



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela Profesional de Gestión en Turismo y Hotelería

**Estrategias de comunicación interna y su relación con la satisfacción
laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026**

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

Autora

Nayli Alihu Cortez Rivas

Asesora

Dra. Patricia Elena Ramos La Rosa

**Huacho – Perú
2026**



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe reconocer la autoría correspondiente, incluir el enlace de la licencia e indicar si se efectuaron modificaciones. Puede hacerlo de forma razonable, siempre que no implique que el titular de la licencia respalda su uso o a usted. **No Comercial:** No puede usar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si modifica, adapta o crea a partir del material original, no está permitido difundir la versión alterada. **Sin restricciones adicionales:** No está permitido imponer condiciones legales ni mecanismos tecnológicos que limiten a terceros realizar acciones que la licencia autoriza..



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

Facultad De Ciencias Empresariales
Escuela Profesional De Gestión En Turismo Y Hotelería

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Cortez Rivas, Nayli Alihu	70356339	01/06/2026
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Patricia Elena, Ramos La Rosa	42929056	https://orcid.org/0000-0002-3945-0899
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Rodriguez Cadillo, Ana Juliani	43173523	https://orcid.org/000-0001-9218-8087
Calla Jaimes, Williams Ramiro	41469196	https://orcid.org/0000-0002-3174-2248
Valverde Coral, Florinda Adelaida	06202160	https://orcid.org/0009-0005-8228-8910

NAYLI ALIHU CORTEZ RIVAS

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN LABORAL DEL PERSONAL DE GUIAD...

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCE-PREGRADO 2026

Unidad de Investigación de la FCE-2026

Facultad de Ciencias Empresariales

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trnoid::1:3560671566

Fecha de entrega

5 may 2026, 3:48 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

6 may 2026, 8:19 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

2026-034606_TESTIS_DESAGREGADA.pdf

Tamaño del archivo

1.4 MB

61 páginas

13.588 palabras

84.439 caracteres



Página 1 de 62 - Portada

Identificador de la entrega trnoid::1:3560671566



Página 2 de 62 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trnoid::1:3560671566

17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 15% Fuentes de Internet
- 5% Publicaciones
- 12% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitan distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mi familia por su apoyo constante y por acompañarme a lo largo de este proceso, así como a las personas que estuvieron presentes brindándome ánimo en los momentos más exigentes; de manera especial, a quien me apoyó emocionalmente durante este camino y facilitó las herramientas necesarias para poder culminar esta etapa.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi asesora por la orientación brindada durante el desarrollo del estudio, a mis otras docentes que fueron son y serán parte de mi formación académica recibida en esta casa de estudios y al personal de guiado del Castillo de Chancay por su colaboración, así como a mi familia y a las personas cercanas que me acompañaron en todo este proceso y que se que se sienten mas que orgullosos por cada paso que doy.

INDICE	
INDICE DE TABLAS.....	10
INDICE DE FIGURAS	11
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	16
1.2 Formulación del problema.....	18
1.2.1 Problema general	18
1.2.2 Problemas específicos.....	18
1.3. Objetivos del estudio.....	19
1.3.1. Objetivo general.....	19
1.3.2. Objetivos específicos	19
1.4. Justificación del estudio	19
1.4.1 Justificación Teórica	19
1.4.2 Justificación Metodológica	19
1.4.3 Justificación Practica	20
1.4.4 Justificación social.....	20
1.5. Delimitaciones del estudio.....	20
1.5.1 Delimitación Espacial	20
1.5.2 Delimitación temporal	20
1.5.3 Delimitación Poblacional.....	20
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 Antecedentes del estudio.....	21
2.1.1 Investigaciones internacionales.....	21
2.1.2 Investigaciones nacionales.....	22

2.2 Bases teóricas	24
2.2.1 Estrategias de comunicación interna.....	24
2.2.1.1 Dimensiones.....	25
2.2.1.1.1 Flujos de la comunicación Interna	25
2.2.1.1.2 Funciones de la comunicación Interna.....	26
2.2.1.1.3 Gestión de la comunicación interna	26
2.2.2. Satisfacción Laboral.....	26
2.2.2.1 Dimensiones.....	27
2.2.2.1.1. Clima Laboral.....	27
2.2.2.1.2 Motivación Laboral.....	27
2.2.2.1.3 Condiciones del trabajo.....	28
2.3 Definición de términos básicos	28
2.4 Hipótesis del estudio	29
2.4.1 Hipótesis general.....	29
2.4.2 Hipótesis específicas.....	29
2.5 Operacionalización de las variables.....	30
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	32
3.1. Diseño metodológico.....	32
3.1.1 Enfoque del estudio.....	32
3.1.2 Tipo de investigación.....	32
3.1.3 Diseño de la Investigación	32
3.2. Población y muestra	33
3.2.1. Población.....	33
3.2.2. Muestra	33
3.3. Técnicas de recolección de datos	34
3.3.1 Técnicas a emplear.....	34
3.3.2 Instrumento	34

3.4. Técnicas para el procedimiento de la información	34
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	36
4.1.1 Análisis de consistencia interna	36
4.1.2 Análisis descriptivo de la variable comunicación interna.....	36
4.1.3 Análisis descriptivo de la variable satisfacción laboral	39
4.2 Contrastación de hipótesis	42
CAPITULO V. DISCUSIÓN	46
5.1 Discusión de Resultados	46
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
6.1 Conclusiones	48
6.2 Recomendaciones.....	49
CAPITULO V: REFERENCIAS.....	52
ANEXOS.....	56
Anexo 01: Matriz de Consistencia.....	56
Anexo 2: Cuestionario	58

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de fiabilidad del instrumento	36
Tabla 2. Frecuencia y porcentaje de la dimensión flujos de la comunicación interna	36
Tabla 3. Frecuencia y porcentaje de la dimensión funciones de la comunicación interna.....	37
Tabla 4. Frecuencia y porcentaje de la dimensión gestión de la comunicación interna.....	38
Tabla 5. Frecuencia y porcentaje de la dimensión clima laboral.....	39
Tabla 6. Frecuencia y porcentaje de la dimensión motivación laboral	40
Tabla 7. Frecuencia y porcentaje de la dimensión condición laboral.....	41
Tabla 8. Rho de Spearman – Hipótesis General.....	42
Tabla 9. Rho de Spearman – Hipótesis específica 1.....	43
Tabla 10. Rho de Spearman – Hipótesis específica 2.....	44
Tabla 11. Rho de Spearman – Hipótesis específica 3.....	45
Tabla 12. Matriz de Consistencia	56

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Porcentaje de la dimensión flujo de la comunicación interna.....	37
Figura 2. Porcentaje de la dimensión funciones de la comunicación interna.....	38
Figura 3. Porcentaje de la dimensión gestión de la comunicación interna.....	39
Figura 4. Porcentaje de la dimensión clima laboral.....	40
Figura 5. Porcentaje de la dimensión motivación laboral.....	41
Figura 6. Porcentaje de la dimensión condición laboral.....	42

RESUMEN

El estudio buscó determinar la relación entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay durante el año 2026, dado que el estilo de comunicación interna de la organización puede influir tanto en el desarrollo de las tareas como en la percepción de trabajadores sobre su entorno laboral, el enfoque fue cuantitativo, con un tipo de investigación correlacional y un diseño no experimental de corte transeccional. Asimismo, se usó una muestra censal que incluyó a la totalidad de los empleados, recolectándose información de una población conformada por 30 colaboradores pertenecientes al personal de la institución. En la recolección de la información se usó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario estructurado con escala de Likert de cinco niveles, el cual permitió evaluar las variables estrategias de comunicación interna y satisfacción laboral a partir de la percepción del personal. La confiabilidad del instrumento fue respaldada por un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.962, lo que revela un nivel muy alto. El análisis estadístico, mediante el coeficiente de Spearman, evidenció una correlación positiva fuerte y estadísticamente significativa entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado ($r = 0.854$; $p < 0.001$). En consecuencia, los hallazgos permiten afirmar que el nivel de satisfacción laboral se relaciona de manera importante con la efectividad de estrategias de comunicación interna del castillo, evidenciando que una comunicación más clara y una adecuada coordinación entre las áreas favorecen una percepción más positiva del entorno laboral por parte de los trabajadores.

Palabras clave: comunicación interna, satisfacción laboral, personal de guiado, turismo.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the relationship between internal communication strategies and job satisfaction among the guiding staff of the Chancay Castle during the year 2026, considering that the way information is transmitted within an organization can influence the development of work activities and the perception that employees have of their work environment. In order to make conclusions regarding the population of 30 collaborators who are part of the establishment's directing staff, this quantitative research used a census sample that comprised all workers. The study was cross-sectional and did not include experiments. A standardised questionnaire with a five-point Likert scale was used to evaluate the methods of internal communication and the level of job satisfaction according to the staff's perspectives. A survey method was used to get the data. According to the results, the instrument is highly reliable with a Cronbach's Alpha coefficient of 0.962. A statistical analysis using Spearman's Rho correlation coefficient ($r = 0.854$; $p < 0.001$) revealed that the directing staff reported very positive and statistically significant relationships between internal communication techniques and work satisfaction. Finally, the results show that the guiding staff of the Chancay Castle are significantly more likely to be satisfied with their jobs when there is better coordination among the various areas of the establishment and clearer transmission of information. This is because employees have a more positive impression of their work environment when these factors are present.

.

Keywords: internal communication, job satisfaction, guiding staff, tourism.

INTRODUCCIÓN

En diversas organizaciones, el flujo de información entre los distintos sectores afecta al progreso de las operaciones y a la percepción que tienen los trabajadores de su entorno laboral. La comunicación interna cumple un papel importante dentro del funcionamiento institucional, porque es el principal medio de transmisión de datos necesarios para organizar tareas, dirigir las tareas del personal y garantizar que las actividades dentro de la organización sigan creciendo adecuadamente. Cuando la información se comunica de manera clara así como oportuna, los colaboradores pueden comprender mejor lo que deben hacer, organizar sus actividades y mantener una mejor coordinación con sus compañeros de trabajo. Sin embargo, cuando la información no circula de forma adecuada o existen dificultades en la manera en que se transmite dentro de la organización, pueden generarse problemas en el desarrollo de las actividades y también en la manera en que los trabajadores perciben su experiencia laboral.

La comunicación interna es particularmente crucial en la industria turística, puesto que numerosas tareas realizadas por las empresas que atienden a turistas necesitan una cooperación continua entre los numerosos departamentos involucrados en la atención al cliente. Dentro de este contexto, el personal que mantiene contacto directo con los turistas, como ocurre con los guías encargados de realizar los recorridos, necesita contar con información clara sobre los servicios que se ofrecen, las actividades que se desarrollan y las normas que deben respetarse durante la visita. Debido a que los guías turísticos se encuentran en contacto directo con los visitantes, cualquier dificultad en la información que reciben puede reflejarse de manera inmediata durante la atención del servicio, influyendo tanto en el desarrollo de los recorridos como en la experiencia que tienen los turistas durante su visita.

