



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

CARRERA DE PSICOLOGÍA

**Auditoría de la Comunicación Interna y el Clima Organizacional en
una empresa Industrial de Lima**

PROYECTO PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO DE:
PSICÓLOGA

AUTOR:
CECILIA VALLE CRUZADO

09 de Diciembre del 2016

Agradecimiento

El presente trabajo de investigación ha contado con el apoyo de muchas personas, quienes creyeron y compartieron sus conocimientos, experiencias y cariño conmigo.

Agradezco a mis padres Orlando Valle y Gloria Cruzado quienes me enseñaron que uno puede lograr todo lo que se proponga con perseverancia y empeño.

A mi hermana Araceli, por su confianza hacia mis logros en mi carrera.

Al Lic. Mario Reyes, quién me brindó su apoyo, guía y paciencia durante la realización de esta tesis, compartiendo sus conocimientos para que este trabajo sea fructífero.

A mi amigo Alexis Angeles, por su apoyo y confianza hacia la realización de esta tesis.

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue analizar la relación que se genera entre el resultado de una auditoría de la comunicación interna y el clima organizacional, ambos dados en un grupo de trabajadores de una empresa industrial de Lima. Para esto se trabajó con una muestra de 100 personas, pertenecientes a ambos géneros, a través de quienes se identificó la presencia o ausencia de una adecuada política de comunicación y relaciones internas, así como también, el estudio se concentró en analizar la importancia que tiene para las empresas la construcción y el mantenimiento de un clima organizacional adecuado. Para indagar sobre la satisfacción de la comunicación de parte de los empleados hacia su organización se utilizó el Cuestionario de Auditoría de la Comunicación de Varona y para medir el Clima Organizacional se utilizó el Cuestionario de Percepción de Clima Organizacional de Litwin y Stringer. Ambos resultados permitieron concluir que existe un adecuado sistema y prácticas de comunicación interna y clima organizacional en la empresa. Así se comprobó que existe una relación positiva entre ambas variables.

Keywords: Auditoría de la comunicación, Comunicación Interna y Clima organizacional.

Abstract

The objective of this research was to analyze the relationship could generate between the result of an audit of internal communication and organizational climate, both given in a group of workers of an industrial company in Lima. For this we worked with a sample of 100 people belonging to both genders, through whom the presence or absence of an adequate policy of internal communication and relationships are identified, as well as the study focused on analyzing the importance companies for construction and maintenance of an adequate organizational climate. To investigate the satisfaction of the communication from employees to their organization Audit Questionnaire of the Communication and Varona was used to measure the organizational climate Perceptions Questionnaire Organizational Climate Litwin and Stringer was used. Both results concluded that there is an adequate system of internal communication practices and organizational climate in the company. Thus it was found that there is a positive relationship between the two variables.

Keywords: Audit of communication, internal communication and organizational climate.

Indice

INTRODUCCIÓN	6
CAPITULO 1: MARCO TEORICO.....	9
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA	18
FICHA DE DATOS DEMOGRÁFICOS	19
CUESTIONARIO DE LA AUDITORIA DE LA COMUNICACIÓN	19
CUESTIONARIO DE PERCEPCION DEL CLIMA ORGANIZACIONAL	22
PROCEDIMIENTO.....	24
CAPITULO 3: RESULTADOS	25
CUESTIONARIO DE AUDITORIA DE LA COMUNICACION	25
CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL DE LITWIN Y STRINGER.....	31
CAPITULO 4: DISCUSION	35
REFERENCIAS	41
APÉNDICES.....	47

Introducción

En la actualidad la comunicación es considerada vital para la relación que existe entre los seres humanos, esto debido a que nos facilita el desarrollo y trasmisión de conocimientos de una sociedad a otra. Además, es importante recalcar que mediante la comunicación es posible conversar y trabajar con otras personas para alcanzar un objetivo común (Serrano, 2009).

Orientando esta cita a un contexto específico, la comunicación es el sistema nervioso de una organización, sin la existencia de comunicación no es dable su funcionamiento. Esta hace posible que las personas se organicen, definan sus objetivos, ejecuten sus tareas, compartan sus ideas, tomen decisiones, resuelvan problemas, y realicen cambios. Sin embargo, en la mayoría de las organizaciones la comunicación no es un aspecto relevante de la vida organizacional, la falta de interés en la misma es la que ha generado que se concentren recursos humanos y económicos en otros aspectos que se consideran más esenciales para el funcionamiento eficaz de la organización. Cabe señalar que hoy en día aún son muy pocas las organizaciones que han podido tomar en cuenta el impacto que la comunicación tiene en la satisfacción laboral, en el compromiso organizacional, y en la eficiencia y productividad de la misma (Varona, 1994).

Ahora bien, gracias a la posibilidad de realizar una auditoría de la comunicación, existe un conocimiento más sistemático y específico de la comunicación organizacional. Y dentro de ello, las áreas más investigadas han sido la comunicación entre supervisor-subordinado, comunicación entre pares, comunicación entre áreas, entre otros. La auditoría de la comunicación ha logrado llenar el vacío que existía entre la investigación y la aplicación de los resultados de esa investigación al mejoramiento de la comunicación organizacional en las empresas (Varona, 1994).

En un sentido principal, el papel que cumple la auditoria es importante porque permite conocer si existe o no la congruencia entre lo que se dice y lo que se hace, sea por parte de los niveles directivos o por parte del recurso humano de una organización (Pimienta, 2006).

Por otro lado, en la sociedad actual, el tiempo que dedican los individuos de la población económicamente activa en sus organizaciones, corresponde a buena parte de sus vidas. Ante dicha realidad existe una preocupación generalizada por contribuir en la creación y mantenimiento de un ambiente laboral adecuado, positivo, motivador y desafiante, pues de lo contrario el trabajador expuesto a largas horas de trabajo sumadas a un ambiente monótono y muchas veces hostilizado por el estrés y la presión, solo generaría bajos niveles de desempeño y pobres resultados organizacionales (Castillo, 2010).

En ese sentido, Alves (2000) señala que un adecuado nivel de comunicación, respeto, compromiso, ambiente agradable y una sensación de satisfacción son algunos de los factores que generan un clima favorable, una alta productividad y un alto rendimiento.

Al presentarse este escenario, el concepto de ambiente de trabajo se amplía en un término más completo denominado Clima Organizacional y a este se le vincula conceptos como la comunicación, valores, beneficios, reconocimientos, entre otros (García, 2009).

El clima en una organización tiene una importante relación con la determinación de la cultura organizacional, entendiéndola como el patrón general de la conducta, creencias, y valores compartidos por los integrantes de una institución. Esta cultura es en buena parte determinada por los miembros que la componen, aquí el clima organizacional tiene una incidencia directa, debido a que las percepciones que tengan los miembros respecto a su organización, determina las creencias, “mitos”, conductas y valores que forman la cultura de la misma (Guillen & Gill, 2000).

Para remarcar la importancia de lo mencionado anteriormente, Edel, García & Casiano (2007) señalan que el éxito de una empresa depende de la forma en la cual sus trabajadores perciben el clima organizacional; es decir si los miembros de la empresa consideran que el clima es positivo o negativo, todo depende de la percepción que ellos tengan. Es por ello, que consideran que el clima organizacional es el conjunto de elementos que constituyen el medio ambiente específico de una organización. Los estímulos e información que provienen del ambiente laboral son procesadas y generan sensaciones, reflexiones y acciones en los miembros.

Actualmente, generar un entorno agradable de trabajo se ha convertido en una obsesión para las empresas. Sin embargo, es necesario que las compañías tengan conocimiento de su clima organizacional así como de los factores que la influyen (Chiavenato, 2010). Para ello, un cuestionario de clima organizacional es un canal de comunicación entre la dirección y los empleados; esta herramienta tiene la capacidad de promover el crecimiento de las relaciones laborales (Silveria, 2003).

En ese sentido, Litwin y Stringer manifestaron que midiendo la percepción y la conducta de los trabajadores de una institución puede darse una retroalimentación que permita a la organización generar cambios que mejoren la satisfacción y el desempeño que tienen los empleados (Sotelo, Figueroa, Arrieta & Solis, 2012).

En conclusión, cabe mencionar que la importancia de la Auditoría de la Comunicación reside en que a partir de los resultados se puede elaborar y desarrollar un plan específico de comunicación interna según las necesidades de la organización (Pimienta, 2006). Asimismo, resulta importante un Clima Organizacional positivo para el área de Factor Humano, ya que constituye una palanca estratégica para garantizar atraer un excelente capital humano y la oportunidad de trabajar un punto de equilibrio entre los objetivos organizacionales y la autorrealización individual de cada colaborador (Rodríguez, 2009).

Capítulo 1: Marco Teórico

Existen dos conceptos en la actualidad que podrían estar relacionados con el desarrollo de las compañías a nivel interno, son la Auditoría de la Comunicación Interna y el Clima Organizacional. En sí mismas, no gobiernan las operaciones de las empresas, pero sí están presentes en el día a día de los trabajadores; quienes, a su vez, a través de su desempeño, impactan en los resultados de sus organizaciones.

Ahora bien, se le denomina Comunicación Interna al grupo de actividades realizadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de relaciones positivas entre los miembros de la organización, valiéndose de múltiples canales de comunicación que les permitan tener información, sentirse integrados y motivados a conseguir los objetivos del negocio (Fernández, 2002).

En ese sentido, Westphalen (1993) refiere lo siguiente:

“La comunicación es actualmente la actividad fundamental, la que marca la mayor ventaja respecto a la simple competencia a la hora de planificar estratégicamente el desarrollo de cualquier organización”. (pp.11).

Bajo esa premisa, la comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para crear y mantener buenas relaciones con y entre sus miembros; utilizando diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Sandoval, 2004).

