecute un programa con la finalidad de fomentar e incrementar la comunicación interna.

#### Costos e incentivos

Usted no deberá pagar nada por participar en el estudio. Igualmente, no recibirá ningún incentivo económico ni de otra índole.

#### Confidencialidad:

La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas serán codificadas usando un número de identificación que garantiza la confidencialidad. Si los resultados de este estudio son publicados, no se mostrará ninguna información que permita la identificación de las personas que participaron del mismo. Los archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio sin su consentimiento.

#### Uso de la información:

La información una vez procesada será eliminada.

#### Derechos del participante:

Si usted decide participar en el estudio, puede retirarse de éste en cualquier momento, sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional comunicarse con Melanie Andrea Abanto Azañero al tel. 910 360 380.

Si usted tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que ha sido tratado injustamente puede contactar al Comité de Ética de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo: [comiteetica.medicina@usat.edu.pe](mailto:comiteetica.medicina@usat.edu.pe)

#### CONSENTIMIENTO

Acepto voluntariamente participar en este estudio, comprendo en que consiste mi participación en el proyecto, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

---

#### Participante

Nombre:

DNI:

Fecha:

---

#### Investigador

Nombre: Melanie Andrea Abanto Azañero

DNI: 72174155

Fecha:

---