

ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN

MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**“Comunicación Interna y su relación con el clima laboral en
las empresas vitivinícolas de la provincia de Tacna en el
2021”**

**Tesis para optar
el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en
Administración de Negocios

Autor:
Bach. Cáceres Romero, Ricardo Sebastián

Docente Guía:
Dr. Velarde Molina, Jehovanni Fabricio

TACNA – PERÚ

2022

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

Dedicatoria:

A mi entorno familiar, que siempre me apoyó en los momentos importantes de mi vida, y en especial en mi crecimiento personal y profesional.

Ricardo Sebastián.

Agradecimiento:

A los diferentes docentes del programa de maestría que han compartido sus conocimientos y experiencias prácticas, lo cual me ha permitido fortalecer mi desempeño profesional.

Ricardo Sebastián.

ÍNDICE

	Pág.
Resumen ejecutivo	01
Introducción	03
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	05
1.1 Título del tema	05
1.2 Planteamiento del problema	05
1.3 Formulación del problema	09
1.4 Hipótesis	10
1.5 Objetivos	12
1.6 Justificación	14
1.7 Metodología	15
1.8 Definiciones	16
1.9 Alcances y limitaciones	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1 Conceptualización de las variables o tópicos clave	18
2.2 Importancia de las variables o tópicos clave	25
2.3 Modelos de las variables	30
2.4 Análisis comparativo	37
2.5 Análisis crítico	39
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	43
3.1 Reseña histórica	43
3.2 Presentación de actores	45
3.3 Diagnóstico sectorial	51
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	57
4.1 Marco metodológico	57
4.2 Resultados	61
4.3 Contrastación de hipótesis	61

CAPÍTULO V: SUGERENCIAS	86
CONCLUSIONES	90
FUENTES DE INFORMACIÓN	92
ANEXOS	95

ÍNDICE DE TABLAS

		Pág.
Tabla 1	Análisis comparativo para la variable “Comunicación interna”	38
Tabla 2	Análisis comparativo para la variable “Clima laboral”	39
Tabla 3	El emisor en la comunicación interna y clima laboral en el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	62
Tabla 4	La encodificación en la comunicación interna y clima laboral en el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	63
Tabla 5	El mensaje en la comunicación interna y clima laboral en El sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	64
Tabla 6	El canal en la comunicación interna y clima laboral en el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	65
Tabla 7	La decodificación en la comunicación interna y clima laboral en el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	66
Tabla 8	El receptor en la comunicación interna y clima laboral en	

	el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	67
Tabla 9	La retroalimentación en la comunicación interna y clima laboral en el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	68
Tabla 10	La relación empresarial en la comunicación interna y Clima laboral en el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	69
Tabla 11	El factor humano en la comunicación interna y clima laboral en el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	70
Tabla 12	La cultura de la empresa en la comunicación interna y clima laboral en el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021.	71

ÍNDICE DE FIGURAS

		Pág.
Figura 1	Estructura de la bodega	51
Figura 2	El emisor en la comunicación interna y clima laboral	63
Figura 3	La encodificación en la comunicación interna y clima l Aboral	64
Figura 4	El mensaje en la comunicación interna y clima laboral	65
Figura 5	El canal en la comunicación interna y clima laboral	66
Figura 6	La decodificación en la comunicación interna y clima Laboral	67
Figura 7	El receptor en la comunicación interna y clima laboral	68
Figura 8	La retroalimentación en la comunicación interna y clima Laboral	69
Figura 9	La relación empresarial en la comunicación interna y clima Laboral	70
Figura 10	El factor humano en la comunicación interna y clima	

Laboral 71

Figura 11 La cultura de la empresa en la comunicación interna
y clima laboral 72

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se ejecutó en el sector vitivinícola de la provincia de Tacna en el 2021. La investigación pretende elaborar un diagnóstico de la situación de la comunicación interna para luego identificar la relación que ésta tiene con el clima laboral. Como realidad problemática se tuvo que la comunicación interna es entendida sólo para efectos informativos, pero no como una estrategia de reforzamiento de la cultura organizacional, de motivación, de branding y de feedback entre sus colaboradores, destacándose la ausencia de indicadores específicos para medir la comunicación interna y la necesidad de apoyo directivo.

Es una investigación cuantitativa, básica de nivel descriptiva correlacional. Como método de investigación se utilizó la observación, también la inducción, deducción, el análisis y síntesis. El diseño de la tesis es transversal. La población estuvo conformada por 13 empresas. Se determinó una muestra no probabilística por conveniencia. Como técnica para la recolección de datos se utilizó la encuesta con su instrumento el cuestionario, que ha sido validada por el grupo de expertos y su confiabilidad, para el instrumento de comunicación interno se midió con el estadístico KR20 y para el instrumento de clima laboral por el Alfa de Cronbach.

Los hallazgos revelan que las empresas del sector vitivinícolas en estudio, se encuentran en un nivel básico de desarrollo comunicacional e invierten pocos recursos en esta área. No gestionan su comunicación desde un enfoque estratégico y planificado. Tampoco disponen de profesionales de la comunicación ni contratan servicios externos. La interpretación de la actividad comunicativa es

fundamentalmente informativa y de producto, las herramientas que se utilizan son informales. No Existe una relación directa entre comunicación interna y clima laboral.

Se propone que cada empresa según sus dimensiones y características elabore un manual corporativo, un plan de comunicación y aperture nuevos canales de comunicación interna.

INTRODUCCIÓN

La Comunicación Interna es una herramienta estratégica para la gestión de nuestro activo más importante: las personas. García (1998) refiere que invertir en comunicación interna es invertir en capital humano, lograr beneficios intangibles a largo plazo, y esta inversión supone beneficio organizacional generando pertenencia, unidad, participación e identidad. Otra premisa clave relacionada con la comunicación interna es la percepción que tienen los trabajadores sobre el clima laboral ya que tiene consecuencias en la productividad, la satisfacción, la competitividad, la motivación y la creatividad.

Por la importancia de dichos temas para el éxito de las empresas, es que nos planteamos como objetivo determinar el nivel de relación de la comunicación interna con el clima laboral de los trabajadores en el sector vitivinícola en la provincia de Tacna en el 2021.

Este estudio beneficiará a los trabajadores de las 13 empresas vitivinícolas de la provincia de Tacna pues propiciará que los directivos entiendan el rol de comunicadores que les atañe en su empresa para mejorar el clima laboral.

Los métodos que se han tenido en cuenta en la investigación son la observación, la deducción e inducción, el análisis y síntesis, con la finalidad de conseguir el conocimiento.

El desarrollo de la investigación está dividido en cinco capítulos, en el primero se consigna los antecedentes del estudio, en el segundo se desarrolla la

conceptualización de las variables en estudio que fundamentan teóricamente el desarrollo de la tesis, luego en tercer capítulo se hace una descripción del sector donde se realizará la tesis, para en el capítulo cuarto mostrar los resultados, evidenciándose el cumplimiento de los objetivos del trabajo de tesis, por último en el quinto capítulo se consignan las sugerencias.