

# COMUNICACIÓN INTERNA Y SU INFLUENCIA EN LAS EMPRESAS

## INTERNAL COMMUNICATION AND ITS INFLUENCE ON COMPANIES

 Liliana Esmil Chavez Montenegro<sup>1a</sup>

 Rocío del Pilar Coronel Requejo<sup>1b</sup>



Fecha de recepción : 26/04/2023  
Fecha de aprobación : 03/06/2023  
DOI : <https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2482>

### Resumen

*El propósito de la siguiente investigación fue analizar la influencia de la comunicación interna en las empresas en los últimos 5 años. Respecto a ello, la indagación conservó una metodología no experimental, descriptiva y análisis sistemático, por lo que, se utilizó el método PRISMA, el cual permitió la organización y análisis de los artículos recopilados en fuentes como Scopus, Web Of Science y Scielo, debido a ello, se obtuvieron un total de 2524 artículos identificados como derivación de la búsqueda de datos y, acorde con los criterios de inclusión y exclusión, se seleccionaron 9 artículos para el actual estudio. Los resultados evidenciaron que, la comunicación interna es una herramienta fundamental para el desenvolvimiento organizacional, puesto que, suscita un elevado nivel de motivación en los colaboradores, accionar que genera un alto nivel de productividad. Finalmente, se concluyó que, la comunicación interna conservó influencia positiva y directa sobre las empresas los últimos 5 años.*

**Palabras clave:** *Comunicación interna, empresas, colaboradores, desarrollo organizacional, productividad.*

### Abstract

*The purpose of the following research was to analyze the influence of internal communication in companies in the last 5 years. In this regard, the inquiry retained a non-experimental, descriptive and systematic analysis methodology, therefore, the PRISMA method was used, which enabled the organization and analysis of articles collected in sources such as Scopus, Web Of Science and Scielo, due to this, a total of 2524 articles identified as a result of the data search were obtained and, according to the inclusion and exclusion criteria, 9 articles were selected for the current study. The results showed that internal communication is a fundamental tool for organizational development, since it generates a high level of motivation in the collaborators, an action that generates a high level of productivity. Finally, it was concluded that internal communication has had a positive and direct influence on the companies over the last 5 years.*

**Keywords:** *internal communication, companies, collaborators, organizational development, productivity.*

---

<sup>1</sup>Universidad César Vallejo – Chiclayo, Perú

<sup>a</sup>Administración de empresas, <https://orcid.org/0000-0001-7104-4658>, e-mail: [lchavezmo7@ucvvirtual.edu.pe](mailto:lchavezmo7@ucvvirtual.edu.pe)

<sup>b</sup>Administración de empresas, <https://orcid.org/0000-0003-0829-6590>, e-mail: [dcoronelre5@ucvvirtual.edu.pe](mailto:dcoronelre5@ucvvirtual.edu.pe)

## 1. Introducción

Actualmente, la comunicación interna se ha convertido en una conceptualización relevante para el desenvolvimiento de las organizaciones, puesto que, implica la noción de apertura, reciprocidad, negociación y tolerancia al desacuerdo entre empresas y colaboradores, debido a ello, nace la necesidad de implementar diversos regímenes de comunicación interna que fortalezcan a los trabajadores respecto a la consumación de disposiciones con el propósito de conseguir soluciones mutuamente acordadas (Yue et al., 2021). Por su parte, Pološki et al. (2023) resalta que la comunicación interna representa un elemento crucial para la evaluación interna consumada en las empresas, por lo tanto, las organizaciones se encuentran en una búsqueda constante de tácticas que favorezcan la participación y satisfacción de los colaboradores dentro del entorno empresarial en el que se desenvuelve.

