

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**“Plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la
Compañía de Bomberos Salvadora Chimbote N°33, 2023”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

Autora:

Bach. Gómez Calle, Marjorie Lisseth

CODIGO Orcid: 0000-0002-6782-0199

Asesora:

Mg. Calderón Reyes, Esmila

CODIGO Orcid: 0000-0002-7747-3952

Nuevo Chimbote - Perú

2025

HOJA DE CONFORMIDAD DELASESOR



La presente tesis titulada “**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LA COMPAÑÍA DE BOMBEROS SALVADORA CHIMBOTE N°33, 2023**”, ha sido elaborada según el Reglamento de Grados y Títulos, aprobado por mediante la Resolución N°448-2024-UNS-CFEH del 30 setiembre de 2024, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Comunicación Social, mediante la modalidad de sustentación y aprobación de tesis, por tal motivo, firmo el presente trabajo en calidad de asesora designada mediante Resolución Decanatural N°366-2023-UNS-CFEH de fecha 5 de setiembre de 2023.

ASESORA

MAG. ESMILA CALDERON REYES

DNI: 32929393

Código ORCID: 0000-0002-7747-3952

CONFORMIDAD DEL JURADO EVALUADOR

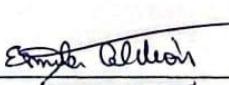


UNS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL SANTA

Los suscritos docentes miembros del jurado evaluador de la presente tesis titulada **“Plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la Compañía de Bomberos Salvadora Chimbote Nº33, 2023”**, perteneciente a la bachiller Marjorie Lisseth Gómez Calle, identificada con DNI 70554711 y código ORCID:0000-0002-6782-0199, como requisito para obtener el título profesional de Licenciada en Comunicación Social, manifiestan la conformidad de la tesis, declarándola **APROBADA** por unanimidad.



MAG. JAMES STUARD SOLIS GODOY
PRESIDENTE
DNI: 33263858
Código ORCID: 0000-0001-8220-5269



MAG. ESMILA CALDERON REYES
INTEGRANTE
DNI: 32929393
Código ORCID: 0000-0002-7747-3952



MAG. MANUEL BALTAZAR SARANGO IBÁÑEZ
INTEGRANTE
DNI: 40962630
Código ORCID: 0000-0001-8245-9736



FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ACTA DE EVALUACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

En el Campus Universitario de la Universidad Nacional del Santa, siendo las 12 m. del día viernes 12 de diciembre de 2025, en el auditorio de la EPCS, en atención a la Resolución N° 563-2025-UNS-CFEH de Declaración de Expedita de fecha 20.11.2025; se llevó a cabo la instalación del jurado Evaluador, designado mediante Resolución Decanatural N° 620 - 2024 -UNS- DFEH de fecha 27.12.2024, integrado por el Mag. JAMES STUARD SOLIS GODOY (Presidente), Mag. ESMILA CALDERÓN REYES (Integrante-Asesora), Mag. MANUEL BALTAZAR SARANGO IBAÑEZ (Integrante) para dar inicio a la sustentación del Informe Final de Tesis, cuyo título es "PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LA COMPAÑÍA DE BOMBEROS SALVADORA CHIMBOTE N°33,2023", perteneciente a la bachiller: MARJORIE LISSTEH GOMEZ CALLE con código de matrícula N° 0201534028, tiene como ASSESORA a la MAG. ESMILA CALDERÓN REYES, según T/R. Decanal N°366-2023-UNS-DFEH de fecha 05.09.2023.

Terminada la sustentación, la tesista respondió a las preguntas formuladas por los miembros del Jurado Evaluador y el público presente.

El Jurado después de deliberar sobre aspectos relacionados con el trabajo, contenido y sustentación del mismo y con las sugerencias pertinentes y en concordancia con el artículo 71º y 111º del Reglamento General de Grados y Títulos, vigente de la Universidad Nacional del Santa; considera la siguiente nota final de Evaluación:

BACHILLER	CALIFICACIÓN	CONDICIÓN
MARJORIE LISSTEH GOMEZ CALLE	Diecisiete	Aprobado

Siendo la 1:00 p.m. se dio por terminado el Acto de Sustentación y en señal de conformidad, firma el Jurado la presente Acta.

Nuevo Chimbote, 12 de diciembre de 2025

MAG. JAMES STUARD SOLIS GODY
PRESIDENTE

MAG. MANUEL BALTAZAR SARANGO IBAÑEZ
INTEGRANTE

MAG. ESMILA CALDERON REYES
INTEGRANTE



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: ESMILA CALDERON
Título del ejercicio: INFORME
Título de la entrega: INFORME 2024
Nombre del archivo: TESIS_COMPLETA_MARJORIE_GOMEZ_CALLE_FINAL.docx
Tamaño del archivo: 2.37M
Total páginas: 107
Total de palabras: 24,122
Total de caracteres: 128,162
Fecha de entrega: 04-nov-2025 08:16p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2803772115

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

 **UNS**
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
CHIMBOTE - PERÚ

"Plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la
Compañía de Bomberos Salvador Chimbote N°33, 2023"

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

Autor
Bach. Gómez Calle, Marjorie Lisseth – Orcid. /0000-0002-6782-0199

Asesor
Mg. Calderón Reyes, Esmeralda – Orcid. /0000-0002-7747-3952

Nuevo Chimbote - Perú
2024

Derechos de autor 2025 Turnitin. Todos los derechos reservados.

INFORME 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
2	repositorio.uns.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	docplayer.es Fuente de Internet	2%
5	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
7	dspace.uazuay.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
9	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
10	docs.google.com Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1 %
13	revistas.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %

Dedicatoria

A mi madre Mercedes Calle Carrasco

Quién sido el motivo para salir adelante y nunca rendirme, por motivarme a ser cada vez mejor sin dejar lado los valores y principios que ella marcó en mí.

A mi hermano mayor Carlos Enrique Gómez Calle, por apoyarme desde que tengo uso de razón, por motivarme a no desistir por mis sueños y por ser un padre ejemplar.

A mis hermanos Miguel Gómez Calle y Roxana Gómez Calle, por estar siempre conmigo en las buenas y en las malas. Gracias por ser mi motivación para salir adelante.

Marjorie

Agradecimiento

Mi más sincero agradecimiento a todos mis docentes, quienes estuvieron conmigo a largo de mi carrera de los cuales aprendí mucho, pero en especial quiero manifestarle mi agradecimiento a la Mg. Esmila Calderón Reyes por dedicarme su tiempo, su paciencia en esta presente investigación.

A mi compañía de bomberos Salvador Chimbote N°33 por abrirme las puertas de su casa, por compartirme información que ayudará en la presente investigación.

Marjorie

Índice

Caratula	i
Dedicatoria	vii
Agradecimiento	viii
Índice	ix
Lista de Tablas	x
Lista de Figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1 Planteamiento del problema	14
1.2 Realidad Específica	17
1.3 Justificación e importancia de la investigación	19
1.4 Antecedentes de la investigación	21
1.5 Objetivos de la investigación	24
II. MARCO TEÓRICO	26
III. METODOLOGÍA	45
3.1 Tipo y diseño de la investigación	45
3.2 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	47
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	47
3.4 Procedimientos	40
3.5 Aspectos éticos	48
IV. RESULTADOS	53
V. DISCUSIÓN	83
VI. CONCLUSIONES	90
VII. RECOMENDACIONES	92
Bibliografías	93
Anexos	99

Lista de tablas

Tabla 1: Distribución de la población de la compañía de bomberos	47
Tabla 2: Los bomberos son recompensados según su desempeño en el trabajo	53
Tabla 3: La compañía busca la manera de recompensarme	54
Tabla 4: En esta compañía me capacitan mediante cursos	55
Tabla 5: Soy reconocido cuando realizo un buen trabajo.	56
Tabla 6: Los bomberos de esta compañía conviven en un ambiente amistoso	57
Tabla 7: Esta compañía se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable	58
Tabla 8: Existe una buena relación entre jefes de compañía y personal voluntario	59
Tabla 9: En esta compañía se realizan reuniones de integración	60
Tabla 10: En esta compañía todos los bomberos aportan sus opiniones, proyectos	61
Tabla 11: En una emergencia se delegan las actividades para terminar con éxito	62
Tabla 12: Me siento orgulloso de servir al prójimo sin obtener nada a cambio	63
Tabla 13: Cuando acudo a una emergencia la realizo con la mejor predisposición	64
Tabla 14: Los jefes en esta compañía están dispuestos a escuchar nuestras ideas	65
Tabla 15: Siempre puedo decir lo que pienso, aunque no esté de acuerdo con mis jefes	66
Tabla 16: En esta compañía, la comunicación es la base para enfrentar un conflicto	67
Tabla 17: Cuando surge un problema, se trata de buscar alternativas de solución	68
Tabla 18: Me organizo para cumplir con las horas de permanencia en mi compañía	69
Tabla 19: Trato de estar en todas las reuniones que convocan para participar	70
Tabla 20: Me siento orgulloso de pertenecer a esta compañía	71
Tabla 21: Me siento identificado con el propósito del CGBVP	72

Lista de figuras

Figura 1: Organigrama del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú	39
Figura 2: Diagrama de estudio descriptivo propositivo	46

Resumen

En la presente investigación se realizó un estudio sobre “Plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la Compañía de Bomberos Salvadora Chimbote N°33, 2023”. Los objetivos que se plantearon para esta investigación fue el de proponer un plan de comunicación para fortalecer el clima laboral en sus dimensiones: Recompensa, relaciones, cooperación, conflicto e identidad de los bomberos de la Compañía de Bomberos Salvadora Chimbote N°33. El estudio tuvo un diseño no experimental de tipo descriptiva propositiva con enfoque cuantitativo. La técnica de recolección de datos que se utilizó fue de diseño politómico considerando la escala de Likert que se aplicó a 40 bomberos voluntarios.

El instrumento fue validado y adaptado de Hernández et.al (2024) con 20 ítems distribuidas en 5 dimensiones: dimensión recompensa (del 1 al 4); dimensión relaciones (del 5 al 8) y la dimensión cooperación del (9 al 12), dimensión conflicto del (13 al 16) y dimensión identidad del (17 al 20), cuya escala de valoración fue adaptada al modelo de Hernández et al, (2024) con las valoraciones de la siguiente manera: Nunca, a veces y siempre.

Se aplicó el instrumento al total de la población, 40 bomberos seleccionados mediante un muestreo no probabilístico de forma intencional o de conveniencia. Los resultados se procesaron en Excel y SPSS para obtener los gráficos y las tablas, lo que permitió conocer que 73 % de los bomberos perciben que el clima laboral en la institución se encuentra en un nivel medio, ello en sus cinco dimensiones: Recompensa, relaciones, cooperación, conflicto e identidad

Palabras Claves:

Plan de comunicación, clima laboral, bomberos, recompensa, relaciones, cooperación, conflicto, identidad.

Abstract

In the present research, a study was carried out on "Internal communication plan to strengthen the work environment in the Salvador Chimbote Fire Company No. 33, 2023". The objectives that were raised for this research were to propose a communication plan to strengthen the work environment in its dimensions: Reward, relationships, cooperation, conflict and identity of the firefighters of the Salvador Chimbote Fire Company No. 33. The study had a non-experimental design of a descriptive-propositional type with a quantitative approach. The data collection technique used was a polytomous design considering the Likert scale that was applied to 40 volunteer firefighters.

The instrument was validated and adapted from Hernández et.al (2024) with 20 items distributed in 5 dimensions: reward dimension (from 1 to 4); relationships dimension (from 5 to 8) and cooperation dimension (9 to 12), conflict dimension (13 to 16) and identity dimension (17 to 20), whose rating scale was adapted to the model of Hernández et al, (2024) with the ratings as follows: Never, sometimes and always.

The instrument was applied to the total population, 40 firefighters selected through non-probabilistic sampling in an intentional or convenience manner. The results were processed in Excel and SPSS to obtain graphs and tables, which revealed that 73% of firefighters rate the level of the work environment as “medium”, in its five dimensions: Reward, relationships, cooperation, conflict and identity.

Key Words:

Communication plan, work environment, firefighters, reward, relationships, cooperation, conflict, identity.

I. Introducción

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, el clima laboral constituye un factor determinante en la comunicación interna, pues establece el grado de apertura, confianza y eficacia con que se comparte la información dentro de la organización. Cuando se trata del clima laboral este concepto dentro de las organizaciones manifiesta la visión colectiva de los empleados sobre las condiciones físicas, emocionales y sociales en las que realizan sus labores. Según lo mencionado por Méndez (2021), el clima organizacional se define como “el conjunto de impresiones compartidas por los miembros sobre el entorno laboral, que afecta de manera directa su conducta, motivación y rendimiento”. Estas impresiones se forman a partir de factores como la comunicación interna, el tipo de liderazgo, las posibilidades de crecimiento, el reconocimiento y las interacciones entre colegas. Un ambiente laboral positivo promueve el compromiso, la satisfacción y la efectividad del grupo humano, mientras que un entorno deteriorado puede llevar a falta de motivación, disputas, alta rotación de personal y bajo desempeño (Castro et al. 2020).

El clima laboral no solo se refleja en los entornos físicos de la empresa, sino que también se evidencia en las interacciones diarias, las estrategias de gestión y la manera en que se establecen las jerarquías y relaciones colaborativas. En este contexto, todos los integrantes de la organización desde los líderes hasta los empleados o voluntarios juegan un papel activo en la creación del clima organizacional (Sánchez et al. 2022). Un caso de manejo eficaz del clima laboral es el de Google, reconocida mundialmente por sus políticas de bienestar, comunicación transparente, liderazgo democrático y áreas de trabajo en grupo, lo que le ha permitido lograr elevados niveles de satisfacción, productividad y retención del talento humano (Bock, 2015). En entidades de servicios críticos como los cuerpos de bomberos, donde la colaboración, la coordinación y la confianza son fundamentales, la mejora del clima laboral es crucial para cumplir las metas institucionales y garantizar la seguridad del equipo.

El ambiente laboral influye directamente con comunicación interna, ya que establece el grado de apertura, confianza y eficacia con la que se comparte la información dentro de una empresa. Cuando el clima laboral es adverso, marcado por tensiones, falta de

motivación o relaciones laborales problemáticas, la comunicación tiende a fragmentarse y ser poco clara, lo cual fomenta la aparición de rumores, malentendidos y falta de información. Por otro lado, un ambiente laboral positivo promueve una comunicación abierta, horizontal y participativa, donde los empleados se sienten seguros al compartir ideas, recibir comentarios y colaborar con otros grupos (Méndez, 2021). Los factores más comunes que generan un ambiente laboral negativo comprenden estilos de liderazgo autoritarios, falta de reconocimiento, condiciones de trabajo inadecuadas, escasa empatía entre colegas y falta de oportunidades de crecimiento (Castro & Morales, 2020). De esta manera, mejorar el clima organizacional no solo beneficia el bienestar emocional del personal, sino que favorece a la empresa con una cultura institucional más unida y efectiva (Sánchez et al. 2022).

Por lo tanto, es esencial manejar el clima laboral de manera efectiva para garantizar una comunicación interna estratégica que respalte los objetivos de la organización.

Por otro lado, la comunicación interna es esencial para una adecuada gestión organizacional, sin embargo, la existencia de empresas sin las herramientas comunicativas conlleva consecuencias tales como no lograr los objetivos empresariales, un mal clima laboral, no cumplir con el propósito de la empresa y bajos niveles de productividad (Caballero, 2019).

A nivel internacional, especialmente en los países de Europa continental, la comunicación interna es un elemento esencial que incide claramente en la calidad del desempeño y desarrollo conjunto de la organización, y se sigue manteniendo en un nivel eficaz gracias a las herramientas de comunicación y al compromiso de los empleados (Jakubiec, 2019), de igual manera en España Guerrero et al. (2022) indica que comunicación interna es una herramienta fundamental en el desarrollo de una organización porque para lograr su efectividad, debe estar presente no sólo en los diversos procesos organizacionales, sino también en el plan, que incluye los objetivos de la empresa y los medios correspondientes para alcanzarlos. Este carácter transversal de la comunicación interna constituye la base de la cultura organizacional. Cuando se entiende que existe una relación muy estrecha e interdependiente entre comunicación

interna y cultura, llegarás a la conclusión de que ambas sirven a la organización y a sus profesionales y por tanto no pueden separarse una de otra.

En las investigaciones a nivel internacional las compañías de bomberos se han institucionalizado que deben prestar servicios a la población por el hecho de salvar muchas vidas y bienes materiales, lamentablemente la comunicación en muchas de las compañías no es la correcta debido a que existen problemas comunicacionales tales como, los bomberos no tienen un objetivo en común y trabajan individualmente, todos al tener una cultura diferente poseen distintas costumbres, hábitos y valores que muchas veces dificultan la comunicación efectiva (Del Rocío, et al.2018). En el cuerpo de bomberos municipales de la ciudad de Guatemala su propósito es el de salvar vidas, salvaguardar bienes de todos los ciudadanos que habitan en su localidad. Por ello su objetivo es que la comunicación interna fluya sin barreras y sin ruidos que obstaculicen la efectividad de las acciones.

A nivel nacional el Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Perú usan nuevas herramientas comunicativas que ayudan a la identidad corporativa de su institución. En la página oficial del Cuerpo General de Bombero Voluntarios del Perú (CGBVP) ya se puede encontrar sectorizado cada área de trabajo, además de colocar acontecimientos importantes que suceden en el país, recalando el trabajo que realizan los voluntarios. Esta página también ha servido para estar más conectados con cada bombero porque permite visualizar en primer lugar la historia, la organización, las normas legales, noticias, elecciones y el portal de transparencia.

Es por ello que Saldaña et al. (2023) enfatiza en la necesidad de implementar estrategias que se centren en la comunicación interna, con el objetivo principal de crear un impacto positivo en las organizaciones peruanas, además de eliminar los bajos niveles de satisfacción y compromiso del personal. El ambiente organizacional es un reflejo de la cultura en la empresa y la forma en que los empleados perciben el desempeño, la productividad y la satisfacción laboral.

Por lo que es necesario dar a conocer el propósito con el que se trabaja porque se fortalece la comunicación de metas y permite a la empresa afrontar nuevos desafíos,

además la comunicación interna debe ayudar a los líderes a movilizar a sus equipos y comprometerse con los cambios que sean necesarios, la comunicación interna involucra a todos, jefes y colaboradores. En varios momentos surgen cuestiones de comunicación importantes, como cambios en las condiciones laborales o protocolos de seguridad, y requieren mucha empatía y apoyo emocional (Xifra,2020).

En la misma línea Quiñones et al. (2021) explica que, en el Perú, la comunicación interna se ha convertido en un punto de inflexión para diversas organizaciones en el país, ya que las instituciones públicas muestran cierta carencia de comunicación interna, y por lo tanto su implementación simboliza un problema de difícil solución.

La investigación sobre clima laboral debe ser algo que las organizaciones y sus líderes siempre tengan en cuenta, ya que ayuda a detectar e implementar nuevas formas de trabajo que generen un ambiente positivo, que favorezca la estabilidad interna, el compromiso, la dedicación y la lealtad de los empleados. En este contexto, la comunicación dentro de la empresa es muy importante, ya que ayuda a mejorar las relaciones entre los trabajadores, a construir confianza y a unir a los equipos. Según Robbins (2009), un buen clima laboral es clave, porque ayuda a que los empleados se sientan más identificados con la organización y sus metas, además de aumentar su motivación y sensación de pertenencia.