Es importante señalar que la comunicación interna es determinada por la interacción que se logra entre el personal que compone la estructura organizacional, pero que además es un facilitador para obtener un mejor ambiente interno de trabajo (Alicia, 2003). El propósito de la comunicación es informar al personal lo que la organización hace y así lograr un clima positivo de implicación e integración de las personas. Esto incrementa la motivación y la mejora de la

productividad, logrando finalmente la máxima optimización de los recursos a través de la realización de los proyectos con mayor eficacia y al menor costo posible (Morales, 2012).

Los procesos de comunicación interna son procesos esenciales que permiten mantener interrelacionada e integrada a la organización. La comunicación interna debe tener un carácter transversal, es decir, implica a todos los componentes de la organización en todos los procesos internos de gestión y a todos los niveles. (Arizcuren et al., 2008).

Por lo tanto, se dice que aquellas organizaciones que brindan importancia a la comunicación y a la información, son consideradas de éxito, ya que ellas han logrado entender que estos dos puntos contribuyen en gran parte a mejorar el ambiente comunicativo y el clima organizacional (Garrido, 2008).

Entonces, al parecer es indispensable que las organizaciones mantengan una comunicación interna eficiente. Sin embargo, pueden presentarse obstáculos que dificulten esto. Para esas situaciones, existen mecanismos que permiten evaluar los procesos de comunicación, con la consigna de ser mejorados y que estos obstáculos no terminen por afectar la comunicación interna.

Uno de esos mecanismos es la Auditoría de la Comunicación, la cual sirve para evaluar las técnicas de comunicación, tan es así que se hace posible evaluar y obtener información de las habilidades, políticas, conexiones y procesos de comunicación dentro de las instituciones (Navas, 2013).

Asimismo, Downs (1988) y Hamilton (1987) definen la Auditoría de la comunicación como el proceso de diagnóstico que tiene como fin principal revisar y mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa de una empresa en todos sus niveles.

Además, Varona (1994) señala que existen dos dimensiones de dicha auditoría. La primera dimensión de una auditoría es la evaluación del sistema y de las prácticas de comunicación de una empresa desde el nivel macro al nivel micro. En el nivel macro, la auditoría examina la estructura formal e informal de la comunicación, la comunicación interdepartamental, y la comunicación con los sistemas externos que impactan en la organización. En el nivel micro revisa las prácticas de comunicación interpersonal y grupal en sus diferentes niveles. Además,

una auditoría de la comunicación puede examinar las formas de distorsión sistemática de la comunicación que originan las estructuras de poder de una organización.

La segunda dimensión es la realización de recomendaciones que tiene como fin promover los cambios que se requieren para mejorar el sistema y las prácticas de la comunicación de la empresa. A esta dimensión suelen darle mayor importancia los consultores organizacionales, ya que tienen como objetivo mejorar la comunicación organizacional de una empresa.

A propósito de la Auditoría de la Comunicación Interna, Prieto (2015) señala que esta apoya al sistema de control, a no enfocarse únicamente en controlar y medir los resultados, sino que brinda asesoramiento a los responsables de la función de comunicación. Además, otorga juicios de valor sobre las causas de las debilidades con relación a la comunicación e información o sobre la manera en que se pueden llevar a cabo las acciones, los planes, la elección de la estrategia interna, con el fin de permitir su correcta modificación.

En suma, es un estudio sistemático, metodológico y actualizado en el estado de las comunicaciones que persigue identificar las necesidades prioritarias de la organización en materia de comunicación intrainstitucional.

En lo que concierne a algunas investigaciones, la consultora RMG & Asociados (2011) realizó uno en referencia a la comunicación y obtuvo que el 69% de los encuestados consideraban que las empresas no aprovechan la comunicación interna, debido a que no existen acciones específicas para ello están muy limitadas. Así mismo, los resultados obtenidos señalaron que los encuestados creen que la principal ventaja que genera la comunicación es la creación de una cultura de empresa (30,2%), seguida de la función para eliminar rumores (20,2%), de la prevención de conflictos entre áreas (12,6%) y de la estrategia para mejorar la competitividad (12%). Por otro lado, en esta investigación se halló que la responsabilidad de la comunicación interna está muy dispersa. El 29,4% de los encuestados afirma que el departamento de recursos humanos es el idóneo para desempeñar esta tarea. Por otra parte, un 30,2% cree que es labor de la sección de comunicación, mientras que un 25% considera que es un trabajo para la dirección general de la compañía. (RMG & Asociados 2011). Asimismo, Navas (2013) refieren que más del diez por ciento de las empresas americanas creadas fracasan cada año, esto debido a una inadecuada administración y a un inadecuada comunicación

Por otro lado, la planificación de la comunicación busca identificar oportunidades, detectar riesgos, plantear acciones anticipadas para responder a los cambios internos y externos de la empresa, reformulando los objetivos y realizando adaptaciones para sobrevivir en un ambiente demasiado competitivo. (Costa, Gómez & Túnez, 2009).

En pocas palabras, una organización que busque ser eficiente y capaz de competir en el mercado debe preocuparse por su situación comunicativa, ya que esta brinda el flujo vital que la mantiene coordinada (Rebeil, 2006).

El otro concepto macro sobre el cual se hará referencia en la presente investigación es el Clima Organizacional. El cual es un elemento diagnóstico de la realidad cambiante del entorno por el que pasa la organización, ya que permite identificar las necesidades reales de la misma. (Segredo, 2013).

En este punto se hace preciso acentuar una definición del concepto mencionado. A nivel mundial, los estudios de clima organizacional realizados por: Litwin y Stringer [entre otros] tienen mucha relevancia (Álvarez, 2002). Prueba de ello es que la definición que brindan estos autores sobre el clima organizacional es la más citada. En una muestra de 83 trabajos, esta obtuvo el 41% mientras que las demás no llegaron al 23% (Vega, Arévalo, Sandoval, Aguilar & Giraldo, 2006).

Litwin, y Stringer (1968) definen al clima organizacional como aquello que atañe a los efectos subjetivos percibidos del sistema formal y del estilo de los administradores, así como de otros factores ambientales importantes sobre las actitudes, creencias, valores y motivaciones de las personas que trabajan en una organización.

Por ese tiempo y luego de unos años, otros autores, como, Tagiuri (1968), Hodgetts y Altman (1985) mencionan que el clima organizacional es una cualidad del ambiente, las características del lugar de trabajo son experimentadas por los trabajadores diariamente y esto genera en ellos una percepción del clima que, finalmente, trasciende en el comportamiento o conducta del individuo dentro de su puesto de trabajo. Por otro lado, cuando se habla de clima organizacional, se hace referencia a aquello que caracteriza propiamente a una empresa, es decir, la personalidad de la misma (Cabrera, 1999). Dicha personalidad o las características que la definen se originan

en base a las percepciones que tienen los miembros de la organización en relación al trabajo, el espacio físico en el que se da y a las relaciones interpersonales que se desarrollan en ese ambiente laboral (Rodríguez, 2001). En complemento a lo mencionado, Gómez (2014) señala que el clima [organizacional] equivale entonces a la medida de los climas reunidos en todas las áreas y es la resultante de todos los microclimas que lo componen.

Como ejemplo de la relevancia del cuestionario de Litwin y Stringer para otros autores, Acosta & Venegas (2010) señalan que estos autores fueron los primeros en conceptualizar el clima organizacional. Para ellas, la teoría de Litwin y Stringer busca explicar importantes aspectos de la conducta de los individuos que se desempeñan en una organización manejando conceptos tales como motivación y clima; tratando de describir los determinantes situacionales y ambientales que más intervienen en la conducta y percepción del individuo.

Es evidente que el clima organizacional no es estático y menos ajeno a quienes lo componen, sino que, por el contrario, siempre se encuentra enriqueciéndose y modificándose (Valdés, 2010).

Por esta razón, para profundizar en el tema, se presentará un esquema de la teoría del clima organizacional que proponen Litwin y Stinger, el mismo que muestra una estructura de cómo el sistema de la organización afecta ciertas dimensiones, establecidas por los autores, y que posteriormente decantan en consecuencias para la organización (Ver Figura 1).