A nivel internacional, específicamente en países del continente europeo, la comunicación interna mantiene un nivel eficiente gracias a los instrumentales comunicativos y al compromiso de los empleados, además, es un constituyente que incide demostrativamente en la calidad de procesos y en el desarrollo conjunto de las organizaciones, sin embargo, es un concepto que puede verse afectado por diversos factores intrínsecos y extrínsecos (Jakubiec, 2019). En lo sucesivo, en Zanzíbar, la implementación de comunicación interna en las empresas ha evidenciado sus efectos en el acrecentamiento colaborativo entre trabajadores, además de ello, permite que una organización desenvuelva sus actividades con éxito, por lo tanto, su aplicación favorece la productividad de los la empresa conjunta (Salim, 2022).

A nivel nacional, específicamente en Perú, Quiñones et al. (2021) afirma que la comunicación interna ha constituido un punto de inflexión en las diversas organizaciones peruanas, ya que, las instituciones públicas exteriorizan un nivel deficiente en relación a dicho término, por lo tanto, su implementación simboliza una problemática difícil por resolver. Por su parte, Saldaña et al. (2023) destaca la necesidad de implementar estrategias enfocadas en la comunicación interna, con el propósito principal de suscitar un impacto positivo en las organizaciones peruanas, además de erradicar los niveles inferiores de satisfacción y compromiso por parte de los colaboradores.

Aunado a lo anterior, Caballero (2019) exterioriza que la comunicación interna es fundamental para una gestión organizacional adecuada, sin embargo, la existencia de empresas que presentan la ausencia de dicha herramienta, manifiestan secuelas alineadas al incumplimiento de objetivos empresariales, inadecuado clima laboral e ineficientes niveles de productividad, por lo tanto, no se consume un correcto desenvolvimiento empresarial y se vuelve incapaz de adaptarse a los cambios suscitados en el entorno.

Después de lo antes mencionado, se asevera que dentro de las organizaciones existe una deficiente comunicación interna dentro de sus instalaciones, lo cual, evidencia notables efectos en el desenvolvimiento de los colaboradores y en el clima laboral conjunto, respecto a ello, es sumamente necesario que las empresas implementen estrategias a favor de perfeccionar y potencializar dicho concepto para mejorar la productividad de las organizaciones dentro del mercado en el que se desenvuelven.

Luego de plantear la problemática, se procede a esbozar el problema de indagación de la subsiguiente forma:

¿Qué evidencias científicas existen de la comunicación interna y su influencia en las empresas en los últimos 5 años?, mientras que, los problemas específicos están alineados a las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son los elementos de la comunicación interna en las empresas en los últimos 5 años? y ¿Cuáles son las ventajas de la comunicación interna en las empresas en los últimos 5 años?

De la misma manera, el objetivo general de la investigación está referido a analizar la influencia de la comunicación interna en las empresas en los últimos 5 años, mientras que, los objetivos específicos están decretados por las siguientes afirmaciones: (1) Reconocer los elementos de la comunicación

interna en las empresas en los últimos 5 años e (2) Identificar las ventajas de la comunicación interna en las empresas en los últimos 5 años.

Debido a ello, la actual indagación se cimienta en la necesidad de incrementar el discernimiento existente respecto al tema cuestionado con el propósito de establecer fundamentos teóricos para las próximas investigaciones.

Asimismo, se justifica metodológicamente, ya que, se efectuó una búsqueda exhaustiva en las diferentes redes de revistas científicas reconocidas para la posterior consolidación de una sólida base de información.

Finalmente, la justificación social está aunada al impacto generado en las organizaciones, al evidenciar la relevancia del control interno sobre el desarrollo empresarial, además, de sus efectos en el clima y desempeño laboral, accionar que posibilitará la consecución de beneficios económicos.

## **2. Material y métodos**

La revisión sistemática está referida a una tipología de estudio, la cual presenta como propósito indagar de forma sistemática y concreta información respecto a un tema determinado, con el objetivo de obtener datos relevantes y modernizados en correspondencia al tema de investigación para posteriormente sintetizarla (Moreno et al., 2018).