1.2. Realidad específica

Una situación importante identificada en la Compañía de Bomberos Salvador Chimbote N.^o 33 es la comunicación interna, la cual influye directamente en la coordinación, el clima laboral y la integración del personal de la Compañía de Bomberos Salvador Chimbote N.^o 33. En este sentido, la jefa de compañía, Lorena Rodríguez Solís manifestó que tuvo que realizar diversas actividades para poder integrar a toda la compañía de bomberos Salvador Chimbote ya que no gestionaba una buena comunicación entre jefes y personal voluntario a pesar de contar con un reglamento de organización y funciones, existen grupos que tienen sus propias formas de trabajo, de vestimenta y en este reglamento marca un punto específico de la

comunicación social como eje fundamental ya que la labor que realizan tanto hombres y mujeres en servicio de la comunidad es gratuita, obedeciendo sólo a su vocación de servicio, no percibiendo a cambio ningún beneficio ni remuneración. Este testimonio revela la necesidad de fortalecer los canales de comunicación interna, establecer protocolos comunes y generar un sentido de cohesión institucional que permita superar las divisiones internas.

Desde mediados del 2018 se aperturó el área de relaciones públicas lo que permite avanzar en temas de comunicación. Cabe mencionar que el trabajo que hacen en las áreas del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios a nivel nacional no es remunerado lo cual impide el perenne trabajo que debe realizarse por el hecho que cada uno tiene un oficio que desempeñan a diario y no puedan dedicarse en tiempo completo al servicio.

Siguiendo en la misma línea una investigación desarrollada en Cuba por Bermejo et al. (2022) resalta la importancia de realizar acciones específicas que propicien vínculo entre los directivos y el resto de los trabajadores correspondientes a las estrategias propuestas en los distintos niveles del comportamiento humano en la organización, más que una necesidad urgente, hoy es una exigencia que permite a los directivos tener futuro una visión de cómo orientar su propuesta y aplicación, y como un diagnóstico versátil de la realidad del entorno que permite nivelar las necesidades de las organizaciones respecto del futuro deseado.

Cuando la comunicación dentro de una organización no funciona bien, el clima laboral tiende a empeorar. En una compañía de bomberos, donde se necesita actuar bajo presión y con mucha coordinación, una comunicación pobre puede causar confusiones, que las tareas se hagan dos veces, retrasos en las operaciones y conflictos entre los equipos, lo que crea un clima laboral negativo. La falta de canales claros, la no recibir retroalimentación a tiempo y un liderazgo que no comunica bien generan desinformación, inseguridad y falta de confianza, lo cual impacta directamente en la motivación y el sentido de pertenencia de los voluntarios. (Sánchez et al.2022)

Por lo que si no hay un buen clima laboral en las empresas ocasionan que los trabajadores no se identifiquen y comprometan con la institución además muchos de ellos retrasan su productividad (Lucas,2019).

La mala gestión de la comunicación interna está afectando y poniendo en una crisis comunicativa no solo en la compañía de bomberos de nuestra ciudad sino a nivel nacional.

Por esa razón, este estudio busca analizar cómo la comunicación dentro de la empresa influye en el ambiente de trabajo de la Compañía de Bomberos Salvadoras de Chimbote N.º 33. Un ambiente laboral no adecuado puede afectar la motivación de los bomberos voluntarios, su dedicación a la institución y la calidad del servicio que ofrecen a la comunidad. Para resolver esto, se propone crear un plan de comunicación interna que ayude a mejorar las relaciones entre las personas, fomentar un entorno de trabajo positivo y fortalecer el sentimiento de pertenencia de todos los miembros de la compañía.

Formulación del problema:

¿Cómo debe ser un plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la compañía de bomberos Salvadoras Chimbote N°33?

1.3. Justificación e importancia de la investigación

La presente investigación se justifica en los siguientes aspectos, que buscan resaltar su relevancia teórica, práctica y social dentro del ámbito institucional.

Conveniencia

El estudio no solo es ventajoso para la compañía de bomberos Salvadoras Chimbote N°33, sino que también proporciona datos significativos que pueden beneficiar a diversas instituciones. Esta información permitirá evaluar la situación comunicacional de la compañía y, en consecuencia, ofrecer mejoras en los procesos y la coordinación con otras entidades, esta investigación está basada bajo

5 dimensiones: recompensa, relaciones, cooperación, conflicto e identidad. Sirve como referencia para el estudio de la comunicación interna con el fin de generar información que permita identificar oportunidades de mejora que puedan orientar futuras estrategias en respuesta a las necesidades de un mercado cada vez más competitivo.

Relevancia Social

Para toda la sociedad porque la compañía de bomberos es una entidad que preocupa a la población y por ende resulta trascendental este estudio de

Valor Teórico

Siempre es importante que en toda institución se cuente con un plan de comunicación que ayude a mejorar la cultura de la organización. En el caso de la compañía de bomberos aún no tiene un estudio de comunicación por lo que existe un vacío intelectual que se tiene que cubrir. Por tanto, este material permanecerá disponible para futuros investigadores. En el mejor de los casos se pueda seguir los pasos descritos y realizar investigaciones relacionadas.

Implicancias prácticas

A partir de los resultados que se obtenga de esta investigación se logrará enriquecer el trabajo de futuras generaciones que requieran de estos estudios. Esos datos proporcionan información que guían los esfuerzos de los bomberos y brindan a los jefes de compañía decisiones a corto y largo plazo para realizar cambios que guíen los objetivos de la organización.

Utilidad metodológica

El conocimiento plasmado servirá para guía a las futuras generaciones en donde enriquecerá el cuerpo del conocimiento existente del área investigada. Este estudio cuenta con un instrumento desarrollado y validado. Se basa en métodos científicos, su validez se confirma mediante verificación de relevancia con expertos locales.

1.4. Antecedentes de la investigación

Nivel internacional

En Ecuador, Fabara et al. (2020) en su artículo original tuvo como objetivo identificar la relación entre el clima laboral y la satisfacción laboral en una compañía de bomberos siendo su metodología aplicada - descriptiva y correlacional de tipo transversal. Su muestra estuvo representada por 163 bomberos de Ambato. Obtuvo como resultado que el clima laboral incide en la satisfacción laboral de los bomberos y que afecta su productividad, además que la comunicación interna y toma de decisiones son factores fundamentales que afectan al clima laboral, en tal sentido el resultado obtenido por este estudio muestra que cualquier variación positiva o negativa están estrechamente relacionadas con la comunicación, clima laboral y motivación.

En Venezuela, Camas et al. (2021) en su artículo científico muestra un análisis del Clima Organizacional del cuerpo de bomberos del Cantón Cañar, teniendo como enfoque de estudio cuantitativo con nivel descriptivo. Su muestra estuvo compuesta por 26 bomberos que conforman la parte administrativa. Los resultados muestran que los entrevistados no están satisfechos con el crecimiento laboral y supervisión, existe debilidades de comunicación, condiciones y ambiente de trabajo que no es favorable, por lo que los líderes de la organización deben pensar en la implementación medidas innovadoras y creación de un buen ambiente laboral, con el objetivo de crear un vínculo de compromiso entre trabajadores y empresa.

En Argentina, Menna (2020) en sus tesis “Taller psicoeducativo en habilidades sociales para mejorar el clima laboral en el cuartel de bomberos voluntarios de Río Cuarto”, fundamentó que las habilidades sociales son conductas que promueven la conexión interpersonal, necesarias para establecer y mantener una comunicación efectiva, y ayudan a promover un ambiente de trabajo positivo entre los miembros de la organización. El objetivo es proporcionar a los colaboradores las herramientas para mejorar la comunicación entre pares, promoviendo así experiencias positivas y evitando posibles conflictos o deserciones. El presente trabajo es descriptivo con un enfoque cualitativo y un diseño no experimental y transversal. El taller incluye siete

encuentros en los que trabajamos: asertividad, autoconocimiento, resolución de conflictos, toma de decisiones, empatía y comunicación positiva.

Nivel Nacional

En Trujillo, Álvarez (2019) en su estudio titulado “Modelo de gestión comunicativa basado en teoría DEMING para mejorar la comunicación interna en la Compañía de Bomberos Laredo 2017” el objetivo principal de este estudio es demostrar que un modelo de gestión de la comunicación basado en la teoría de Deming mejorará significativamente la comunicación interna dentro de la compañía. Se contó con una muestra de 21 integrantes del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Condado de Laredo B-188, implementando un diseño de investigación pre experimental. El ciclo de Deming, también conocido como círculo o ciclo PDCA o PHVA, es un modelo operativo de mejora continua que permite a las organizaciones mejorar la competitividad, servicios con calidad cada vez mayor, especialmente en los sistemas de gestión. Se utilizan métodos científicos, hipótesis: deducción, inducción, análisis, síntesis, estadística, observación; y técnico; guía de observación, con fines de diagnóstico y laboratorio para recolectar información relevante para nuestra investigación. Uno de los hallazgos más importantes fue que la comunicación interna dentro de la organización mejoró significativamente en un 40% después de implementar el modelo de gestión de comunicación en la compañía, lo que ayudó a continuar con este proyecto para realizar mejoras. La falta de comunicación interna afecta el desempeño de los empleados en su estado de ánimo y ambiente de trabajo, generando que la misión de la unidad no se cumpla a cabalidad.

En Lima, Miño (2019) en su investigación titulada “Plan de comunicación interna y las políticas de comunicación de las compañías de bomberos de Lima” su objetivo es establecer el impacto de un plan de gestión de comunicaciones internas dentro de la de la compañía de bomberos. La investigación es de diseño aplicado y cuasi experimental. La muestra incluyó a 151 bomberos, Como herramienta de recopilación de datos, se utilizan cuestionarios para medir nivel de comprensión del contenido del plan de comunicación, diseñado para investigación. Como resultado se obtuvo que la

implementación de un plan de comunicación interna tiene un impacto significativo en la participación de la política de comunicación de las compañías de bomberos.

Nivel local

En Chimbote, Damián ét al. (2021) en su artículo original La comunicación interna dentro de la organización asegura que los trabajadores realicen sus actividades de manera efectiva; en el contexto de la salud, significa priorizar la salud y la calidad de vida del paciente. Su objetivo determinar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los profesionales de la salud peruanos durante la pandemia de COVID-19. Estudio descriptivo correlacional, realizado con la participación de 100 especialistas del servicio de maternidad y pediatría de un hospital público de Chimbote, Perú. Se aplicaron dos herramientas de recolección de datos a través del cuestionario en línea de Google, correspondientes a las variables comunicación interna y desempeño laboral. Como resultado se obtuvo que el desempeño laboral de los expertos en el campo Materno Infantil es alto (51%), y la comunicación interna es media (57%). En el análisis transversal se encontró una relación directa y significativa entre calificaciones y desempeño laboral, así como entre responsabilidad y comunicación interna.

En la misma línea, Lázaro ét al. (2019) en su investigación titulada “La cultura organizacional de los trabajadores del Instituto Superior Tecnológico Privado BITEC, Chimbote, 2022”. El objetivo de esta investigación es determinar la cultura organizacional según sus dimensiones: Símbolos, herramientas y estabilidad para trabajadores de ISTP Bitec. El estudio tiene un diseño descriptivo simple o básico con enfoque cuantitativo. La técnica de recolección de datos utilizada fue una escala de calificación y, como herramienta, se aplicaron afirmaciones en escala Likert a 32 trabajadores, entre ellos: profesores y administradores. Los resultados mostraron que el 81% de los empleados calificó el nivel de cultura organizacional como “bajo”, según tres aspectos: Simbólico, instrumental y estable.

Además, Azaña ét al. (2019) en su estudio titulada “Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la Empresa Seda Chimbote S.A., 2019”. El objetivo fue determinar la relación entre el clima Satisfacción con la organización y experiencia de

los empleados de la empresa. Este estudio tiene el enfoque cuantitativo y utilizó el diseño descriptivo-correlacional. Se obtuvo una muestra de 90 trabajadores, Los datos se procesan mediante métodos estadísticos de descripción e inferencial. Los resultados de la investigación muestran que existe una relación significativa entre clima organizacional y satisfacción laboral, situación descubierta gracias a sobre el uso de la prueba de Spearman Rho. En consecuencia, el ambiente organizacional y la satisfacción laboral son variables que influyen en la productividad de una empresa.

Finalmente, Felipe (2019) en su tesis titulada “Propuesta de un Plan Estratégico de Comunicación Interna para mejorar la gestión de la Cultura Corporativa de la empresa Melacentro Blas’s” teniendo como objetivo demostrar que se requiere de un plan estratégico de comunicación interna para mejorar la cultura corporativa en los colaboradores de la empresa, siendo su población 30 trabajadores. El diseño de investigación fue no experimental de tipo descriptiva propositiva. Para la recolección de datos utilizó el cuestionario, entrevista a profundidad y focus group. Los resultados que se obtuvieron indican que el 47% de los empleados no tiene un buen ambiente de trabajo y el 80% de los empleados no participa en eventos de la empresa.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Proponer un plan de comunicación para fortalecer el clima laboral en la Compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión recompensa en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33.
- Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión relaciones en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33.
- Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión cooperación en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33.
- Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión conflicto en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33.

- Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión identidad en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33.
- Elaborar un plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la compañía de bomberos salvadora Chimbote N°33.

1.6. Hipótesis

Por la naturaleza de esta investigación, la presente no formula hipótesis.

II. Marco teórico

Clima Laboral

El clima organizacional es la forma en que los colaboradores ven diferentes aspectos de la empresa, basándose en las condiciones que el empleador les da para trabajar, con el fin de lograr un nivel de productividad satisfactorio (López et al.2021).

El clima organizacional se refiere a las características que definen una organización y que son notadas y sentidas por quienes trabajan allí. Estas sensaciones están conectadas con las relaciones entre los grupos y las personas, así como con los procesos internos de la empresa. Esto afecta directamente cómo se comportan y realizan su trabajo los colaboradores. Por eso, entender el clima laboral es importante para crear estrategias que mejoren la forma en que interactúan las personas dentro de la organización y aumenten su eficiencia (Rodríguez et al. 2021).

El clima organizacional se refiere al espacio laboral existente entre los miembros de una organización. Está estrechamente relacionado con el nivel de motivación de los empleados e indica específicamente las características motivacionales del entorno organizacional (Bermejo et al.,2022).

El clima laboral es cómo los empleados ven su entorno de trabajo: incluye las condiciones en las que trabajan, la estabilidad, los procesos y las prácticas que se siguen. Esto afecta su manera de actuar y su bienestar. Es un concepto complejo que agrupa varias características cualitativas provenientes de las relaciones entre las personas, las normas de la empresa y las experiencias de los trabajadores, lo que ayuda a distinguir una organización de otra (Bravo et al. 2023).

El clima laboral se refiere a las condiciones sociales y psicológicas que existen dentro de una empresa, y que influyen directamente en el trabajo y el bienestar de sus empleados. Es la forma en que todos los trabajadores ven el ambiente de trabajo, cómo se relacionan entre sí y las reglas que siguen la organización (Asana,2024).

Es por ello que investigar el clima laboral es una de las herramientas estratégicas que contribuye a la mejora continua. A través de su análisis es posible identificar factores importantes que permiten mejorar la calidad de vida laboral y, por tanto, la calidad de

los productos y servicios. Esto afecta la motivación y el desempeño de los trabajadores, lo que tiene un impacto significativo en la productividad, la satisfacción, el compromiso y la calidad del trabajo.

Teorías del clima laboral

Teoría de los Factores Motivacionales e Higiénicos

La teoría que fundamentará el presente plan de comunicación interna para la mejora del clima laboral es la Teoría de los Factores Motivacionales e Higiénicos propuesta por Frederick Herzberg (1959). Por lo que se fundamenta en dos tipos de factores: los higiénicos y los motivacionales.

Los factores higiénicos, también llamados extrínsecos, son las condiciones que rodean el entorno de trabajo, como las políticas de la organización, la supervisión, el sueldo, las relaciones entre las personas y el ambiente físico. Aunque estos elementos no son motivadores por sí mismos, si no están bien hechos o si les falta atención, pueden afectar mucho el clima laboral.

Por otro lado, los factores motivacionales o intrínsecos están relacionados con el trabajo mismo y el progreso personal de cada colaborador. Estos incluyen el reconocimiento de su esfuerzo, la responsabilidad que tienen en sus tareas, alcanzar metas, crecer profesionalmente y tener oportunidades de ascenso dentro de la empresa. Usar estrategias de comunicación que ayuden a destacar el reconocimiento, fomentar la participación y fortalecer el sentimiento de pertenencia puede influir directamente mejorando el ambiente laboral desde un punto de vista motivador (Herzberg, 1959).

De manera complementaria, se consideran otras teorías que permiten reforzar el sustento conceptual de este plan. Una de ellas es la teoría de los sistemas abiertos, creada por (Katz y Kahn 1978), explica que las organizaciones actúan como sistemas que están siempre en contacto con su entorno. Según esta visión, el clima laboral refleja los procesos internos de comunicación, retroalimentación y adaptación que ocurren entre los diferentes subsistemas de la organización.

Esta perspectiva aún se mantiene vigente en las investigaciones, como la realizada por (Sánchez et.al 2022), quienes indican que un sistema organizacional saludable requiere

la capacidad de adaptarse a situaciones que cambian constantemente, especialmente en instituciones donde hay un alto nivel de demanda emocional, como los cuerpos de bomberos.

En la Compañía de Bomberos Salvadora de Chimbote, esta teoría es muy importante, ya que la organización se basa en la colaboración entre varias áreas como logística, operativa, administrativa y el voluntariado. Si estos grupos no se comunican bien, puede generar un clima laboral negativo, lo que crea conflictos generando tensiones que afectan el desempeño colectivo.

De esto se desprende que autores como Litwin y Stringer (1968) dedicaron sus investigaciones a diseñar una metodología que permita medirla a través de cuestionarios con el fin de mejorar el mecanismo y aumentar la productividad en la empresa; Estos autores demuestran que el clima se mide utilizando nueve dimensiones, de las cuales dimensiones explicarían el clima actual en una empresa determinada. Acosta et.al. (2010) explica diferentes características de las organizaciones:

Estructura: Es el nivel de formalidad, claridad y orden en la organización. Esto abarca reglamentos, procesos, jerarquías y la asignación de funciones. En una entidad de servicios de emergencias, una organización bien definida ayuda a identificar quién es responsable de las decisiones en una crisis, cómo se agrupan los grupos de rescate y cuáles son las obligaciones de cada integrante. La falta de claridad en la estructura provoca confusión y perjudica el clima laboral

Podemos decir que se trata de las reglas, estándares, procesos y procedimientos de la organización, así como de las políticas, jerarquías y regulaciones.

Responsabilidad: Esta dimensión evalúa la percepción que tienen los trabajadores sobre el nivel de autonomía y responsabilidad que se les asigna en el desempeño de sus funciones. Un ambiente que promueve la confianza y el sentido de responsabilidad impulsa la dedicación y el entusiasmo.

También podemos decir que es la percepción que tiene un individuo de su compromiso con su trabajo, su capacidad para tomar sus propias decisiones y establecer sus propias expectativas.

Recompensas: Son los estímulos recibidos por un trabajo bien hecho. Esta es una medida cuando una organización utiliza recompensas en lugar de castigos.