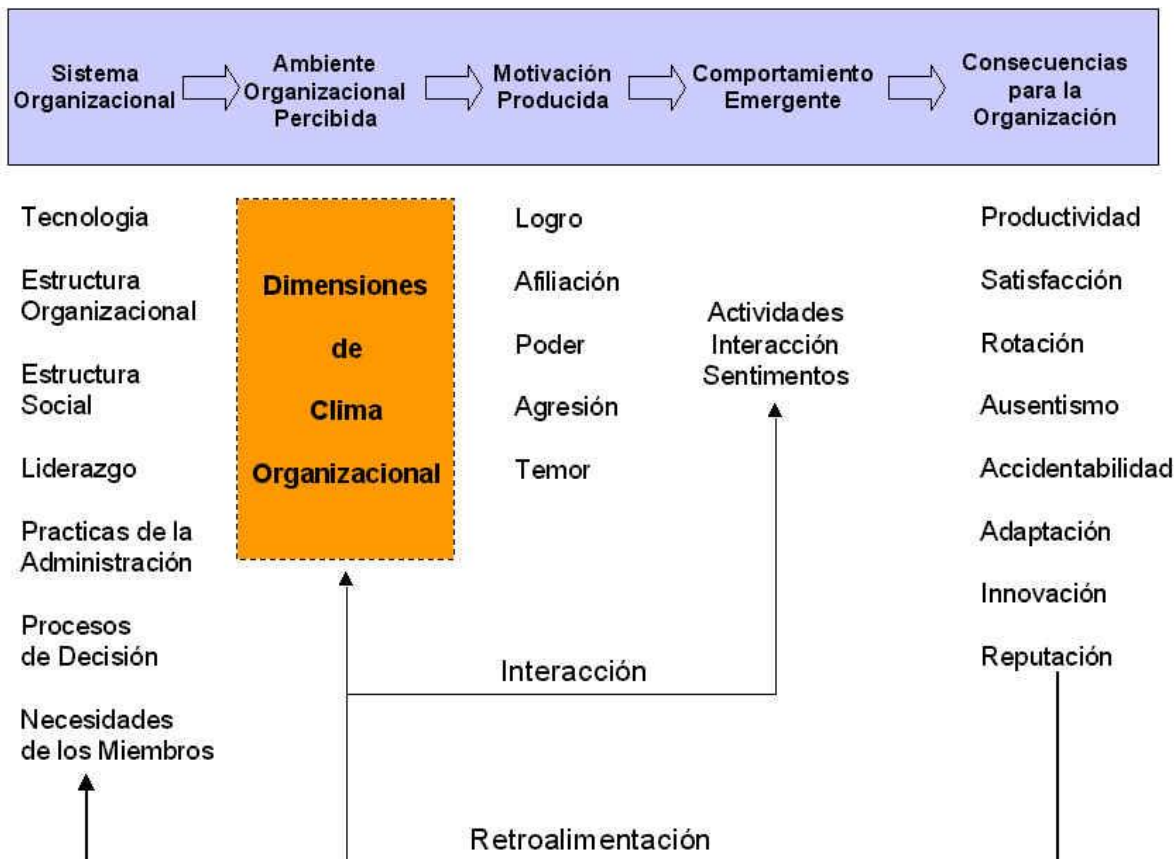


Figura 1. Esquema de Clima organizacional. Fuente: Litwin y Stringer (1978).

Para entender mejor la propuesta de este esquema, se hace preciso detallar aquellos conceptos que lo componen. El primero de ellos, y del que nace esta teoría, es el sistema organizacional. El mismo se refiere a la dinámica de trabajo de la organización, aquello que diariamente se lleva a cabo para hacer funcionar a la empresa. Dentro de este sistema, se menciona a componentes como la tecnología, las prácticas y los procesos de decisión en la empresa.

Por ejemplo, si se tratase de una empresa del rubro industrial, en este caso que fabrique algún producto en grandes cantidades. Entonces, un punto importante en esta empresa podría ser el énfasis que le brinda a su producto por el lado de la tecnología, ya que estaría en la constante búsqueda de maquinaria moderna para poder agilizar sus procesos, es así que la empresa le brinda mayor énfasis a este componente en especial, pues marcará la dinámica y crecimiento de la organización.

En otro punto importante, Litwin y Stringer (1978), señalan el concepto de ambiente organizacional, bajo el cual se desprenden nueve dimensiones que, al entender de los autores, compondrían el clima organizacional. Es preciso definir cada una de ellas, para comprender luego, como se enlazan con la otra parte del esquema.

1. Estructura. - Se trata de la percepción que tienen los miembros de la organización en cuanto a las reglas de la misma y a los formalismos de esta.

2.- Responsabilidad. - Se define, también, como la autonomía que cada empleado puede tener para realizar sus funciones y tomar decisiones específicas en cuanto a su trabajo.

3.- Recompensa. - Se da cuando la organización recompensa a los empleados por su buen trabajo o desempeño.

4.- Desafío. - Es el sentimiento que tienen los colaboradores en cuanto a los retos que les impone su organización.

5.- Relaciones. - Es la percepción que tienen los miembros de la empresa en referencia al ambiente de trabajo.

6.- Cooperación. - Se trata del sentimiento que experimentan los miembros de la empresa en cuanto a la existencia de apoyo y colaboración.

7.- Estándares. - Es la percepción que tienen los colaboradores acerca de la importancia que les brinda la organización a las normas de rendimiento.

8.- Conflictos. - Se trata del sentimiento que pueden tener todos los miembros de una organización, tanto jefes como subordinados, en cuanto a las discrepancias y dificultades que puedan existir.

9.- Identidad. - Es el sentido de pertenencia que desarrollan todos los colaboradores para con su organización.

Cada una de las dimensiones, anteriormente mencionadas, se relacionan con ciertas propiedades de la organización. Continuando con el sistema, en lo que se señala como motivación producida

se hace mención a las necesidades que pueden presentar las personas, las motivan a alcanzar su propia satisfacción. Es por ello, que de acuerdo a como las personas perciban el clima organización se van a dar dichas motivaciones.

En base a la percepción que puedan tener los miembros de una organización en cuanto el clima organizacional va variar el comportamiento de los mismos. Es decir, se presentará un comportamiento emergente, el mismo que se puede presentar como un comportamiento positivo para realizar sus funciones o tal vez como un comportamiento negativo producto de un clima organizacional negativo.

Y para consolidar los resultados de esta teoría ¿Cuáles son las consecuencias para la organización? Como todo flujo de cierto proceso encuentra su fin en un determinado resultado. Es así que todo lo que pueda representar el clima organizacional va a resultar en cambios positivos o negativos. Dichos resultados se reflejarán, tal como se indica en el esquema, en temas como la productividad o rotación, indicadores objetivos del funcionamiento de una organización.

Llevar a la práctica la teoría es lo que mejor ejemplifica y evidencia la efectividad de la misma; es así que se señala que el impacto del clima organizacional sobre el rendimiento de las personas es de un 20% a un 30%. Por ello las empresas de clase mundial se encuentran en la búsqueda constante de identificar oportunidades de mejora y, a la vez cuidan sus fortalezas, basándose en este tipo de estudios para cerrar las brechas de satisfacción entre la organización y su gente (Monagas, 2009).

Así mismo, otros estudios realizados señalan que las empresas que se preocupan por mantener un buen clima laboral, normalmente, tienden a tener una alta tasa de compromiso de parte de sus colaboradores y la productividad promedio por trabajador es alta. En línea con esto, existen estudios de clima laboral que señalan que aquellas organizaciones con mejor clima obtienen resultados generales superiores, entre un 30% y 50% mayor al promedio de cualquier organización. (Zenteno, 2011).

Por esta razón, es importante que las organizaciones fomenten un clima [organizacional] positivo, que genere confianza, buenas relaciones, tolerancia y autonomía ya que, de esa forma,

se reforzará un mayor compromiso y sentido de pertenencia de parte de los trabajadores hacia la empresa (Broada, Vallejo & Angulo, 2004).

Hasta este punto de la investigación, después de haber definido cada una de las variables; se puede notar que existe una relación entre la Auditoría de la Comunicación Interna y el Clima Organizacional, siendo las mismas de suma importancia en una empresa. Gracias a estas dos variables el trabajo en equipo resulta más eficiente, se mantiene un ambiente laboral armonioso donde el nivel de los malos entendidos y discusiones disminuye. La suma de todo ello, promueve mejores resultados dentro de las diferentes áreas de la empresa generando una alta productividad en las mismas haciendo que se sean más fuertes, sólidas y continúen en crecimiento. (Córcega & Subero 2009).

Ahora bien, para comenzar a establecer los parámetros bajo los cuales se desarrollará la presente investigación es necesario conocer el objetivo general que se desean alcanzar:

Relacionar la Auditoría de la Comunicación Interna y el Clima Organizacional en un grupo de trabajadores de una empresa industrial de Lima.

Se desea conocer la relación de ambas variables debido a que los mecanismos y las prácticas que sostienen al clima organizacional en una compañía tienen que ser reconocidos y comunicados. En ese sentido es que juega un rol importante la comunicación interna, porque dentro de su función debería promover los canales adecuados para transmitir las ideas, valores y metas que desea alcanzar la compañía.

Entonces, a partir de todo lo mencionado anteriormente, cabe plantear lo siguiente: ¿cuál es la relación que existe entre la Auditoría de la Comunicación Interna y el Clima Organizacional en un grupo de trabajadores de una empresa industrial de Lima?

Capítulo 2: Metodología

En cuanto a lo que se refiere al diseño de investigación a utilizar, el mismo será *descriptivo correlacional*; descriptivo porque su intención es especificar las propiedades, características de las variables o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis; procurando medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los elementos a estudiar; y correlacional debido a que tiene como intención conocer la relación que existe entre dos o más variables en un determinado contexto. (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

En cuanto a la información que se utilizó para esta investigación fue obtenida a partir de una muestra conformada en su totalidad de 100 trabajadores de una empresa privada de Lima del rubro industrial, ubicada en el distrito de Ate. Cabe señalar que este número de participantes fue todo el acceso que se tuvo en la empresa.

La muestra estuvo conformada por 66 mujeres que representan el 66% y 34 hombres que representan el 34%. Las edades están comprendidas entre 18 y 61 años, el 35% cuenta con estudios secundarios completos, el 26% cuenta con estudios técnicos y el 39% con estudios universitarios.

Ahora bien, el muestreo de esta investigación es no probabilístico, intencional, ya que la elección de los elementos no dependerá de la probabilidad sino de las características que presenta la investigación y de la decisión que tome el investigador (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Por otro lado, los instrumentos que han servido para obtener la información necesaria para el análisis correspondiente son:

Ficha de Datos Demográficos

El instrumento es diseñado para fines de estudio. Tiene como objetivo permitir atribuir conceptos, cualidades y características de la muestra estudiada; además, dicho instrumento es utilizado para recolectar datos a través de un cuestionario de preguntas abiertas (Hernández, 2010).

La evaluadora entregó a los participantes la Ficha de Datos Demográficos la cual permitió recoger información sobre las variables sociodemográficas de la muestra de estudio. Las variables a considerar fueron: Edad, Sexo, Estado civil, Lugar de nacimiento, Nivel de estudios, entre otros. Se puede apreciar esta ficha en el Apéndice A.