La investigación se desarrolla en el Castillo de Chancay, un parque temático multicultural situado en el distrito de Chancay, provincia de Huaral, el cual constituye uno de los espacios turísticos más conocidos de la zona. Dentro de este establecimiento se realizan diversas actividades recreativas, culturales y gastronómicas dirigidas a los visitantes, entre ellas los recorridos turísticos guiados que forman parte importante de la experiencia que ofrece el lugar. En este contexto, el personal de guiado cumple una función relevante, ya que se encarga de orientar e informar a los visitantes durante el recorrido, explicando los espacios del castillo y acompañando a los turistas durante la visita.

Sin embargo, a medida que ha ido avanzando la operativa del establecimiento, han surgido ciertas cuestiones relativas al tratamiento de la información de parte de la organización, especialmente vinculada con los servicios prestados a los huéspedes y la comunicación entre los departamentos encargados de la gestión y el personal encargado de ejecutar las instrucciones. En algunos casos, la información que reciben los visitantes sobre los recorridos no siempre coincide con la forma en que estos se desarrollan en la práctica, lo que puede generar confusión durante la visita y ocasionar reclamos que finalmente deben ser atendidos por el personal de guiado.

Esta situación hace que, en varias ocasiones, los guías tengan que explicar a los visitantes las condiciones reales del recorrido o las normas que deben respetarse dentro del establecimiento, lo que puede generar momentos incómodos durante la visita. Con el tiempo, este tipo de situaciones también puede influir en la manera en que el personal percibe su trabajo, especialmente cuando sienten que existen dificultades en la manera en que se comunica la información en la organización.

Por lo cual, Surge la necesidad de conocer cómo se relacionan las estrategias de comunicación interna con la experiencia laboral del personal que desarrolla el servicio de guiado dentro del establecimiento. En consecuencia, el estudio busca determinar la relación entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay durante el año 2026.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Internacionalmente, las estrategias de comunicación interna presentan diversas limitaciones en las organizaciones. Arthur J. Gallagher & Co. realizó un estudio en empresas de Norteamérica en el que identificó que el 60 % de las compañías no cuenta con estrategias de comunicación interna a largo plazo y que, entre aquellas que sí las han implementado, el 12 % no mide su efectividad, lo que evidencia una gestión comunicacional poco estructurada (Jennings et al., 2018). En ese mismo sentido, en España, la revista Corresponsables (2024) señala que solo 31% de empleados están contentos con la comunicación interna de su empresa, lo que revela problemas con la creación y ejecución de estrategias y un intercambio insuficiente de información con los socios.

En América Latina, muchas organizaciones aún no logran estructurar adecuadamente sus estrategias de comunicación interna. En Chile, se ha identificado que una parte importante de las empresas no cuenta con estrategias claramente definidas ni con objetivos medibles, lo que dificulta una gestión comunicacional ordenada. Según información difundida por INTERNAL (2025), solo 35 % de las organizaciones chilenas dispone de objetivos anuales medibles en comunicación interna. De forma complementaria, análisis recientes sobre los desafíos de la comunicación interna en la región advierten que estas debilidades no solo afectan la circulación de información, sino que también influyen en el compromiso y la experiencia laboral. (INTERNAL.CL,2026)

En el Perú, la problemática es aún más observable en diversas organizaciones, donde la gestión de comunicación interna no siempre responde a las necesidades del colaborador, presentándose junto con niveles no óptimos de satisfacción laboral. En empresas del sector financiero, el 75.0% de empleados percibió la comunicación interna en índice regular, el 67.5% también mostro un nivel regular de la satisfacción laboral (Chacara, 2019).

El lugar de estudios de El estudio es el Castillo de Chancay, un parque temático multicultural situado en el distrito de Chancay, provincia de Huaral. La construcción data del año 1924, cuando pertenecía a doña Consuelo Amat y León Rolando, quien dispuso su edificación en memoria de su fallecido esposo don Rómulo Boggio Klauer, con la finalidad de residir en dicho lugar junto a sus seis hijos. Posteriormente, el castillo atravesó un prolongado periodo de abandono, hasta que fue recuperado por su nieto, quien en el año 1991

dispuso su puesta en valor y abrió sus puertas al público, dando inicio a su funcionamiento como espacio turístico.

En la actualidad, el Castillo de Chancay es administrado por la Asociación Civil Castillo de Chancay, una empresa privada dedicada a la actividad turística, recreativa y cultural, cuyas operaciones se desarrollan físicamente en el distrito de Chancay. El establecimiento ofrece recorridos turísticos tematizados, áreas recreativas y actividades de entretenimiento, tales como shows de magia y presentaciones de danzas, además de contar con una infraestructura de servicios que incluye cuatro restaurantes y dos hoteles, lo que le permite brindar una experiencia turística integral que combina recreación, cultura, gastronomía y alojamiento dentro de un mismo espacio turístico.

En el desarrollo de las actividades diarias del establecimiento, se identifican problemas vinculados a las técnicas de comunicación interna, particularmente en la información que se transmite al visitante sobre los servicios ofrecidos y en la coordinación entre las áreas administrativas, comerciales y el personal de guiado. Esta problemática se manifiesta, principalmente, en la promoción de los recorridos turísticos mediante el uso de términos como “recorrido personalizado”, los cuales no son explicados con precisión, generando expectativas erróneas en los visitantes, quienes asumen que el servicio será exclusivo para su grupo familiar, cuando en la práctica los recorridos se realizan por grupos y horarios establecidos.

Como consecuencia de esta falta de claridad en la información institucional, las situaciones de conflicto se presentan directamente durante la atención del servicio, siendo el personal de guiado quien debe asumir la explicación de las condiciones reales del recorrido y afrontar los reclamos de los visitantes. De acuerdo con entrevistas exploratorias anónimas realizadas al personal de guiado, en días de mayor afluencia se estima que entre el 10 % y el 15 % de los visitantes manifiestan algún nivel de disconformidad relacionada con la información recibida sobre los recorridos, y que al menos cinco personas solicitan diariamente el libro de reclamaciones.

A ello se le suma que, durante el desarrollo de los recorridos turísticos, el personal de guiado cumple con hacer respetar las normas internas establecidas, como las restricciones respecto al consumo de alimentos o bebidas. Sin embargo, cuando estas acciones generan reclamos por parte de los visitantes, la intervención de la gerencia se orienta principalmente a brindar disculpas o compensaciones, sin que se respalde de manera consistente la labor del personal operativo ni se revisen posteriormente los procedimientos o la información brindada

al público. Esta situación provoca que los mismos conflictos se repitan de manera recurrente y coloca al personal de guiado en una posición de constante tensión durante la atención del servicio, evidenciando deficiencias en la coordinación interna y en las estrategias de comunicación del establecimiento.

De continuar esta situación, las deficiencias en los flujos de comunicación interna, la limitada claridad en el cumplimiento de sus funciones informativas y la ausencia de una adecuada gestión de la comunicación seguirán generando descoordinación entre las áreas del establecimiento y conflictos recurrentes durante la atención de los recorridos turísticos. Estas condiciones colocan al personal de guiado en una posición de constante exposición frente a los reclamos de los visitantes, afectando su desempeño y su satisfacción laboral.

En este contexto, resulta necesario analizar si las estrategias de comunicación interna, desde sus flujos, funciones y gestión, se vinculan con la satisfacción laboral de empleados de guiado del Castillo de Chancay, con el propósito de comprender cómo estos procesos internos influyen en su experiencia laboral y en el desarrollo del servicio turístico.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

- ¿Cuál es la relación entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿De qué manera el flujo de la comunicación interna se relaciona con la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026?
- ¿En qué medida las funciones de la comunicación interna se relacionan con la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026?
- ¿Cómo se relaciona la gestión de la comunicación interna con la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026?

1.3. Objetivos del estudio

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la relación entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar la relación entre el flujo de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026.
- Determinar la relación entre las funciones de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026.
- Establecer la relación entre la gestión de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026.

1.4. Justificación del estudio

1.4.1 Justificación Teórica

El estudio se justifica de manera teórica puesto que permitió proporcionar datos y pruebas sobre cómo las tácticas de comunicación interna de los recursos de turismo cultural se relacionan con la felicidad de los empleados en el trabajo. Además, contribuirá a ampliar el conocimiento existente en el ámbito turístico, ya que son limitados los estudios que abordan estas variables enfocándose específicamente en el personal de guiado, a pesar de ser un grupo importante dentro de la dinámica organizacional del sector.

1.4.2 Justificación Metodológica

El estudio se justifica de forma teórica metodológica puesto que siguió un enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental, permitió examinar la correlación entre las variables en su entorno natural, libre de cualquier manipulación. Esto permite recopilar información de manera imparcial y observar la estrategia de comunicación interna de la empresa y los niveles de satisfacción de los empleados. Asimismo, el uso de instrumentos estructurados facilitará la obtención de datos medibles y verificables, lo que permitirá realizar un análisis estadístico con mayor precisión. Finalmente, este procedimiento metodológico podrá servir como base para futuras investigaciones en el ámbito turístico que busquen estudiar problemáticas similares en otras organizaciones.

1.4.3 Justificación Práctica

Desde una perspectiva práctica, este estudio permitió conocer cómo se están desarrollando las estrategias de comunicación interna en el Castillo de Chancay y cómo estas se vinculan con la satisfacción laboral del personal de guiado. Además, ayudará a comprender de qué manera la manera en que se transmite la información y se coordinan las actividades internas influye en la percepción que los guías tienen sobre su trabajo. En ese sentido, los hallazgos podrán servir como una referencia para que la organización identifique aspectos que pueden fortalecerse y así contribuir a mejorar el entorno laboral del personal de guiado.

1.4.4 Justificación social

El estudio se justifica desde el ámbito social, dado que el personal de guiado cumple un rol relevante en la atención al visitante y en la interpretación del patrimonio cultural del Castillo de Chancay. Analizar si las estrategias de comunicación interna se vinculan con la satisfacción laboral permitió visibilizar las condiciones en las que se desarrolla el trabajo del personal de guiado, contribuyendo al bienestar laboral y a la mejora de la experiencia turística ofrecida a los visitantes.

1.5. Delimitaciones del estudio

El estudio tuvo tres delimitaciones, las cuales se describen a continuación:

1.5.1 Delimitación Espacial

El estudio se llevó a cabo en el distrito de Chancay, específicamente en el centro turístico Castillo de Chancay.

1.5.2 Delimitación temporal

El estudio se realizó en los meses del año 2026.