- **Estímulos no económicos:** Es el pago emocional es cualquier recompensa no financiera que recibe un empleado para ayudar a satisfacer sus necesidades personales y familiares. Esto se manifiesta en su carácter no monetario y su impacto simbólico en la calidad de vida y la productividad de las personas. En este tipo de estímulos se puede encontrar los reconocimientos, capacitaciones, cursos de ascenso, actividades de integración y oportunidades de crecimiento y desarrollo (Saldívar,2020).
- **Estímulos económicos:** Los incentivos se pueden definir como ingresos adicionales que las personas reciben además de su salario para ayudarlas a alcanzar sus objetivos. Son los elementos que activan tendencias, mejoran el comportamiento y motivan a las personas a tomar las acciones necesarias. Por tanto, la dirección de RRHH debe ser consciente de que estas cuestiones necesitan una atención especial para poder desarrollar nuevas ofertas y presentarlas de forma diferente. Diferente. Incentivos diseñados para ayudar a motivar y avanzar en las carreras de los socios comerciales (Milkovich,2014).

Desafío: Se trata de cómo se sienten los miembros de la organización acerca de los desafíos que les plantea su trabajo. es la medida con la que la organización avanza con desafíos calculados, para alcanzar las metas establecidas.

Relaciones: Esta es la percepción de los miembros de la empresa sobre la existencia de un ambiente de trabajo agradable y buenas relaciones sociales entre compañeros, así como entre jefes y subordinados.

- **Ambiente de trabajo:** Son cualidades, características o rasgos relativamente permanentes del entorno laboral que las personas perciben, sienten o experimentan en una organización laboral y que influyen en su comportamiento de alguna manera (Hernández, et al.2020).
- **Relaciones sociales:** Las relaciones dan dirección, poder y significado a las metas humanas; las personas obtienen placer o dolor emocional a través de las relaciones. Mantener buenas relaciones promueve el bienestar individual y

social y reconoce que las experiencias de vida de los jóvenes les permiten convertirse en agentes sociales y que las interacciones con diferentes grupos son necesarias a lo largo de la vida. Las relaciones dan dirección, poder y significado a las metas humanas; las personas obtienen placer o dolor emocional a través de las relaciones. Mantener buenas relaciones promueve el bienestar individual y social y reconoce que las experiencias de vida de los jóvenes les permiten convertirse en agentes sociales y que las interacciones con diferentes grupos son necesarias a lo largo de la vida (López, 2019).

Cooperación: Ese es el sentimiento de existencia del espíritu de ayuda de los directivos y demás empleados del grupo. Es una habilidad esencial para la vida que puede definirse como una actividad o proceso para lograr un objetivo común o beneficio mutuo.

- **Trabajo en equipo:** Se ha convertido en una de las herramientas más importantes para lograr el éxito en cualquier proyecto que deseas emprender. Es un tipo de trabajo en el que todos son responsables de las metas y objetivos de la organización, ya que se refuerzan las habilidades de cada miembro, aumentando así la efectividad de los resultados. Todos aportan sus opiniones, proyectos y las coordinan para lograr los objetivos.
- **Vocación de Servicio:** Ser amable con todos los que lo rodean, comprenda las necesidades y deseos de todos los usuarios, desarrolle habilidades y destrezas como la comprensión, la paciencia, la amabilidad y la empatía, proporcione información y/o datos oportunos, completos y precisos para garantizar que siempre sean adecuados para su propósito. Servir con satisfacción, dedicación y compromiso total para lograr resultados comerciales, brindar servicios de alta calidad y mucho más. Cuando un servidor público emprende una carrera de servicio, puede agregar valor a la institución, mejorar el desempeño empresarial, reducir la corrupción, mejorar la burocracia y hacer muchas otras cosas (Salazar,2023).

Conflictos: Es el grado en que los miembros de una organización, tanto colegas como superiores, aceptan opiniones disidentes y no temen enfrentar y resolver los problemas cuando surgen.

- **Escucha activa:** Incluye participación, análisis, razonamiento y comprensión de la información que se transmiten unos a otros. Esta es una habilidad que debe aprenderse y dominarse porque hay que hacerlo con deliberación y con interés. La capacidad para escuchar y comprender a los interlocutores y cooperar para que la comunicación sea significativa para las personas que interactúan. La escucha activa permite que la conversación avance hacia un objetivo predeterminado proporcionando aclaraciones, como la resolución de conflictos (Lesmes,2020).
- **Resolución de problemas:** Hablar de problemas involucra situaciones que requieren pensamiento, investigación y análisis Para investigar y determinar contramedidas, debe considerar soluciones e identificar específicamente estrategias de solución que no causen el problema. Respuesta rápida e inmediata.

Identidad: Es el sentimiento de pertenencia a la organización, elemento importante y valioso en los grupos de trabajo. En general, es el sentimiento de compartir objetivos personales con los objetivos de la organización.

- **Compromiso con el trabajo:** Es participación de las personas en el lugar de trabajo y participación que incide positivamente en el trabajo y el clima laboral. Un factor importante en la gestión organizacional que afecta la efectividad organizacional, las capacidades de innovación y la competitividad. Además, se asocia con mayores niveles de desempeño tanto a nivel individual como organizacional (Diaz,2021).
- **Sentido de pertenencia:** Es la experiencia de sentirse valorado, necesitado y aceptado por otros, grupos o el entorno; el sentido de que las características propias se asemejan o complementan las de un sistema, es decir, la integración o identificación con otras personas, grupos o entornos a través de la experiencia de características compartidas o complementarias (Rivas, 2019).

Comunicación Interna:

Son actividades conjuntas realizadas dentro de una organización con el objetivo de crear y mantener buenas relaciones entre sus colaboradores, estos logros deben darse a

través de técnicas de comunicación con el único propósito mantenerlos motivados y lograr los objetivos organizacionales. La comunicación interna es generalmente una experiencia global, incluso debe ser positivo para sus empleados (psicológicos y físico), impulsado por el compromiso, la confianza y sobre todo la lealtad. En primer lugar, esta experiencia debe abarcar su cultura y marca. la propia organización, debe ser utilizada en sus esfuerzos para comunicarse con el entorno externo. Como segunda opción. La organización debe nutrir y crear un ambiente acogedor en el que debe tener una buena imagen en el mercado laboral (Cuenca et.al.2020).

La comunicación interna tiene por objetivo aprovechar los logros de la empresa para impulsar y motivar a sus empleados. Centrándonos en esto, podemos decir que la comunicación interna es un elemento clave, sin comunicación, las organizaciones no tienen oportunidad de enviar mensajes de coordinación y pierden información importante relacionada con el correcto funcionamiento de la empresa. Por tanto, la comunicación interna contribuye a reforzar los valores organizacionales y optimizar el clima laboral a través de una mayor participación y un mejor trabajo en equipo, optimizando así el flujo de información y las relaciones interpersonales (Berceruelo,2020).

En las empresas cada vez cobra más importancia la comunicación interna, porque comunica los valores y objetivos de la empresa, para escuchar activamente las opiniones de todos los miembros de la empresa y conseguir un óptimo trabajo en equipo y de esta manera lograr la motivación para todos los miembros de la empresa (Baqué,2020).

La comunicación interna es una capacidad fundamental para que los directores de las organizaciones desarrollen relaciones más estrechas con los miembros de sus equipos, facilitando así una mejor toma de decisiones y mejorando el trabajo en conjunto. Pocas instituciones se centran en una gestión adecuada de la comunicación. No sólo está en los objetivos, sino también lograr una mejor gestión de la empresa a través de la planificación y la gestión (Miquel,2020).

La comunicación interna es la comunicación dirigida a los clientes internos, es decir, con colaboradores, escuchar a la audiencia interna es importante para una empresa

saber qué piensan y qué hacen necesidades laborales e incluso personales; porque las empresas tendrán más eficientes y con gente más feliz trabajando allí, si apuestan a su humanización.

Teoría de la Comunicación Organizacional de Katz y Kahn (1978)

Katz y Kahn (1978), desde la perspectiva de los sistemas abiertos, afirman que la comunicación es el elemento clave que mantiene unida a toda organización. A través de los flujos de comunicación, tanto formales como informales, se organizan las actividades, se comparten las normas y valores de la institución, y se permite que la organización se adapte continuamente a los cambios del entorno. Por lo tanto, la comunicación no solo sirve para transmitir información, sino también para integrar y motivar, alineando los objetivos de los individuos con los de la organización, lo que asegura el equilibrio interno del sistema.

Los autores dicen que la comunicación en una organización es como el "flujo vital" que mantiene todo en equilibrio, porque es por medio de ella como se dan las instrucciones, se transmiten los valores, se reciben retroalimentaciones y se reconoce el trabajo de las personas. Si este flujo se detiene o se altera, pueden surgir problemas como la falta de interés, la dificultad para coordinar tareas, los conflictos entre los trabajadores o la pérdida del sentido de pertenencia. Por otro lado, cuando la comunicación es buena, ayuda a construir confianza, fomenta la colaboración y motiva a los empleados, lo cual es muy importante para mantener un ambiente de trabajo positivo.

OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

De acuerdo con lo planteado con Urbina (2014) nos indica que todos estos puntos son importantes para la empresa y sus compromisos. Esto traerá éxito a la organización y la participación de los directivos en este proceso también es importante.

Es por ello que la comunicación con los empleados es esencial para lograr los objetivos comerciales, por ejemplo:

Establecer una comunicación fluida a través de canales adecuados entre todos los niveles dentro de la organización.

Crear condiciones favorables para la circulación e intercambio de información entre niveles internos de la organización, permitiendo así un funcionamiento más flexible y dinámico de las diferentes áreas y una mejor coordinación entre ellas.

Motivar a los miembros de la organización a trabajar, ayudar a crear un ambiente de trabajo agradable, mejorando así la calidad del trabajo, potenciando la productividad y competitividad de la organización.

Identificar a los empleados con la misión, visión y valores de la empresa.

Crear y mantener una imagen favorable de la organización entre sus miembros.

Herramientas de Comunicación Interna:

Existen herramientas tecnológicas que facilitan las conversaciones en la organización en mayor o menor medida. Este es el caso del correo electrónico, hoy es la herramienta de comunicación más importante utilizado a nivel corporativo, lo que permite una distribución generalizada, sin embargo, la información limita la capacidad de debatir y participación, por lo que no siempre es efectiva.

Según lo que explica Tuñez (2012), existen otras herramientas tales como:

Balance Social

Este es un resumen de las actividades de todos los miembros de la Junta. Aquí actualiza proyectos, actividades, cambios y más.

Boletín Electrónico

Esta herramienta refleja eventos de actualidad e información relevante de la organización. Lo que quiero es que los socios sepan de primera mano lo que está pasando dentro de la empresa antes de que se anuncie por medios externos.

Buzón de Sugerencias

Esto es una advertencia sobre posibles conflictos y amenazas ya que esto podría convertirse en motivo de quejas. Debe colocarse en un lugar destacado para que los trabajadores puedan dejar sus inquietudes, frustraciones o sugerencias. Las empresas deberían revisar periódicamente y detenerse a analizar lo que está escrito.

Comidas de trabajo o de celebración

Es muy utilizado en las empresas porque crea armonía y camaradería, favoreciendo las relaciones interpersonales y una comunicación más fluida.

Encuestas

Es una herramienta para medir los niveles de satisfacción, evaluar el clima laboral y detectar avisos sobre posibles problemas. Y como es anónimo, hace que la información que nos brindan sea más auténtica.

Tablón de anuncios

Tradicionalmente, un tablón de anuncios era un espacio visible para publicar notas y comentarios. En algunas organizaciones los tablones de anuncios son un imperativo legal en el que se debe hacer pública información concreta que afecta principalmente a la organización del trabajo. Es una fórmula de distribución económica, pero a veces ineficaz porque hay demasiadas propuestas. Cuando buscamos un lugar común para ubicarnos, a menudo están ubicados en áreas de fácil acceso y, por lo tanto, son visibles para los miembros ajenos a la organización que acuden a las instalaciones de la organización.

Con el tiempo se convirtieron en lo que llamamos paneles de luz que soportan mensajes cortos. Es bueno porque la luz y el movimiento de las palabras atraen la atención hacia ellos, aunque siempre estén ahí.

Dimensiones de la comunicación interna

Según Tessi (2017) indica que mejorar la calidad de la experiencia laboral de todos y las organizaciones hay que tener en cuenta diferentes modelos integración. Para aportar muchos beneficios, todo debe aplicarse de forma ordenada y con un sistema, para gestionar la organización de forma adecuada.

Comunicación intrapersonal: Se refiere a decodificar o escuchar mensajes, se reciben y cómo se decodifican o en cualquier caso se transmite el mensaje. Este modelo es importante por eso.

- Capacidad para tomar de decisiones
- Control de impulsos
- Manejo de emociones

Comunicación interpersonal: El lenguaje oral, que se desarrolla a medida que interactúan los grupos de trabajo y especialmente como conducir al equipo.

- Capacidad de escucha
- Asertividad y empatía
- Comunicación verbal
- Comunicación no verbal

Comunicación institucional: Nos dice que existe una comunicación bien organizada dentro de la organización y personas que trabajan allí. El objetivo es establecer relaciones de buena calidad entre el público y la organización.

- Canales de comunicación
- Barreras de comunicación
- Comunicación

Por otro lado, Formanchuk (2009) explica acerca de las dimensiones de la comunicación interna:

Dimensión 1 - Esencial

Una organización nace de una conversación, porque todo comienza con un diálogo, esta dimensión da existencia a la organización. Esta organización se basa en la relación de dos o más personas, que se unen para lograr un objetivo común. Esto significa que los miembros coordinan sus actividades, horarios, espacios, recursos y responsabilidades. Allá la comunicación es un recurso importante en una organización porque nos beneficia en el logro de las metas. Pero más que un recurso, es una parte esencial de la organización, ya que nutre a todas sus áreas, uniendo a cada departamento y es necesario para su existencia y supervivencia, podemos decir que sin la comunicación organizada no existe.

Dimensión 2 - Operativa

Este aspecto aborda la cuestión de si los empleados saben cómo hacer su trabajo. Sabiendo que el primer paso es hacer que la organización exista, el siguiente paso es que las personas crean estrategias para alcanzar las metas establecidas. Es así como la comunicación interna es importante en esta etapa porque es a través de la acción puedes asegurarte de que todos los empleados sepan quiénes son roles, por qué están en la organización y qué se espera de ellos.

Dimensión 3 – Estratégica

El aspecto estratégico se refiere a que los empleados sepan por qué deben hacerlo. En este aspecto debemos conseguir que los empleados se sientan orientados y comprometidos dentro de la organización, teniendo en cuenta los objetivos y sus metas. Asimismo, se sienten motivados y valorados. Por el contrario, los empleados que no reciben comunicación estratégica pueden y piensan que lo que hacen no tiene sentido o no tiene un propósito mayor que impacta dentro de la organización.

Dimensión 4 - Valorativa

Comunicar valores es una de las cosas más difíciles de gestionar, porque debe ser veraz, demostrable y aplicable. Los objetivos, responsabilidades y funciones de la organización pueden modificarse, pero cuando hablamos de valores, ya no son tan flexibles como antes describir. Los valores en las organizaciones son sumamente

importantes, porque que si se comunica plenamente logrará la unidad, la unidad, fuerza y atracción.

Dimensión 5 - Motivacional

La motivación en las organizaciones es un desafío que debe hacerse con cuidado e individualmente, ya que cada persona tiene sus propios intereses diferentes y especiales. Trabajando en este aspecto buscamos crear una comunicación positiva para los empleados.

Esto implica que la persona se sienta orgullosa de ser parte de la empresa, teniendo una visión de desarrollo que promueva un buen ambiente de trabajo y buenas relaciones entre individuos.

Dimensión 6 - Aprendizaje

El aprendizaje en la comunicación es cuando se proporciona retroalimentación sobre su desempeño dentro de la organización, les brinda saber si una función realizada necesita ser mejorada o no, para mejorar tanto empresarial como profesional. Es importante recordar que se debe brindar espacio para el diálogo entre empleados, preste atención a ellos y a su desempeño el cargo que ocupa es constante y no sólo una o dos veces al año.

Dimensión 7 - Inteligencia:

Dimensión de la inteligencia, en su relación con el desarrollo de uno. Espacio de diálogo donde los empleados pueden proponer ideas y mejoras organizativas.

Este aspecto beneficia mucho porque permite crecer, aprender y mejorar dentro de la organización, motivar a las personas, escucharlas y valorarlas.

Compañía de Bomberos Salvador Chimbote N°33

La información que se mostrará a continuación ha sido obtenida del reglamento interno del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP).

La Dirección General de Bomberos Voluntarios del Perú es la autoridad competente para la prevención, control y extinción de incendios y es responsable de realizar los procedimientos de rescate en accidentes vehiculares, emergencias médicas y situaciones de riesgo vital. Por su vocación de servicio, sensibilidad social, dedicación y disciplina, sirve voluntariamente a toda la sociedad.

Visión

Ser una organización que ayude a prevenir y reducir incendios, accidentes y emergencias médicas mediante el uso de equipos y técnicas de última generación, personal de emergencia voluntario altamente capacitado e implementando estrategias adecuadas para garantizar una intervención rápida y oportuna. A nivel nacional, en beneficio de la población.

Figura 1: Organigrama del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú



Nota. Organigrama del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú

Plan de Comunicación Interna

1. Conceptualización:

El objetivo es alinear a los empleados y conectarlos con la cultura de la empresa a través de la comunicación de esta manera motivarlos de manera estructurada, participativa y vivencial con la finalidad de que se comprometan a hacer esto todos los días (Solano,2022).

El plan de comunicación interna es una hoja de ruta para la gestión estratégica de la comunicación. Debe ser lo suficientemente flexible para adaptarse al cambio que ocurre dentro o fuera de la empresa. Aunque cada plan de comunicación es único porque depende de las características de la organización a la que perteneces (Aced, et al.2021)

Es por ello que lo dividen en 4 fases:

- a) **Fase de la investigación:** Antes de desarrollar un plan de diseño se debe de conocer la organización y tener un buen diagnóstico de lo que hay que entender ahora. ¿Cuál es el punto de partida? Esto requiere de diferentes tipos de auditoría.

Los principales controles de comunicación interna son los siguientes:

- **Auditoría del estado de la comunicación dentro de la empresa**

Esta es la auditoría más común, ya que analiza el estado de las comunicaciones internas a todos los niveles, incluido el contexto, las campañas realizadas y los canales disponibles. Este es un buen punto de partida para medir el estado de la comunicación dentro de su organización.

- **Auditoría de la entidad corporativa**

Este análisis debe utilizar la información disponible sobre los fundadores de la empresa y toda la documentación existente sobre la historia de la institución desde sus orígenes ya que todos estos contenidos influyeron en la formación de la cultura de la empresa.

- Estudio de clima y reputación

Esta investigación generalmente se lleva a cabo a través de investigaciones sobre el clima y la reputación, pero se puede complementar con entrevistas en profundidad a personas clave dentro de la organización, que ocupan una variedad de puestos y trabajan en los diversos departamentos. A partir de este análisis es posible diagnosticar el estado de la relación que existe entre la organización y el público interno.

- Auditoría de canales y mensajes

Este es un inventario completo de todos los canales disponibles y mensajes enviados. En tal sentido es analizar no sólo las últimas noticias, sino también la historia existente para ver cómo ha evolucionado a lo largo del tiempo.

Para ello, debe consultar todos los documentos existentes de la empresa sobre comunicaciones internas.

b) Fase de la planificación

Después de la fase de investigación, se comprende el tema y realizamos un análisis FODA. El punto de partida es sobre el estado de la comunicación en las organizaciones y su contenido. Oportunidades y amenazas actuales para empezar a diseñar el plan de comunicación.