Cuestionario de la Auditoria de la Comunicación

El mismo fue estudiado y ampliado en 1990 por Cal Downs recibiendo el nuevo nombre de "Communication Audit Questionnaire". La adaptación en español del instrumento es conocida como "Cuestionario de la Auditoría de la Comunicación". Esta fue realizada y revisada por Varona y Cal Downs para su aprobación en 1991.

En cuanto al cuestionario, el mismo cuenta con 10 factores, los cuales son: 1) Perspectiva organizacional, 2) Retroalimentación personal evaluativa, 3) Integración organizacional, 4) Comunicación con los Supervisores, 5) Clima comunicacional, 6) Comunicación horizontal, 7) Calidad de medios, 8) Comunicación de los niveles gerenciales, 9) Comunicación entre áreas y 10) Comunicación con lo subordinados. Sin embargo, para esta investigación se trabajó con 9 de los 10 factores que posee el cuestionario, dejando de utilizar el factor Comunicación con los subordinados debido a que los ítems de este factor debían ser respondidos por los gerentes de la empresa. Cabe señalar que el cuestionario está confirmado por 45 ítems.

En lo que se refiere a la validez del Cuestionario de Auditoria de la Comunicación se realizó el análisis factorial con la rotación Varimax este se realizó a través de todo el Cuestionario para la muestra utilizada en el estudio realizado por Varona (1991) confirmó, en su mayor parte, el

factor de solución propuesta por Downs y Hazen, 1977, y Downs, 1988. Los nuevos dos factores: La Comunicación de niveles gerenciales y Comunicación entre departamentos o aéreas conservaron su integridad con esta muestra (Varona, 1991). (Ver Tabla 1). Se puede apreciar este cuestionario en el Apéndice B.

Tabla 1
Análisis Factorial de los Componentes Principales del Cuestionario de Auditoria de la Comunicación para toda la muestra

Factores	Items	Eigenvalue	Porcentaje de Varianza
Top Manage.	43,44,42,45,46	15.33	30.7
Com. Superi..	20,25,22,29,18	3.48	7.0
Persp. Org	13,14,16,17,15,6	2.66	5.3
Com. Subor	53,56,55,52,54	2.19	4.4
Intdep.Com.	48,49,51,47,50	1.74	3.5
Pers. Feed.	4,7,8,5,9	1.60	3.2
Horiz. Com	30,31,33,27	1.34	2.7
Media Qual.	34,35,38	1.19	2.4
Com.Climate	32,10,21	1.08	2.2
Inform.Com.	28, 37	1.06	2.1

En cuanto a la Confiabilidad del Cuestionario de la Auditoria de la Comunicación se midió mediante el Alpha de Cronbach, utilizando toda la muestra de este estudio teniendo finalmente como resultado (.97) de confiabilidad para la prueba total. Los factores Alfa de Cronbach tienen un rango de .64 y .92 (Varona, 1991) (Ver tabla 2).

Tabla

2

Análisis de confiabilidad del Cuestionario Auditoría de la Comunicación

Factores de CAC	Número de Ítems	Alpha de Cronbach
Perspectiva Organizacional	5	.82
Retroalimentación Pers	5	.82
Integración Org.	5	.71
Comunicación con los Supervisores	5	.91
Clima comunicacional	5	.89
Comunicación Horizontal	5	.64
Calidad de los medios	5	.79
Comunicación con los subordinados	5	.89
Comunicación de los Niv. Gerenciales	5	.92
Comunicación entre áreas	5	.87

Nota: Cuestionario de Auditoría de la Comunicación (CAC).

Cuestionario de Percepción del Clima Organizacional

El mismo fue construido por Litwin y Stringer en 1968 (como se citó en Vicuña, 2006) en Boston - Estados Unidos. Sin embargo, en el Perú se realizó una revisión psicométrica de la prueba por Vicuña en el 2006.

Dicha prueba está conformada por 9 ítems, y cada uno evalúa una dimensión específica. Las mismas son: estructura, responsabilidad, recompensa, desafío, relaciones, cooperación, estándares, conflicto e identidad. En cuanto a la administración de la prueba, esta puede ser individual o colectiva, la duración de la evaluación es variable, pero en promedio se ejecuta en un tiempo de 15 minutos.

Asimismo, la prueba fue medida por el método de análisis de constructo, por lo que se esperó que los participantes comprendidos dentro del cuartil tres difieran significativamente de los participantes comprendidos en el cuartil uno, en base a la discriminación de los ítems para lo que se contrastó las medias aritméticas del grupo superior e inferior utilizando la prueba “t”, los resultados se reproducen en la siguiente tabla obtenida por Lecaros 2006 (Como se citó Vicuña, 2006). (Ver la tabla 3). Se puede apreciar este cuestionario en el Apéndice C.

Tabla

3

Análisis discriminatorio de las respuestas entre el grupo alto y bajo en las escalas de Clima Organizacional de Litwin y Stringer

Item	Media	Media	Diferencia	Error	
Escala	Grupo	Grupo	de	Estándar	T
	Alto	Bajo	medias		
1	7.57	3.00	4.57	0.44	10.32**
2	5.86	2.29	3.57	0.54	6.59**
3	6.29	1.57	4.71	0.48	9.86**
4	4.86	1.14	3.71	0.45	8.24**
5	5.43	1.71	3.71	0.36	10.18**
6	6.00	1.29	4.71	0.20	23.91**
7	5.71	1.29	4.43	0.31	14.14**
8	6.29	1.57	4.71	0.47	10.02**
9	4.86	1.14	3.71	0.43	8.63**
Total	41.71	12.29	29.43	1.51	19.51**

Nota: (**) $p < .01$.

Los ítems presentan diferencias significativas aún para el .01 de margen de error, habiendo sido mayor las medias aritméticas en el grupo alto, lo que indica que efectivamente los Ítems cumplen su función discriminativa. En cuanto a la confiabilidad, el índice de error de medición del cuestionario fue por el método de la consistencia interna utilizando la fórmula K20 de K der-Richarson obteniendo un coeficiente de 0.92. (Lecaros 2006, citado por Vicuña 2006).

Procedimiento

Es importante conocer el proceso que se llevó a cabo para realizar la toma de los instrumentos. Para comenzar se le envió una carta de presentación por parte de la Universidad al Gerente de Relaciones Industriales de la empresa, obteniendo el permiso respectivo para la aplicación de los instrumentos, luego de su aprobación se realizaron las coordinaciones previas para la aplicación de estos.

Los cuestionarios fueron tomados al término de sus labores, o en los momentos que autorizaron los supervisores y/o jefes (entendiéndose que la aplicación se realizó dentro de las instalaciones de la empresa), tanto de manera individual, como de manera colectiva. Los participantes recibieron las instrucciones sobre la importancia de su sinceridad en las respuestas, así como de la confidencialidad de los mismos. Cabe señalar que antes del desarrollo de cada instrumento se le hizo entrega de un Consentimiento Informado a cada participante donde se les explicaba los fines de la investigación y confidencialidad de la misma (Ver apéndice D).

Cabe señalar que para una adecuada comprensión de los ítems propuestos se realizó una adaptación lingüística del Cuestionario de Auditoria de la Comunicación a través de la validez de contenido. Posteriormente se llevó a cabo el análisis factorial y la fiabilidad en la muestra respectiva. Para procesar de manera adecuada los resultados obtenidos se utilizó el software SPSS 20 que permitió realizar los análisis descriptivos e inferenciales.

Capítulo 3: Resultados

Luego de haber definido las dos variables y explicar la metodología a utilizar en la presente investigación, se procede a detallar los resultados obtenidos del análisis de las propiedades psicométricas de los instrumentos utilizados, para poder responder a la pregunta de investigación.

Lo primero a evaluar será la validez de constructo de los instrumentos. Posteriormente, se presentan los resultados de la confiabilidad de las pruebas mediante el método de consistencia interna alfa de Cronbach y finalmente, se expondrán los resultados de las medias, las distribuciones estándar de los instrumentos aplicados y correlación que existe entre los instrumentos.

A continuación, se presentan los resultados de los análisis psicométricos de los instrumentos:

Cuestionario de Auditoría de la Comunicación

Validez

Según el resultado de los análisis en la muestra de los participantes, arrojó que la medida de adecuación de Kaiser – Meler – Olikin (KMO) fue de .89, y los resultados de la prueba de esfericidad de Barlett fue de altamente significativo ($p < .000$), lo que demuestra la viabilidad del análisis.

Con la finalidad de demostrar la validez de constructo del Cuestionario de Auditoría de la Comunicación de Federico Varona (1991), se realizó el análisis de componentes principales

(ACP), con rotación Varimax. Se empleó este método, siguiendo el estudio de Varona (1991) que aplicó este procedimiento (Ver figura 2).

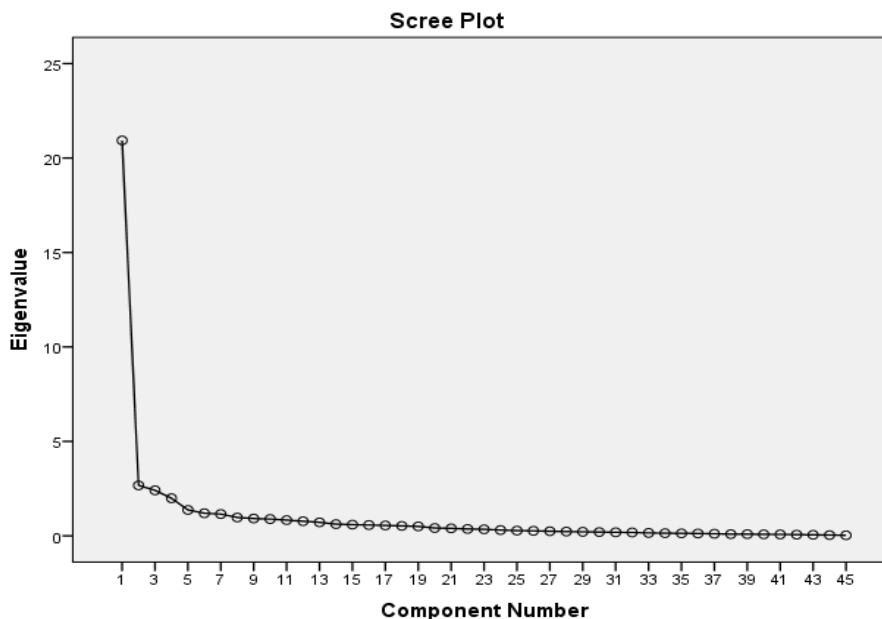


Figura 2. Gráfico de Sedimentación del análisis de componente principales del Cuestionario de Auditoria de la Comunicación

El análisis de componentes principales mostró como resultado, siete componentes cuyas cargas factoriales eran muy dispersas estos explicaron el 70.50 % de la varianza total. El primer componente alcanzó un auto-valor de 20.93, lo que explicó el 46.52% de la varianza, el segundo componente alcanzó un auto-valor de 2.67, lo que explicó el 5.94% de la varianza adicional, el tercer componente alcanzó un auto-valor de 2.41, lo que explicó el 5.36% de la varianza adicional, el cuarto componente alcanzó un auto-valor de 1.99, lo que explicó el 4.92% de la varianza adicional, el quinto componente alcanzó un auto-valor de 1.37, lo que explicó el 3.05% de la varianza adicional, el sexto componente alcanzó un auto-valor de 1.20, lo cual explicó el 2.66% de la varianza adicional, y por último el séptimo componente alcanzó un auto-valor de 1.15, lo cual explicó el 2.56% de la varianza adicional. Cabe recalcar que solo el primer factor explica el 46.52% de la varianza total (cerca al 50%), los demás factores del 2 al 7 explican del 2.56% al 5.94%.

En base a que el análisis mostró como resultado, siete componentes dispersos se procedió a realizar un análisis factorial exploratorio de los 9 factores que manifiesta la teoría, en este nuevo análisis los ítems nuevamente se cargaban al primer factor, el cual explica el 46.52% de la varianza total, ya que el primer componente alcanzó un auto-valor de 20.93 (mayor a 1), lo que explicó el 46.52% de la varianza. Como los ítems seguían siendo dispersos, se procedió a realizar un nuevo análisis, asumiendo un solo factor. (Ver tabla 4).

Tabla

4

Carga Factorial del análisis de Componentes principales (1 componente)

Items	Cargas factoriales
15	,817
40	,809
33	,795
43	,792
42	,787
6	,785
39	,785
30	,780
41	,779
20	,773
38	,769
16	,765

37	,750
35	,748
21	,748
24	,735
45	,729
19	,722
23	,712
11	,697
26	,692
14	,690
13	,688
32	,683
36	,681
5	,671

Tabla 4

*Carga Factorial de análisis de Componentes principales
(Continuación)*

17	,664
22	,659
9	,642
7	,640
44	,640
8	,635
27	,613
12	,604
1	,590
29	,578
18	,569
10	,566
28	,563
31	,543

2 ,534

4 ,529

34 ,527

3 ,511

25 ,378

obtuvo un alfa de Cronbach de .97.

Por otro lado, en cuanto a la confiabilidad el Cuestionario de Auditoria de la Comunicación

Cuestionario de Clima Organizacional de Litwin y Stringer

Validez

Según el resultado de los análisis en la muestra de los participantes, arrojó que la medida de adecuación Kaiser-Meller-Oklin (KMO) fue de .87 y los resultados de la prueba de esfericidad de Barlett fue de altamente significativo ($p < .000$), lo que demuestra la viabilidad del análisis. De esta manera, se procedió a continuar con la interpretación de los resultados obtenidos del análisis.

Con el propósito de demostrar la validez de constructo del Cuestionario de Clima Organizacional de Litwin y Stringer (1978) traducida al español y adaptada al Perú por Luis Vicuña Peri (2006), se realizó el análisis de componentes principales (ACP), con rotación Oblimin.

A continuación, se presenta el gráfico de sedimentación de Cattell (ver Figura 3).

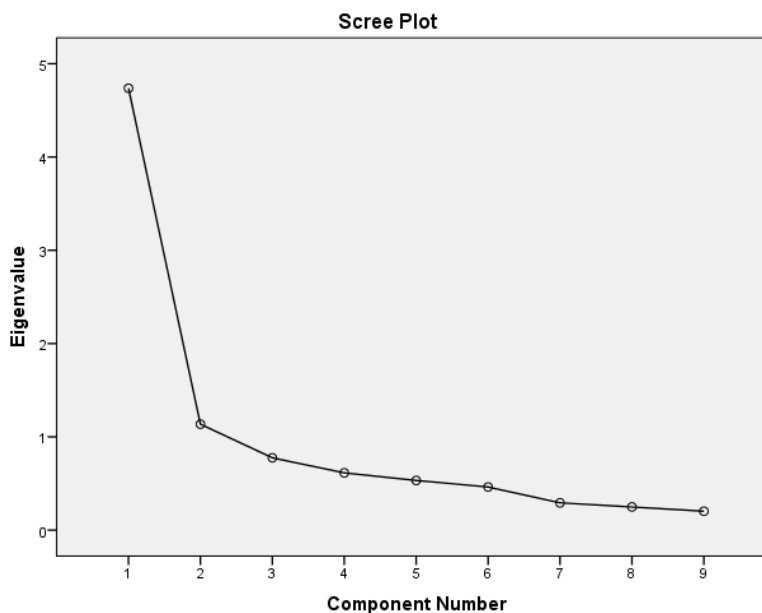


Figura 3. Gráfico de Sedimentación del análisis de componente principales del Cuestionario de Clima Organizacional de Litwin y Stringer.

Asimismo, el resultado mostró la aparición de dos componentes que explican el 65.25% de la varianza total, el primer componente alcanzó un auto-valor de 4.74 (mayor a 1), lo que explicó el 52.63% de la varianza, el segundo componente alcanzó un auto-valor de 1,14 (mayor a 1), lo que explicó el 12.62% de la varianza adicional.

En base a que el análisis mostró como resultado, dos componentes dispersos se procedió a realizar un análisis factorial exploratorio de los 9 factores que manifiesta la teoría, en este nuevo análisis los ítems nuevamente se cargaban al primer factor, el cual explica el 52.63 % de la varianza total, con un auto-valor de 4.74 (mayor a 1). (Ver tabla 5).

Tabla

5

Carga Factorial del análisis de Componente principales (1 componente)

Items	Carga factorial
7	,865
8	,826
9	,818
6	,811
5	,787
3	,674
4	,649
2	,558
1	,416

Luego del análisis de validez, se procedió a analizar la confiabilidad de la escala. Se empleó el método de consistencia interna en el cual el Cuestionario de Clima Organizacional obtuvo un alfa de Cronbach de .88.

En cuanto a los Resultados Descriptivos el Cuestionario de Auditoria de la Comunicación obtuvo una media de 4.69 con una desviación estándar de 1.04. Así mismo, el Cuestionario de Clima Organizacional obtuvo una media de 6.39 con una desviación estándar de 1.99. (Ver tabla 6).

Tabla

6

Estadísticos Descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación. Típica.
Auditoria de la Comunicación	100	1,33	6,47	4,6913	1,04041
Clima Organizacional	100	1,00	10,00	6,3944	1,99203

Para comprobar la correlación existente entre el Cuestionario de Auditoria de la Comunicación y el Cuestionario de Percepción del Clima Organizacional, se realizó la correlación de Pearson.

Los resultados mostraron que la Auditoria de la Comunicación correlaciona positiva y significativamente con el Clima Organizacional (Ver tabla 7). Lo cual refiere que una adecuada Auditoria de la Comunicación Interna en la empresa mejor Clima Organizacional.

Tabla

7

Correlación entre Auditoría de la Comunicación y Clima Organizacional

	Auditoría de la comunicación	la Clima Organizacional
Auditoría de la comunicación	Pearson Correlación	1 ,680**

** . La Correlación es significativa a nivel 0.01 level (2-tailed).

Capítulo 4: Discusión

El objetivo es estudiar la relación entre la Auditoría de la Comunicación Interna y el Clima Organizacional en un grupo de trabajadores de una empresa industrial de Lima.

Para ello, se evaluaron a 100 personas, entre hombres y mujeres, quienes laboraban en una empresa del rubro industrial. Se tomó en cuenta su edad y el grado de instrucción. Respecto a la Auditoría de la Comunicación Interna, esta se ejecutó a través del Cuestionario Auditoría de la Comunicación y; por otro lado, para recoger la información del clima organizacional se utilizó el Cuestionario de Percepción del Clima Organizacional. Asimismo, se aplicó una Ficha de datos demográficos considerando variables como la edad, el sexo, puesto de trabajo, entre otros.

Para poner en curso la aplicación de los cuestionarios, se concertó algunas reuniones de exposición de la investigación dirigidas a la gerencia de la compañía, posteriormente se programó sesiones de aplicación durante los turnos de trabajo. Al término del proceso, se introdujo los datos al programa SPSS 20, de tal manera que puedan ser sistematizados por medio de procedimientos de estadística descriptiva correlacional.

Dicha relación de las variables podría darse, debido a que la empresa ha establecido mecanismos de comunicación bastante claros frente a sus colaboradores, partiendo por reuniones mensuales entre supervisores y obreros pertenecientes a las líneas de producción, momentos en los que ellos pueden manifestar sus inquietudes y sirven también para confraternizar. Asimismo, desde la gerencia general parte una política de puertas abiertas bajo la cual todo obrero o empleado puede solicitar una reunión directa con el gerente de recursos humanos, para poder transmitirle alguna preocupación o percepción del entorno laboral. Este tipo de lineamientos hacen posible que los colaboradores tengan una percepción favorable del clima laboral en la fábrica, ya que se sienten escuchados y atendidos por sus superiores, lo cual fomenta la confianza y el compromiso con su trabajo (Frone & Major, 1988).

Por otro lado se puede evidenciar que los colaboradores de esta organización manifiestan que una adecuada comunicación interna es importante. Para ellos tener conocimiento de cómo es

evaluado su desempeño laboral y la manera en que se les brinda la retroalimentación de esta evaluación son buenas prácticas de comunicación. Además, consideran importante, la comunicación directa con sus supervisores y/o jefes, ya que se genera apertura para con ellos, permitiéndoles expresarles con respeto sus opiniones y/o ideas, con lo cual se sienten escuchados y considerados. En ese sentido, en un estudio realizado por Vaca (2012) se encontró que un porcentaje alto (71%) de entrevistados manifestaron que la comunicación interna sí es importante para crear un buen ambiente de trabajo, mientras que un porcentaje menor (29%) dijeron que no. Para la mayoría, la comunicación interna permite lograr un buen ambiente laboral y en consecuencia mayores índices de rendimiento, mayor nivel participativo entre sus miembros y mejor trabajo en equipo.

. En ese sentido, la auditoría de la comunicación ayuda a detectar las dificultades en el aspecto comunicativo y las causas que las generan (Beltrán, 2015). De este análisis se toman conclusiones útiles para la definición de posibles mejoras conforme con los objetivos de la empresa y al área de comunicación interna (Fernández, 1992). Cabe decir que la importancia de ejecutar una auditoría de comunicación radica en tener claridad de cómo se gestionan todas las políticas, procesos, herramientas y todas las instancias que hacen posible que la misma se lleve a cabo. Además, una adecuada auditoría de la comunicación permite corregir el rol pasivo de la comunicación interna como simple suministrador de información. (García, Ruiz & Ventura, 1999).

La relevancia de la comunicación en las organizaciones, y como esta afecta o influye en el clima organizacional invita a analizar si a raíz de ello las empresas deben considerar necesario tener un ente interno que se dedique a gestionar una política integral de comunicación y que a la vez mida los impactos en el ambiente laboral. En un estudio realizado por Cabanas & Vilanova (2006) un 93,9% de las organizaciones encuestadas manifestó tener un área de comunicación interna frente a un 6,1% que afirmó no tenerla, este resultado podría sugerir que hoy en día tener un área exclusiva que lidere estos temas de manera profesional sea una exigencia para las organizaciones.

Por otro lado, las opiniones de los trabajadores de esta fábrica limeña dan cuenta que la relación de estas variables es bastante fuerte, pues son conscientes que las políticas de comunicación bajo las que se rigen, los estilos de liderazgo, el inmobiliario dónde desarrollan sus tareas y otras cosas más que componen su contexto laboral, influyen en su percepción buena o mala del mismo.

Es una de las principales funciones de la gerencia de la compañía, pues, crear esta percepción de manera favorable, tanto físico como mentalmente, ya que induce a la gente a contribuir espontánea y voluntariamente con sus esfuerzos a lograr cambios y obtener los objetivos planeados. Sin este ambiente físico – conceptual apropiado, los esfuerzos de los participantes pueden resultar ineficientes o, peor aún, nulos o inexistentes (Sulbarán, 2002).

En este sentido, los colaboradores de esta empresa sienten que entre jefes, compañeros y subordinados hay un ambiente de camaradería, propiciado por la comunicación y confianza que se genera durante las jornadas de labores. Asimismo, perciben un espíritu de ayuda mutua entre pares, subordinados y supervisores, lo cual se manifiesta en acciones cómo la posibilidad de intercambiar turnos, otorgar permisos para eventos familiares, recuperación de horas, entre otras. Lo resaltante, además, es que para estas interacciones se utiliza un lenguaje cálido y sencillo.

Un punto a tomar en cuenta es el tiempo promedio de permanencia en la compañía, muchos de los trabajadores tiene un tiempo considerable en sus puestos, en el que han podido conocerse más afondo creando lazos de familiaridad y confianza. Ellos perciben que esto les hace sentirse bien, además les da libertad para expresar sus ideas y los llama a tener apertura para encontrar puntos medios cuando tiene ciertas diferencias de opiniones.

Sin embargo, hay puntos que aún se deben trabajar con los líderes, pues los colaboradores perciben que hay poco entusiasmo por incentivarlos a lograr los objetivos o sienten que no se les reconoce por una buena acción.

Al respecto se ha encontrado que hay estilos de dirección con altos niveles de exigencia y coerción que afectan de manera importante la percepción de clima organizacional (Bloch & Whiteley, 2003; Goleman, 2000) e influye en la conducta y motivación de los trabajadores, aspecto documentado hace más de cuarenta años por Litwin y Stringer (Contreras, et al., 2009).

En línea con lo anteriormente mencionado, un estudio manifiesta que el clima organizacional en particular ejerce un impacto importante sobre las creencias, los estados emocionales y las conductas de los trabajadores, afectando de manera considerable no sólo la calidad de su desempeño, sino también su nivel de compromiso y su bienestar psicológico (Carr, Schmidt, Ford & DeShon, 2003).

En otro ámbito de la relación entre la comunicación y el clima organizacional, se puede indicar que para que los colaboradores de esta fábrica perciban un agradable ambiente laboral, tienen que ser adecuadas y bien comunicadas las normas y/o estándares de rendimiento laboral, así como también se debe cuidar el cumplimiento de los procesos de producción para evitar malos entendidos, y en caso así se dieran, les hace sentido que se realce la capacidad de solución de conflictos, a través del diálogo, que se tiene para aceptar las opiniones discrepantes entre compañeros y/o supervisores, sin tener temor a enfrentar y solucionar los problemas tan pronto surjan.

Sin duda, un clima positivo soportado en canales de comunicación claros y diversos permitirá el cumplimiento de los objetivos y la ejecución de los procesos de gestión de manera exitosa (Peraza & García, 2004); y por el contrario, un clima negativo que de plano no considere una comunicación interna adecuada, afectaría el ambiente laboral, generando situaciones de conflicto, malos entendidos, estados de desinterés, apatía, bajo rendimiento y baja calidad en los servicios otorgados. (Urdaneta, Álvarez & Urdaneta, 2009).

Al no estar alineadas de manera positiva la comunicación y el clima se podría presentar otra consecuencia relevante, la misma tiene que ver con la disminución de la productividad. En el caso de esta empresa, se percibía que al no recibir estímulos positivos, ni reconocimientos públicos o palabras de aliento, los trabajadores no llegaban con el mismo entusiasmo a sus labores, manifestaban quejas y en ocasiones había ausentismos injustificados.

Cabe decir que para este tipo de negocio, la improductividad ocasionada por los trabajadores puede acarrear pérdidas económicas y desgaste de los recursos humanos, ya que se generan costes por sobre tiempo y mayor esfuerzo físico y mental. Estas consecuencias sin duda impactan negativamente en el ambiente laboral de la fábrica. Si por el contrario, se mejora la gestión del

indicador de productividad se puede obtener mayores contribuciones, incrementando las ganancias. (Pérez & Maldonado, 2006).

Entonces, es así que ambas variables, tanto comunicación como el clima laboral, son hoy de suma importancia, pues la relación positiva de ellas promueven mejores resultados dentro de las diferentes áreas de la empresa haciendo que sean más fuertes, sólidas y continúen en crecimiento (Córcega & Subero 2009).

En conclusión, a partir del análisis realizados, una adecuada comunicación y un adecuado clima son favorecidos a través de prácticas adecuadas, metodologías potentes que lleguen a colocar el mensaje en todos los receptores, llámense líderes o miembros del equipo, quienes perciban una comunicación adecuada tanto en temas cruciales, como por ejemplo, objetivos organizacionales. Por otro lado, tiene que acompañarse, en la misma línea, con acciones sencillas que refuercen los contextos de convivencia cordial y fructífera, lo cual hará que los trabajadores se sientan bien en los lugares en los que trabajan por un buen tiempo.

Una de las limitaciones de esta investigación fue la selección de la muestra que se utilizó porque este estudio fue no probabilístico, por lo que no se pueden generalizar los resultados obtenidos. Además, otra limitación fue la dificultad para obtener información acerca de la adaptación del Cuestionario de Percepción de Clima Organizacional realizado por Vicuña en Perú.

Así mismo, se reconoce como otra de las limitaciones encontradas a la escasez de investigaciones relacionadas con las variables y la muestra, lo cual no permitió que sirvieran como aportes para la discusión de los resultados.

Sería recomendable que para próximas evaluaciones, se cuente con espacios privados y que no se presenten estímulos externos que puedan interrumpir el proceso de evaluación, que la evaluación se pueda realizar fuera del horario de trabajo y fuera de las instalaciones de la empresa. Además, se recomienda que los colaboradores sean evaluados de forma individual, y no en compañía de otro par y/o compañero, ya que estos también son factores que pueden alterar la fiabilidad de las respuestas.

Finalmente, se recomienda el desarrollo de más investigaciones sobre la Auditoría de la Comunicación Interna y Clima organizacional en el contexto peruano, ya que brindaría una

visión más completa sobre estas variables y mayor información sobre la importancia que tienen en las organizaciones, así como los beneficios que brindan al desarrollo y crecimiento organizacional.

Referencias

- Acosta, B., & Venegas, C. (2010). Clima Organizacional en una empresa cervecera: Un estudio exploratorio. *Revista IIPSI Facultad de psicología UNMSM*, 13 (1), 163 – 172.
- Alicea, E. (2003). *Modulo Instruccional: Comunicación Empresarial (Ejecutiva)*. Recuperado de http://www1.uprh.edu/cc/ADEM/Comunicacion%20empresarial%20ejecutiva/ADEM_CEE.pdf
- Álvarez, J. (2002). El Poder de la Comunicación Interna. *Sphera: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, (2), 175-186.
- Alves, J. (2000). Liderazgo y Clima Organizacional. *Revista de Psicología del Deporte*, 9(1), 123 – 133.
- Arizcuren, A., Cabezas, E., Cañeque, N., Casado, M., Fernandez, P., Lacasta, J., Martin, T., Menchaca, M., Nuñez, F., Sánchez, M., Soria, L. & Vicario, D. (2008). *Guía de buenas prácticas de comunicación interna. Cuaderno de buenas prácticas*. Recuperado de <http://www.feaps.org/archivo/publicaciones-feaps/libros/cuadernos-de-buenas-practicas/120-guia-de-buenas-practicas-de-comunicacion-interna.html>
- Beltrán, S. (2015). *Configuración de proyectos: auditoría, campañas internas y globales para Seguros Oriente* (Tesis Licenciatura, Universidad San Francisco de Quito). Recuperada de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/4046>
- Bloch, S. & Whiteley, P. (2003). *Complete leadership: A practical guide for developing your leadership talents*. London: Pearson.
- Broadá, J., Vallejo, R. & Agulló, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema*, 16(1), 125-131.
- Cabanas, C. & Vilanova, N. (2006). Marca interna y mandos intermedios, claves para la comunicación interna como estrategia empresarial. *Capital Humano: Revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos*, 19(195), 104 – 114.
- Cabrera, G. (1999). Clima Organizacional de las empresas chilenas. *Revista de Psicología Social e Institucional*, 1(2), 1 – 19.

Carr, J.Z., Schmidt A.M., Ford, J.K & De Shon, R.P. (2003). Climate perceptions matter: A meta-analytic path analysis relating molar climate, cognitive and affective states, and individual level work outcome. *Journal of Applied Psychology*, 88(4), 605- 619.

Castillo, F. (27 de Junio de 2010). Importancia de la Gestión del Talento Humano [Mensaje de un blog]. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/freddycastillo/2010/11/04/importancia-de-la-gestion-del-talento-humano/>

Consultora RMG & Asociados (22 de Setiembre de 2011). Las empresas descuidan su comunicación interna. [Foro Internacional de Marketing]. Recuperado de <http://www.marketingnews.es/tendencias/noticia/1059663029005/empresas-descuidan-comunicacion-interna-estudio.1.html>

Contreras, F., Barbosa, D., Juárez, F., Uribe, A., & Mejía, C. (2009) Estilos de liderazgo, clima organizacional y riesgos psicosociales en entidades del sector salud: Un estudio comparativo. *Acta Colombiana de Psicología*, 12(2), 13-26.

Córcega, A., & Subero, L. (2009). *Análisis de los Factores que Influyen en el Clima Organizacional del Liceo Boliviano "Creación Cantarrana"*. (Tesis de licenciatura, Universidad de Oriente, Venezuela). Recuperada de http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/371/1/TESIS_ACyLS--%5b00010%5d--%28a44%29.pdf

Costa, C., Gómez, M., & Túnez, M. (2009). *En busca de la calidad en la Comunicación Organizacional: La auditoría de comunicación*. Recuperado de http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/393/388

Chiavenato, I. (2010). *Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizacoes* (3a ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.

Downs, C. (1988) *Communication Audits*. Glenview, Illinois: Scott, Foresman & Company.

Edel, R., García, S., & Casiano, R. (2007). *Clima y Compromiso Organizacional*. Recuperado de http://adizesca.com/site/assets/g-clima_y_compromiso_organizacional-en.pdf

Fernández, J. (1992). *La comunicación global de la gestión: Comunicación Institucional y de Gestión*. Barcelona: Paidós.

Fernández, C. (2002). *La Comunicación en las Organizaciones* (2a ed.). México: Trillas.

- Frone, M. & Major, B. (1988). Communication quality and job satisfaction among managerial nurses. *Group Organization Studies*, 13(3), 332-347.
- García, J; Ruiz, A. & Ventura, R. (1999). La auditoría de comunicación interna: Una aproximación conceptual y metodológica. *Revista Latina de Comunicación Social*, (18), 1-13. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999gjn/81haba3.htm>
- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración*, (42), 43 - 59. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225014900004>
- Garrido, F. J. (2008). *Comunicación de la estrategia: La efectividad está en la dirección*. Barcelona: Deusto.
- Goleman, D. (2000). Leadership That Gets Results. *Harvard Business Review*, (4487), 76 - 90.
- Gómez, A. (2014). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas, desde la teoría de la respuesta al ítem. *Acta colombiana de psicología*, (11), 97-113.
- Guillen, C., & Guill, R. (2000). *Psicología del trabajo para las relaciones laborales*. España: McGraw – Hill.
- Hamilton, S. (1987). *A communication audit handbook: Helping organizations communicate*. London: Longman Inc.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a. ed.). México, D.F.: McGraw-Hill.
- Hodgetts, R. M., & Altman, S. (1985). *Comportamiento en las organizaciones* (3a ed.). México: Interamericana S.A.
- Litwin, G., & Stringer, H. (1968). *Motivation and organization climate*. Cambridge: Harvard University.
- Litwin, G., & Stinger, H. (1978). *Clima Organizacional*. New York: Simon & Schuster.
- Pimienta, M. (2006). *Comunicación Interna: Una estrategia para el desarrollo organizacional*. Recuperado de <http://www.revistadircom.com/redaccion/interna/1445-la-auditoria-de-la-comunicacion-interna.html>
- Monagas, A. (2009). Clima laboral estimulante, sano y productivo. *Revista Construcción*, (390), 58 - 60.

- Morales, F (2012). La comunicación interna: Herramienta estratégica de gestión para las empresas excelentes. *Aprende RH - La revista de los recursos humanos y del e-learning*, (34), 46 – 51. Recuperada de <http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>
- Navas, D. (2013). *Auditoría de comunicación interna y elaboración de un plan de comunicación interno y externo* (Tesis para obtener licenciatura). Universidad San Francisco de Quito, Ecuador.
- Peraza, Y. & García, M. (2004). Clima organizacional: Conceptos y experiencias. *Revista Transporte, Desarrollo y Medio Ambiente*, 24(1/2), 27-30.
- Pérez, I. & Maldonado, M. (2006). Clima organizacional y gerencia: Inductores del cambio organizacional. *Investigación y Postgrado*, 21(2), 231-248.
- Prieto, L. (2015). Auditoría de la comunicación interna. *Educación en Contexto*, 1(1), 78 – 90.
- Rebeil, A. (2006). *Comunicación Estratégica en las Organizaciones*. México: Trillas.
- Rodríguez, D. (2001). *Diagnóstico Organizacional* (3a ed.). México: Alfaomega.
- Rodríguez, G. (2009). *Ventaja competitiva a través de la Gestión de Recursos humanos*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/ventaja-competitiva-a-traves-de-la-gestion-de-recursos-humanos/>
- Sandoval, M. (2004). *El Aprendizaje Organizacional como respuesta al cambio. Su relación con el desarrollo, comportamiento y la comunicación organizacional: Una visión general de las empresas de comercio y servicio en la ciudad de Puebla*. (Tesis de licenciatura, Universidad de las Américas, México). Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/portada.html
- Segredo, A. (2013) Clima Organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización. *Revista Cubana de la Salud Pública*, 39(2), 385 – 393.
- Serrano, A. (2009). *La Vinculación de las Técnicas de Recursos Humanos para la mejora de la Relación Interpersonal e Interdepartamental en las empresas de Navarra, España*. (Tesis de Master en Dirección de Recursos Humanos, Escuela de Negocios de Navarra, España). Recuperado de <http://docplayer.es/3891327-Master-en-direccion-de-recursos-humanos-comunicacion-organizacional-interna.html>
- Silveria, L. (2003). *Gestao do Clima Organizacional: Proposta de critérios para metodologia de diagnóstico, mensuracao e melhoria. Estudo de caso em Organizacoes Nacionais e Multinacionais Localizadas Na Cidade do Rio de Janeiro*. (Tesis de Maestría en Sistema de

- Gestão, Universidade Federal Fluminense, Brasil). Recuperado de http://www.bdtd.ndc.uff.br/tde_arquivos/14/TDE-2007-06-01T102808Z-822/Publico/Dissertacao%20Ricardo%20Luz.pdf
- Sotelo, A., Figueroa, E., Arrieta, D., & Solis, R. (2012). Clima Organizacional en Universidades Públicas. *Investigación Educativa Duranguense*, (12), 11 – 16.
- Sulbarán, J. (2002). El rol de la gerencia en los procesos de cambio. *Revista de economía*, XXIII (14), 193 – 206.
- Tagiuri, R. (1968). *The concept of organizational climate exploration of concept*. Boston: Harvard University.
- Urdaneta, O., Álvarez, C. & Urdaneta, M. (2009). Clima organizacional en institutos de investigaciones del sector salud: Caso universidad del zulía. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(47), 446–457.
- Vaca, V. (2012). *La comunicación interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa Visprin Cia. LTTDA. de la ciudad de Ambato*. (Tesis Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/2932>
- Valdés, C. (2010). *Clima Organizacional*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/clima-organizacional/>
- Varona, F. (1991). *Communication Satisfaction and Organizational Commitment: A study in three Guatemalan Organizations*. Kansas: University of Kansas.
- Varona, F. (1994). Las Auditorías de la comunicación organizacional desde una perspectiva académica estadounidense. *Dia.Logos de la Comunicación*, (39), 55 – 64.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994 – 2005). *Diversitas: perspectivas en psicología*, 2(2), 329-349.
- Vicuña, L. (2006). *Clima Organizacional de Litwin y stringer: Revisión Psicométrica por Luis Alberto Vicuña Peri*. (Investigación Inédita). Lima: Universidad Mayor de San Marcos.
- Westphalen, M., & Piñuel, J. (1993). *La dirección de la comunicación, prácticas profesionales*. *Diccionario Técnico*. España: Del Prado.
- Zenteno, A. (2011) *¿Cómo gestionar el clima laboral en la empresa? Management Business Service Consulting (MBS Consulting)*. Recuperado

dehttp://mbsperu.com/index.php?option=com_content&view=article&id=227%3Aicomogestionar-el-clima-laboral-en-la-empresa-&catid=59&Itemid=75