1.5.3 Delimitación Poblacional

La población quedó compuesta por el personal de guiado que labora en el Castillo de Chancay.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

2.1.1 Investigaciones internacionales

Celino (2025), en su artículo titulado “*Internal Communication Strategies, Knowledge Sharing, Employee Engagement, and Job Satisfaction in a State University in the Philippines*”, investigaron si las tácticas de comunicación interna están vinculados con el nivel de satisfacción laboral entre el personal administrativo y docente en una institución pública filipina. El enfoque fue cuantitativo y diseño no experimental de tipo correlacional, aplicando un cuestionario a 122 trabajadores. Los hallazgos mostraron que, en general, los participantes valoraban de manera positiva la comunicación interna dentro de la institución y que esta se vinculaba significativamente con su satisfacción laboral, sobre todo por la confianza que generaba la información recibida y la facilidad para acceder a ella. Sin embargo, el autor también identificó ciertos aspectos que requerían mejoras, como la retroalimentación, la transparencia en los procesos y la continuidad del apoyo por parte de los directivos. En conclusión, a pesar de la correlación positiva entre los dos factores, todavía hay problemas que deben solucionarse si queremos una mejor comunicación dentro de nuestras organizaciones.

Santos et al. (2024), en el estudio titulado “*The Mediating Effect of Motivation between Internal Communication and Job Satisfaction*”, desarrollaron una investigación en organizaciones portuguesas que pertenecen a sectores primario, industrial y de servicios, para examinar si la satisfacción de los empleados con su trabajo, la motivación intrínseca se vincula con la comunicación interna. El enfoque fue cuantitativo, usando un cuestionario para una muestra de 426 empleados. Se usaron ecuaciones estructurales. Los hallazgos demuestran que la motivación actúa como mediadora respecto a la comunicación interna y la satisfacción y motivación laboral. Se concluye que las organizaciones mejoren sus estrategias de comunicación interna, las cuales fomentan un mayor compromiso y satisfacción de los empleados en el lugar de trabajo.

Correia (2021), en el estudio “*O impacto da comunicação interna na motivação e satisfação dos trabalhadores*”, buscó examinar como impacta la comunicación interna en la motivación y satisfacción laboral de los empleados, reconociendo la importancia de estos factores para mantener un entorno organizacional saludable. El estudio fue cuantitativo y se usó un cuestionario en línea a 278 trabajadores. Para el análisis de datos se utilizaron mediciones a escala, comparaciones entre grupos y análisis de correlación. Los

hallazgos indicaron que los trabajadores presentaban altos niveles de satisfacción y motivación, revelando que la comunicación interna, la motivación, el desempeño se vincula con la satisfacción laboral.

Han y Chiew (2024) en su estudio titulado “*Exploring the Interaction Between Internal Communication and Organizational Behavior in Enhancing Job Satisfaction*”, buscaron examinar la dinámica de la comunicación interna, el comportamiento organizacional, la motivación de empleados y satisfacción laboral. Se usó un cuestionario para recopilar datos de una muestra de 378 empleados, este estudio usó una metodología cuantitativa. El análisis de datos incluyó estadísticas descriptivas y modelos de ecuaciones estructurales. Los hallazgos demostraron que la satisfacción laboral se ve afectada positiva y significativamente por la motivación de los empleados (coeficiente = 0,578; $p < 0,001$). De manera similar, se cree que el comportamiento organizacional afecta significativamente tanto la motivación de los empleados como la satisfacción laboral (coeficiente = 0,722; $p < 0,001$); (coeficiente= 0,176; $p = 0,003$). En relación con la comunicación interna, se identificó un efecto positivo en la satisfacción laboral (coeficiente = 0,079; $p = 0,043$), sin evidenciarse una influencia significativa sobre la motivación del empleado. En conclusión, el estudio determinó que la comunicación interna se vincula con la satisfacción laboral, siendo necesario su fortalecimiento junto con prácticas organizacionales orientadas a la motivación de los trabajadores.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Huarache y Ñahuero (2023), en el estudio “*Estrategias de comunicación interna y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa FirstFlag E.I.R.L., Lima, Perú, 2023*”, buscaron conocer si la comunicación interna se vincula con la satisfacción laboral. El enfoque fue cuantitativo, diseño no experimental, corte transeccional y tipo correlacional, aplicándose un cuestionario a una muestra censal de 38 empleados. Los hallazgos muestran una correlación de las dos variables, con un valor de Spearman de 0,685. Esto demuestra que cuando hay más comunicación dentro de una empresa, la felicidad de los empleados en el trabajo también tiende a aumentar. Se concluye que existe una necesidad de mejorar la comunicación interna, particularmente en lo que respecta a los métodos y canales utilizados para difundir la información.

Cubas (2025) en el estudio *“Estrategias de comunicación interna para la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo Amazonas, 2023”*, buscó examinar la comunicación interna y presentar medidas de mejora en los procesos de la entidad. El enfoque fue mixto y se aplicó un cuestionario a una muestra censal de 33 empleados. Los hallazgos indicaron que existían debilidades en la comunicación interna, principalmente por la limitada información que recibían los trabajadores sobre los objetivos institucionales, las dificultades para comunicarse con los superiores y el bajo reconocimiento laboral. Además, se evidenció la necesidad de mejorar los canales digitales y afianzar los procesos de retroalimentación. A partir de estos hallazgos, la autora señala que reforzar la comunicación interna mediante estrategias orientadas a mejorar los canales, la retroalimentación y el reconocimiento del desempeño puede contribuir a optimizar la gestión institucional y generar un clima laboral más positivo.

Chacara (2019), en su estudio titulado *“Estrategia de la comunicación interna y satisfacción laboral de una entidad financiera de Lima”*, buscó conocer si las técnicas de comunicación interna se vinculan con la satisfacción laboral. El estudio se realizó mediante un diseño descriptivo transeccional y se generó mediante una metodología cuantitativa. Se usó la encuesta para recolectar los datos, la muestra fueron 38 empleados. Los hallazgos que las tácticas de comunicación interna se vinculan con la satisfacción laboral, revelando que una gestión eficaz de la comunicación interna mejora la percepción que tienen los trabajadores de su experiencia laboral. Concluyó que mejorar las tácticas de comunicación dentro de la organización podría elevar los niveles de satisfacción laboral.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Estrategias de comunicación interna

Las estrategias de comunicación interna se entienden como un conjunto de acciones que una organización utiliza para organizar y mejorar la manera en que circula la información entre sus miembros. Estas estrategias permiten que los mensajes no se transmitan de forma improvisada. Asimismo, cuando la comunicación interna se desarrolla de manera adecuada, contribuye a fortalecer la coordinación entre áreas, evitando malentendidos y reduciendo errores en la ejecución de procesos.

Dentro de una organización, la comunicación interna es fundamental porque permite que las distintas áreas así como niveles jerárquicos se mantengan conectados y trabajen de manera articulada. Cuando la información circula adecuadamente, los trabajadores pueden coordinar mejor sus tareas y tener mayor claridad sobre lo que se

espera de ellos, lo que también disminuye la incertidumbre en el entorno laboral. Además, este proceso contribuye a fortalecer la integración del personal dentro de la institución, ya que facilita la interacción y el trabajo conjunto entre sus integrantes (Goldhaber, 1993).

La comunicación interna dentro de una organización requiere ser planificada, ya que cuando los mensajes se transmiten sin orden pueden presentarse confusiones, información incompleta o falta de claridad en las indicaciones dirigidas al personal. Por ello, es importante que la organización establezca mecanismos que permitan organizar la circulación de información y asegurar que esta llegue de manera adecuada a los trabajadores. Fernández Beltrán (2011) señala que una planificación correcta de la comunicación interna permite estructurar los flujos informativos, lo cual facilita que los colaboradores comprendan mejor los objetivos institucionales y se mantengan alineados con las actividades y lineamientos. En ese sentido, la comunicación interna, cuando es gestionada de manera organizada, contribuye a fortalecer el funcionamiento interno y a mejorar la coordinación entre los miembros de la institución.

Libaert (2010) sostiene que la comunicación interna puede ser entendida como una herramienta de gestión que, cuando se desarrolla de manera estratégica, contribuye a fortalecer la cohesión organizacional. Según el autor, el diseño de acciones comunicativas coherentes permite unificar criterios dentro de la institución, reforzar el sentido de pertenencia en los trabajadores y facilitar la coordinación entre las diferentes áreas.

Respecto a la planificación estratégica de la comunicación, la gestión comunicacional implica la definición de objetivos, estrategias y acciones dirigidas a los diferentes públicos de la organización, entre ellos los públicos internos. De acuerdo con Capriotti (2009), una planificación adecuada de la comunicación contribuye a mantener la coherencia de los mensajes y a fortalecer el funcionamiento organizacional en su conjunto.

Por su parte, Peña Acuña et al. (2017) señalan que las estrategias de comunicación interna constituyen un pilar fundamental para estructurar de manera sistemática la comunicación al interior de las organizaciones, facilitando la coordinación entre los niveles jerárquicos y mejorando la circulación de la información interna. De igual manera, cuando la comunicación interna es gestionada estratégicamente, está vinculada con la optimización de los procesos administrativos y organizacionales, fortaleciendo el desarrollo de las actividades internas y el desempeño institucional (Oyarvide Ramírez et al., 2017).

2.2.1.1 Dimensiones

2.2.1.1.1 Flujos de la comunicación Interna

Ongallo (2007) define los flujos de la comunicación interna como las formas mediante las cuales la información se transmite dentro de la organización. El autor distingue tres tipos de flujos: el flujo descendente, que se presenta cuando la información, normas e instrucciones se comunican desde los niveles directivos hacia los trabajadores; el flujo ascendente, que se produce cuando los colaboradores transmiten información, opiniones o sugerencias hacia los niveles superiores; y el flujo horizontal, que se da entre empleados del mismo nivel jerárquico.

2.2.1.1.2 Funciones de la comunicación Interna

Robbins (2013) señala que la comunicación dentro de las organizaciones cumple funciones fundamentales relacionadas con el comportamiento de los trabajadores. Entre ellas se encuentra la función de control, que orienta las conductas a través de normas, procedimientos y lineamientos establecidos; la función de motivación; y la función de expresión emocional, mediante la cual los trabajadores pueden manifestar sentimientos, percepciones y opiniones, fortaleciendo las relaciones interpersonales dentro del entorno laboral.

2.2.1.1.3 Gestión de la comunicación interna

Charry Condor (2018) ayuda a organizar los procesos de comunicación y facilita la coordinación de las operaciones internas, sostiene que la comunicación interna es un elemento de la gestión organizacional. Según esta teoría, el objetivo de una gestión eficaz de la comunicación interna es facilitar el libre flujo de información dentro de una organización de una manera clara, concisa y coherente, al mismo tiempo que se mide el impacto en el rendimiento del personal y el logro de los objetivos establecidos.

2.2.2. Satisfacción Laboral

Locke (1976) conceptualiza la satisfacción laboral como un estado emocional positivo que surge cuando un empleado evalúa su desempeño laboral en relación con sus expectativas, requisitos y valores, así como con sus experiencias laborales pasadas. Esta satisfacción es el resultado de las interacciones del trabajador con su lugar de trabajo y las circunstancias en las que realiza su trabajo.

Davis y Newstrom (2003) señalan que la satisfacción laboral se manifiesta en la experiencia cotidiana del trabajador dentro de la organización, considerando aspectos como el ambiente laboral, la supervisión y relaciones interpersonales, los cuales influyen en su comportamiento y desempeño laboral.