Objetivos de la comunicación interna

Los objetivos de comunicación interna deben alinearse con los objetivos de comunicación externa como parte de su estrategia de comunicación. Por lo tanto, antes de comenzar a diseñar un plan de comunicaciones internas, es importante tener clara la misión, la visión y los valores de su empresa.

Por lo que realizar una auditoría de identidad corporativa puede resultar de gran ayuda. Si se salta cualquiera de estos pasos, creará un plan de comunicación interna poco realista, muy alejado de la realidad de su empresa, inconsistente con la esencia de su empresa y condenado al fracaso.

- **Mapeo del grupo objetivo**

En esta sección, debe definir el grupo objetivo de su plan de comunicación. Cuando hablamos de comunicación interna, es obvio que el público principal son los empleados, pero no tienen por qué ser el único público. Las partes interesadas internas también incluyen accionistas y representantes sindicales. Y en algunos casos, a personas físicamente ajena a la organización, como proveedores o empleados externos.

- **Estrategia**

La estrategia debe ser realista y tener en cuenta la disponibilidad de tiempo y recursos de la organización. Se puede definir una o más estrategias para lograr cada objetivo. La estrategia toma forma a través de la acción.

- **Acciones**

La planificación estratégica de las comunicaciones internas se implementa a través de una variedad de programas, cada uno de los cuales implica la implementación de diferentes proyectos.

Estos proyectos se ejecutan a través de acciones como campañas, tareas y actividades.

- **Canales**

Esta sección debe definir el ecosistema que permitirá implementar las acciones planificadas, llegar al público y alcanzar los objetivos, se puede combinar medios offline y online y considerar canales de comunicación interna tanto formales como informales. Hay que coordinar todo para evitar discrepancias.

- **Información**

Una vez que se haya definido el mensaje, se deberá decidir qué contenido lo expresará para poder difundirlo a través de los distintos canales de su elección.

c) Fase de implementación

Una vez que se tenga el plan de comunicación implementado, es hora de hacerlo. ¿Cuándo se implementarán estas medidas? ¿Cuánto tiempo tardará? ¿Quién es responsable de cada tarea? ¿Qué recursos tenemos? Todas estas preguntas serán respondidas durante la fase de implementación, en la que se deben identificar lo siguiente:

- **Calendario**

Conviene definir un calendario lo más detallado posible. Puede hacerse una planificación temporal general de todas las acciones al principio de la fase de implantación y luego ir concretándola a medida que se avance en la ejecución. Al final, debería hacerse un calendario detallado de cada una de las acciones de manera que ningún detalle quede en el aire. Para facilitar esta tarea, resulta muy útil trabajar el calendario en forma de cronograma donde no solo se sitúan las acciones visualmente en el tiempo, sino que se indica el tiempo que se dedicará a cada actividad.

- **Presupuesto y recursos**

Sin presupuesto no hay plan de comunicación interna. Porque sin los recursos necesarios es imposible implementar la estrategia definida. Por lo tanto, definir los recursos es un paso crítico para implementar exitosamente un plan de comunicación.

- **Ejecución**

De nada sirve un buen plan si sólo se queda en el papel. En este punto, se tiene que comenzar a implementar su plan de comunicaciones.

En esta fase pondrás en práctica todo lo que planeaste en el apartado anterior.

Como se describe en la siguiente fase, la fase final del plan de comunicaciones internas, le recomendamos que supervise periódicamente el progreso de la implementación de su plan para determinar si es necesario realizar ajustes.

d) Fase de valoración y medición

Una vez que se ha implementado un plan de comunicación, puede parecer que lo único que queda por hacer es continuar implementándolo, pero es necesaria una

evaluación y un seguimiento continuos. Garantizar un progreso adecuado hacia la implementación y el logro de los objetivos recomendados.

En esta fase del plan de comunicación interna hay que:

- **Definir métricas**

La definición de indicadores depende de cada plan de comunicación, metas definidas y acciones propuestas. Algunas métricas dependen del objetivo, mientras que otras dependen del canal utilizado.

- **Valorar los resultados**

Todas las conclusiones de esta etapa de evaluación final (éxitos, fracasos, lecciones aprendidas) te ayudarán a ajustar y planificar futuros planes de comunicación interna.

En donde todo quede por escrito y se adjunte al plan de comunicaciones interna.

III. Metodología

3.1. Método de la investigación

En la presente investigación se aplicará estos métodos:

- **Deductivo**

Se usará para mencionar a los autores y hacer las referencias de los libros según las reglas APA. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el método deductivo comienza con principios generales que se aceptan como verdaderos y luego se aplican a situaciones específicas, lo que permite sacar conclusiones lógicas basadas en teorías ya establecidas.

- **Analítico**

Este método se basa en dividir un conjunto completo en sus partes individuales para entenderlo mejor. Según Sampieri et al. (2014), este análisis ayuda a estudiar los componentes que forman un fenómeno o problema de investigación, con el objetivo de conocer su organización y cómo funciona. En esta investigación se utilizará para interpretar la literatura científica y construir el marco teórico.

Sintético

Se utilizará para unir o armar las partes de algo completo basándose en la información que se obtiene del análisis. Según Bernal (2010), este método sintético me sirve para juntar los puntos clave de un fenómeno y así crear conclusiones y resultados que van juntos. Se usará para definir los diferentes aspectos de la investigación, como el problema, los objetivos y las conclusiones.

- **Inductivo**

Este método se basa en la observación de hechos específicos para llegar a conclusiones más amplias. Hernández et al. (2014) mencionan que el razonamiento inductivo nos ayuda a obtener principios o explicaciones generales a partir de datos observados en la realidad. En este estudio se aplicará para sacar conclusiones generales a partir del análisis de los resultados obtenidos.

- **Prospectivo**

El enfoque prospectivo se usará para guiar la propuesta de la investigación. Según Godet (2007), la prospectiva es crear visiones del futuro que sirvan como referencias para tomar decisiones y planificar estratégicamente. En este caso, se aplicará porque la investigación tiene un enfoque orientado a proponer soluciones.

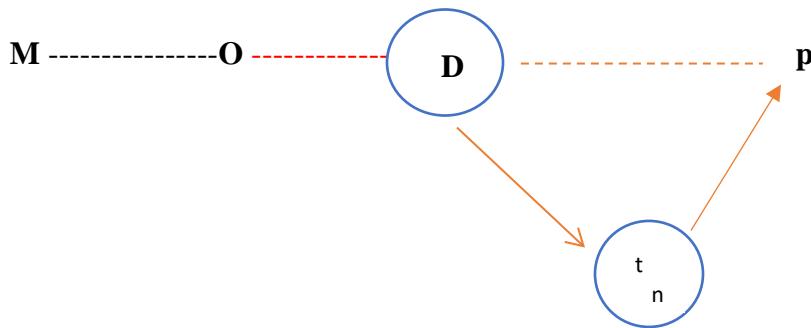
Por la finalidad del trabajo de investigación centra en un tipo básico de estudio que tiene un rango descriptivo – propositiva porque si bien no resuelve el problema de inmediato, pero muestra que este estudio sirve como base teórica para resolverla (Arias,2021). Además, este estudio utiliza un enfoque cuantitativo, porque durante décadas, los aspectos observables y la cuantificación de los fenómenos laborales mediante la evaluación estadística han dominado la investigación de datos (Polania, 2020). Por lo tanto, el propósito de este estudio es recopilar datos digitales para fines de procesamiento de información.

3.2. Diseño de investigación

A la presente investigación le corresponde el diseño no experimental de tipo descriptiva propositiva ya que se trata de un estudio que recoge información sobre un fenómeno y realiza un diagnóstico y evaluación. Luego analiza y prueba la teoría y finalmente propone una solución. Se destacan dos fases: la descriptiva y propositiva. El primero es el diagnóstico y la evaluación. El segundo incluye análisis, fundamentos teóricos y propuestas de solución al problema (Estela,2020).

Figura 2:

Diagrama de estudio descriptivo propositivo



Dónde:

- M: Muestra que se va a estudiar
- O: Información relevante de interés
- D: El diagnóstico y evaluación
- tn: Análisis y fundamentación de teorías
- P: Propuesta de la solución del problema

Nota: Estela,2020. Diseño del diagrama de estudio descriptivo – propositivo.

3.3. Población

Se refiere al conjunto definido, accesible y limitado que se determina en función a los objetivos de estudio (Arias, 2020), de igual manera se enfatiza que recopilar información precisa y representativa sobre una población permite un análisis más preciso del tema en cuestión y permite sacar conclusiones mejor fundamentadas.

La población de este proyecto está conformada por 40 bomberos voluntarios operativos que pertenecen a la compañía de bomberos voluntarios Salvador Chimbote 33 entre ellos primer y segundo jefe de la compañía.

Debido a la que población es finita no habría necesidad de delimitar por un tamaño reducido es por ello Hernández et al., (2020) indica que un estudio no es mejor porque tiene una población grande sino por la calidad del trabajo investigativo en donde se delimite claramente la población basándose en el planteamiento del problema.

Tabla 1: Distribución de la población de la compañía de bomberos Salvador Chimbote N°33

PERSONAL	TOTAL
Primer y segundo jefe	2
Bomberos voluntarios operativos	38
TOTAL	40

Nota: Elaboración propia

3.4. Muestra

Se refiere al subconjunto de la población para el cual se recopilan datos y es la parte más representativa del estudio. Esto permite obtener resultados más precisos, identificar diferencias y relaciones relevantes dentro de la población de estudio y lograr los principales objetivos de la investigación (Condori,2020).

Nuestra muestra de estudio cubre el 100 % de nuestra población, esto suele ser necesario para los censos u otros censos que cubren todo el universo de un objeto de investigación. Como lo señala Hernández et al., (2020) el uso de muestras ahorra tiempo y recursos. Esto significa que depende del método y campo de búsqueda de la investigación. Por lo tanto, la investigadora evaluó trabajar con el 100 % para aumentar la confiabilidad de los datos, por lo que estuvo representada por 30 voluntarios, porque se considera la operatividad y asistencia a la compañía de bomberos.

3.5. Muestreo

El muestreo es la base de la inferencia estadística, cuyo propósito es estudiar una población proporcionando un modelo matemático que extiende las conclusiones de un estudio realizado en una porción de la población (la muestra) a toda la población (Batanero et al.2019).

Muestreo no probabilístico de forma intencional o de conveniencia considerando a las personas deliberadamente seleccionadas. En este estudio se selecciona un número fijo de personas para formar la muestra y obtener datos. Se utiliza para investigaciones con enfoques cuantitativos para obtener una imagen más clara y representativa de la población original. Dado que la población no es grande será exactamente el total de la muestra en mención Hernández et al., (2020).

Definición conceptual

Variable

Plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral.

De acuerdo con (Rosiles et al., 2020) el clima laboral se ha desarrollado como un indicador fundamental y factor de influencia en el desarrollo organizacional. Investigaciones recientes al respecto consideran el clima laboral como uno de los conceptos más importantes en el día a día de una organización. Si bien un ambiente de trabajo negativo es un impedimento importante para alcanzar las metas organizacionales, también es un indicador importante para comprender los problemas y necesidades de los equipos de trabajo para cada uno de los procesos desarrollados internamente. Por otro lado, un ambiente de trabajo positivo o satisfactorio posibilita el logro de metas que conduzcan al desarrollo y al éxito a través de la gestión de la empresa. La correcta gestión de la inteligencia emocional dentro de la empresa, la continuidad de planes y programas, la confianza, la solidaridad y la resolución de conflictos son los ejes que contribuyen a la realización de metas que inciden en el crecimiento humano y el crecimiento de las empresas u organizaciones.

Dimensiones: Recompensa, Relaciones, Cooperación, Conflicto e Identidad

Según Acosta et.al. (2010) explica la primera dimensión como estímulos recibidos por un trabajo bien hecho. Esta es una medida cuando una organización utiliza recompensas en lugar de castigos, en la segunda dimensión es la percepción de los miembros de la empresa sobre la existencia de un ambiente de trabajo agradable y buenas relaciones sociales entre compañeros, así como entre jefes y subordinados, en la tercera como el sentimiento de existencia del espíritu de ayuda de los directivos y demás empleados del grupo. Es una habilidad esencial para la vida que puede definirse como una actividad o proceso para lograr un objetivo común o beneficio mutuo, en la cuarta dimensión detalla que es el grado en que los miembros de una organización, tanto colegas como superiores, aceptan opiniones disidentes y no temen enfrentar y resolver los problemas cuando surgen y finalmente a identidad como el sentimiento de pertenencia a la organización, elemento importante y valioso en los grupos de trabajo. En general, es el sentimiento de compartir objetivos personales con los objetivos de la organización.

Variable de estudio: Dimensiones e indicadores

Variable	Dimensiones	Indicadores
Plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral.	Recompensa	Estímulos económicos Estímulos no económicos
	Relaciones	Ambiente de trabajo Relaciones Sociales
	Cooperación	Espiritualidad Vocación de servicio
	Conflicto	Escucha activa Resolución de problemas
	Identidad	Compromiso en el trabajo Sentido de pertenencia

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

En este estudio, utilizamos la técnica de medición de la escala para medir los comportamientos tiene que ver con el hecho de que “una actitud es una predisposición aprendida a responder de manera positiva o desfavorable a un objeto, persona, actividad, concepto, persona o símbolo (Hernández et al,2014).

Este estudio utiliza el método del cuestionario, que es una herramienta de recolección de información ampliamente utilizada en la investigación científica. No hay respuestas correctas o incorrectas, ya que cada respuesta conduce a un resultado diferente (Arias,2020).

En la variable Plan de Comunicación Interna para fortalecer el Clima Laboral se considera la técnica de la encuesta, en donde se aplicó el cuestionario elaborado por Hernández et.al, 2024, adaptado por la autora de esta investigación se tiene en cuenta las dimensiones consideradas fueron recompensa, relaciones, cooperación, conflicto e identidad.

La muestra estuvo conformada por los bomberos voluntarios de la compañía Salvador Chimbote N°33, fue enviada de forma virtual, debido actualmente con la tecnología se hace de fácil acceso. El instrumento del estudio se envió a la jefa de compañía para que pueda enviar por el canal correspondiente de los bomberos que se encuentran activos.

Instrumento

Se trata de herramientas que facilitan el registro de datos de estudios observados, informes estadísticos directamente relacionados con los objetivos de la investigación. (De Lama,2020)

Este estudio utilizará como instrumento un cuestionario, que es un método de recolección de datos comúnmente utilizado en la investigación científica que consiste en una serie de preguntas con una escala, numeración o rango de respuestas que el encuestado debe responder(Arias,2020). En este caso de la variable plan de comunicación interna para fortalecer el clima será de diseño polítómico considerando la escala de Likert en donde 1 significa Nunca 2 es A veces y 3 es Siempre.

3.7. Validez por juicio de expertos

Cuando nos referimos a la validez se refiere a la medida en que un instrumento mide la variable en estudio. Cuando hablamos de validez podemos encontrar diferentes tipos de evidencia relacionada con el contenido, los criterios y la evidencia relacionada con los conceptos (Hernández, 2005).

Por lo que este instrumento de la investigación tiene la correspondiente validez, por lo que 3 profesionales de la comunicación con grado de magister calificaron y validaron el instrumento. Este cuestionario contiene respuestas polítómicas están adaptadas a la escala de Likert con 3 respuestas.

3.8. Procedimiento de recolección de datos

Para el estudio se recogerá información de las diferentes páginas de investigación de los últimos 5 años, en los aspectos internacional y nacional para de esta manera brinde soporte a los objetivos de estudio. De tal manera que se entregará la solicitud a la jefatura de la Compañía de Bomberos Salvadora Chimbote N°33, para la aplicación del instrumento y que se coordine el llenado de la encuesta. Toda la información que se obtendrá se desarrollará en Excel, aquí se desarrollará la base de información que se recopilará de las encuestas para luego trasladarla al programa de estadística SPSS versión 27 para la obtención de datos.

3.9. Compromiso ético

La presente investigación tendrá la autorización de la jefatura de la compañía de bomberos Salvador Chimbote N°33, por lo que se le detallará los objetivos y se solicitará el consentimiento informado, así como la base de los bomberos activos que está precisada en los anexos. En este sentido, se respetará la autoría intelectual respecto de las teorías, conceptos e investigaciones consideradas en este estudio y citadas de acuerdo con las Normas APA, 7^a Edición. Además de ello las partes involucradas tendrán conocimiento de la investigación y reservará el anonimato, prevaleciendo la veracidad de la información obtenida. Finalmente, se garantiza la originalidad y derechos de autor intelectual de la recopilación de datos en este documento.

IV. Resultados

Objetivo específico 1: Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión recompensa en la compañía de bomberos Salvador Chimbote N°33.

Tabla 2:

Dimensión recompensa – Estímulos económicos

Pregunta 1: Los bomberos son recompensados según su desempeño en el trabajo.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	18	45 %
Medio	16	40 %
Alto	6	15 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvador

Interpretación

El 45% de los bomberos de la compañía Salvador Chimbote N°33 indican que no reciben una recompensa adecuada por su trabajo. mientras que, otro 40 % de los encuestados indican que es de nivel medio, y de manera opuesta solo el 15 % de los bomberos perciben con un nivel alto la dimensión recompensa. Esta situación puede afectar la motivación y la satisfacción laboral además de estar afectando negativamente la motivación y el compromiso. Las puntuaciones altas en este nivel indican que las recompensas actuales no cumplen con las expectativas de gran parte de los bomberos.

Solo una pequeña parte tiene una opinión favorable sobre el sistema de recompensas, lo que indica una clara oportunidad de mejora en este ámbito.

Tabla 3:

Pregunta 2: La compañía busca la manera de recompensarme cuando culmino con éxito una emergencia.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	30 %
Medio	21	52,5 %
Alto	7	17,5%
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 3, el 30 % de los bomberos consideran que su compañía no busca activamente recompensarlos cuando terminan con éxito una emergencia, mientras que el 52,5 % tienen una percepción moderada sobre esta dimensión, lo que significa que sienten que la compañía a veces se esfuerza en recompensarlos, pero no de manera constante y el 17,5 % indicó en este aspecto que existe un nivel alto.

La mayoría de los bomberos no creen que su empresa tenga un enfoque apropiado para recompensar el éxito en situaciones de emergencia, mientras que algunos de los bomberos creen que su compañía reconoce y recompensa positivamente sus logros.

Tabla 4:**Dimensión recompensa – Estímulos no económicos**

Pregunta 3: En esta compañía me capacitan mediante cursos

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	12,5 %
Medio	25	62,5 %
Alto	10	25 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 4, se puede visualizar que solo el 12.5 % de los bomberos considera que la capacitación mediante cursos en su compañía es baja. Esto indica que pocos bomberos perciben que la compañía ofrece pocas oportunidades o apoyo en este indicador. Por otro lado, el 62,5 % consideran que el nivel de formación es medio. El 25 % de los efectivos perciben la capacitación como alta, lo cual refleja que una cuarta parte del grupo siente que la compañía ofrece un buen nivel de cursos y formación.

La mayoría de los bomberos perciben las capacitaciones que brinda la compañía como aceptables, aunque consideran que hay oportunidades de mejora para que todos puedan obtener cursos que les permiten ascender.