APÉNDICES

APÉNDICE A: DATOS DEMOGRAFICOS

Fecha: _____

Edad: _____

Sexo: F M

Estado Civil:

Soltero(a) Casado(a) Viudo(a) Divorciado(a) Separado (a)
 Conviviente

Lugar de Nacimiento: _____

Nivel de Estudios:

Primarios: Secundarios: Técnicos: Superiores:

Grado de Instrucción:

Estudios Inconclusos: Bachiller: Licenciado:

Profesión: _____

Empresa en la que trabaja: _____

Puesto que ocupa: _____

Cantidad de horas que trabaja: _____

Tiempo de permanencia en la empresa (años): _____

APÉNDICE B: MI EXPERIENCIA EN EL TRABAJO

CUESTIONARIO DE AUDITORIA DE LA COMUNICACIÓN

A continuación aparecen varios tipos de información que normalmente se relacionan con el trabajo de una persona. Por favor, indique del 1 (Muy Insatisfecho) al 7 (Muy satisfecho) cuál es su nivel de satisfacción en relación con la cantidad y/o calidad de cada tipo de información. Marque con un aspa o círculo el número que mejor represente su experiencia.

1	2	3	4	5	6	7
Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Poco Insatisfecho	Indiferente	Poco Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho.

1	Información sobre el progreso que estoy realizando en mi trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
2	Información sobre acontecimientos personales de la gente de la empresa.	1	2	3	4	5	6	7
3	Información sobre las políticas y objetivos de la empresa.	1	2	3	4	5	6	7
4	Información sobre cómo se compara mi trabajo con el de otros.	1	2	3	4	5	6	7
5	Información sobre cómo me perciben en esta empresa.	1	2	3	4	5	6	7
6	Reconocimiento a mis esfuerzos en el trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
7	Información sobre las políticas y objetivos de mi área.	1	2	3	4	5	6	7
8	Información sobre las exigencias de mi trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
9	Información sobre las acciones del estado que afectan a la empresa.	1	2	3	4	5	6	7
10	Información sobre los cambios que se vienen desarrollando en la empresa.	1	2	3	4	5	6	7
11	Información sobre cómo se están resolviendo los problemas relacionados con mi trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
12	Información sobre prestaciones y salarios.	1	2	3	4	5	6	7

13	Información sobre la situación financiera de la empresa.	1	2	3	4	5	6	7
14	Información sobre los logros y/o fracasos de la empresa.	1	2	3	4	5	6	7
15	El grado en que los superiores y/o jefes conocen y entienden los problemas que enfrentan sus trabajadores.	1	2	3	4	5	6	7
16	El grado en que la comunicación en la empresa motiva, estimula y entusiasma para lograr sus objetivos.	1	2	3	4	5	6	7
17	El grado en que mi supervisor me escucha y me pone atención.	1	2	3	4	5	6	7

1	2	3	4	5	6	7
Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Poco Insatisfecho	Indiferente	Poco Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho.

18	La habilidad que tienen los trabajadores de nuestra empresa para comunicarse.	1	2	3	4	5	6	7
19	El grado en que mi jefe/a me ayuda a resolver los problemas relacionados con el trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
20	El grado en que la comunicación en la empresa me ayuda a identificarme y a sentirme parte importante de ella.	1	2	3	4	5	6	7
21	El grado en que las publicaciones de la empresa son interesantes y útiles.	1	2	3	4	5	6	7
22	El grado en que mi jefe/a confía en mí.	1	2	3	4	5	6	7
23	El grado en que recibo a tiempo la información necesaria para hacer mi trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
24	El grado en el que los conflictos son tratados apropiadamente a través de los debidos canales de comunicación.	1	2	3	4	5	6	7
25	El grado en que la comunicación informal es eficiente. (a través de rumores).	1	2	3	4	5	6	7
26	El grado en que mi jefe/a está abierto a nuevas ideas.	1	2	3	4	5	6	7
27	El grado en que la comunicación con otros trabajadores es libre y precisa.	1	2	3	4	5	6	7
28	El grado en que las prácticas de comunicación se adaptan en caso de emergencia.	1	2	3	4	5	6	7
29	El grado en que mi grupo de trabajo es compatible.	1	2	3	4	5	6	7
30	El grado en que las sesiones de trabajo están bien organizadas	1	2	3	4	5	6	7
31	El grado en que la cantidad de supervisión que recibo es apropiada.	1	2	3	4	5	6	7

32	El grado en que las normas escritas y los informes son claros y concisos.	1	2	3	4	5	6	7
33	El grado en que las actitudes hacia la comunicación en la empresa son positivas.	1	2	3	4	5	6	7
34	El grado en que la comunicación informal es activa y precisa.	1	2	3	4	5	6	7
35	El grado en que la cantidad de información en la empresa es suficiente.	1	2	3	4	5	6	7
36	El grado en que los directivos (gerentes) se comunican abierta y honestamente con los miembros de la empresa.	1	2	3	4	5	6	7

1	2	3	4	5	6	7
Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Poco Insatisfecho	Indiferente	Poco Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho.

37	El grado en que los directivos (gerentes) se preocupan por los miembros de la empresa.	1	2	3	4	5	6	7
38	El grado en que la dirección (gerencia) escucha y recibe bien las sugerencias de los miembros de la empresa..	1	2	3	4	5	6	7
39	El grado en que la dirección (gerencia) se comunica periódicamente con sus trabajadores.	1	2	3	4	5	6	7
40	El grado en que la comunicación de la dirección (gerencia) con sus trabajadores es confiable.	1	2	3	4	5	6	7
41	El grado en que los trabajadores de diversas áreas se comunican para resolver problemas.	1	2	3	4	5	6	7
42	El grado en que la comunicación entre las áreas es apropiada.	1	2	3	4	5	6	7
43	El grado en que existe un sentido de trabajo en equipo entre las áreas de trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
44	El grado en que los gerentes/as se comunican entre sí.	1	2	3	4	5	6	7
45	El grado en que coinciden las prioridades de mi área con las de otras áreas.	1	2	3	4	5	6	7

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

APÉNDICE C: CUESTIONARIO DE PERCEPCIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

A continuación encontraras nueve escalas con enunciados polarizados en cada extremo, para que marques con una “x” sobre el número que expresa el grado en que están las cosas ahora en la institución desde su punto de vista.

El exceso o la carencia de normas dificultan el desarrollo del trabajo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Las normas son las suficientes impulsan a desarrollar el trabajo
La supervisión a mi trabajo me dificulta tomar decisiones propias	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	La supervisión ayuda a mejorar mi trabajo
En mi unidad se descuida reconocer el trabajo bien hecho	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Hay reconocimiento al buen trabajo
Mis superiores no me dan la confianza suficiente para desarrollar mi trabajo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Asumo los riesgos de mi trabajo a manera de retos para lograr los objetivos propuestos
El ambiente de mi unidad se caracteriza por la frialdad en la relación entre mis compañeros jefes y subordinados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Mis jefes compañeros y subordinados, mantenemos relaciones cordiales en un ambiente de camaradería
Mis jefes, como mis compañeros y mis subordinados, cada uno trabaja por su cuenta, evitando el apoyo mutuo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	El apoyo mutuo con mis jefes, compañeros y subordinados se genera un espíritu de ayuda
En mi unidad los superiores descuidan los criterios para evaluar el rendimiento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los criterios de evaluación del rendimiento son justos
Mis superiores y compañeros, evitan las opiniones discrepantes, nadie puede estar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	En mi unidad se aceptan las ideas discrepantes enfrentando y buscando la solución

en desacuerdo												
---------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

En mi unidad, no se siente la sensación de compartir los objetivos personales con los de la institución	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Se comparten los objetivos personales con los de la institución
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---

APÉNDICE D: Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de este consentimiento informado es proveer a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como del rol que ellos tendrán como participantes.

La presente investigación es conducida por Cecilia Valle Cruzado alumna de la Carrera de Psicología de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El objetivo de este estudio es estudiar la relación en la Comunicación Interna y el Clima Organizacional en una empresa de Lima Metropolitana.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder dos cuestionarios que tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo por cada uno de ellos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas en los cuestionarios serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación o sobre las preguntas que se le hagan, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Cecilia Valle Cruzado alumna de la Carrera de Psicología de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. He sido informado (a) de que el objetivo de este estudio es encontrar la relación en la Comunicación Interna y el Clima Organizacional en una empresa.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios, lo cual tomará aproximadamente 30 minutos de mi tiempo para cada uno.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto me cause ningún acarree perjuicio alguno. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Cecilia Valle Cruzado al correo u510320@upc.edu.pe.

Entiendo que una copia de este consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Cecilia Valle Cruzado al correo mencionado anteriormente.

Nombre y Firma

Participante

Nombre y Firma

Evaluador

Fecha