Desde el enfoque motivacional, Herzberg (1959) sostiene que la satisfacción laboral depende tanto de factores relacionados con el contenido del trabajo, como de factores asociados al contexto laboral, entre ellos las condiciones de trabajo, la remuneración y las políticas organizacionales.

Para la gestión del talento humano, Chiavenato (2009) plantea que la satisfacción laboral es el resultado de una adecuada administración de las personas dentro en la organización, en la que inciden elementos como el clima organizacional, la motivación, las condiciones laborales y las relaciones de trabajo.

Spector (1985) propone evaluar la satisfacción laboral a través de facetas específicas del trabajo, lo que permite medir de manera diferenciada la percepción del trabajador respecto a distintos aspectos de su empleo mediante el uso de escalas estructuradas.

2.2.2.1 Dimensiones

2.2.2.1.1. Clima Laboral

Palma Carrillo (2004) conceptualiza el clima laboral como el conjunto de percepciones que tienen los empleados sobre el ambiente en el que desarrollan sus actividades, las relaciones interpersonales, las normas, los estilos de liderazgo y las condiciones que caracterizan la vida organizacional. Estas percepciones influyen en la forma en que el trabajador experimenta su trabajo y en el nivel de satisfacción que desarrolla frente a la organización, en la medida en que reflejan cómo se siente tratado y valorado dentro del entorno laboral.

2.2.2.1.2 Motivación Laboral

McClelland (1961) alude que la motivación laboral se vincula con las necesidades aprendidas eso impacta la forma en que los individuos actúan en el trabajo, particularmente la necesidad de pertenencia, autoridad y éxito. Estas necesidades orientan el esfuerzo, el compromiso y el interés del trabajador por sus actividades laborales, influyendo en el nivel de satisfacción que experimenta cuando percibe que su trabajo le permite alcanzar metas, recibir reconocimiento y establecer relaciones positivas dentro de la organización.

2.2.2.1.3 Condiciones del trabajo

Restrepo Escobar (2024) define las condiciones de trabajo como el conjunto de factores del entorno laboral que inciden en el bienestar y la satisfacción del trabajador, entre los cuales se incluyen las condiciones físicas, los recursos disponibles, la organización del trabajo y la carga laboral. Estos factores inciden en la percepción que el trabajador tiene sobre su empleo, en la medida en que determinan la comodidad, la seguridad y las facilidades para el adecuado desarrollo de sus funciones.

2.3 Definición de términos básicos

Planificación estratégica: El método mediante el cual una empresa decide lo que quiere lograr y cómo planea llegar allí; Esta información luego informa decisiones tanto a corto como a largo plazo (Mintzberg, 1994).

Coordinación: Proceso que permite integrar y armonizar las actividades de las distintas áreas o personas de una organización, con la finalidad de que los esfuerzos individuales contribuyan al logro de objetivos institucionales (Fayol, 1987).

Comunicación interna: Conjunto de procesos mediante los cuales se intercambia información dentro de una organización, facilitando la interacción entre sus miembros y contribuyendo al desarrollo eficiente de las actividades internas (Goldhaber, 1993).

Información: Conjunto de datos organizados y contextualizados que adquieren significado para las personas y sirven como base en la toma de decisiones y el desarrollo de las actividades organizacionales (Davenport y Prusak, 1998).

Estrategias de comunicación: Acciones planificadas y coordinadas que orientan el uso de la comunicación con el propósito de alcanzar objetivos organizacionales específicos, asegurando coherencia y claridad en los mensajes transmitidos (Capriotti, 2009).

Ambiente laboral: Conjunto de condiciones físicas, sociales y psicológicas que caracterizan el entorno en el que los trabajadores desarrollan sus actividades y que influyen en su percepción del trabajo y en su bienestar dentro de la organización (Chiavenato, 2009).

Compromiso laboral: Grado de identificación, involucramiento y sentido de pertenencia que el trabajador desarrolla hacia la organización (Meyer y Allen, 1997).

Personal de guiado: Conjunto de trabajadores encargados de orientar, informar y acompañar a los visitantes durante los recorridos turísticos, brindando información cultural, histórica y turística sobre el lugar visitado (López Bonilla y López Bonilla, 2001).

Castillo de Chancay: Parque temático turístico ubicado en el distrito de Chancay, provincia de Huaral, que ofrece servicios recreativos, culturales y gastronómicos, y en el cual se desarrolla el estudio.

2.4 Hipótesis del estudio

2.4.1 Hipótesis general

Existe relación significativa entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026.

2.4.2 Hipótesis específicas

- Existe relación significativa entre el flujo de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026.
- Existe relación significativa entre las funciones de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026.
- Existe relación significativa entre la gestión de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026.

2.5 Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rango
Estrategias de comunicación interna	Las estrategias de comunicación interna constituyen un pilar fundamental para estructurar de manera sistemática la comunicación al interior de las organizaciones, facilitando la coordinación entre los niveles jerárquicos y mejorando la circulación de la información interna (Peña Acuña et al, 2017)	La variable estrategias de comunicación interna se operacionaliza mediante un cuestionario dirigido al personal de guiado del Castillo de Chancay, considerando la percepción de los trabajadores respecto al flujo, las funciones y la gestión de la comunicación interna dentro de la organización.	Flujo de la comunicación interna	Comunicación descendente Comunicación ascendente Comunicación Horizontal	1-6	La variable se midió bajo la escala de Likert: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Bajo: 18–42 Medio: 43–66 Alto: 67–90
			Funciones de la comunicación interna	Función informativa Función de control Función de expresión emocional	7- 12		
			Gestión de la comunicación Interna	Planificación de la comunicación Claridad de los mensajes Supervisar la información	13-18		
Satisfacción Laboral	Estado emocional positivo que resulta de	La variable satisfacción laboral se operacionaliza	Clima Laboral	Relaciones interpersonales	19-24	La variable	Bajo: 18–42

	la valoración que realiza el trabajador sobre su experiencia laboral y el grado en que el trabajo satisface sus expectativas y necesidades (Locke, 1976; Chiavenato, 2009)	mediante un cuestionario aplicado al personal de guiado del Castillo de Chancay, evaluando la percepción de los trabajadores respecto al clima laboral, la motivación y las condiciones de trabajo.		Ambiente de trabajo Estilo de liderazgo		se midió bajo la escala de Likert:	Medio: 43–66 Alto: 67–90 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			Motivación Laboral	Reconocimiento Logro de metas Compromiso laboral	25-30		
			Condiciones de trabajo	Condiciones físicas Carga laboral Recursos disponibles	31-36		

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

3.1.1 Enfoque del estudio

El estudio es de enfoque cuantitativo, debido a que las variables de estudio fueron medidas usando datos numéricos obtenidos mediante la aplicación de instrumentos estructurados, lo que permitió procesar la información recolectada utilizando procedimientos estadísticos con el fin de analizar la relación existente de estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado. En ese sentido, este enfoque facilitó probar las variables objetivamente y analizar los hallazgos sistemáticamente, para que podamos sacar conclusiones basadas en números. Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2016), el enfoque cuantitativo se caracteriza por la medición objetiva de variables y el análisis de los hallazgos a través de técnicas estadísticas.

3.1.2 Tipo de investigación

El estudio fue correlacional, por lo que se buscó determinar la naturaleza de la conexión del nivel de satisfacción laboral del personal guiado y las estrategias utilizadas para la comunicación interna dentro del Castillo de Chancay, permitiendo analizar la asociación del contexto específico entre ambas variables sin buscar establecer relaciones causales. En ese sentido, Niño (2019) señala que la investigación correlacional permite comprender el nivel de conexión entre varios factores en un entorno determinado sin generar vínculos de causa y efecto.

3.1.3 Diseño de la Investigación

El estudio se desarrolló bajo un diseño no experimental, puesto que se pudo examinar la correlación entre las tácticas de comunicación interna y la satisfacción laboral según lo informado por el personal guía del Castillo Chancay en su entorno laboral actual, en lugar de manipular las variables de investigación de alguna manera. Además, la investigación fue transeccional ya que los datos se recolectaron todos de una sola vez, permitiendo adquirir información precisa en un momento determinado sin necesidad de seguimiento en el futuro. En este sentido, Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2016) señala que los datos se recopilan en un solo instante en un diseño transeccional y que los eventos se ven en su entorno natural sin manipular factores caracteriza el diseño no experimental.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población correspondió al conjunto de elementos que presentaron características comunes y que resultaron relevantes en el estudio, permitiendo delimitar el grupo sobre el cual se centró el estudio. De acuerdo con Ruiz et al. (2022), la población está conformada por todas las unidades a las cuales se orienta el estudio y sobre las que se desea obtener información, siendo fundamental para garantizar la validez de los hallazgos.

En el estudio, la población se conformó por el personal de guiado del Castillo de Chancay, integrado por 30 colaboradores, quienes desempeñaron funciones directas de orientación, información y acompañamiento a los visitantes durante los recorridos turísticos, permitió recopilar datos relevantes sobre las variables de investigación en el contexto de su trabajo.

3.2.2. Muestra

La muestra correspondió al grupo de elementos seleccionados de la población para el desarrollo del estudio, permitiendo delimitar de manera precisa a los participantes sobre los cuales se recolectó la información para el análisis de las variables. En el estudio, debido a que la población fue reducida y accesible, se trabajó con una muestra censal, considerando a la totalidad de los 30 colaboradores que conformaron el personal de guiado del Castillo de Chancay, lo que facilitó la obtención de información completa y representativa.

Arias (2006) afirma que la muestra del censo tiene como objetivo recopilar información sobre la población limitada en su totalidad, facilitando hallazgos exhaustivos sobre los fenómenos investigados; sin embargo, reconoce que su principal inconveniente es el mayor trabajo requerido para su implementación. En este caso, una muestra censal fue apropiada ya que proporcionó una imagen más completa del entorno bajo investigación al permitir un examen en profundidad de la opinión del personal orientador sobre los indicadores del estudio.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas a emplear

Se usó la encuesta como técnica de investigación, debido a que permitió recopilar información directa del personal de guiado del Castillo de Chancay sobre sus percepciones y opiniones relacionadas con las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral, lo que ayudó a la obtención de datos relevantes para el desarrollo del estudio. Esta técnica resultó apropiada al buscar obtener información de un grupo específico de personas, permitiendo la recolección de datos cuantificables que posteriormente fueron procesados mediante análisis estadístico. En ese sentido, Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2016) aluden que la encuesta es una técnica adecuada para recoger información estandarizada a partir de un conjunto de individuos, favoreciendo el análisis objetivo de los hallazgos.

3.3.2 Instrumento

El instrumento que se usó en el estudio fue el cuestionario, la encuesta consistió en una serie de preguntas predeterminadas diseñadas para obtener respuestas del personal guiado del Castillo de Chancay sobre sus tácticas de comunicación interna y nivel de satisfacción laboral. Se analizaron los hallazgos para ver si se habían cumplido los objetivos. Dicho cuestionario fue elaborado fue posible recolectar datos cuantificables para análisis estadísticos posteriores teniendo en cuenta las dimensiones e indicadores establecidos durante la operacionalización de las variables.