Tabla 5:

Pregunta 4: Soy reconocido cuando realizo un buen trabajo.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	12,5 %
Medio	27	67,5 %
Alto	8	20,0 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 5, se observa que el 12,5 % de los bomberos sienten que el reconocimiento por su buen trabajo es bajo, lo que significa que una pequeña parte del grupo no se siente valorado o reconocido, por otro parte el 67,5 % del personal voluntario indican en un nivel medio que son reconocidos cuando realizan un buen trabajo, lo que significa que consideran que hay un reconocimiento aceptable. Por otro lado, el 20 % de voluntarios perciben un alto nivel de reconocimiento por su trabajo, sienten que la compañía valora de manera destacada sus logros.

En resumen, la mayoría de los bomberos sienten que existe reconocimiento por su trabajo sin embargo se podría implementar espacios en donde publicar sus logros y sientan que la compañía los está reconociendo.

Objetivo específico 2: Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión relaciones en la compañía de bomberos Salvador Chimbote N°33.

Tabla 6

Dimensión relaciones - Ambiente de trabajo

Pregunta 5: Los bomberos de esta compañía conviven en un ambiente amistoso

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	17,5 %
Medio	25	62,5 %
Alto	8	20 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvador

Interpretación

En la tabla 6 se puede analizar que el 17.5 % de los bomberos consideran que el ambiente de convivencia entre ellos es poco amistoso. Esto indica que algunos sienten que las relaciones no son del todo positivas. El 62.5 % de los bomberos creen que el ambiente de trabajo es bastante amigable. Esto indica que más de la mitad piensa que la convivencia está bien, aunque podría mejorar, finalmente el 20 % de los bomberos consideran que el ambiente es muy amigable, lo que significa que sienten que las relaciones en su lugar de trabajo son realmente buenas y positivas.

Aunque la mayoría de los bomberos sientan que la convivencia es aceptable, hay un grupo considerable que tiene percepciones negativas. Esto podría indicar la necesidad de trabajar en la mejora del ambiente de trabajo para aumentar la satisfacción entre los miembros de la compañía.

Tabla 7

Pregunta 6: Esta compañía se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensiones.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	15 %
Medio	27	67,5 %
Alto	7	17,5 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 7 se puede interpretar que el 15 % de los voluntarios opinan que el clima laboral es poco agradable o con tensiones y que se percibe un ambiente no tan positivo. Por otro lado, el 67,5 % considera que su entorno laboral es agradable lo que significa que, aunque el ambiente es aceptable, hay que ver oportunidades de mejora para poder reducir las tensiones. Es así como el 17.5 % de los efectivos cree que el clima laboral es muy agradable y sin tensiones, lo que se percibe un ambiente de trabajo muy positivo.

Por lo tanto, aunque la mayoría percibe el clima de trabajo como adecuado, existe un porcentaje que indica insatisfacción. Esto puede señalar la necesidad de implementar estrategias que fomenten un ambiente laboral más positivo y colaborativo entre los miembros de la compañía.

Tabla 8**Dimensión relaciones - Relaciones Sociales**

Pregunta 7: Existe una buena relación entre jefes de compañía y personal voluntario.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	12,5 %
Medio	27	67,5 %
Alto	8	20 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 8 observamos que el 12.5 % de los bomberos consideran que la relación entre los jefes y el personal voluntario no es buena, lo que refleja que existe falta de conexión entre ellos. Mientras que el 67,5 % lo percibe en un nivel medio esto significa sienten que la relación que llevan es aceptable pero que no la sienten tan cercana. Finalmente, un 20 % de los voluntarios piensan que la relación entre los jefes y el personal voluntario es muy buena, lo que muestra que ellos perciben una relación muy positiva y cercana.

A pesar de que la mayoría de los bomberos encuestados consideran que la relación entre jefes y personal voluntario es adecuada, hay un porcentaje que expresa opiniones no tan favorables. Esto sugiere que sería beneficioso mejorar la comunicación y fomentar un ambiente de apoyo para fortalecer la unión del equipo.

Tabla 9

Pregunta 8: En esta compañía se realizan reuniones de integración para mejorar las relaciones entre compañeros.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	17,5 %
Medio	26	65 %
Alto	7	17,5 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 9, el 17,5 % de los efectivos creen que su empresa realiza pocas reuniones de integración, lo que se interpreta que no son suficientes o no han alcanzado un impacto significativo. Por otra parte, el 65 %, opina que las reuniones de integración que se realizan no han generado un impacto sobresaliente es por ello que reconocen que se realizan algunas actividades pero que se podrían mejorar o ser más frecuentes. Para concluir el 17,5 % de los voluntarios creen que las reuniones de integración son muy buenas y efectivas, lo que se considera que estas actividades son valiosas para fortalecer las relaciones entre compañeros.

En resumen, aunque la mayoría considera que las reuniones de integración son satisfactorias, existe un grupo que siente que no son suficientes. Esto podría señalar la necesidad de aumentar la frecuencia y efectividad de estas actividades para fortalecer las relaciones interpersonales dentro del equipo.

Objetivo específico 3: Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión cooperación en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33.

Tabla 10**Dimensión Cooperación – Trabajo en equipo**

Pregunta 9: En esta compañía todos los bomberos aportan sus opiniones, proyectos y las coordinan para lograr los objetivos.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	17,5 %
Medio	25	62,5 %
Alto	8	20 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 10 se observa que un 17.5 % de los voluntarios sienten que la participación y coordinación de opiniones y proyectos es limitada, por lo que se perciben que no todos los bomberos se involucran o colaboran activamente para lograr los objetivos. Mientras que el 62.5 %, cree que la participación y coordinación es a un nivel medio. Es por ello que se percibe que se trabaja en equipo, pero tal vez no siempre de manera óptima. Finalmente, un 20 % de los bomberos opina que la colaboración es alta, lo que refleja que los efectivos perciben un trabajo en equipo muy activo y efectivo.

Aunque la mayoría percibe la participación como positiva, hay un porcentaje que indica que no es adecuada. Esto podría señalar la necesidad de fomentar un ambiente más inclusivo donde todas las opiniones y proyectos sean valorados, lo que contribuiría a alcanzar los objetivos de la compañía de manera más efectiva.

Tabla 11

Pregunta 10: En una emergencia se delegan las actividades para terminar con éxito

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	15 %
Medio	22	55 %
Alto	12	30 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 10, se observa que el 15 % de los bomberos manifiestan que la delegación de actividades en una emergencia está en un nivel bajo, ya que algunos sienten que las tareas no siempre se distribuyen de manera adecuada o efectiva. Mientras que el 55 % cree que la delegación de actividades es a nivel medio, esto significa que las tareas se asignan de manera adecuada, aunque podría mejorarse. Para finalizar, un 30 % de los voluntarios opina que la delegación de actividades en emergencias es buena, lo que refleja que las tareas se distribuyen de manera muy efectiva, contribuyendo al éxito en las emergencias.

La mayoría de los bomberos encuestados cree que la delegación de actividades se maneja de manera moderada, es decir, se confía en el equipo, pero se mantiene cierto control sobre las decisiones clave.

Tabla 12**Dimensión Cooperación – Vocación de servicio**

Pregunta 11: Me siento orgulloso de servir al prójimo sin obtener nada a cambio

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	5 %
Medio	15	37,5 %
Alto	23	57,5 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 12, se observa que el 5 % de los bomberos no sienten mucho orgullo al servir al prójimo sin recibir nada a cambio. Aunque son pocos quienes no se identifican con este sentimiento. Mientras que el 37.5 % de los bomberos se sienten orgullosos en un nivel medio, lo que se interpreta que, aunque valoran su trabajo, el sentimiento de orgullo no es tan fuerte en ellos como en otros. En síntesis, el 57.5 %, se sienten muy orgullosos de servir al prójimo sin esperar una recompensa. Esto muestra que los bomberos ven su trabajo como algo muy valioso y una gran fuente de satisfacción personal.

En general, los resultados indican que la mayoría de los bomberos valoran ayudar a los demás de manera desinteresada.

Tabla 13

Pregunta 12: Cuando acudo a una emergencia la realizo con la mejor predisposición.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	5 %
Medio	17	42,5 %
Alto	21	52,5 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvador

Interpretación

En la tabla 13, se interpreta que el 5 % de los voluntarios sienten que su predisposición en una emergencia es baja, lo que significa que muy pocos no se sienten totalmente motivados al acudir a una emergencia. Por otro lado, el 42.5 % de los bomberos tiene una predisposición a nivel medio. Esto se refiere a que acuden a las emergencias con buena actitud, aunque no al máximo de su motivación. En resumen, el 52.5 % afirma que acude a las emergencias con la mejor predisposición, lo que refleja que se sienten altamente motivados y comprometidos al responder ante situaciones de emergencia.

En general, los resultados indican un buen nivel de compromiso y disposición en la mayoría de los bomberos cuando enfrentan situaciones de emergencia y deben de acudir de manera inmediata.

Objetivo específico 4: Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión conflicto en la compañía de bomberos Salvador Chimbote N°33.

Tabla 14**Dimensión Conflicto – Escucha activa**

Pregunta 13: Los jefes en esta compañía están dispuestos a escuchar nuestras ideas, proyectos.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	7,5 %
Medio	24	60 %
Alto	13	32,5 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 14 se aprecia que el 7.5 % de los voluntarios sienten que los jefes no están dispuestos a escuchar sus ideas y proyectos, lo que indica algunos efectivos perciben falta de apertura por parte de los superiores. Mientras que el 60 %, piensa que los jefes están bastante dispuestos a escuchar, pero no siempre con total apertura. Por otro lado, un 32.5 % de los bomberos sienten que sus jefes están muy abiertos a escuchar sus ideas y proyectos, lo que muestra que existe una gran disposición por parte de sus superiores para aceptar sus aportes.

En general, los resultados indican que los jefes muestran una disposición aceptable para escuchar a los empleados, aunque debería de haber espacios para mejorar y lograr que los bomberos sientan que sus ideas son más valoradas y tenidas en cuenta.

Tabla 15

Pregunta 14: Siempre puedo decir lo que pienso, aunque no esté de acuerdo con mis jefes.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	10 %
Medio	22	55 %
Alto	14	35 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 14, el 10% de los bomberos sienten que no pueden expresar lo que piensan si no está de acuerdo con sus jefes por lo que se interpreta que no se sienten cómodos al compartir sus opiniones. Mientras que el 55 %, cree que puede compartir lo que piensa, aunque no siempre se siente completamente libre para hacerlo. Esto significa que sienten que tienen la oportunidad de expresarse, pero tal vez con un poco de precaución. Es así como un 35% de los voluntarios se sienten completamente a gusto expresando sus opiniones, incluso si no están de acuerdo con sus jefes. Esto muestra que hay un ambiente de comunicación abierto.

En general, los resultados sugieren que, si bien existe cierta apertura para expresar diferencias, debería de existir espacios para mejorar la confianza y fomentar un ambiente más abierto al diálogo.

Tabla 16**Dimensión Conflicto – Resolución de problemas**

Pregunta 15: En esta compañía, la comunicación es la base para enfrentar un conflicto.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	5 %
Medio	26	65 %
Alto	12	30 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora.

Interpretación

En la tabla 16 se verifica que el 5 % de los bomberos sienten que la comunicación no es importante para enfrentar conflictos, lo que muestra que muy pocos consideran que este aspecto no juega un papel en la resolución de problemas. Por otro lado, el 65 % de voluntarios opinan que la comunicación es importante en situaciones de conflicto en un nivel medio. Aunque no ven la comunicación como la única alternativa para resolver problemas. Por otro lado, un 30% de los voluntarios creen que la comunicación es fundamental para enfrentar conflictos. Esto refleja que una parte significativa de los bomberos ve la comunicación como un pilar esencial en la resolución de problemas.

En general, los resultados sugieren que la comunicación es valorada, pero podría reforzarse para resolver conflictos dentro de la compañía.

Tabla 17

Pregunta 16: Cuando surge un problema, se trata de buscar alternativas de solución para convivir en armonía.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	10 %
Medio	28	70 %
Alto	8	20 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvador

Interpretación

En la tabla 17 se puede apreciar que el 10 % de los voluntarios sienten que no se busca activamente soluciones cuando aparece un problema por lo que creen que no se toman medidas para enfrentar los conflictos. Mientras el 70 %, opina que se busca soluciones ante conflictos para convivir en armonía. Por lo que se refleja que existe esfuerzos para resolver problemas de manera positiva. Por lo tanto, el 20 % de los bomberos cree que se hace un gran esfuerzo para encontrar alternativas de solución en problemáticas por lo que valoran la búsqueda activa de soluciones.

En general, los resultados indican que hay un enfoque significativo en la búsqueda de soluciones para convivir en armonía dentro de la compañía.

Objetivo específico 5: Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión identidad en la compañía de bomberos Salvador Chimbote N°33.

Tabla 18**Dimensión Identidad- Compromiso en el trabajo**

Pregunta 17: Me organizo para cumplir con las horas de permanencia en mi compañía.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	5 %
Medio	24	60 %
Alto	14	35 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 17 se puede observar que el 5 % de bomberos no se organizan para cumplir con las horas de permanencia en la compañía mientras que el 60 % de ellos tienen un nivel medio, esto podría significar que, aunque cumplen con sus responsabilidades, tal vez no se sienten entusiasmados. En síntesis, el 35 % de los efectivos tienen un nivel alto en la organización de sus tiempos para permanecer en la compañía y se caracterizan porque están altamente comprometidos.

En general, la mayoría de los bomberos cumplen con sus horas de permanencia, aunque existe la posibilidad de que algunos optimicen su organización para hacerlo de manera más efectiva.

Tabla 19

Pregunta 18: Trato de estar en todas las reuniones que convocan para participar activamente de ellas.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	5 %
Medio	29	72,5 %
Alto	9	22,5 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 19 se observa que el 5 % de los bomberos tienen un nivel bajo de participación en las reuniones, muestra de ello es un compromiso limitado para mantenerse informados sobre los acontecimientos que ocurren en la compañía. Por otro lado, el 72,5 % muestra un nivel medio en este indicador, esto quiere decir que muchos hacen un esfuerzo por asistir y participar en las reuniones, aunque tal vez no lo hagan siempre por temas personales, de tiempo u otras circunstancias. En resumen, el 22,5 % del personal voluntario se sienten realmente comprometidos y asisten a las reuniones. Este grupo es fundamental para crear un ambiente colaborativo, ya que su participación puede inspirar y motivar a los demás.

La participación de los que asisten es importante para fomentar un ambiente de colaboración y diálogo dentro de la compañía. En resumen, aunque la mayoría se esfuerza por participar, hay oportunidades para mejorar el compromiso general en las reuniones.

Tabla 20**Dimensión Identidad- Sentido de pertinencia**

Pregunta 19: Me siento orgulloso de pertenecer a esta compañía

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Medio	14	35 %
Alto	26	65 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvador

Interpretación

En la tabla 20 se puede observar que el 35 % de los voluntarios tienen un nivel medio de sentido de orgullo por pertenecer a la compañía Salvador Chimbote que si bien es cierto reconocen lo positivo de la compañía, debe de haber espacios para que se sientan más conectados y satisfechos con su pertenencia. Por otro lado, el 65 % de ellos expresan un alto nivel de orgullo por ser parte de la compañía. Este es un resultado muy positivo, porque es muestra que los bomberos se sienten valorados, aprecian su labor y el entorno en el que encuentran.

En general, fomentar un mayor sentido de pertenencia y orgullo en todos los bomberos podría beneficiar la unidad y la productividad en la compañía.

Tabla 21

Pregunta 20: Me siento identificado con el propósito del CGBVP

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Medio	14	35 %
Alto	26	65 %
Total	40	100 %

Nota: Resultados de la encuesta aplicada a los bomberos de la compañía Salvadora

Interpretación

En la tabla 21 se observa que un 35% de bomberos tienen un nivel medio de identificación con el propósito del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Perú, esto significa que debe de trabajar para fortalecer la conexión con la mística y puedan ayudar a encontrar un sentido más profundo de pertenencia en lo que hacen. En síntesis, el 65 % de personal voluntario expresan un alto nivel de identificación con el propósito del CGBVP. Este dato es muy positivo y refleja un fuerte sentido de compromiso y conexión con la misión de la organización.

En general, mejorar esta identificación podría contribuir a un mayor sentido de pertenencia y efectividad en el desempeño del equipo.

**Plan de Comunicación Interna para Fortalecer el Clima Laboral en la Compañía de
Bomberos Salvador Chimbote N.º 33, basado en la Teoría de los Factores
Motivacionales e Higiénicos de Herzberg**

Compañía de Bomberos Salvador Chimbote N.º 33

“El plan de comunicación interna es una hoja de ruta para la gestión estratégica de la comunicación. Debe ser lo suficientemente flexible para adaptarse al cambio que ocurre dentro o fuera de la empresa” (Aced et al.2021).

Finalidad

El presente Plan de Comunicación Interna busca mejorar el clima laboral en la Compañía de Bomberos Salvador Chimbote N.º 33, mediante la aplicación de estrategias de comunicación que se diseñaron basándose en los resultados del diagnóstico institucional. Este diagnóstico mostró áreas que necesitan mejorar, como el reconocimiento al personal voluntario, la comunicación entre ellos, el trabajo en equipo, el manejo adecuado de los conflictos y el refuerzo del sentimiento de pertenencia.

En ese sentido, el plan busca ayudar a mejorar estos aspectos mediante acciones reales que aumenten la motivación, la satisfacción y el compromiso, siguiendo la Teoría de los Factores Motivacionales e Higiénicos de Herzberg.

Por eso, se han definido los siguientes objetivos generales y específicos, los cuales están enfocados a abordar cada una de las dimensiones encontradas en el diagnóstico y a garantizar que las acciones propuestas tengan un efecto positivo en la mejoría del clima laboral.

Objetivos del plan

• **Objetivo general:**

Fortalecer el clima laboral en la Compañía de Bomberos Salvador Chimbote N.º 33 mediante la aplicación de un plan de comunicación interna basado en la Teoría de los Factores Motivacionales e Higiénicos de Herzberg, con el propósito de aumentar la satisfacción en las dimensiones de recompensa, relaciones interpersonales, cooperación, identidad y resolución de conflictos.

- **Objetivos específicos:**
 - Reconocer mensualmente el esfuerzo y desempeño de los bomberos mediante el programa “Bombero del Mes”, fortaleciendo su motivación y sentido de pertenencia.
 - Fortalecer la comunicación interpersonal de los bomberos a través del taller de Escucha Activa y Comunicación Efectiva, promoviendo el respeto, la empatía y el diálogo.
 - Promover el trabajo colaborativo y la integración de brigadas mediante el Simulacro Interbrigadas con actividad recreativa, fomentando la coordinación, el apoyo mutuo y el espíritu de equipo.
 - Impulsar la comunicación efectiva y el manejo adecuado de los conflictos internos mediante el Buzón de Sugerencias y Comité de Mediación, asegurando espacios de escucha, participación y soluciones transparentes.
 - Reforzar el sentido de pertenencia y orgullo institucional a través de la campaña “Yo Soy Salvadora N.º 33”, destacando la historia, los valores y el compromiso de los bomberos con la comunidad.

Fundamentación teórica del plan

El presente plan de comunicación interna se basa en un marco teórico sólido que guía cada una de las actividades que se proponen.

La teoría principal que respalda este plan es la Teoría de los Factores Motivacionales e Higiénicos, planteada por Frederick Herzberg en 1959. Esta teoría indica que la satisfacción o insatisfacción en el trabajo no proviene de un solo grupo de condiciones, sino que depende de dos tipos de factores diferentes.