La metodología empleada para la actual revisión sistemática se basó en el método PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), el cual posibilita la organización y análisis de los artículos recopilados para su posterior sistematización (Yepes et al., 2021). Para dar contestación a la interrogante planteada anteriormente ¿Qué evidencias científicas existen de la comunicación interna y su influencia en las empresas en los últimos 5 años? y así, profundizar la información conseguida de forma integral, por lo tanto, se determinaron algunos criterios de selección en base al tipo de publicación empleada, el periodo de tiempo a considerar y el idioma.

De la misma manera, se decretaron criterios de exclusión para filtrar información que no posea relevancia para el estudio, tales criterios exceptúan aquellos artículos que no pertenezcan al periodo determinado 2019 – 2023, asimismo, se descartaron trabajos en los cuales no se identificó de manera clara la metodología utilizada, además de información proveniente de sitios web con inferior nivel de confiabilidad como blogs. Finalmente, se excluyeron las bases de datos no especificadas.

En correspondencia a las bases consideradas, específicamente Scopus, se efectuó la búsqueda por medio de las siguientes palabras claves: “influence of internal communication in companies” “internal + communication + companies” “comunicación AND interna” “internal AND communication”, donde se seleccionaron 3 artículos. Seguido de ello, en Scielo, se emplearon como palabras claves a: “internal communication”, donde se eligieron 3, aquellos que acataron los criterios de inclusión. Finalmente, en la base de datos Web Of Science, se ejecutó la búsqueda mediante las siguientes palabras claves: “internal communication”, donde se optó por seleccionar a 3, ya que, acataron los filtros de inclusión pautados en la presente indagación. Por ende, la muestra estuvo compuesta por 9 artículos.

## **3. Resultados.**

Los resultados, fueron exhibidos en cuadros de sistematización, que presentan el nombre del autor, año, localización y nombre de la revista. De la misma manera, contiene el desenvolvimiento con la metodología, derivaciones y consumaciones de cada averiguación.

**Tabla 01:**

*Datos de publicación de autor 01.*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Nombre de la investigación</b>		<b>Link</b>	<b>Revista</b>
Pološki, N., Tkalac, A., y Sinčić, D.	2023	Strategic internal communication for effective internal employer branding		<a href="https://doi.org/10.1108/BJM-02-2022-0070">https://doi.org/10.1108/BJM-02-2022-0070</a>	Baltic Journal of Management Vol. 18 No. 1, pp. 19-33
<b>CONTENIDO</b>					
<b>Diseño</b>	<b>Muestra</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ética</b>	<b>Resultados</b>	<b>Conclusiones</b>
Correlacional	3457 colaboradores	Cuestionario	Consentimiento informado	Las correlaciones entre ICS (en total y por dimensiones) y EA (en total y por dimensiones implican una moderada (9 casos; $0,625 < r < 0,690$ ) a fuerte (45 casos; $0,704 < r < 0,900$ ) cuesta arriba (positiva) y estadísticamente relaciones significativas a un nivel de 0.001.	La satisfacción general de los encuestados con la comunicación interna en sus organizaciones está significativamente relacionada positivamente con el atractivo general que asignan a sus empleadores, obteniendo un adecuado desenvolvimiento empresarial.

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 02**

*Datos de publicación de autor 02.*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Nombre de la investigación</b>		<b>Link</b>	<b>Revista</b>
Claro, C., Ayala, M., y Barros, J.	2022	Comunicación interna: caracterización y análisis de trabajo realizado por empresas que pertenecen a ranking Great Place to Work Chile		<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-25222022000200204">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-25222022000200204</a>	Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación Vol. 21 No. 41, pp. 1-27
<b>CONTENIDO</b>					
<b>Diseño</b>	<b>Muestra</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ética</b>	<b>Resultados</b>	<b>Conclusiones</b>
Explicativo	Empresas: 63% empresas del sector comercio, 13% a prestaciones públicas, 20% a prestaciones y generación de energía y 3% al sector inmobiliario.	Cuestionario	Consentimiento informado	Los resultados indican que la comunicación interna es considerada un factor de desarrollo en las empresas, en especial, en tiempos de pandemia.	Se concluye que lo que mejor define el papel del área de comunicación interna es poder realizar la gestión de medios internos.

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 03**

*Datos de publicación de autor 03.*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Nombre de la investigación</b>		<b>Link</b>	<b>Revista</b>
Monteiro, C., Kuhl, M., y Sachser, J.	2021	O processo de comunicação organizacional interna: um estudo realizado em uma Associação Comercial e Empresarial do Paraná		<a href="https://www.scielo.br/j/pci/a/yhL5cnC49nFTxrFXRwNKRQv/abstract/?lang=pt&amp;format=html">https://www.scielo.br/j/pci/a/yhL5cnC49nFTxrFXRwNKRQv/abstract/?lang=pt&amp;format=html</a>	Perspectivas em Ciência da Informação Vol. 25 No. 1, pp. 26-56
<b>CONTENIDO</b>					
<b>Diseño</b>	<b>Muestra</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ética</b>	<b>Resultados</b>	<b>Conclusiones</b>
Descriptivo	26 colaboradores	Cuestionario	Consentimiento informado	Los resultados indican que la mayor parte de los encuestados no pueden acceder a herramientas de comunicación interna, por otro lado, algunos indican que existe poco suministro de estas herramientas.	Se concluye que mediante la comunicación interna se da una relación continua entre trabajadores, en caso, no se brinde una buena comunicación interna, esto puede generar discrepancias en la realización de tareas en cada área.

*Fuente:* Elaboración propia.

**Tabla 04**

*Datos de publicación de autor 04*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Nombre de la investigación</b>		<b>Link</b>	<b>Revista</b>
Mussa, A.	2022	Internal Communications and Organization Performance in Zanzibar Public Institutions		<a href="https://journalajeba.com/index.php/AJEB/article/view/752">https://journalajeba.com/index.php/AJEB/article/view/752</a>	Asian Journal of Economics, Business and Accounting Volume 22, Issue 20, Page 1-15
<b>CONTENIDO</b>					
<b>Diseño</b>	<b>Muestra</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ética</b>	<b>Resultados</b>	<b>Conclusiones</b>
Descriptivo	150 colaboradores	Cuestionario	Consentimiento informado	Los empleados vieron los beneficios de la comunicación interna en el desempeño de su organización, ya que sus actividades fueron planificadas e implementadas por la comunicación interna.	La comunicación interna en la institución pública tiene varias contribuciones positivas para un mejor desempeño organizacional y la organización puede emplear rápidamente sus actividades con un desempeño preciso cuando la comunicación interna se utiliza bien.

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 05**

*Datos de publicación de autor 05*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Nombre de la investigación</b>		<b>Link</b>	<b>Revista</b>
Pérez, L., Berlanga, I., y Victoria, J.	2023	Internal communication and employer branding within a humanistic model – a case study of IKEA (Spain, 2019–2021)		<a href="https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0027">https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0027</a>	Corporate Communications: An International Journal Vol. 28 No. 2, pp. 213-229
<b>CONTENIDO</b>					
<b>Diseño</b>	<b>Muestra</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ética</b>	<b>Resultados</b>	<b>Conclusiones</b>
Descriptiva	Líderes de alta dirección y mandos intermedios	Guía de entrevista	Consentimiento informado	La investigación demuestra que la efectividad del empleador eficiente depende de la implementación de un modelo humanista y que IKEA utiliza un paradigma empresarial que involucra al empleador eficiente a través de un modelo de gestión humanista.	Los autores concluyeron que, la pandemia ha potenciado la gestión prosocial y ha puesto de manifiesto la necesidad de este modelo en las empresas. Además, los autores brindan un ejemplo de cómo otras organizaciones y líderes empresariales pueden desarrollar comunidades y sociedades que no se basen en la maximización de ganancias.

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 06**

*Datos de publicación de autor 06*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Nombre de la investigación</b>		<b>Link</b>	<b>Revista</b>
Yue, C., Men, L., y Ferguson, M.	2021	Examining the Effects of Internal Communication and Emotional Culture on Employees' Organizational Identification		<a href="https://doi.org/10.1177/2329488420914066">https://doi.org/10.1177/2329488420914066</a>	International Journal of Business Communication, Vol. 58 No. 2, 169–195.
<b>CONTENIDO</b>					
<b>Diseño</b>	<b>Muestra</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ética</b>	<b>Resultados</b>	<b>Conclusiones</b>
Explicativo	482 colaboradores	Cuestionario	Consentimiento informado	La comunicación interna simétrica tiene un efecto indirecto de .17 y un efecto total de .22 en la identificación organizacional.	La comunicación se relaciona de manera positiva con la cultura emocional positiva. Además, favoreció de forma positiva en el desarrollo de la empresa analizada.

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 07**

*Datos de publicación de autor 07*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Nombre de la investigación</b>	<b>Link</b>	<b>Revista</b>
Miquel, S., y Aced, C.	2019	Objectives and difficulties in the evaluation of internal communication in Spanish companies	<a href="https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.sep.21">https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.sep.21</a>	Profesional De La información, Vol. 28 No. 5, 1 – 11.

**CONTENIDO**

<b>Diseño</b>	<b>Muestra</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ética</b>	<b>Resultados</b>	<b>Conclusiones</b>
Descriptivo	118 líderes	Cuestionario	Consentimiento informado	Se encontró que entre los objetivos que se plantean las empresas para medir la efectividad de las estrategias desarrolladas; se prefiere la satisfacción/participación de los empleados.	La evaluación se centra en los empleados y sus reacciones, y que el principal obstáculo para medir es la falta de herramientas adecuadas, por lo que, es considerado un factor que afecta el desarrollo de las empresas.

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 08**

*Datos de publicación del autor 08*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Nombre de la investigación</b>	<b>Link</b>	<b>Revista</b>
Lemon, L., y Towery, N.	2021	The case for internal communication: an investigation into consortia forming	<a href="https://doi.org/10.1108/CCIJ-07-2019-0093">https://doi.org/10.1108/CCIJ-07-2019-0093</a>	Corporate Communications: An International Journal, Vol. 26 No. 3, pp. 541-556

**CONTENIDO**

<b>Diseño</b>	<b>Muestra</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ética</b>	<b>Resultados</b>	<b>Conclusiones</b>
Descriptiva	Documentos en materia de análisis	Guía de análisis documental	Código de ética en investigación	La comunicación interna es un factor que fortalece la confianza entre gerentes y subordinados, además, posibilita un adecuado afrontamiento a los posibles problemas que pueden afectar a una organización.	Las prácticas de comunicación interna es un factor importante dentro de los consorcios recién constituidos, dado que, contribuye a la adaptación de los cambios frecuentes que experimentará la empresa dentro del mercado.

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 09**

*Datos de publicación del autor 09*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Nombre de la investigación</b>		<b>Link</b>	<b>Revista</b>
Chi, S., Seonghyeon, L., y Du, K.	2021	Internal Communication Effectiveness Model for Construction Companies: A Case Study of the Korean Construction Industry		<a href="https://link.springer.com/article/10.1007/s12205-021-0483-1">https://link.springer.com/article/10.1007/s12205-021-0483-1</a>	KSCE Journal of Civil Engineering Vol. 25 No. 1, pp. 4520–4534
<b>CONTENIDO</b>					
<b>Diseño</b>	<b>Muestra</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ética</b>	<b>Resultados</b>	<b>Conclusiones</b>
Correlacional – causal	15 empresas de construcción	Cuestionario	Consentimiento informado	Los resultados mostraron que los flujos de información verticales son más influyentes en el desempeño organizacional que los flujos de información horizontales debido a las características organizativas jerárquicas comunes a la mayoría de las empresas relacionadas con la construcción.	Se concluye que, los factores que intervienen en la comunicación interna ayudan a los gerentes a evaluar su comunicación interna en función del tipo de negocio de la empresa.

*Fuente:* Elaboración propia

### **Análisis de revisiones bibliográficas**

De acuerdo con Pološki et al. (2023), la comunicación interna es un elemento que forja regímenes de comunicación entre empleador y colaboradores, además de ello, representa un requisito previo para la consecución de derivaciones positivas en las organizaciones. En la misma línea, asevera que dicho concepto perfecciona reputación y la credibilidad corporativa, puesto que, los trabajadores representan una fuente altamente creíble para el público externo. Debido a ello, las empresas invierten de manera demostrativa en recursos financieros y humanos para desenvolver sistemas de comunicación efectivos y lograr una comunicación adecuada dentro de la empresa (Claro et al., 2022; Monteiro et al., 2021).

Por su parte, Mussa (2022) conceptualiza a la comunicación interna como la transacción de comunicación entre los empleados de diversas áreas de especialización, las cuales necesitan diseñar y rediseñar los valores y actividades de la organización para implementar una correcta coordinación de las rutinas, trabajo y tareas en la organización. Además de ello, constituye un área desafiante del desarrollo empresarial, por lo que, las compañías forjan vínculos entre los colaboradores una responsabilidad colectiva laboral, cimentados en una estrategia comunicacional. Por lo tanto, la comunicación interna puede circular dentro de la empresa por medios verticales u horizontales.

Por otro lado, la comunicación interna es trascendental para el correcto desenvolvimiento de las empresas, puesto que, su implementación está enfocada en la coordinación adecuada de las responsabilidades de los colaboradores de forma eficaz, además de ello, posibilita la integración de los trabajadores y permite determinar soluciones prácticas ante diversas problemáticas (Pérez et al., 2023; Yue et al., 2021).

En la misma línea, y, a modo de contestación del objetivo general de la investigación, la comunicación interna es un elemento que influye de manera positiva en las diversas empresas del mundo en los últimos cinco años, derivación evidenciada de manera principal en el superior grado de efectividad que conservan las organizaciones, además de, suscitar adecuadas vinculaciones y un nivel de confianza que genera sentido de pertenencia demostrativo, lo cual, acrecienta el desempeño laboral y la competitividad de manera conjunta (Miquel y Aced, 2019; Lemon y Towery, 2021).

Por lo tanto, la influencia positiva de la comunicación interna en las empresas se manifiesta en la dirección y transformación de las tácticas ineludibles para el acatamiento de los objetivos organizacionales, puesto que, posibilita el incremento de conocimiento necesario para el desarrollo del accionar empresarial, además de, generar una cultura corporativa fortalecida (Chi et al., 2021).

## **4. Discusión**

Para dar contestación a la interrogante de investigación, se ejecutó un análisis de las primordiales consumaciones abordadas por la evidencia científica consultada en este estudio. En tal contexto, para el plano del continente asiático, acorde con los estudios efectuados por Chi et al. (2021) y Khikmah et al. (2019), se señala que la comunicación interna representa una táctica necesaria alineada a la mitigación de inconvenientes que afectan de manera directa con el desenvolvimiento de una empresa, además de ello, es un concepto relevante para el fortalecimiento de la vinculación empleador – colaboradores, en la misma línea, finiquita que la comunicación interna es un constituyente sumamente importante que influye positivamente en las organizaciones.

Por otro lado, respecto al continente europeo, de acuerdo con las investigaciones ejecutadas en España por Pérez et al. (2023), Miquel y Aced (2019), se afirma que, la comunicación interna conlleva a resultados favorables para una organización como la maximización de ganancias, aunado a ello, destacan la necesidad de ofrecer dedicación prioritaria de los departamentos de comunicación interna, puesto que, es un elemento influyente en el desempeño empresarial.

En el caso de América del Norte, acorde a los estudios realizados en Estados Unidos por Yue et al. (2021), Lemon y Towery (2021), se destaca que la comunicación interna efectúa contribuciones en el desempeño de los colaboradores, accionar que suscita el incremento de productividad empresarial y un mayor nivel de participación en el mercado, por lo tanto, las prácticas efectivas de comunicación interna son importantes para las empresas, puesto que, genera elevados índices de confianza y desarrolla tácticas en torno a la incertidumbre.

En ese orden de ideas, con lo que respecta a las indagaciones realizadas en países de América del Sur como Chile, Brasil, Ecuador por Claro et al. (2022) y Monteiro et al. (2021) mencionan que la comunicación interna constituye una función necesaria a desarrollar dentro de una organización, puesto que, posibilita la distribución correcta de la información y una adecuada construcción de vínculos en todos los niveles de la empresa, además de ello, es un factor que alienta la participación de los colaboradores en los regímenes de decisión, por lo tanto, su implementación influye positivamente en las compañías latinoamericanas.

Con lo que respecta al ámbito nacional, según Saldaña et al. (2023) y Antón y García (2020), la comunicación interna es fundamental para el desenvolvimiento de las empresas peruanas, ya que, promueve la articulación entre colaboradores, lo cual, propicia una cooperación eficaz y eficiente. Acorde con lo anterior, la importancia de consumir comunicación interna evidencia efectos positivos en el compromiso e identidad de los trabajadores, ya que, suscita y garantiza variaciones efectivas dentro de la organización por medio de las responsabilidades y funciones integradas que ostentan como propósito la consecución de metas.

## **5. Conclusiones:**

Primero, se concluye que, la actual revisión sistemática es sumamente trascendental, puesto que, resultó necesario para decretar conocimientos basados en evidencias científicas sobre la comunicación interna y su influencia en las empresas, además de ello, dicha metodología ofreció adecuadas sapiencias que están disponibles hasta el momento. De la misma manera, se hallaron un total de 60 artículos alineados a la variable examinada, aunado a ello, se reconoció que la fuente Scopus conservó una mayor proporción de artículos respecto al tema de investigación. También, se estableció que Perú es uno de los países con menor presencia de indagaciones asociadas a la variable analizada.

Segundo, se finiquita que, la comunicación interna es una herramienta trascendental que influye directa y positivamente sobre las empresas en los últimos 5 años, puesto que, interviene demostrativamente en la motivación e identificación de los colaboradores, lo cual, suscita el acrecentamiento notorio de su desempeño y genera un elevado nivel de productividad organizacional, además de ello, es un concepto que perfecciona el bienestar empresarial, ya que, suscita un clima laboral adecuado, lo cual, es un requisito para el desarrollo correcto de los trabajadores.

Tercero, se consuma que, existe un porcentaje considerable de organizaciones que no implementa la comunicación interna dentro de su desenvolvimiento, accionar que suscita consecuencia en la consumación de actividades por parte de los colaboradores, además, genera una notable respecto a la identificación empresarial y un destacado retraso en la planificación empresarial, puesto que, la toma de decisiones se torna más difícil y, por lo tanto, no se evidencia presencia alguna respecto a la satisfacción por parte de los clientes.

## **6. Referencias**

Antón, A., & García, S. (2020). Comunicación interna en organizaciones agrarias administradoras de agua, Perú. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(2), 557-572. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31510>

- Caballero, L. (2019). Comprendiendo el ámbito de la comunicación organizacional interna y el desempeño docente en instituciones educativas. *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua*, 66(66), 65-82. <https://doi.org/10.46744/bapl.201902.003>
- Chi, S., Seonghyeon, L., & Du, K. (2021). Internal Communication Effectiveness Model for Construction Companies: A Case Study of the Korean Construction Industry. *KSCE Journal of Civil Engineering*, 25(1), 4520–4534. <https://doi.org/10.1007/s12205-021-0483-1>
- Claro, C., Ayala, M., & Barros, J. (2022). Comunicación interna: caracterización y análisis de trabajo realizado por empresas que pertenecen a ranking Great Place to Work Chile. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 21(41), 1-27. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/3998/3465>
- Jakubiec, M. (2019). The importance of internal communication for management of a organisation. *Organization and Management Series*, 1(134), 47-62. <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2019.134.4>
- Khikmah, S., Pramesti, D., Yuliani, N., & Santosa, M. (2019). When Internal Control is Effective for the Firms, is it Effective for Small and Medium Enterprise? *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 8(9), 112-125. [https://www.ijicc.net/images/vol8iss9/8909\\_Khikmah\\_2019\\_E\\_R.pdf](https://www.ijicc.net/images/vol8iss9/8909_Khikmah_2019_E_R.pdf)
- Lemon, L., & Towery, N. (2021). The case for internal communication: an investigation into consortia forming. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(3), 541-556. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-07-2019-0093>
- Miquel, S., & Aced, C. (2019). Objectives and difficulties in the evaluation of internal communication in Spanish companies. *Profesional De La Información*, 28(5), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.21>
- Monteiro, C., Kuhl, M., & Sachser, J. (2021). O processo de comunicação organizacional interna: um estudo realizado em uma Associação Comercial e Empresarial do Paraná. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 26(1), 26-56. <https://www.scielo.br/j/pci/a/yhL5cnC49nFTxrFXRwNKRQv/?format=pdf&lang=pt>
- Moreno, B., Muñoz, M., Cuellar, J., Domancic, S., & Villanueva, J. (2018). Revisiones Sistemáticas: definición y nociones básicas. *Revista clínica de periodoncia, implantología y rehabilitación oral*, 11(3), 184-186. <https://doi.org/10.4067/S0719-01072018000300184>
- Mussa, A. (2022). Internal Communications and Organization Performance in Zanzibar Public Institutions. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 22(20), 1-15. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2022/v22i2030670>
- Pérez, L., Berlanga, I., & Victoria, J. (2023). Internal communication and employer branding within a humanistic model – a case study of IKEA (Spain, 2019–2021). *Corporate Communications: An International Journal*, 28(2), 213-229. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0027>
- Pološki, N., Tkalac, A., & Sinčić, D. (2023). Strategic internal communication for effective internal employer branding. *Baltic Journal of Management*, 18(1), 19-33. <https://doi.org/10.1108/BJM-02-2022-0070>
- Quiñones, A., Cervera, L., Macarlupu, D., & Quiñones, C. (2021). Gerencia educativa: comunicación interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos caso Perú. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 5(21), 1544-1553. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i21.296>
- Saldaña, E., Horna, R., & Troya, D. (2023). Comunicación interna y su relación en el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el nororiente peruano. *Economía y Negocios*, 5(1), 226-238. <https://doi.org/10.33326/27086062.2023.1.1542>
- Salim, A. (2022). Internal Communications and Organization Performance in Zanzibar Public Institutions. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 22(20), 1-15. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2022/v22i2030670>
- Yepes, J., Urrútia, G., Romero, M., & Alonso, S. (2021). Declaración PRISMA 2020: una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. *Revista Española de Cardiología*, 74(9), 790-799. <https://doi.org/10.1016/j.recsep.2021.06.016>
- Yue, C., Men, L., & Ferguson, M. (2021). Examining the Effects of Internal Communication and Emotional Culture on Employees' Organizational Identification. *International Journal of Business Communication*, 58(2), 169-195. <https://doi.org/10.1177/2329488420914066>