El uso de una escala Likert de cinco puntos (“nunca”, “casi nunca”, “a veces”, “casi siempre” y “siempre”) para cuantificar las respuestas permitió registrar las percepciones de los encuestados sobre los temas planteados. Al respecto, Arias (2006) señala que este tipo de escala permite medir actitudes y percepciones de manera ordenada y cuantificable, facilitando la interpretación de los hallazgos dentro de investigaciones de enfoque cuantitativo.

3.4. Técnicas para el procedimiento de la información

Una vez recolectados los datos, estos fueron estructurados en una matriz elaborada en Excel, donde se codificaron las respuestas de acuerdo con los ítems del cuestionario aplicado; posteriormente, la información fue ingresada al software estadístico SPSS, que permitió procesar los datos obtenidos y aplicar el baremo correspondiente con el propósito de clasificar los hallazgos en niveles bajo, medio y alto, de acuerdo con los rangos establecidos para cada variable.

Para analizar los datos se usó estadística descriptiva e inferencial, con gráficos y tablas de frecuencia que brindan una presentación organizada del comportamiento de las variables y sus dimensiones. Las hipótesis se compararon mediante el coeficiente de Spearman. Esto se hizo porque los datos se recopilaban utilizando una escala tipo Likert y queríamos saber qué impacto tenían las estrategias de comunicación interna en la satisfacción laboral de los consejeros personales en Castillo de Chancay. Los hallazgos arrojan luz sobre la relación de las dos variables.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

4.1. Análisis de Resultados

4.1.1 Análisis de consistencia interna

Tabla 1

Análisis de correspondencia

Estadísticos	Valor
Alfa de Cronbach	0.962
Numero de Ítems	36

Nota. Elaboración del autor

En la tabla 1 se aprecian los hallazgos del análisis de confiabilidad, el cual permite evaluar la consistencia interna de los ítems del cuestionario; es decir, determinar si las preguntas son coherentes entre sí. Para ello, se usó el Alfa de Cronbach (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista, 2014), obteniéndose un valor de 0.962, lo que revela un nivel de confiabilidad muy alto. En consecuencia, el instrumento resulta pertinente en la recolección y el análisis de los datos.

4.1.2 Análisis descriptivo de la variable comunicación interna

Dimensión 1: Flujo de comunicación interna

Tabla 2

Frecuencia y porcentaje de la dimensión flujo de la comunicación interna

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	11	36.67 %
Medio	16	53.33 %
Alto	3	10.00 %
Total	30	100 %

Nota. Elaboración del autor

En la tabla 2 y la figura 1 son presentados los hallazgos de la dimensión flujo de la comunicación interna. Se aprecia que el 52.33 % del personal encuestado percibe que el flujo de comunicación dentro de la organización se desarrolla en nivel medio. Asimismo, el 36.67 % considera que este aspecto se presenta en nivel bajo, mientras que solo 10 % alude que el flujo de la comunicación interna se ubica en nivel alto. Se evidencia que una proporción considerable de los trabajadores mantiene una percepción poco favorable sobre el flujo de información dentro de la organización.

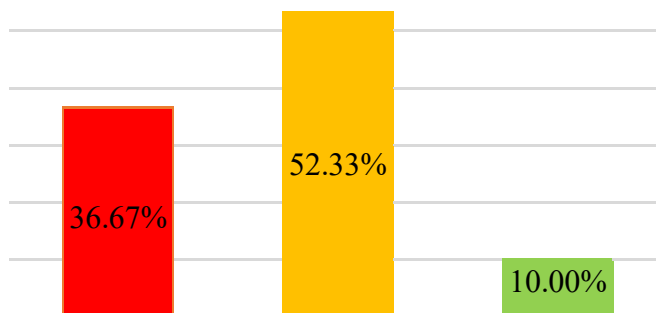


Figura 1. Porcentaje de la dimensión flujo de la comunicación interna.
Elaboración del autor.

Dimensión 2: Funciones de comunicación interna

Tabla 3.

Frecuencia y porcentaje – Dimensión 2. Funciones de comunicación interna

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	10	36.33 %
Medio	17	56.67 %
Alto	3	10.0 %
Total	30	100%

Nota. Elaboración del autor

En la tabla 3 y la figura 2 son presentados los hallazgos que corresponden a la dimensión funciones de la comunicación interna. Se aprecia que el 56.67% de trabajadores percibe que dichas funciones se desarrollan en nivel medio, mientras que 33.33% las considera en nivel bajo y 10.00% en nivel alto. Estos hallazgos evidencian que la mayoría del personal percibe un desempeño moderado de las funciones comunicativas dentro de la organización.

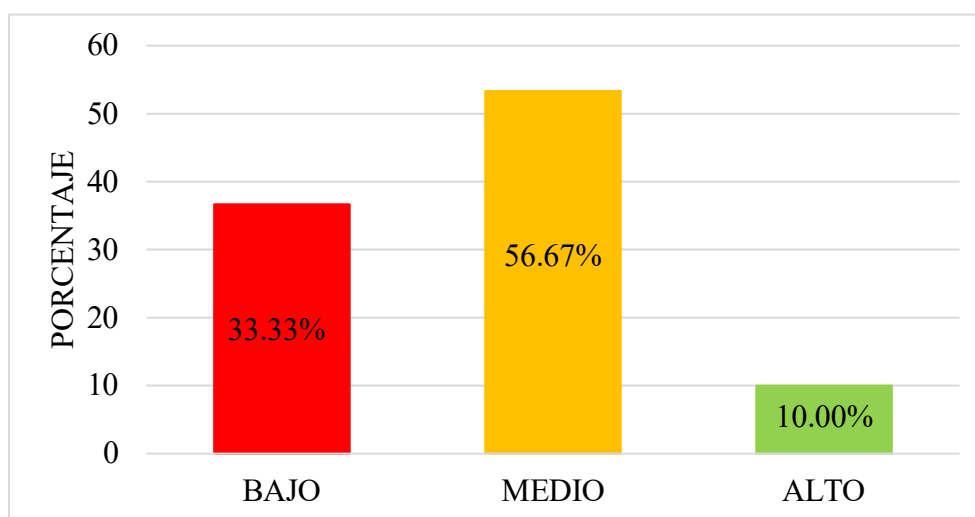


Figura 2. Porcentaje de la dimensión funciones de la comunicación interna.
Elaboración del autor.

Dimensión 3: Gestión de la comunicación interna

Tabla 4.

Frecuencia y porcentaje – Dimensión 3. Gestión de la comunicación interna

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	18	60.0 %
Medio	8	27.6 %
Alto	4	13.3 %
Total	30	100 %

Nota. Elaboración del autor

En la tabla 4 y la figura 3 son presentados los hallazgos que corresponden a la dimensión gestión de la comunicación interna. Se aprecia que el 60.0 % de trabajadores percibe que esta se desarrolla en nivel medio, mientras que el 26.7 % lo señala en nivel bajo y 13.3 % en nivel alto. En conjunto, estos hallazgos indican que la percepción predominante del personal se sitúa en nivel medio dentro de la organización.

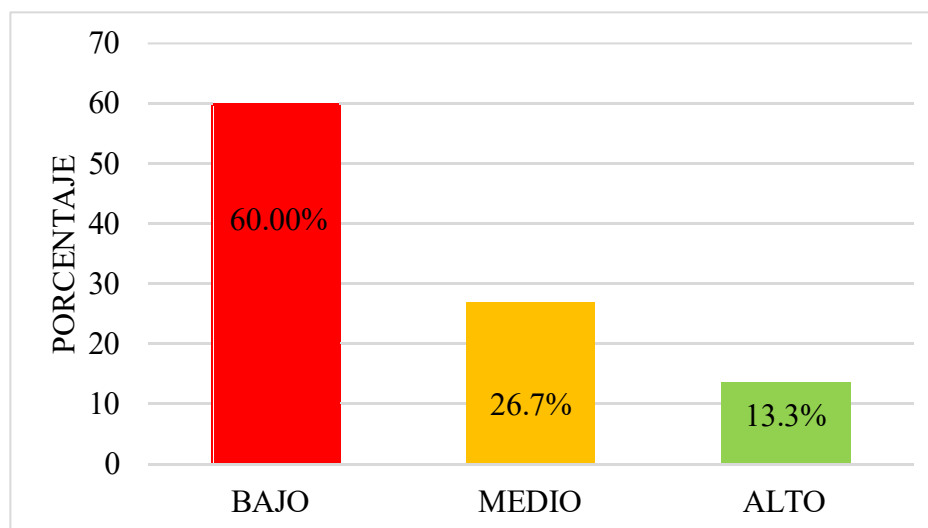


Figura 3. Porcentaje de la dimensión gestión de la comunicación interna.
Elaboración del autor.

4.1.3 Análisis descriptivo de la variable satisfacción laboral

Dimensión 1: Clima laboral

Tabla 5.

Frecuencia y porcentaje. Dimensión 1. Clima laboral

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	40.0 %
Medio	11	36.67%
Alto	7	23.33 %
Total	30	100 %

Nota. Elaboración del autor.

En la tabla 5 y la figura 4 son presentados los hallazgos que corresponden a la dimensión clima laboral. Se aprecia que el 40.00% de trabajadores percibe el clima laboral en nivel bajo, mientras que 36.67% considera que se encuentra en nivel medio y el 23.33% en nivel alto. Estos hallazgos evidencian que una proporción significativa del personal percibe el ambiente laboral de manera poco favorable dentro de la organización.

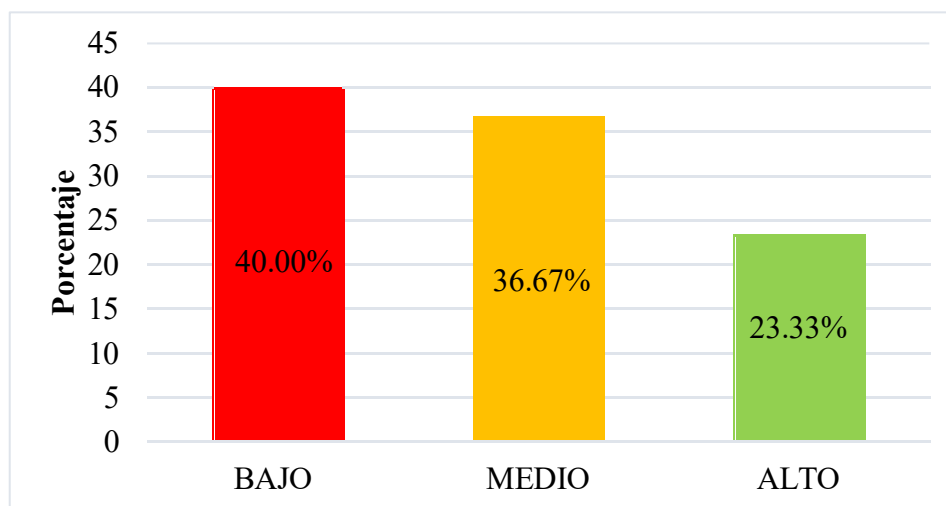


Figura 4. Porcentaje de la dimensión clima laboral. Elaboración del autor

Dimensión 2: Motivación laboral

Tabla 6.

Frecuencia y porcentaje. Dimensión 2. Motivación laboral

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	26.70%
Medio	14	46.67%
Alto	7	23.33 %
Total	30	100 %

Nota. Elaboración del autor

En la tabla 6 y la figura 5 son presentados los hallazgos que corresponden a la dimensión motivación laboral. Se aprecia que 46.7 % de trabajadores percibe que esta se desarrolla en nivel medio, mientras que 26.7 % lo señala en nivel bajo y 23.3 % en nivel alto. Estos hallazgos permiten evidenciar que la motivación laboral es percibida mayoritariamente en nivel medio por parte del personal de guiado.

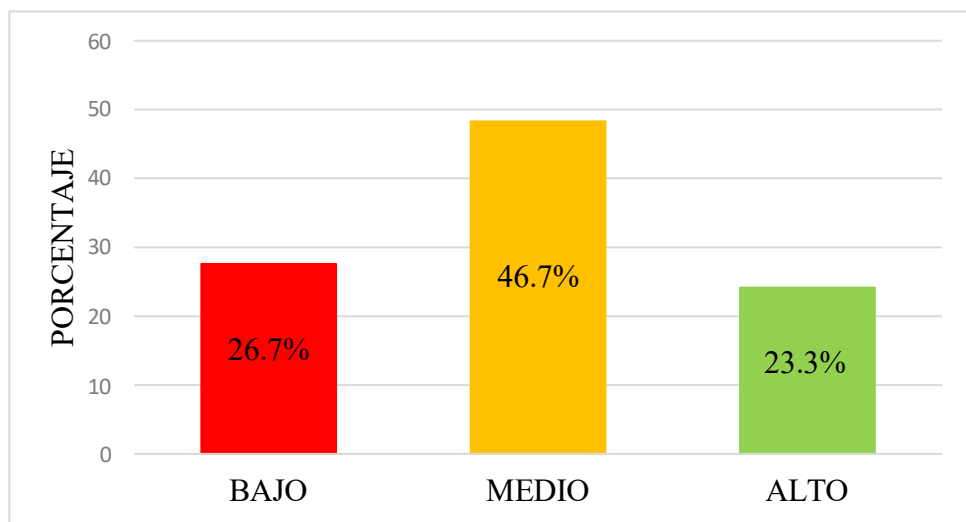


Figura 5. Porcentaje de la dimensión motivación laboral. Elaboración del autor

Dimensión 3: Condición laboral

Tabla 7.

Frecuencia y porcentaje - Dimensión 3. Condición laboral

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	50.00%
Medio	11	36.67%
Alto	4	13.33 %
Total	30	100 %

Nota. Elaboración del autor

En la tabla 7 y la figura 6 son presentados los hallazgos que corresponden a la dimensión condición laboral. Se aprecia que el 50.00% de trabajadores percibe las condiciones laborales en nivel bajo, mientras que el 36.57% considera que se encuentran en nivel medio y 13.33% en nivel alto. Estos hallazgos evidencian que una proporción significativa del personal percibe las condiciones laborales de manera poco favorable dentro de la organización.

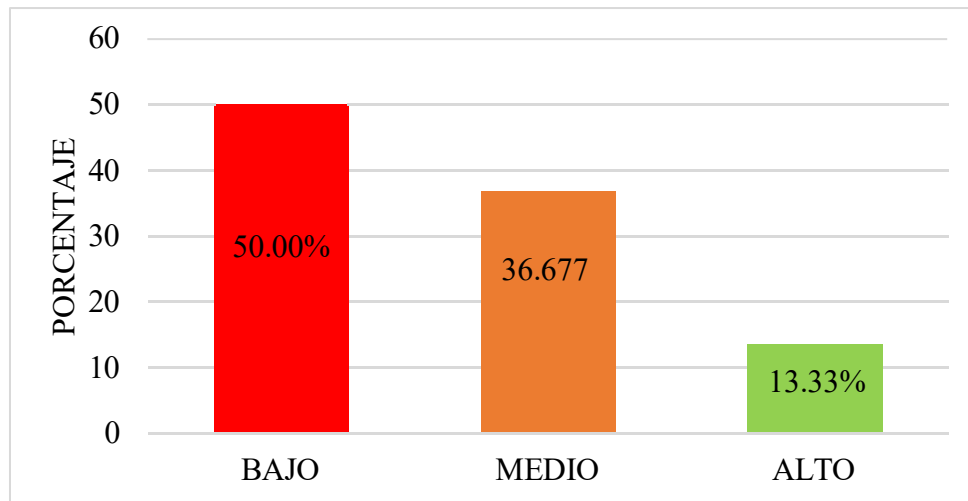


Figura 6. Porcentaje de la dimensión condición laboral. Elaboración del autor.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

Existe relación significativa entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026.

a) Hipótesis nula (H_0):

No existe relación significativa entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay.

b) Cálculo de la prueba estadística

Tabla 8.

Correlación de Spearman entre la comunicación interna y la satisfacción laboral

Variables	Comunicación interna	Satisfacción laboral
Comunicación laboral	1.000	0.854**
Satisfacción laboral	0.854**	1.000
Sig. (bilateral)	-	< 0.001
Nº	30	30

Nota. Correlación significativa en el nivel 0.01. Elaboración del autor

c) Interpretación

En la tabla 8 se presenta el análisis de correlación entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay. Se evidencia un coeficiente de Spearman de 0.854, lo que revela una relación positiva. Igualmente, el valor de significancia ($p < 0.001$) es menor al nivel establecido (0.05), lo que revela que la relación es significativa.

En ese sentido, es aceptada la hipótesis general del estudio, concluyéndose que existe una asociación entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal.

Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Existe relación significativa entre el flujo de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026.

a) Hipótesis nula (H₀)

No existe relación significativa entre el flujo de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay.

b) Prueba estadística

Tabla 9.

Rho de Spearman – Hipótesis específica 1

Variables	Nivel de flujo	Satisfacción laboral
Nivel de funciones	1.000	0.731**
Satisfacción laboral	0.73**	1.000
Sig. (bilateral)	-	< 0.001
Nº	30	30

Nota. Correlación significativa en el nivel 0.01. Elaboración del autor.

c) Interpretación

En la tabla 9 se presenta el análisis de correlación entre el flujo de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay. Se observa un valor de Spearman de 0.731, lo que revela una relación positiva. Igualmente, el valor de significancia ($p < 0.001$) es inferior al nivel establecido (0.05), lo que revela que la relación es significativa. En ese sentido, es aceptada la hipótesis específica 1 del estudio.

Hipótesis específica 2

Existe relación significativa entre las funciones de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026.

a) Hipótesis nula (Ho)

No existe relación significativa entre las funciones de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay.

b) Prueba estadística

Tabla 10.

Rho de Spearman – Hipótesis específica 2

Variables	Nivel de flujo	Satisfacción laboral
Funciones de la comunicación interna	1.000	0.576**
Satisfacción laboral	0.576*	1.000
Sig. (bilateral)	-	< 0.001
Nº	30	30

Nota. Correlación significativa en el nivel 0.01. Elaboración del autor

c) Interpretación

En la tabla 10 se presenta el análisis de correlación entre las funciones de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay. Se observa un valor de Spearman de 0.576, lo que evidencia una relación positiva de magnitud moderada. Igualmente, el valor de significancia ($p = 0.001$) es menor al nivel establecido (0.05), lo que revela que la relación es significativa. En ese sentido, es aceptada la hipótesis específica 2 del estudio.

Hipótesis específica 3

Existe relación significativa entre la gestión de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026.

a) Hipótesis Nula (H_0)

No existe relación significativa entre la gestión de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay.

b) Prueba estadística

Tabla 11.

Rho Spearman – Hipótesis específica 3

Variables	Gestión de la comunicación interna	Satisfacción laboral
Gestión de la comunicación interna	1.000	0.684**
Satisfacción laboral	0.684*	1.000
Sig. (bilateral)	-	< 0.001
Nº	30	30

Nota. Correlación significativa en el nivel 0.01. Elaboración del autor

c) Interpretación

En la tabla 11 se expone el análisis de correlación entre la gestión de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay. Se observa un valor de Spearman de 0.684, lo que revela una relación positiva de nivel moderado. Igualmente, el valor de significancia ($p < 0.001$) es menor al nivel establecido (0.05), lo que revela que la relación es significativa. En ese sentido, es aceptada la hipótesis específica 3 del estudio.

CAPITULO V. DISCUSIÓN

5.1 Discusión de Resultados

Los hallazgos demuestran una correlación de las tácticas efectivas de comunicación interna y la satisfacción en la vida laboral entre el personal guía del Castillo de Chancay, 2026. Los hallazgos muestran que en 2026, el personal guiado de Castillo de Chancay reportó niveles significativamente más altos de satisfacción laboral cuando se utilizaron ciertas tácticas de comunicación interna. Este resultado se logró utilizando el coeficiente de evaluación de Spearman en el estudio. En este contexto, cuando la información circula con claridad, las indicaciones resultan comprensibles y existe una adecuada coordinación entre las áreas, el personal tiende a percibir su entorno laboral de manera más favorable, contribuyendo al fortalecimiento de su satisfacción dentro de la organización.

Este hallazgo guarda relación con lo señalado por Huarache y Ñahuero (2023), quienes en su investigación identificaron una correlación positiva de la comunicación interna y la satisfacción laboral, obteniendo un coeficiente de Spearman de $r = 0.685$. Los autores sostienen que el fortalecimiento de los procesos de comunicación dentro de las organizaciones contribuye a mejorar la percepción del ambiente laboral, porque facilita comunicar, coordinar y comprender los objetivos de la institución. De manera similar, Celino (2025) señala que una comunicación interna clara y accesible favorece el compromiso y la satisfacción de trabajadores, debido a que reduce la incertidumbre en el entorno laboral y facilita el acceso oportuno a la información necesaria en el desarrollo de sus funciones.

Al analizar la dimensión flujo de la comunicación interna, se encontró una correlación positiva alta con la satisfacción laboral ($r = 0.731$, $p < 0.05$), lo que revela que la manera en que la información circula entre los distintos niveles de la organización constituye un elemento relevante para la experiencia laboral del personal. Cuando los trabajadores reciben indicaciones claras por parte de sus superiores, tienen la posibilidad de expresar sus opiniones y existe coordinación entre compañeros de trabajo, se genera un entorno que facilita el cumplimiento de las funciones así como el desarrollo de las actividades diarias. Este resultado coincide con la afirmación de Ongallo (2007) de que la transferencia de información entre los niveles organizativos se ve facilitada por la dinámica de comunicación jerárquica, lo que mejora la coordinación funcional y los esfuerzos de colaboración entre los miembros de la institución de manera más eficaz.