Por un lado, los factores higiénicos están relacionados con el entorno donde se lleva a cabo el trabajo, como por ejemplo cómo se comunica la información, las relaciones entre las

personas, las normas de la empresa y la forma en que se supervisa. Si estos aspectos no están bien desarrollados o no se respetan, pueden causar malestar y frustración en los bomberos.

Por otro lado, los factores motivadores están relacionados con lo que se hace en el trabajo y con las oportunidades de crecer personal y profesionalmente. Entre ellos figuran el reconocimiento, alcanzar metas, tener responsabilidades y poder desarrollarse. Estos elementos son los que realmente producen satisfacción, motivación desde dentro y un sentimiento de pertenencia.

En ese sentido, el plan de comunicación interna de la Compañía de Bomberos Salvador Chimbote N.^o 33 se ha hecho con base en este enfoque, con el objetivo de cuidar los aspectos higiénicos que eviten la insatisfacción y también fortalecer los elementos motivadores que generan satisfacción y compromiso. Cada parte del plan está conectada con las ideas de Herzberg, garantizando que la teoría, los objetivos y la mejora del clima laboral estén alineados.

1. Dimensión: Recompensa

Estrategia: Reforzar el reconocimiento al esfuerzo del personal voluntario.

Fundamentación:

Esta actividad es directamente relacionada con uno de los factores motivacionales más fuertes identificados por Herzberg: el reconocimiento. Al destacar el esfuerzo y el trabajo del personal, se incrementa la motivación interna, generando un sentimiento de logro y valoración entre los bomberos de la compañía. Además, al ser reconocidos públicamente, los voluntarios experimentan una mejora en su autoestima y su sentido de pertenencia a la empresa.

Actividad: “Bombero del Mes”

Descripción:

Se seleccionará cada mes a un bombero destacado por su compromiso, puntualidad, compañerismo y desempeño.

La elección se hará mediante votación anónima entre sus compañeros y jefatura directa.

Pasos para implementar:

1. Crear un formato físico o digital de votación.
2. Reunir las votaciones la última semana del mes.
3. Anunciar públicamente al ganador durante una reunión semanal.
4. Colocar su foto en un mural de reconocimiento y enviar un mensaje institucional a través de Facebook y grupo de WhatsApp.

Responsable: Área de Imagen Institucional y Relaciones Públicas.

Frecuencia: Mensual

2. Dimensión: Relaciones

Estrategia: Mejorar la calidad de la comunicación interpersonal.

Sustento:

Las relaciones interpersonales son un factor higiénico fundamental. Una mala comunicación puede causar conflictos y malestar. Esta actividad ayuda a evitar la insatisfacción promoviendo habilidades comunicativas que mejorarán la calidad de las relaciones laborales, fortalecerán la convivencia entre equipos y reducirán tensiones internas.

Actividad: Taller de Escucha Activa y Comunicación Efectiva

Descripción:

Capacitación (2 horas) en técnicas de escucha empática y comunicación activa.

Dirigido a todo el personal, divididos por turnos.

Pasos para implementar:

1. Coordinar con un psicólogo para dictar el taller.
2. Realizar el taller por grupos (máximo 10 por sesión).
3. Entregar un resumen práctico con consejos clave.
4. Evaluar con una encuesta rápida de satisfacción.

Responsable: Oficina de Psicología.

Frecuencia: Cada tres meses

3. Dimensión: Cooperación

Estrategia: Fomentar el trabajo colaborativo entre brigadas y áreas.

Sustento:

Trabajo colaborativo bien organizado puede ser un poderoso motivador. Esta actividad no sólo mejora las condiciones sociales (factor higiénico), sino que fomenta el éxito colectivo y la cohesión del grupo, lo que tiene un impacto positivo en el clima laboral.

Actividad: Simulacro Interbrigadas con Actividad Recreativa

Descripción:

- Se organizará un simulacro que incluya a todas las brigadas disponibles.
- Al finalizar, se hará una jornada recreativa (almuerzo compartido o actividad deportiva).

Pasos para implementar:

1. Designar un equipo de planificación para definir el tipo de simulacro.
2. Coordinar roles (ej. un bombero de una brigada apoya a otra).
3. Ejecutar el simulacro.
4. Concluir con una actividad integradora.

Responsable: Área de Personal

Frecuencia: Trimestral

4. Dimensión: Conflicto

Estrategia: Gestionar de manera constructiva los conflictos internos.

Esta estrategia contribuye a mejorar los canales de supervisión y resolución de conflictos; elementos que, según Herzberg, son claves para disminuir la insatisfacción. Al brindar un

espacio seguro para expresar preocupaciones, se fortalece la confianza institucional y se evitan conflictos no resueltos que perjudiquen el ambiente laboral.

Actividad: Instalación de Buzón de Sugerencias y Comité de Mediación

Descripción:

- Se colocará un buzón físico y digital para que los bomberos expresen inquietudes o propuestas.
- Se conformará un pequeño comité imparcial que revise los casos y plantee soluciones.

Pasos para implementar:

1. Instalar el buzón en una zona común (cocina o sala).
2. Seleccionar a 3 representantes (1 jefatura, 1 voluntario, 1 bombero operativo).
3. Reunirse quincenalmente para analizar sugerencias y responderlas.

Responsable: Comité de Mediación

Frecuencia: Quincenal

5. Dimensión: Identidad

Estrategia: Reforzar el sentido de pertenencia y orgullo institucional.

Esta estrategia está alineada con los siguientes motivos, como el sentido de pertenencia y el orgullo de pertenecer a la compañía. La promoción de la historia institucional y los testimonios personales conectan a los bomberos con el propósito de su labor, generando un compromiso emocional con la institución.

Actividad: Campaña “Yo Soy Salvadora N.º 33”

Descripción:

- Serie de acciones visuales y emocionales para fortalecer la identidad institucional.
- Incluye testimonios de bomberos antiguos y proyección de fotos históricas.

Pasos para implementar:

1. Recolectar historias inspiradoras de miembros antiguos.
2. Organizar una jornada conmemorativa donde se proyecte material institucional.
3. Grabar breves videos donde los bomberos digan: “Yo soy Salvadora N.º 33, y sirvo con orgullo”.

Responsable: Oficial de Imagen Institucional y Relaciones Públicas.

Frecuencia: Semestral

Seguimiento y Medición

Actividad	Indicador de éxito	Medición
Bombero del Mes	Participación en votación y nivel de satisfacción	Encuesta rápida mensual
Taller de escucha activa	Asistencia y mejora en relaciones laborales	Encuesta post taller
Simulacro y recreación	Participación y retroalimentación positiva	Lista de asistencia + retroalimentación
Buzón de sugerencias	Número de casos recibidos y resueltos	Reporte quincenal
Campaña de identidad	Nivel de identificación con la institución	Encuesta final

Encuestas sugeridas por actividad**1. Actividad: “Bombero del Mes”**

Objetivo: Medir percepción de reconocimiento y motivación.

Preguntas:

1. ¿Te sientes reconocido por tu esfuerzo dentro de la compañía?
2. ¿Consideras justa la forma en que se elige al “Bombero del Mes”?
3. ¿El programa te motiva a mejorar tu desempeño?
4. ¿Crees que esta iniciativa mejora el clima laboral?

Tipo de respuesta: Escala Likert (1 = Totalmente en desacuerdo / 5 = Totalmente de acuerdo)

2. Actividad: Taller de Escucha Activa y Comunicación Efectiva

Objetivo: Evaluar mejoras en la comunicación interpersonal.

Preguntas:

1. ¿El taller te brindó herramientas útiles para comunicarte mejor con tus compañeros?
2. ¿Desde el taller, consideras que tu equipo se comunica de forma más efectiva?
3. ¿Recomendarías que se repita este tipo de capacitación?

Tipo de respuesta: Escala Likert + una pregunta abierta opcional:

¿Qué fue lo que más te gustó o qué mejorarías del taller?

3. Actividad: Simulacro Interbrigadas + Actividad Recreativa

Objetivo: Medir cooperación y compañerismo.

Preguntas:

1. ¿El simulacro te permitió trabajar en equipo con brigadas diferentes a la tuya?
2. ¿Sientes que las actividades compartidas fortalecen la relación entre compañeros?
3. ¿Te gustaría que estas actividades se repitan con regularidad?
4. ¿El ambiente durante el evento fue positivo y colaborativo?

Tipo de respuesta: Escala Likert

4. Actividad: Buzón de sugerencias y Comité de Mediación

Objetivo: Evaluar confianza y manejo de conflictos.

Preguntas:

1. ¿Conoces la existencia del buzón de sugerencias?
2. ¿Consideras que tus sugerencias o inquietudes están siendo escuchadas?
3. ¿Tienes confianza en el comité de mediación para resolver conflictos?
4. ¿Has notado alguna mejora en el ambiente tras su implementación?

Tipo de respuesta: Sí / No + Escala Likert

Pregunta opcional: ¿Qué sugerencia te gustaría que se implemente pronto?

5. Actividad: Campaña de Identidad “Yo Soy Salvadora N.º 33”

Objetivo: Evaluar identidad institucional.

Preguntas:

1. ¿Te sientes identificado con la misión y valores de la Compañía?
2. ¿Crees que las campañas de identidad fortalecen el orgullo de pertenecer a esta institución?
3. ¿Participaste en alguna de las actividades de esta campaña?
4. ¿Cómo describirías tu nivel de compromiso con la Compañía en la actualidad?

Tipo de respuesta: Escala Likert + pregunta abierta opcional

Describe en una palabra cómo te sientes siendo parte de Salvadora N.º 33

Conclusión del Plan

El presente plan de comunicación interna ha sido diseñado con el objetivo de fortalecer el clima laboral de la Compañía de Bomberos Salvadora Chimbote N.º 33, respondiendo directamente a las dimensiones identificadas: recompensa, relaciones, cooperación, conflicto e identidad.

A través de acciones estratégicas, realistas y medibles, se busca generar un ambiente de respeto, pertenencia y motivación, pilares fundamentales para un desempeño efectivo.

Recomendaciones para la Implementación

1. Asegurar el compromiso de la jefatura como promotores del cambio.
2. Comunicar de forma clara el propósito del plan a todo el personal para generar compromiso.
3. Adaptar las acciones a los turnos y dinámicas operativas de la compañía.
4. Realizar una evaluación semestral de impacto para identificar oportunidades de mejora.
5. Promover la participación voluntaria sin generar presión.

Sostenibilidad del Plan

Para que el plan sea sostenible en el tiempo, se recomienda:

- Integrar las acciones al cronograma institucional.
- Generar indicadores anuales de clima laboral para actualizar estrategias.
- Capacitar periódicamente a todas las áreas.
- Documentar los avances y compartir los logros con todos los miembros de la compañía.

“Un equipo que se escucha, se respeta y se reconoce, es un equipo preparado para enfrentar cualquier emergencia”.

V. Discusión

1. Dimensión recompensa

A partir de los datos recolectados en la compañía de bomberos Salvador Chimbote N°33 con respecto a la dimensión recompensa (estímulos no económicos) en relación a que si la compañía capacita mediante cursos el 62,5% considera que el nivel de formación es medio. Las puntuaciones altas en este nivel indican que las recompensas actuales no cumplen con las expectativas de gran parte de los bomberos. Solo una pequeña parte tiene una opinión favorable sobre el sistema de recompensas, lo que indica una clara oportunidad de mejora en este ámbito, tal como indica Saldívar (2020) acerca de este indicador, que el pago emocional puede encontrarse en los reconocimientos, cursos, ascensos por lo que aumenta su motivación y compromiso con la organización.

Por otro lado, la mayoría de los bomberos no creen que su empresa tenga un enfoque apropiado para recompensar el éxito en situaciones de emergencia, lo cual ellos consideran que es muy importante ya que la recompensa aumenta su motivación. Es por ello que Müller (2020) realiza una propuesta sobre un modelo de recompensa integrado que constituye la base para el desarrollo de programas de recompensa que aseguren la satisfacción del colaborador, por un lado, y el buen desempeño en la organización, por otro. Esta propuesta está diseñada en que todo lo que los empleados valoran en la relación laboral y se esfuerzan por estar plenamente incluido en la "Propuesta de valor del empleado", tales como, salario, beneficios, oportunidades educativas y de desarrollo profesional, interacción social y vida/trabajo eficaz. Si bien en este factor es muy importante que la organización dedique que atención, como es de conocimiento el Cuerpo General de Bomberos Voluntarios de Perú es una entidad sin fines de lucro por lo que es de gran relevancia tener en cuenta los estímulos no económicos para poder aumentar la motivación.

Es por ello que según las encuestas cuando se les consultó a los bomberos si es que en esta compañía los capacitan mediante cursos, el 62,5% considera que el nivel de formación es medio, por lo que se percibe las capacitaciones que brinda la compañía como aceptables, aunque consideran que hay oportunidades de mejora para que todos puedan obtener cursos que les permiten ascender. En tal sentido, Gaspar (2021) indica que las empresas hoy en día prestan más atención a la formación mediante cursos y a desarrollar el capital humano ya que

juegan un papel importante en el logro de los objetivos. De la misma manera Honores (2020) en su investigación indica que la capacitación como técnica de aprendizaje es muy importante para que los colaboradores desarrollen sus funciones de la mejor manera dentro de la organización.

En esta investigación reveló que el 67,5% del personal voluntario indica en un nivel medio que son reconocidos cuando realizan un buen trabajo, lo que significa que consideran que hay un reconocimiento aceptable, es decir, la mayoría de los bomberos sienten que existe reconocimiento por su trabajo sin embargo se podría implementar espacios en donde publicar sus logros y sientan que la compañía los está reconociendo.

Y en este punto importante Chinchay et al. (2020) indica que toda empresa debe de tener un manual de reconocimiento al mérito porque el reconocimiento de los logros y esfuerzos de los empleados aumenta su motivación y confianza en la organización y además el centrarse en el reconocimiento también puede alentar a los colaboradores a desarrollar nuevas habilidades y buscar oportunidades de crecer dentro de la organización.

2. Dimensión relaciones

La encuesta aplicada a los bomberos de la Compañía Salvador Chimbote N°33 sobre la dimensión relaciones- ambiente de trabajo indica que el 62.5% de los bomberos cree que el ambiente de trabajo es bastante amigable. Esto indica que más de la mitad piensa que la convivencia está bien, esto podría indicar la necesidad de trabajar en la mejora del ambiente laboral para aumentar la satisfacción entre los miembros de la compañía. Es por ello que Hernández (2020) explica que un ambiente de trabajo positivo crea una sensación de felicidad y satisfacción en los empleados, promueve la productividad y ayuda a que la empresa crezca. Por otro lado, si se produce una situación desfavorable, el desempeño de la institución se verá perjudicado, lo que eventualmente afectará a la empresa.

Por otro lado, el 67,5% considera que su entorno laboral es agradable lo que significa que, aunque el ambiente es aceptable, hay que ver oportunidades de mejora para poder reducir las tensiones. Muchos de los bomberos pasan muchas horas dentro de los cuarteles, las tareas asignadas, las relaciones con los compañeros, la estructura organizativa y los métodos de trabajo son algunos de los factores que influyen en la salud mental. Por tanto, es importante comprobar el impacto de estos factores en el bienestar de los mismos. Díaz (2021) destaca la

importancia de un ambiente de trabajo adecuado que permita relaciones amistosas entre los empleados a través de una adecuada gestión de conflictos como elemento esencial para mantener una cultura organizacional que fomente el trabajo en equipo y el logro de objetivos.

A pesar de que el 67,5% de los bomberos encuestados considera que la relación entre jefes y personal voluntario es adecuada, hay un porcentaje que expresa opiniones no tan favorables. Esto sugiere que sería beneficioso mejorar la comunicación y fomentar un ambiente de apoyo para fortalecer la unión del equipo. Es por ello García (2020) indica que, para mejorar la estabilidad en el lugar de trabajo, es importante fortalecer el ambiente laboral en donde se cree un fuerte sentido de pertenencia a la organización para mejorar la relación entre jefes y empleados. Los jefes que tienen relaciones cercanas con sus equipos pueden identificar más fácilmente las fortalezas y debilidades de cada empleado, brindar oportunidades de desarrollo y ayudar a alcanzar las metas.

Por otra parte, el 65%, opina que las reuniones de integración que se realizan no han generado un impacto sobresaliente es por ello que reconocen que se realizan algunas actividades pero que se podrían mejorar o ser más frecuentes. Esto podría señalar la necesidad de aumentar la frecuencia y efectividad de estas actividades para fortalecer las relaciones interpersonales dentro del equipo. Y es así como Herrera et al. (2020) concluye en su investigación que se deben realizar actividades de integración para dar a los empleados una sensación de satisfacción, así como para mejorar la distribución de tareas y la interacción entre los colaboradores.

3. Dimensión cooperación

En el indicador de trabajo equipo, el 62.5%, cree que la participación y coordinación es a un nivel medio. Es por ello que se percibe que se trabaja en equipo, pero tal vez no siempre de manera óptima. Esto podría señalar la necesidad de fomentar un ambiente más inclusivo donde todas las opiniones y proyectos sean valorados, lo que contribuiría a alcanzar los objetivos de la compañía de manera más efectiva. Es por ello que Inchaustegui (2022) en su investigación sobre comunicación interna enfatizó la importancia de tener un espacio de diálogo para que todas las opiniones, críticas y comentarios sean escuchados y evaluados atentamente. En este sentido, las empresas necesitan crear oportunidades para que los

empleados aporten ideas innovadoras y sugerencias de mejora en su trabajo diario, proponiendo soluciones relacionadas con los objetivos.

En esta investigación se les consultó a los bomberos acerca de delegar las actividades en una emergencia a lo que el 55 % cree que la delegación de actividades es a nivel medio, esto significa que las tareas se asignan de manera adecuada, aunque podría mejorarse, en tal sentido, se confía en el equipo, pero se mantiene cierto control sobre las decisiones clave. Por lo que Corea (2020) fundamenta en su investigación que los líderes deben de delegar las funciones a sus colaboradores y que este proceso sea organizado y que se procese la información para planificar tareas futuras. Es por ello cuando habla de delegar se refiere al otorgamiento de autoridad por parte del jefe de un área de trabajo a un individuo para realizar una actividad específica. Por otro si no hubiera delegación, el desempeño laboral no sería óptimo porque una persona tiene que hacer todo y hay muchas funciones que deben realizarse al mismo tiempo.

En este indicador de vocación de servicio, se refiere a que el 57.5 % de los bomberos de Chimbote se sienten muy orgullosos de servir al prójimo sin esperar una recompensa. Esto muestra que los voluntarios ven su trabajo como algo muy valioso y una gran fuente de satisfacción personal. En general, los resultados indican que la mayoría de los bomberos valoran ayudar a los demás de manera desinteresada. Y este resultado afirma lo que nos explica Salazar (2023) cuando un servidor público emprende una carrera de servicio, puede agregar valor a la institución, mejorar el desempeño empresarial, reducir la corrupción, mejorar la burocracia y hacer muchas otras cosas. Ser amable con todos los que lo rodean, comprenda las necesidades y deseos de todos los usuarios, desarrolle habilidades y destrezas como la comprensión, la paciencia, la amabilidad y la empatía, proporcione información y/o datos oportunos, completos y precisos para garantizar que siempre sean adecuados para su propósito. Servir con satisfacción, dedicación y compromiso total para lograr resultados comerciales, brindar servicios de alta calidad y mucho más.

En esta misma línea, podemos ver que el 42.5 % de los bomberos tienen una predisposición a nivel medio. Esto se refiere a que acuden a las emergencias con buena actitud, aunque no al máximo de su motivación. Es por ello Acosta (2021) nos habla de que la motivación es un elemento fundamental en las empresas porque puede fomentar actitudes positivas en los

empleados que beneficien su desempeño laboral y también mejoren la calidad de vida de las personas y sus familias. Además, que la predisposición para realizar alguna actividad esté muy alineada al sentido de pertenencia que se tenga con la institución.

4. Dimensión Conflicto

Según los encuestados en este indicador de escucha activa, los bomberos de la compañía Salvador Chimbote N°33 comentaron que el 60 % de ellos, piensa que los jefes están bastante dispuestos a escuchar, pero no siempre con total apertura. que los jefes muestran una disposición aceptable para escuchar a los empleados, aunque debería de haber espacios para mejorar y lograr que los bomberos sientan que sus ideas son más valoradas y tenidas en cuenta. Cruz (2020) indica que se debe trabajar en equipo para lograr los objetivos, así como los jefes deben estar dispuestos a escuchar opiniones de los otros. Además, lo que busca el colaborador es poder encontrar espacios en donde la parte gerencial esté interesado en su talento donde puedan compartir todas sus ideas y aprender todo lo que necesitan para lograr mejores resultados.

En esta misma línea, se puede apreciar que el 55 %, cree que puede compartir lo que piensa, aunque no siempre se siente completamente libre para hacerlo. Esto significa que sienten que tienen la oportunidad de expresarse, pero tal vez con un poco de precaución. En general, los resultados sugieren que, si bien existe cierta apertura para expresar diferencias, debería de existir espacios para mejorar la confianza y fomentar un ambiente más abierto al diálogo. Es así como Acosta (2020) explica que el diálogo es esencial para solucionar todo tipo de conflictos que pueda suceder en una empresa permite identificar inquietudes y equilibrar expectativas. Permitir la participación genera confianza en la empresa para que todos puedan emitir sus puntos de mejora y buscar acciones que ayuden a mejorar a todos.

Asimismo, el 65 % de voluntarios opinan que la comunicación es importante en situaciones de conflicto en un nivel medio. Aunque no ven la comunicación como la única alternativa para resolver problemas. En general, los resultados sugieren que la comunicación es valorada, pero podría reforzarse para resolver conflictos dentro de la compañía. Es así, como Horna (2021) refuerza la idea con que las instituciones creen que se puede lograr un progreso adecuado y un crecimiento organizacional mediante una comunicación adecuada. El tener

una comunicación asertiva ante los conflictos puede ayudar a que se busquen soluciones positivas y así mismo haya un buen trabajo en equipo.

Mientras el 70% de los bomberos opina que se busca soluciones ante conflictos para convivir en armonía y que ello se refleja que existe esfuerzos para resolver problemas de manera positiva. Es por ello que Huapaya (2022) fundamenta que es importante que las empresas tengan en cuenta los posibles problemas que pueden afectar el desarrollo de una comunicación adecuada. Para hacer esto, se necesita crear un espacio para una participación efectiva y desarrollar estrategias útiles para resolver conflictos de manera efectiva. La negociación de conflictos, que todas las empresas deben realizar, es fundamental para desarrollar estrategias que permitan gestionar y planificar los acuerdos de gestión de manera que se cumplan las expectativas e intereses de los trabajadores de esta manera se identifican posibles errores en cualquier actividad.

5. Identidad

En este indicador compromiso en el trabajo se puede verificar que el 60 % de ellos tienen un nivel medio, esto podría significar que, aunque cumplen con sus responsabilidades, tal vez no se sienten motivados para cumplir con sus horarios de permanencia. La mayoría de los bomberos cumplen con sus horas de permanencia, aunque existe la posibilidad de que algunos optimicen su organización para hacerlo de manera más efectiva. Es por ello que Puma (2020) enfatiza que el compromiso organizacional indica el grado en que los empleados se identifican con la empresa y sus objetivos. Este deseo de mantener la permanencia dentro de la organización brinda a los empleados un mayor sentido de identificación y pertenencia a la organización.

Por otro lado, el 72,5 % muestra un nivel medio cuando se trata de estar en todas las reuniones que convocan para participar activamente de ellas, esto quiere decir que muchos hacen un esfuerzo por asistir y participar en las reuniones, aunque tal vez no lo hagan siempre por temas personales, de tiempo u otras circunstancias. La participación de los que asisten es importante para fomentar un ambiente de colaboración y diálogo dentro de la compañía. En resumen, aunque la mayoría se esfuerza por participar, hay oportunidades para mejorar el compromiso general en las reuniones.

En el indicador de sentido de pertenencia cuando se les consulta a los bomberos cuando si se sienten orgullosos de pertenecer a esta compañía el 65% de ellos expresan un alto nivel de orgullo por ser parte de la compañía. Este es un resultado muy positivo, porque es muestra que los bomberos se sienten valorados, aprecian su labor y el entorno en el que encuentran. Por tanto, las organizaciones deben prestar especial atención a satisfacer esta necesidad de pertenencia y dirigir todos los esfuerzos a mejorar la calidad del clima laboral con el fin de fomentar los valores organizacionales entre los colaboradores (Diaz,2019).

VI. Conclusiones

Luego de realizar el análisis y discutir los resultados, se llegaron a las siguientes conclusiones.

1. Según el objetivo general de este estudio, se propone un plan de comunicación interna con estrategias orientadas a mejorar el clima laboral en la Compañía de Bomberos Salvadora de Chimbote N.º 33, donde actualmente se identifica un nivel medio. El plan incluye acciones como reconocimiento al personal, reuniones informativas, fortalecimiento de canales internos y actividades de integración, con el fin de promover un ambiente de respeto, confianza y motivación que incremente el compromiso y la eficiencia en el servicio.
2. El clima laboral en la dimensión recompensa de los bomberos de la Compañía Salvadora Chimbote N°33 tienen un nivel medio ya que, al ser un trabajo no remunerado, los bomberos solo reciben beneficios no económicos, como capacitaciones y reconocimientos. Sin embargo, muchos consideran que estos beneficios no son suficientes y no cumplen con sus expectativas de reconocimiento, lo que muestra una brecha entre las recompensas actuales y lo que realmente necesitan para sentirse valorados en su labor.
3. La Compañía Salvadora Chimbote N°33 presenta un nivel medio en la dimensión de relaciones, lo que indica que los bomberos consideran su ambiente laboral aceptable, pero no lo perciben como cercano. Las actividades de integración realizadas hasta el momento no han generado un impacto significativo, y aunque el entorno es generalmente positivo, persisten tensiones y existen percepciones negativas en un grupo. Esto evidencia la necesidad de implementar estrategias para fortalecer la unión entre compañeros y mejorar el ambiente laboral dentro de la compañía.

4. La Compañía Salvadora Chimbote N°33 muestra un nivel medio en la dimensión de cooperación, lo que sugiere la necesidad de crear un ambiente más inclusivo donde todas las opiniones sean valoradas. La mayoría de los bomberos percibe que la delegación de tareas es equilibrada, confiando en el equipo, pero con cierto control. Además, aunque valoran ayudar a los demás, su motivación en las emergencias no es completamente alta.
5. La Compañía Salvadora Chimbote N°33 presenta un nivel medio en la dimensión de conflicto, ya que, aunque los jefes muestran disposición para escuchar, no siempre lo hacen con total apertura. Aunque existe la posibilidad de expresar diferencias, los resultados indican que se requieren espacios para mejorar la confianza y fomentar un ambiente más abierto al diálogo. Si bien la comunicación es considerada importante en situaciones de conflicto, no se percibe como la única estrategia para resolver los problemas, lo que señala la necesidad de fortalecer las prácticas de gestión de conflictos en la organización.
6. La Compañía Salvadora Chimbote N°33 presenta un nivel alto en la dimensión de identidad. La mayoría de los bomberos cumplen con sus horas de permanencia, aunque algunos podrían optimizar su organización para hacerlo de manera más eficiente. A pesar de que no todos pueden asistir a las reuniones por motivos personales o de tiempo, los bomberos muestran un alto nivel de orgullo por ser parte de la compañía, lo que indica que se sienten valorados y aprecian su labor. Además, los bomberos voluntarios manifiestan un fuerte sentido de identificación con la misión del CGBVP, lo que refleja un alto nivel de compromiso. Fomentar aún más este sentido de pertenencia podría mejorar la unidad, el sentido de propósito y la efectividad del equipo en la organización.

VII. Recomendaciones

- Se recomienda a los directivos del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú realizar visitas a cada compañía, organizando diversas actividades que demuestren compromiso e involucramiento, incluyendo capacitaciones prácticas que motiven al personal de las diferentes partes del Perú.
- A los jefes de compañía se recomienda que creen un espacio en su dónde los bomberos puedan presentar sus proyectos e ideas, recibir comentarios y brindar oportunidades de mejora y desarrollo.
- A los jefes de sección de la compañía, a través de su ejemplo, motiven a sus equipos a realizar sus actividades de manera colaborativa, fomentando la cooperación entre áreas, lo cual se reflejará en el éxito del logro de los objetivos institucionales.
- Se recomienda al área de imagen institucional de la compañía reconocer públicamente, a través de las páginas oficiales, a quienes cumplan con los objetivos institucionales y participen activamente en las actividades, destacando la imagen de los bomberos en la ciudad.

Bibliografías

- Aced, C., & Miquel Segarra, S. (2021). La comunicación interna de las empresas españolas en clave estratégica. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 45–60. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.18692>
- Acosta, A. D., Lambert, Y. A., Mustelier, R. L., & González, Y. S. (2021). Motivación en empresas de servicios: Contribuciones desde la intervención psicosocial. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 26(94), 568–584.
- Acosta, B., & Venegas, C. (2010). Clima organizacional en una empresa cervecera: un estudio exploratorio. *Revista de Investigación en Psicología*, 13(1), 163–172.
- Almeida, P. A. A., & Vera, R. J. C. (2020). Los efectos de la comunicación organizacional. Editorial no especificada.
- Álvarez Fernández, L. B. (2019). Modelo de gestión comunicativa basado en teoría DEMING para mejorar la comunicación interna en la Compañía de Bomberos Laredo 2017.
- Azaña Matos, H. E., & Mozo Calderón, A. J. (2021). Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la Empresa Seda Chimbote SA, 2019 [Tesis de licenciatura, UCV]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73093/Aza%C3%B1a_MHE-Mozo-CAJ-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Baque, M., Mantuano, J., Merchán, D., & Mero, R. (2020). Comunicación y desarrollo organizacional en la carrera Administración de Empresas, Universidad Estatal del Sur de Manabí. *FIPCAEC*, 5(4). <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i14.176>
- Berceruelo, B. (2020). Empleados comprometidos, empresas eficaces. Estudio de Comunicación.
- Bermejo-Salmon, M., Suárez-Caimary, I. L., & Salazar-Danger, M. M. (2022). El clima laboral en el contexto organizacional. *Ciencias Holguín*, 28(3).
- Bermúdez Rus, C. (2016). La comunicación interna en las organizaciones [Tesis doctoral]. Repositorio Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/7425>
- Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (3.^a ed.). Pearson Educación.

- Caballero, L. (2019). Comprendiendo el ámbito de la comunicación organizacional interna y el desempeño docente en instituciones educativas. *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua*, 66(66), 65–82. <https://doi.org/10.46744/bapl.201902.003>
- Camas-Montero, J., & Ordóñez-Espinoza, C. (2021). Análisis del clima organizacional del personal y colaboradores del cuerpo de Bombero. Caso Cantón Cañar—Ecuador. *CIENCIAMATRÍA*, 7(3), 527–548. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i3.598>
- Castro, M. F. G. (2021). La gestión de talento humano y su influencia en el desempeño laboral para el éxito de las empresas. *Polo del Conocimiento*, 6(8), 318–329.
- Castro, M., & Morales, A. (2020). Diagnóstico organizacional basado en el modelo de Litwin y Stringer. *Revista de Psicología Laboral*, 25(2), 89–101.
- Chinchay-Tisoc, L. A., Cusicanqui-Zavaleta, I. S. S., Martínez-Quintanilla, R. F., & Valdiviezo-López, R. (2022). Propuesta de mejora de la satisfacción laboral en el área administrativa de una empresa importadora en Lima (2020). *INNOVA Research Journal*, 7(1), 77–95.
- Corea, S. R., Saldaña, C. M. A., Salazar, H. O., Correa, J. R., Arévalo, P. F., & Orbe, R. E. C. (2021). Motivación: buen desempeño laboral de los trabajadores de la gestión pública. *Ciencia Latina*, 5(3), 3805–3823.
- Cruz, M. A., & Díaz, L. M. (2020). Importancia de las habilidades blandas en la retención del talento millennial en el área de ventas del sector inmobiliario en Lima Metropolitana. *COMPENDIUM: Cuadernos de Economía y Administración*, 7(3), 140–152.
- Cuenca, J., & Verazzi, L. (2020). Comunicación interna total: estrategia, prácticas y casos.
- Damián Foronda, J. L., Castillo Saavedra, E. F., Reyes Alfaro, C. E., Salas Sánchez, R. M., & Ayala Jara, C. I. (2021). Comunicación interna y desempeño laboral en profesionales sanitarios peruanos durante la pandemia COVID-19. *Medisur*, 19(4), 624–632.
- Del Rocío Morales-Villacis, M., Guerrero-Reyes, L. J., Loor-Rodríguez, C. D., & Tapia-Álvarez, C. V. (2022). Comunicación asertiva como estrategia ante el estrés académico. *Prohominum*, 4(2), 39–54.
- Díaz Muñoz, G. A., & Quintana Lombeida, M. D. (2021). La gestión del talento humano y su influencia en la productividad de la organización. *Gestión Joven*, 22(1).
- Estela, R. (2020). Investigación propositiva. Calameo.
<https://www.calameo.com/read/006239239f8a941bec906>

- Fabara, G., Jaramillo, C., & Falcón, R. (2020). Clima organizacional y satisfacción laboral en los empleados de la Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato. Digital Publisher, 5(6), 77–89.
- Famá, M. G. F., & del Carmen Abraham, M. (2020). Comunicación institucional: plan de comunicación interna. Caso FUESMEN.
- Formanchuck, A. (2009). Comunicación interna: 7 dimensiones de intervención para aportar valor. International Journal of Communication Research, 27. Recuperado de <http://formanchuk.com.ar/todosignifica/comohacer-un-plan-de-comunicacion-interna/aDResearch>
- Godet, M. (2007). La prospectiva estratégica: Problemas y métodos. Cuaderno de LIPSOR, 20. Laboratoire d'Investigation Prospective et Stratégique.
- Hernández, J., Prats, G., & Hernández, F. (2020). Clima organizacional: aspectos básicos de su origen y definición. Revista Ciencias de la Documentación, 66–77.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2020). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6^a ed.). México: McGraw-Hill/Internacional Interamericana.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Herrera, B. C., Leiva, S. D. H., Lazo, D. M. M., & Castillo, J. N. V. (2020). Proceso administrativo de Recursos Humanos en la Empresa Las Limas SA (periodo 2018–2019).
- Herzberg, F. (1959). The motivation to work (2.^a ed.). John Wiley & Sons. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315124827/motivation-work-frederick-herzberg>
- Honores, N., Vargas, C., Espinoza, C., & Tapia, N. (2020). Importancia y capacitación personal: aprendizaje colaborativo y desempeño laboral en las empresas mineras. Digital Publisher CEIT, 5(6), 398–409.
- Huapaya, C. A. A. (2022). Liderazgo en la negociación y manejo de conflictos para una organización. Ciencia Latina, 6(2), 4691–4715.
- Inchaustegui Fuentes, F. A. (2022). Estrategia de comunicación interna para la empresa Chocodosis, 2021.

- Jakubiec, M. (2019). The importance of internal communication for management of an organisation. *Organization and Management Series*, 1(134), 47–62.
<https://doi.org/10.29119/1641-3466.2019.134.4>
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The social psychology of organizations* (2.^a ed.). Wiley.
- Lázaro Huiza, J. M., & Yzaguirre Olivera, J. S. (2023). La cultura organizacional de los trabajadores del Instituto Superior Tecnológico Privado BITEC, Chimbote, 2022. Revista no especificada.
- Lesmes, A. K., Barrientos, E. J., & Cordero, M. C. (2020). Comunicación asertiva: ¿estrategia de competitividad empresarial? *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 8(1), 147–153.
- López-Torres, N. R., & Soraca-Roa, T. (2019). Relaciones interpersonales y su incidencia en el aula. *Educación y Ciencia*, (23), 191–206.
- Lucas, C. F. P., & Ureta, F. M. A. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas: estudio de caso Hardepex Cía. Ltda. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(28).
- Madero Gómez, S. M. (2019). Factores de la teoría de Herzberg y el impacto de los incentivos en la satisfacción de los trabajadores. *Acta Universitaria*, 29.
- Méndez, J. A. (2021). Motivación laboral y clima organizacional: una perspectiva desde las necesidades humanas. Ediciones del Profesional.
- Menna, L. (2020). Taller psicoeducativo en habilidades sociales para mejorar el clima laboral en el cuartel de bomberos voluntarios de Río Cuarto.
- Miño Rivera, A. R. (2019). Plan de comunicación interna y políticas de comunicación de las compañías de bomberos de Lima.
- Miquel, S., & Aced, C. (2019). Objetivos y dificultades en la evaluación de la comunicación interna en las empresas españolas. *El Profesional de la Información*, 28(5).
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.21>
- Müller, J. (2020). Análisis de la relación del modelo de recompensa total (salario, beneficios sociales y recompensas psicológicas) con la satisfacción, desempeño y compromiso del trabajador. Revista no especificada.
- Orcon, J. (2020). El área de comunicación en educación primaria [Tesis no publicada]. Universidad Nacional de Educación.
- Palma, S. (2004). Escala de clima laboral CL–SPC. Lima, Perú: CARTOLAN E.I.R.L.