En relación con la dimensión funciones de la comunicación interna, los hallazgos mostraron una correlación con la satisfacción laboral ($r = 0.576$, $p < 0.05$), lo que sugiere que la comunicación no solo cumple un rol informativo dentro de la organización, sino que también influye en aspectos vinculados con la motivación, la orientación del trabajo y la forma en que los empleados comprenden sus responsabilidades. Cuando la información proporcionada por la organización orienta adecuadamente las actividades laborales y brinda claridad sobre las normas y procedimientos, los trabajadores tienden a desarrollar una percepción más favorable respecto a su experiencia de trabajo. En este sentido, Robbins (2013) señala que la comunicación organizacional cumple funciones fundamentales dentro del comportamiento organizacional, ya que contribuye a orientar las conductas laborales.

Por otro lado, la dimensión gestión de la comunicación interna presentó una correlación positiva moderada con la satisfacción laboral ($r = 0.684$, $p < 0.05$), lo que demuestra que la planificación y organización de los procesos comunicacionales también desempeñan un papel importante dentro de la dinámica organizacional. Cuando la comunicación interna se gestiona de manera estructurada, asegurando que los mensajes institucionales sean claros, coherentes y oportunos, se favorece la coordinación entre las diferentes áreas y se reduce la posibilidad de que surjan confusiones o conflictos durante el desarrollo de las actividades laborales. En este sentido, Charry Condor (2018) sostiene que la gestión de la comunicación interna constituye un componente fundamental en los procesos organizacionales, ya que permite organizar la circulación de la información y facilitar la coordinación entre los distintos miembros de la institución.

En términos generales, los hallazgos permiten indicar que las estrategias de comunicación interna mantienen una relación con la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, evidenciando que el fortalecimiento de los procesos comunicacionales no solo mejora la transmisión de información, sino que también influye de manera directa en la experiencia laboral del personal, favoreciendo un entorno de trabajo más organizado y una percepción más positiva del desempeño dentro de la institución.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Conclusión 1, los hallazgos muestran que en 2026, el personal guiado de Castillo de Chancay reportó niveles significativamente más altos de satisfacción laboral cuando su empleador usó ciertas tácticas de comunicación interna. La utilización del coeficiente de evaluación de Spearman permitió que la investigación llegara a este resultado. Además, con un nivel de significancia de $p < 0,001$, se alcanzó un coeficiente de compensación de $r = 0,854$. Dado que este resultado fue inferior a 0,05, pudimos aceptar la premisa principal del estudio. Este resultado evidencia la existencia de una relación positiva alta, permitiendo comprender que la forma en que la organización desarrolla y gestiona sus procesos de comunicación interna influye de manera importante en la percepción que los empleados tienen sobre su experiencia laboral, ya que cuando la información se transmite con claridad, las indicaciones son comprensibles y existe coordinación entre las distintas áreas de trabajo, el personal tiende a percibir su entorno laboral de manera más favorable y a desarrollar una mayor satisfacción respecto al desempeño de sus funciones dentro del establecimiento.

Conclusión 2, los hallazgos en la prueba de la primera hipótesis específica permitieron determinar que el flujo de la comunicación interna mantiene una relación con la satisfacción laboral en el personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026, el análisis estadístico que se realizó utilizando el coeficiente de Spearman reveló un nivel de significancia de $p < 0,001$, que es un número que cae por debajo del umbral de significancia predefinido de 0,05. Esto permite aceptar la hipótesis particular que corresponde a los datos. De manera similar, el coeficiente de determinación obtenido ($r = 0,731$) demuestra la existencia de una alta relación positiva. Esto permite deducir que la forma en que se difunde la información dentro de la organización es un factor significativo en el desarrollo de las actividades laborales que desarrollan los profesionales, ya que cuando los trabajadores reciben indicaciones claras, cuentan con canales adecuados para comunicarse con sus superiores y mantienen coordinación con sus compañeros de trabajo, se facilita el cumplimiento de sus funciones y se fortalece la percepción positiva que desarrollan respecto a su entorno laboral.

Conclusión 3, los hallazgos en la prueba de la segunda hipótesis específica brindaron la oportunidad de determinar que las funciones de comunicación interna continúan conservando una asociación estadísticamente significativa con el nivel de satisfacción laboral que experimenta el personal de guías del Castillo de Chancay, se alcanzó un nivel significativo de $p = 0,001$, que es un valor inferior al umbral de significancia establecido de 0,05. Esta es la razón por la que se apoyó la hipótesis particular que se planteó en el estudio. Los hallazgos que usó el coeficiente de evaluación de Spearman lo corroboran. En cuanto al coeficiente de

valoración, muestra una relación algo buena entre ambas variables ($r = 0,576$), permitiendo comprender que la comunicación dentro de la organización no solo se cumple una función informativa, sino que influye en la manera en que los trabajadores comprenden sus responsabilidades, orientan el desarrollo de sus actividades y perciben el desempeño de su trabajo dentro del establecimiento.

Conclusión 4, los hallazgos en la prueba de la tercera hipótesis específica permitieron establecer que la gestión de la comunicación interna se vincula con la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay (2026). El estudio que usó el coeficiente de Spearman corroboró esta conclusión; arrojó un nivel significativo de $p < 0,001$, que es inferior al valor establecido de 0,05, por lo que resultó en la contracción de la especificación particular relevante. De manera similar, el coeficiente de evaluación calculado ($r = 0,684$) indica un vínculo algo favorable entre las dos variables. Esto permite interpretar que la forma en que la organización planifica, organiza y supervisa sus procesos de comunicación incide en la percepción del entorno laboral; es decir, una gestión clara y estructurada de la comunicación interna favorece la coordinación de actividades y contribuye a fortalecer la experiencia laboral del personal dentro del establecimiento.

6.2 Recomendaciones

Recomendación 1, según los hallazgos del estudio, se demostró que existe una conexión sustancial entre las técnicas de comunicación interna y el nivel de satisfacción laboral que experimenta el personal de guías del Castillo de Chancay, se recomienda a la administración del atractivo turístico prestar especial atención al fortalecimiento de los procesos de comunicación con los guías encargados de brindar el servicio a los visitantes. En ese sentido, resulta importante que la información relacionada con las actividades turísticas, las indicaciones operativas y los cambios que puedan presentarse en el desarrollo de las visitas guiadas sea transmitida de manera clara, comprensible y oportuna al personal, de modo que los guías cuenten con las orientaciones necesarias para desempeñar sus funciones con mayor seguridad y organización. De esta manera, una comunicación más clara y constante entre la administración y el personal de guiado podría contribuir no solo a mejorar la coordinación de las actividades dentro del Castillo de Chancay, sino también a generar un entorno laboral más favorable en el que los empleados se sientan mejor informados, valorados y orientados en el desarrollo de sus labores dentro del atractivo turístico.

Recomendación 2, en relación con los hallazgos respecto al flujo de la comunicación interna, se recomienda a la administración del Castillo de Chancay procurar que la información vinculada con las actividades del servicio de guiado circule de manera más fluida entre quienes gestionan el atractivo turístico y el personal encargado de atender a los visitantes. En muchos casos, el desarrollo adecuado de una visita guiada depende de que los guías conozcan con anticipación las actividades programadas, los horarios establecidos o cualquier modificación que pueda presentarse en la dinámica del recorrido turístico, por lo que resulta fundamental que estos aspectos sean comunicados de forma oportuna. En este contexto, fortalecer los canales de comunicación con el personal de guiado podría facilitar la coordinación de las actividades diarias, reducir posibles confusiones durante el desarrollo del servicio y contribuir a que los trabajadores puedan desempeñar su labor con mayor claridad respecto a las indicaciones que deben seguir en la atención a los turistas.

Recomendación 3, dado que las funciones de la comunicación interna mostraron una relación con la satisfacción laboral del personal de guiado, se recomienda que la administración del Castillo de Chancay procure utilizar la comunicación no solo como un medio para transmitir instrucciones relacionadas con el desarrollo de las actividades, sino también como una herramienta que permita orientar el trabajo del personal y reforzar la comprensión del rol que cumplen los guías dentro del atractivo turístico. En ese sentido, brindar información clara sobre los objetivos del servicio de guiado, las responsabilidades asociadas a la atención de los visitantes y las actividades que forman parte de la experiencia turística podrían contribuir a que los trabajadores comprendan mejor la importancia de su labor dentro del Castillo de Chancay, lo cual favorecería en el desarrollo de sus funciones y una percepción más positiva respecto a su experiencia laboral dentro del establecimiento.

Recomendación 4, tomando en cuenta los hallazgos relacionados con la gestión de la comunicación interna, se recomienda que la administración del Castillo de Chancay considere la posibilidad de organizar de manera más estructurada los procesos de comunicación con el personal de guiado, procurando que la información relevante para el desarrollo del servicio turístico sea transmitida de forma coherente y accesible para todos los trabajadores. Además, podría resultar útil anunciar áreas donde los guías puedan compartir sus pensamientos e ideas sobre cómo mejorar las visitas guiadas. Los guías tienen experiencia de primera mano interactuando con los visitantes y pueden ofrecer críticas perspicaces sobre cómo organizar mejor el servicio y mejorar la coordinación general de las actividades de la atracción. De esta manera, promover una comunicación más participativa podría contribuir no solo a mejorar el desarrollo del trabajo diario, sino también a fortalecer la percepción que los empleados tienen respecto a su entorno laboral.

Recomendación 5, por último, se recomienda continuar desarrollando investigaciones relacionadas con la comunicación interna y la satisfacción laboral dentro del ámbito del turismo, particularmente en contextos vinculados con la gestión de atractivos turísticos y con el trabajo del personal encargado de brindar servicios de atención a los visitantes. La realización de estudios similares en otros espacios turísticos podría permitir comprender con mayor profundidad los factores que impactan en la experiencia laboral de los guías y en la manera en que la comunicación interna contribuye al desarrollo de las actividades dentro de estos entornos. En ese sentido, futuras investigaciones podrían ampliar el análisis hacia otros servicios turísticos o hacia otros actores que participan en la gestión del atractivo turístico, permitiría tener una comprensión más amplia de la comunicación interna en el proceso de organización del trabajo realizado en este tipo de lugares.

CAPITULO V: REFERENCIAS

- Arias, F. G. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (5.^a ed.). Episteme.
- Capriotti, P. (2009). *Planificación estratégica de la comunicación organizacional*. Ariel.
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Andros Impresores.
- Celino, A. D. (2025). Correlational study on internal communication strategies, knowledge sharing, employee engagement, and job satisfaction in one state university: Basis for internal communication action plan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 9(5). <https://www.ajhssr.com/correlational-study-on-internal-communication-strategies-knowledge-sharing-employee-engagement-and-job-satisfaction-in-one-state-university-basis-for-internal-communication-action-plan/>
- Chacara, E. (2019). *Estrategias de la comunicación interna y satisfacción laboral en el área de cobranza del Banco de Crédito del Perú*, Agencia OP Lima [Tesis de licenciatura]. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057382018>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. McGraw-Hill.
- Correia, C. V. (2021). *O impacto da comunicação interna na motivação e satisfação dos trabalhadores*. Universidad de Lisboa. Recuperado de: <https://repositorio.ulisboa.pt/entities/publication/10ce7c51-3c0a-4596-b2e2-7ddac4cfa066>
- Corresponsables, & Corresponsables. (2024, January 29). *Solo el 32% de los empleados está satisfecho con la comunicación interna de su empresa*. Corresponsables. <https://www.corresponsables.com/actualidad/buen-gobierno/solo-32-por-ciento-empleados-satisfechos-comunicacion-interna-su-empresa/>
- Cubas Sánchez, M. J. (2025). *Estrategias de comunicación interna para la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo Amazonas, 2023* [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. <https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/4641>
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business School Press.

- Davis, K., & Newstrom, J. W. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo*. McGraw-Hill.
- Fayol, H. (1987). *Administración industrial y general*. Herrero Hermanos.
- Fernández Beltrán, F. (2011). *Comunicación interna en la empresa*. Síntesis.
- Guerrero Alvarado, M., Sotelo González, J., & Cabezuelo Lorenzo, F. (2022).
- La comunicación interna como herramienta estratégica constructora y transmisora de la cultura organizacional. aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación, (27), 54–69. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8340667>
- Goldhaber, G. M. (1993). *Organizational communication*. Brown & Benchmark.
- Han, J., & Chiew, T. M. (2024). Exploring the interaction between internal communication and organizational behavior in enhancing job satisfaction. *Journal of Organizational Studies*. <https://www.researchgate.net/publication/386204106>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología del estudio* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.
- Huarache, K., & Ñahuero, A. (2023). *Estrategias de comunicación interna y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa FirstFlag E.I.R.L., Lima, Perú, 2023* [Tesis de licenciatura]. Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/36150>
- Internal, A. (2025, November 27). Estrategia en comunicación interna: clave para un 2026 con impacto. Retrieved from <https://internal.cl/estrategia-en-comunicacion-interna-clave-para-un-2026-con-impacto/>
- Internal, A. (2026, January 29). Comunicación interna 2026: nuevos desafíos para los comunicadores internos. Retrieved from <https://internal.cl/comunicacion-interna-2026-nuevos-desafios-para-los-comunicadores-internos/>
- Jennings, H., Jennings, H., & Jennings, H. (2018, September 19). *Research Finds Brands Don't Prioritize Employee Engagement* [INFOGRAPHIC]. PRNEWS. <https://www.prnewsonline.com/2018-internal-communications-research>
- Libaert, T. (2010). *La comunicación interna*. Editorial UOC.

- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. En M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 1297–1349). Rand McNally.
- López Bonilla, J. M., & López Bonilla, L. M. (2001). *Manual de turismo*. Síntesis.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
https://www.ide.go.jp/library/English/Publish/Periodicals/De/pdf/65_02_08.pdf
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage Publications.
- Niño, V. (2019). *Metodología de la Investigación* (Segunda ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Mintzberg, H. (1994). *The rise and fall of strategic planning*. Free Press.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación*. Dykinson.
https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/manual_de_comunicacion_guia_para_gestionar_el_conocimiento_la_informacion_y_las_relaciones_humanas_en_empresas_y_organizaciones-carlos_ongallo.pdf
- Oyarvide Ramírez, H. P., Reyes Sarria, E. F., & Montaña Colorado, M. R. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Dominio de las Ciencias*, 3(4), 296–309.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6174479>
- Palma Carrillo, S. (2004). *Escala de clima laboral CL-SPC*. Universidad de Lima.
- Peña Acuña, B., Caldevilla Domínguez, D., & Batalla Navarro, P. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (134), 315–330.
<https://plataformaiaestphuando.com/wp-content/uploads/2023/03/Escala-de-clima-laboral.pdf>
- Remuzgo Córdova, J. (2022). *Estrategias de comunicación interna de PMP Holding para la consolidación de un buen clima laboral* [Tesis]. Universidad San Ignacio de Loyola.
<https://repositorio.usil.edu.pe/>
- Restrepo Escobar, F. (2024). Condiciones de trabajo y satisfacción laboral. *Revista de Psicología*. <https://www.redalyc.org/journal/141/14179345006/html/>

- Robbins, S. P. (2013). *Comportamiento organizacional* (13.^a ed.). Pearson Educación.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24147w/Comportamiento_Organizacion_al_-_Robbins.pdf
- Ruiz, C., Valenzuela, A., & Valenzuela, M. (2022). Introducción metodología de investigación (Segunda ed.). Lima: FEPOL. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/555536502.pdf>
- Santos, T., Santos, E., Sousa, M., & Oliveira, M. (2024). The mediating effect of motivation between internal communication and job satisfaction. *Administrative Sciences*, 14(4), 69. <https://doi.org/10.3390/admsci14040069>
- Spector, P. E. (1985). Measurement of human service staff satisfaction: Development of the Job Satisfaction Survey. *American Journal of Community Psychology*, 13(6), 693–713.
- Supo, J. (2024). *Metodología del estudio científica*.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia

Tabla 12. Matriz de Consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Cuál es la relación entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026?	Determinar la relación entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026.	Existe relación significativa entre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026.	Estrategias de comunicación interna	Flujo de la comunicación interna	Comunicación descendente Comunicación ascendente Comunicación horizontal	Enfoque: Cuantitativo Tipo de investigación: Correlacional Nivel: Relacional Diseño: No experimental-transeccional Población: 30 guías turísticos Muestra: Censal
Problema específico	Objetivo específico	Hipótesis específica		Funciones de la comunicación interna	Función informativa Función de control Función de expresión emocional	
¿De qué manera el flujo de la comunicación interna se relaciona con la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026?	Identificar la relación entre el flujo de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026.	Existe relación significativa entre el flujo de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026.		Gestión de la comunicación interna	Planificación de la comunicación Claridad de los mensajes	

Castillo de Chancay, 2026? ¿En qué medida las funciones de la comunicación interna se relacionan con la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026? ¿Cómo se relaciona la gestión de la comunicación interna con la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026?	Castillo de Chancay, 2026. Determinar la relación entre las funciones de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026. Establecer la relación entre la gestión de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026.	el Castillo de Chancay, 2026. Existe relación significativa entre las funciones de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026. Existe relación significativa entre la gestión de la comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado en el Castillo de Chancay, 2026.			Supervisión de la información	Técnica: Encuesta Instrumento : Cuestionario Escala: Likert de 5 puntos
			Variable	Dimensiones		
			Satisfacción laboral	Clima laboral	Relaciones interpersonales Ambiente de trabajo Estilo de liderazgo	
				Motivación laboral	Reconocimiento Logro de metas Compromiso laboral	
				Condiciones de trabajo	Condiciones físicas Carga laboral Recursos disponibles	

Anexo 2: Cuestionario**Universidad Nacional****José Faustino Sánchez Carrión****FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES****ENCUESTA SOBRE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y
SATISFACCIÓN LABORAL**

La presente encuesta tiene como objetivo conocer su percepción sobre las estrategias de comunicación interna y la satisfacción laboral del personal de guiado del Castillo de Chancay, 2026. La información proporcionada será confidencial y utilizada únicamente con fines académicos.

I. DATOS DEL ENCUESTADO

1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino
2. Edad: ____ años
3. Tiempo de servicio en la institución:
☐ Menos de 1 año ☐ De 1 a 3 años ☐ Más de 3 años

II. INSTRUCCIONES

Marque con una **X** la alternativa que mejor describa su percepción, según la siguiente escala:

- 1 = Nunca
- 2 = Casi nunca
- 3 = A veces
- 4 = Casi siempre
- 5 = Siempre

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA						
I. Flujos de comunicación interna (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)		Calificación				
		1	2	3	4	5
1.	Recibo información clara sobre mis funciones por parte de mis superiores.					
2.	Las indicaciones que recibo de la jefatura son oportunas.					
3	Puedo expresar mis opiniones a mis superiores cuando lo considero necesario					
4	Mis sugerencias son tomadas en cuenta por los responsables del área.					
5.	Existe buena coordinación entre mis compañeros de trabajo.					
6.	La información fluye adecuadamente entre las áreas del Castillo de Chancay.					
II. Funciones de la comunicación interna (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)		Calificación				
		1	2	3	4	5
7.	La información que recibo me ayuda a desempeñar mi trabajo					
8.	La comunicación interna me permite tomar decisiones adecuadas en mi labor diaria.					
9.	La comunicación interna motiva mi desempeño laboral.					
10.	Me siento motivado (a) cuando recibo información clara sobre los objetivos del área.					
11.	Las normas y procedimientos internos se comunican de manera clara para el desarrollo de mis funciones como guía.					
12.	La comunicación interna me orienta sobre cómo debo actuar en el desarrollo de mis funciones como guía.					
III. Gestión de la comunicación interna (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)		Calificación				
		1	2	3	4	5
13.	La comunicación interna es planificada dentro de la organización.					
14.	Existen canales formales para transmitir información al personal.					
15.	La información que recibo es clara y comprensible.					
16.	La información institucional es coherente.					

17.	Se supervisa que la información llegue a todo el personal.					
18.	Se evalúa la efectividad de la comunicación interna					
SATISFACCIÓN LABORAL						
IV. Clima Laboral (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)		Calificación				
		1	2	3	4	5
19.	Mantengo buenas relaciones con mis compañeros de trabajo.					
20.	El ambiente laboral favorece el trabajo en equipo.					
21.	Me siento cómodo(a) en mi lugar de trabajo.					
22.	El ambiente laboral contribuye a mi bienestar.					
23.	Mi jefe inmediato demuestra un liderazgo adecuado.					
24.	El estilo de liderazgo favorece un buen clima laboral.					
V. Motivación Laboral (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)		Calificación				
		1	2	3	4	5
25.	Mi trabajo es reconocido por la organización.					
26.	Me siento valorado(a) por el trabajo que realizo.					
27.	Mi trabajo me permite alcanzar mis metas personales.					
28.	Me siento satisfecho(a) con los logros alcanzados en mi labor.					
29.	Me siento comprometido(a) con la organización.					
30.	Tengo disposición para contribuir al logro de los objetivos institucionales.					
VI. Condiciones de trabajo (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)		Calificación				
		1	2	3	4	5
31.	Las condiciones físicas de mi lugar de trabajo son adecuadas.					
32.	Cuento con un espacio adecuado para realizar mis funciones.					
33.	Mi carga laboral es adecuada.					
34.	El trabajo que realizo no me genera sobrecarga.					
35.	Dispongo de los recursos necesarios para realizar mi trabajo.					
36.	Los recursos proporcionados facilitan el desarrollo de mis funciones.					