- Puma, M. (2020). La motivación laboral y el compromiso organizacional. *Ciencia y Desarrollo*, 23(3), 45–53.
- Quiñones Li, A. E., Cervera Cajo, L. E., Macarlupu Guevara, D. M., & Quiñones Vernazza, C. A. (2021). Gerencia educativa: comunicación interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos, caso Perú. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 5(21), 197–206.
- Rivas, C. A. (2019). Análisis del modelo de gestión de recursos humanos de la institución educativa Julio Caicedo y Téllez: contraste entre enfoques organizacionales clásicos y modernos. *Revista no especificada*.
- Rivera, B. R. G., Barón, M. C. R., & Gutiérrez, M. F. A. (2020). La rotación de personal directo: la satisfacción y el compromiso como mediadores. *RILCO DS: Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 2(6), 6.
- Robbins, S., & Judge, R. (2009). Comportamiento organizacional. Pearson Educación, México.
- Rodríguez, C. (2010). Gestión del clima organizacional: liderazgo, motivación y trabajo en equipo. Alfaomega.
- Rosiles, A., Lugo, L., Clara, R., & Ramírez, C. (2020). Análisis estadístico de la relación entre clima laboral y satisfacción laboral: caso de una dependencia gubernamental en Coatzacoalcos, México. *Aposta: Revista de Ciencias Sociales*, 86, 86–102.
- Ruiz Díaz Morales, D. (2021). Clima laboral en empresas públicas y privadas de Asunción. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 17(2), 245–256.
- Ruiz, L. (2021). Clima laboral: análisis e intervención en las organizaciones. Editorial Paidós.
- Salazar-Taipe, D. (2023). Vocación de servicio y desempeño laboral de los servidores públicos de un gobierno regional del Perú. *Gestionar: Revista de Empresa y Gobierno*, 3(3), 33–44.
- Saldaña, E., Horna, R., & Troya, D. (2023). Comunicación interna y su relación con el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el nororiente peruano. *Economía y Negocios*, 5(1), 226–238.
- Saldívar, A. K. E., & Moctezuma, J. A. T. (2020). Salario emocional: una solución alternativa para la mejora del rendimiento laboral. *NovaRua*, 12(20), 72–89.
<https://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/NovaRua/article/view/3768>

- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Solano Chang, D., & Zolezzi Vásquez, D. (2022). Plan de comunicación interna para "Sol y Luna esencias vitales".
- Sosa Córdova, C. L. (2020). Evidencia del análisis psicométrico del cuestionario de inteligencia espiritual en docentes universitarios de Piura [Tesis]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47780/Sosa_CCL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tessi, M. (2017). Comunicación interna en la práctica: siete premisas para la comunicación en el trabajo. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Tuñez López, M. (2012). Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales.
- Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *El Profesional de la Información*, 22(2), e290220. <http://hdl.handle.net/10230/44516>

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LA COMPAÑÍA DE BOMBEROS SALVADORA CHIMBOTE N°33, 2023	¿Cómo debe de ser un plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la compañía de bomberos salvadora Chimbote N°33?	Por la naturaleza de esta investigación, la presente no formula hipótesis.	<p>Objetivo general:</p> <p>Proponer un plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la compañía de bomberos salvadora Chimbote N°33,2023.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión recompensa en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33. •Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión relaciones en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33. •Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión cooperación en la compañía 	<p>Variable 1:</p> <p>Plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral.</p>	<p>1. Recompensa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estímulos económicos • Estímulos no económicos <p>2. Relaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente trabajo • Relaciones sociales <p>3. Cooperación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Vocación de Servicio <p>4. Conflicto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escucha activa • Resolución de problemas <p>5. Identidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso en el trabajo • Sentido de pertenencia 	<p>Tipo: Básica</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño: no experimental</p> <p>Población: Conformada por 40 bomberos.</p> <p>Muestra: Censal</p> <p>El 100% de la población, es decir, muestreo no probabilístico de tipo intencional.</p>

		<p>de bomberos Salvadora Chimbote N°33</p> <ul style="list-style-type: none"> •Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión conflicto en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33. •Identificar el nivel del clima laboral en la dimensión identidad en la compañía de bomberos Salvadora Chimbote N°33. •Elaborar un plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la compañía de bomberos salvadora Chimbote N°33 			<p>Técnicas e instrumentos de recolección:</p> <p>Escala de likert con 20 ítem adaptado por Gómez (2024) cuya escala de valoración fue modificada y ceñida al modelo de (Hernández et al., 2014)</p>
--	--	--	--	--	---

ANEXO 2: ENCUESTA

Estimado bombero le agradecería mucho si pudiera tomarse unos minutos para completar esta encuesta. Su participación es de gran importancia para nosotros y nos ayudará a mejorar el clima laboral de la compañía. Su respuesta será tratada con total confidencialidad. Muchas gracias por su tiempo y colaboración.

DATOS DE CONTROL: Edad: _____ Sexo: _____

INSTRUCTIVO: Indicaciones: Por favor, lea detenidamente las siguientes preguntas y marque con un aspa "X" la opción que estime conveniente. Teniendo en cuenta los siguientes valores:

Nunca

A veces

Siempre

DIMENSIONES /INDICADORES/ITEMS	Nunca	A veces	Siempre
DIMENSIÓN 1: RECOMPENSA			
INDICADOR: Estímulos económicos			
1. Los bomberos son recompensados según su desempeño en el trabajo.			
2. La compañía busca la manera de recompensarme cuando culmino con éxito una emergencia.			
INDICADOR: Estímulos no económicos			
3. En esta compañía me capacitan mediante cursos			
4. Soy reconocido cuando realizo un buen trabajo.			
DIMENSIÓN 2: RELACIONES			
INDICADOR: Ambiente de trabajo			
5. Los bomberos de esta compañía conviven en un ambiente amistoso.			
6. Esta compañía se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensiones			
INDICADOR: Relaciones Sociales			
7. Existe una buena relación entre jefes de compañía y personal voluntario			
8. En esta compañía se realizan reuniones de integración para mejorar las relaciones entre compañeros			
DIMENSIÓN 3: COOPERACIÓN			

INDICADOR: TRABAJO EN EQUIPO			
9. En esta compañía todos los efectivos aportan sus opiniones, proyectos y las coordinan para lograr los objetivos.			
10. En una emergencia se delegan actividades para terminar con éxito.			
INDICADOR: VOCACIÓN DE SERVICIO			
11. Me siento orgulloso de servir al prójimo sin obtener nada a cambio.			
12. Cuando acudo a una emergencia la realizo con la mejor predisposición.			
DIMENSIÓN 4: CONFLICTO			
INDICADOR: ESCUCHA ACTIVA			
13. Los jefes en esta compañía están dispuestos a escuchar nuestras ideas, proyectos.			
14. Siempre puedo decir lo que pienso, aunque no esté de acuerdo con mis jefes.			
INDICADOR: RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS			
15. En esta compañía, la comunicación es la base para enfrentar un conflicto.			
16. Cuando surge un problema, se trata de buscar alternativas de solución para convivir en armonía.			
DIMENSIÓN 5: IDENTIDAD			
INDICADOR: COMPROMISO EN EL TRABAJO			
17. Me organizo para cumplir con las horas de permanencia en mi compañía.			
18. Trato de estar en todas las reuniones que convocan para participar activamente de ellas.			
INDICADOR: SENTIDO DE PERTENENCIA			
19. Me siento orgulloso de pertenecer a esta compañía.			
20. Me siento identificado con el propósito del CGBVP.			

Gracias por su participación

Juicio de expertos: Tabla de evaluación de experto 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:
 MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

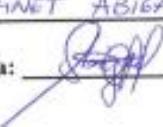
Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Nº	Preguntas Items	Valoración					Observaciones
		MA	BA	A	PA	NA	
1	Aquí las personas son recompensadas según su desempeño en el trabajo.		X				buena personalidad
2	La institución busca la manera de recompensarme cuando culmino con éxito una emergencia.	X					
3	En esta institución me brindan cursos para mantenerme capacitado	X					
4	Soy reconocido cuando realizo un buen trabajo.	X					
5	Entre los bomberos de esta compañía prevalece un ambiente amistoso.	X					
6	Esta compañía se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensiones.	X					
7	Existe una buena relación entre jefes de compañía y personal voluntario	X					
8	En esta compañía se realizan reuniones de camaradería para mejorar las relaciones entre compañeros		X				Llamado camaradería por integración
9	En esta compañía todos los efectivos aportan sus opiniones, proyectos y las coordinan para lograr los objetivos.	X					
10	En una emergencia nos delegamos actividades para terminar con éxito.	X					
11	Me siento orgulloso de servir al prójimo sin obtener nada a cambio	X					
12	Cuando salgo a una emergencia la realizo con la mejor predisposición.	X					
13	Los jefes en esta compañía están dispuestos a escuchar nuestras ideas, proyectos.	X					
14	Siempre puedo decir lo que pienso, aunque no esté de acuerdo con mis jefes.	X					
15	En esta compañía, la comunicación es la base para enfrentar un conflicto.	X					
16	Cuando surge un problema, tratamos de buscar alternativas de solución para convivir en armonía.		X				Traeremos conflictos
17	Me organizo para cumplir con las horas de permanencia en mi compañía.	X					
18	Trato de estar en todas las reuniones que convocan para participar activamente de ellas	X					
19	Me siento orgulloso de pertenecer a esta institución sin fines de lucro.		X				Omitir sin fines de lucro
20	Me siento identificado con el propósito del CGBVP.		X				
		Total:					

Evaluado por: (Apellidos y Nombres) DÍAZ MONCADA JANET ABIGAIL

D.N.I.: 40112662

Fecha: 30/9/24

Firma: 

Juicio de expertos: Certificado de validez de contenido de experto 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jean Abigail Díaz Moncada, con Documento Nacional de Identidad N° 40112662, de profesión Comunicadora Social, grado académico Magíster, con código de colegiatura CPP01-269 labor que ejerzo actualmente como Docente, en la Institución Universidad Nacional del Santa.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado Encuesta de clima laboral, cuyo propósito es proponer un plan de comunicación de interna para fortalecer el clima laboral, a los efectos de su aplicación a bomberos de la Compañía Salvador Chimbote N°33.

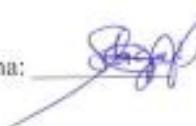
Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.		X			
Congruencia con los indicadores.		X			
Coherencia con las dimensiones.		X			

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()
No adecuado ()

Nuevo Chimbote, a los 30 días del mes de septiembre del 2021

Apellidos y nombres: Díaz Moncada Jean Abigail DNI: 40112662 Firma: 

Juicio de expertos: Tabla de evaluación de experto 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Nº	Preguntas Items	Valoración					Observaciones
		MA	BA	A	PA	NA	
1	Aquí las personas son recompensadas según su desempeño en el trabajo.		X				Unjica palabroza o - pertenecen a la
2	La institución busca la manera de recompensarme cuando culmino con éxito una emergencia.		X				
3	En esta institución me brindan cursos para mantenerme capacitado		X				signo / sin temporaria o institucional
4	Soy reconocido cuando realizo un buen trabajo.	X					
5	Entre los bomberos de esta compañía prevalece un ambiente amistoso.	X					
6	Esta compañía se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensiones.	X					
7	Existe una buena relación entre jefes de compañía y personal voluntario	X					
8	En esta compañía se realizan reuniones de camaradería para mejorar las relaciones entre compañeros	X					
9	En esta compañía todos los efectivos aportan sus opiniones, proyectos y las coordinan para lograr los objetivos.		X				Efectivos por bomberos.
10	En una emergencia nos delegamos actividades para terminar con éxito.	X					Es delegar
11	Me siento orgulloso de servir al prójimo sin obtener nada a cambio	X					
12	Cuando salgo a una emergencia la realizo con la mejor predisposición.	X					
13	Los jefes en esta compañía están dispuestos a escuchar nuestras ideas, proyectos.	X					
14	Siempre puedo decir lo que pienso, aunque no esté de acuerdo con mis jefes.	X					
15	En esta compañía, la comunicación es la base para enfrentar un conflicto.	X					
16	Cuando surge un problema, tratamos de buscar alternativas de solución para convivir en armonía.		X				se trate de
17	Me organizo para cumplir con las horas de permanencia en mi compañía.	X					
18	Trato de estar en todas las reuniones que convocan para participar activamente de ellas	X					
19	Me siento orgulloso de pertenecer a esta institución sin fines de lucro.		X				pertenecer a esta compañía
20	Me siento identificado con el propósito del CGBVP.	X					
Total:							

Evaluado por: (Apellidos y Nombres) Harto Buiton Slurley

D.N.I.: 40306148

Fecha: 30/09/2024

Firma: Harto Buiton

Juicio de expertos: Certificado de validez de contenido de experto 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Shirley Abanto Buitron, con Documento Nacional de Identidad N° 40306148, de profesión Comunic. Social, grado académico Hagister, con código de colegiatura CPP01-272 labor que ejerzo actualmente como docente Universitario, en la Institución Univ. Nacional del Santa.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado Encuesta de Clima Laboral, cuyo propósito es proponer un plan de comunicación de interna para fortalecer el clima laboral, a los efectos de su aplicación a bomberos de la Compañía Salvadora Chimbote N°33.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los items, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los items.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.		X			
Coherencia con las dimensiones.		X			

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()
No adecuado ()

Nuevo Chimbote, a los 30 días del mes de Diciembre del 2024.

Apellidos y nombres: Abanto Buitron Shirley DNI: 40306148 Firma: Shirley Buitron

Juicio de expertos: Tabla de evaluación de experto 3

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:
 MA = Muy adecuado / BA = Bastante adecuado / A = Adecuado / PA = Poco adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Nº	Preguntas Items	Valoración					Observaciones
		MA	BA	A	PA	NA	
1	Aquí las personas son recompensadas según su desempeño en el trabajo.			X			Aquí no veo diferente los bomberos
2	La institución busca la manera de recompensarme cuando culmino con éxito una emergencia.	X					
3	En esta institución me brindan cursos para mantenerme capacitado			X			En la compañía no me capacitan
4	Soy reconocido cuando realizo un buen trabajo.	X					
5	Entre los bomberos de esta compañía prevalece un ambiente amistoso.				X		Los bomberos conviven en un ambiente amistoso
6	Esta compañía se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensiones.	X					
7	Existe una buena relación entre jefes de compañía y personal voluntario	X					
8	En esta compañía se realizan reuniones de camaradería para mejorar las relaciones entre compañeros	X					
9	En esta compañía todos los efectivos aportan sus opiniones, proyectos y las coordinan para lograr los objetivos.	X					
10	En una emergencia nos delegamos actividades para terminar con éxito.	X					
11	Me siento orgulloso de servir al prójimo sin obtener nada a cambio						
12	Cuando salgo a una emergencia la realizo con la mejor predisposición.			X			Cuando quiero
13	Los jefes en esta compañía están dispuestos a escuchar nuestras ideas, proyectos.	X					
14	Siempre puedo decir lo que pienso, aunque no esté de acuerdo con mis jefes.	X					
15	En esta compañía, la comunicación es la base para enfrentar un conflicto.	X					
16	Cuando surge un problema, tratamos de buscar alternativas de solución para convivir en armonía.	X					
17	Me organizo para cumplir con las horas de permanencia en mi compañía.	X					
18	Trato de estar en todas las reuniones que convocan para participar activamente de ellas	X					
19	Me siento orgulloso de pertenecer a esta institución sin fines de lucro.	X					
20	Me siento identificado con el propósito del CGBVP.						
		Total:					

Evaluado por: (Apellidos y Nombres) ALAVA CIELO JESSICA YOVANA

D.N.I.: 40106854 Fecha: 02/10/24 Firma: KLM

Juicio de expertos: Certificado de validez de contenido de experto 3

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jessica Youma Alava Cielo, con Documento Nacional de Identidad N° 90186854, de profesión Comunicadora, grado académico Maestro, con código de colegiatura 3580 labor que ejerzo actualmente como DOCENTE, en la Institución Universidad Nacional del Santa.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado ENQUESTA DE CLIMA LABORAL, cuyo propósito es proponer un plan de comunicación de interna para fortalecer el clima laboral, a los efectos de su aplicación a bomberos de la Compañía Salvadora Chimbote N°33.
Luego de hacer las observaciones pertinentes a los items, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los items.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()

No adecuado ()

Nuevo Chimbote, a los Dos días del mes de OCTUBRE del 2021

Apellidos y nombres: Alava Cielo Jessica Youma DNI: 90186854 Firma: JU.

Documento de respuesta: Autorización de la compañía de Bomberos Salvadora Chimbote N°33 para el desarrollo de la investigación.



"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNÍN Y AYACUCHO"

Chimbote, 05 de Junio 2024

OFICIO N°084-2024-CGBVP-XIIICDA-UBO-SCH33

Señorita:
SECCIONARIO CBP MARYORIE LISSETH GOMEZ CALLE
Presente. -

ASUNTO: LO QUE SE INDICA.

De mi especial consideración:

Reciba usted el cordial saludo de todos los voluntarios de nuestra Compañía de Bomberos Salvadora Chimbote N° 33, quienes trabajamos diariamente en combatir, extinguir incendios, rescatar y salvar personas expuestas a peligro por incendio, accidentes vehiculares u otros accidentes en general, prestando atención y asistencia oportuna en la medida de nuestras posibilidades.

Asimismo, comunicarle que en la Compañía de Bomberos Salvadora Chimbote N°33, cuenta con 40 Bomberos activos incluyendo el Primer y Segundo Jefe de la Compañía.

Se expedí esta información para fines académicos, siempre respetando la confiabilidad de la información.

Atentamente,

CAPITAN CBP
Ingrid Lorena Rodríguez Solís
Primer Jefe de la Compañía de Bomberos
SALVADORA CHIMBOTE N° 33

Cc. Archivo

Dirección: Jr. Guillermo Moore N°502 – Chimbote – Ancash
Telf: 043 323333 / 043 341569 · Central de Emergencia: 116
Correo Electrónico: lrodriguezs@bomberosperu.gob.pe

Base de datos en Excel: Respuestas a los encuestados de la Compañía Salvador Chimbote N°33

Nº	EDAD	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	45	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	41	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	1	2	2
3	45	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
4	27	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3
5	24	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3
6	34	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3
7	28	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
8	26	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
9	38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
10	29	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
11	24	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	2	2	3	2	3	3
12	45	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	45	1	1	2	2	2	2	2	1	1	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3
14	32	2	2	2	2	1	1	1	1	2	3	3	3	2	1	1	1	3	2	3	3
15	36	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3	3	1	1	2	1	2	1	3	2
16	41	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
17	26	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
18	45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
19	50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	43	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
21	28	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	36	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
23	50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3
24	52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
26	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
29	41	1	1	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2
30	30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3
31	29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
32	32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
33	38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
34	38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
35	29	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
36	32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	42	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
38	27	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
39	35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	36	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2

Base de datos en IBM SPSSV.25: Comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la Compañía de Bomberos Salvador Chimbote N

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida
1	P1	Numérico	8	0	Los bomberos son recompensados según su desempeño en el trabajo.	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
2	P2	Numérico	7	0	La compañía busca la manera de recompensarme cuando culmino con éxito una e...	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
3	P3	Numérico	8	0	En esta compañía me capacitan mediante cursos	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
4	P4	Numérico	8	0	Soy reconocido cuando realizo un buen trabajo.	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
5	P5	Numérico	8	0	Los bomberos de esta compañía conviven en un ambiente amistoso	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
6	P6	Numérico	8	0	Esta compañía se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensio...	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
7	P7	Numérico	8	0	Existe una buena relación entre jefes de compañía y personal voluntario	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
8	P8	Numérico	8	0	En esta compañía se realizan reuniones de integración para mejorar las relaciones...	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
9	P9	Numérico	8	0	En esta compañía todos los bomberos aportan sus opiniones, proyectos y las coo...	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
10	P10	Numérico	8	0	En una emergencia se delegan las actividades para terminar con éxito	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
11	P11	Numérico	8	0	Me siento orgulloso de servir al prójimo sin obtener nada a cambio	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
12	P12	Numérico	8	0	Cuando acudo a una emergencia la realizo con la mejor predisposición.	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
13	P13	Numérico	8	0	Los jefes en esta compañía están dispuestos a escuchar nuestras ideas, proyectos.	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
14	P14	Numérico	8	0	Siempre puedo decir lo que pienso, aunque no esté de acuerdo con mis jefes.	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
15	P15	Numérico	8	0	En esta compañía, la comunicación es la base para enfrentar un conflicto.	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
16	P16	Numérico	8	0	Cuando surge un problema, se trata de buscar alternativas de solución para convivi...	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
17	P17	Numérico	8	0	Me organizo para cumplir con las horas de permanencia en mi compañía.	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
18	P18	Numérico	8	0	Trato de estar en todas las reuniones que convocan para participar activamente de ...	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
19	P19	Numérico	8	0	Me siento orgulloso de pertenecer a esta compañía	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal
20	P20	Numérico	8	0	Me siento identificado con el propósito del CGBVP.	{1, BAJO}...{2, MUY BAJO}...{3, MUY ALTO}...{4, ALTO}...{5, MUY ALTO}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal