



**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y
HUMANIDADES
PROGRAMA ACADÉMICO DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS SEDALORETO S.A., IQUITOS 2019. PROPUESTA DE PLAN

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR (es) : FERNANDEZ SAÉNZ, MARLENE SOFÍA
 MIRANDA TÚNJAR, WENDY MABEL**

ASESOR (es): Lic. SILVIA DEL CARMEN ARÉVALO PANDURO, Mgr.

San Juan Bautista - Loreto – Maynas – Perú

2019

DEDICATORIA

*A mis padres Isabel y Julio los primeros dos amores de mi vida,
quienes con su apoyo incondicional me impulsaron a cumplir mis metas.*

*A Isabel, mi hermanita menor, por siempre escuchar
y ayudarme a escoger el camino correcto.*

*A Isabel, Carlos y Marlene por compartir su conocimiento
sin esperar nada a cambio*

*a Jesús por enseñarme que la diferencia entre el querer
y el poder está en hacer.*

Marlene Sofía Fernández Sáenz

DEDICATORIA

*A mis papás Antenor y Matilde por su ejemplo de
esfuerzo y superación constante, agradecida
eternamente por tenerlos en mi vida.*

*A mis hermanos, Marlen, Mandy, y Félix que me
acompañan siempre.*

A David por ser mi fortaleza y luz en mi corazón.

Wendy Mabel

AGRADECIMIENTO

Infinitamente agradecidas a Dios, por permitirnos cumplir uno de los retos más importantes en nuestra vida profesional.

A cada uno de nuestros seres queridos, porque no hay satisfacción más grande que compartir las metas importantes con las personas que amas.

Agradecemos a la Universidad Científica del Perú por ser la base de nuestros conocimientos y forjarnos para ser profesionales con pasión por su carrera.

Marlene Sofía Fernández Sáenz

Wendy Mabel Miranda Túnjar



**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
 PROGRAMA ACADÉMICO DE EDUCACIÓN**

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 345 – FEH – U.C.P - 2019 del 03 de diciembre de 2019, la FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador del TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL a los Señores:

- Dra. Claudet Cadillo López.....Presidente**
Mgr. Cecilia Ríos Pérez.....Miembro
Dr. Luis Ronald Rucoba Del Castillo.....Miembro

En San Juan Bautista, siendo las 18:00 horas del día viernes 06 de diciembre de 2019, en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL:

“COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS SEDALORETO S.A., IQUITOS 2019”

Presentado por las bachilleres :

- | | |
|--------------------------------------|--|
| MARLENE SOFÍA FERNÁNDEZ SAÉNZ | Especialidad: Ciencias de la Comunicación |
| WENDY MABEL MIRANDA TUNJAR | Especialidad: Ciencias de la Comunicación |

Asesores:

Mgr. SILVIA DEL CARMEN ARÉVALO PANDURO

Como requisito para optar el TÍTULO PROFESIONAL de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Luego de escuchar la Sustentación y formuladas las preguntas las que fueron: Absueltas

El jurado después de la deliberación en privado llegó a las siguientes conclusiones:

1. La Sustentación es: Aprobado por unanimidad
2. Observaciones:

En fe de lo cual los miembros del jurado firman el acta.

DR. LUIS RONALD RUCOBA DEL CASTILLO

Miembro

Dra. CLAUDET CADILLO LÓPEZ
 Presidente

Mgr. CECILIA RÍOS PÉREZ

Miembro

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

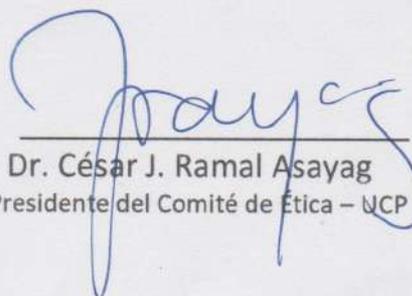
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS
SEDALORETO S.A., IQUITOS 2019. PROPUESTA DE PLAN"**.

De los alumnos: **FERNANDEZ SAENZ MARLENE SOFIA Y MIRANDA TUNJAR
WENDY MABEL** pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio,
con un porcentaje de **11% de similitud**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que
estime conveniente.

San Juan, 21 de noviembre del 2019.



Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
“COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ENTIDAD
PRESTADORA DE SERVICIOS SEDALORETO S.A., IQUITOS
2019. PROPUESTA DE PLAN”

GRADUANDO : MARLENE SOFIA FERNANDEZ SAENZ
MENCIÓN : LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GRADUANDO : WENDY MABEL MIRANDA TUNJAR
MENCIÓN : LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SECCIÓN : Pre Grado

MIEMBROS DEL JURADO

Dra. CLAUDET CADILLO LÓPEZ
MIEMBRO

Lic. CECILIA RIOS PÉREZ, Mgr.
MIEMBRO

Dr. LUIS RONALD RUCOBA DEL CASTILLO
MIEMBRO

Lic. SILVIA DEL CARMEN ARÉVALO PANDURO, Mgr.
ASESOR

Fecha: ___noviembre del 2019
San Juan Bautista – Maynas – Loreto

ÍNDICE DE CONTENIDO

Pág.

▪ PORTADA	1
▪ DEDICATORIA	2-3
▪ AGRADECIMIENTO	4
▪ APROBACIÓN	5-6
▪ ÍNDICE DE CONTENIDO	7-8
▪ ÍNDICE DE CUADROS	9
▪ ÍNDICE DE GRÁFICOS	10
▪ RESUMEN Y PALABRAS CLAVES	11
▪ ABSTRACT	12
▪ CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	13-14
▪ CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	15
2.1. Antecedentes de la Investigación	15-16
2.2. Bases Teóricas	16-20
2.3. Definición de Términos Básicos	20-22
▪ CAPÍTULO III: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	23
3.1. Descripción del Problema	23
3.2. Formulación del Problema	24
3.2.1. Problema General	24
3.2.2. Problemas Específicos	24
3.3. Objetivos	24
3.3.1. Objetivo Principal	24
3.3.2. Objetivos Específicos	24
3.4. Hipótesis	25
3.4.1. Hipótesis General	25
3.4.2. Hipótesis Derivadas	25
3.5. Variables	26
3.5.1. Identificación de Variables	26

3.5.2. Definición de Variables	26
3.5.3. Operacionalización de Variables	26
▪ CAPÍTULO IV: MÉTODO	27
4.1. Tipo de investigación	27
4.2. Diseño de investigación	27
4.3. Población y Muestra	28
4.3.1. Población	28
4.3.2. Muestra	28
4.4. Técnicas, Instrumento y Procedimientos de Recolección de Datos	28
4.4.1. Técnicas de recolección de datos	28
4.4.2. Instrumentos de recolección de datos	29
4.4.3. Procedimientos de recolección de datos	29
4.5. Procesamiento, Análisis e Interpretación de la Información	29
▪ CAPÍTULO V: RESULTADOS	30-40
▪ CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
6.1. Discusión	41
6.2. Conclusiones	42
6.3. Recomendaciones	43
▪ CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44-45
▪ ANEXOS	46
Anexo 01: Matriz de Consistencia	47-48
Anexo 02: Instrumento de Recolección de Datos	49-50
Anexo 03: Propuesta de Plan de Comunicación Interna	51-57

ÍNDICE DE CUADROS

N°	TITULO	Pág.
01.	Análisis de la organización de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.	45
02.	Análisis de la identificación en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.	48
03.	Análisis del clima laboral en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.	51
04.	Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos 2019.	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	TITULO	Pág.
01.	Análisis de la organización de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.	46
02.	Análisis de la identificación en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.	49
03.	Análisis del clima laboral en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.	52
04.	Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos 2019.	55

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS SEDALORETO S.A., IQUITOS 2019. PROPUESTA DE PLAN

AUTORAS:

Marlene Sofía, FERNÁNDEZ SÁENZ

Wendy Mabel, MIRANDA TÚNJAR

La investigación tuvo como objetivo general: Evaluar la Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A” Iquitos 2019.

La investigación fue de tipo descriptivo y de diseño no experimental de tipo descriptivo transversal.

La población lo conformaron 110 trabajadores de la Gerencia Comercial que laboran en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A” y **la muestra** la conformaron el 73 % de la población. Es decir, 80 colaboradores.

Las **técnicas** que se emplearon fueron la observación de una determinada situación en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A”; la **recolección de datos** y la **encuesta**, en esta última se empleó como instrumento el cuestionario que fue sometido a prueba de validez y confiabilidad antes de su aplicación.

Para el análisis de los datos se empleó la estadística descriptiva.

Los resultados muestran que: Existe una Comunicación Interna regular en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A”, Iquitos 2019.

PALABRAS CLAVE: Comunicación interna, Clima organizacional, Identidad institucional.

ABSTRACT

COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS SEDALORETO S.A., IQUITOS 2019. PROPUESTA DE PLAN

AUTHOR (s):

Marlene Sofia Fernández Sáenz

Wendy Mabel Miranda Túnjar

The research had as general objective: To diagnose the Internal Communication in the Service Provider Entity "Sedaloreto S.A", Iquitos 2019.

The research was descriptive and non - experimental design of descriptive cross - sectional type.

The population was 110 workers of the Service Provider Entity "Sedaloreto S.A" and the sample was made up of 73% of the population. That is to say the 80 workers.

The technique used in the data collection was the observation, survey and the instrument was the questionnaire.

Descriptive statistics were used to analyze the data.

The results show that; there is a regular Internal Communication in the Service Provider Entity "Sedaloreto S.A", Iquitos 2019.

KEYWORDS: Internal communication, Organizational climate, institutional identity.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Es fundamental para toda empresa lograr la identificación del personal a través de un plan de comunicación interna, que permita desarrollar un clima armónico entre trabajadores.

A partir de esta identificación se ha decidido abordar este trabajo de investigación orientado en proponer una solución pensada y articulada a través de la comunicación, que permita a la empresa “Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A.”, lograr la identificación del personal en cuanto a sus valores, misión y visión, así como metas de la empresa; lograremos esto identificando la situación actual del clima organizacional en el que se ven envueltos los trabajadores de la empresa.

De acuerdo a esta descripción el proyecto está enfocado hacia la formulación de un plan de comunicación interna posterior que le permita a la institución “Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A.”, coordinar y articular los pilares como: la estructura de la organización, identificación del personal y el clima laboral a fin de aumentar el rendimiento de los colaboradores, el cual se verá reflejado en la obtención de metas trazadas por la empresa.

El estudio “**COMUNICACIÓN INTERNA**”, es de mucha importancia en todas las instituciones, en ese sentido, nos planteamos el siguiente objetivo: Evaluar la comunicación interna en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

Nuestro trabajo es abordado a partir de 5 capítulos:

Capítulo I. Introducción

Capítulo II. Marco teórico referencial que contiene los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y la definición de términos básicos.

Capítulo III. Planteamiento del problema donde se desglosa la justificación del problema, formulación del problema, objetivos, hipótesis, variables y operacionalización de variable.

Capítulo IV. Se detalla el método de la investigación, tipo y diseño de la investigación, población y muestra; técnicas, instrumento y procedimientos de recolección de datos, procesamiento de análisis e interpretación de la información. Se describe y explica las técnicas de recolección de datos, la confiabilidad del instrumento y las técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de datos.

Capítulo V: En este último capítulo se efectúan los resultados dentro de ello, análisis descriptivo y diagnóstico, se indica finalmente al análisis relacional entre las dimensiones de las variables en estudio, el contraste de las hipótesis y la discusión de los resultados.

Las Autoras

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Nacionales

A fin de realizar un trabajo de investigación sustentado, los trabajos consultados por otros autores fueron:

(Manzano Chura, H. B. , 2017), de acuerdo al trabajo investigación realizado, concluye que en el 36% de personas encuestadas la comunicación interna influye directamente en su desempeño laboral. Los factores que determinaron este resultado fueron: el uso adecuado de la intranet, reel, endomarketing, emailing, los tipos de comunicación (ascendente, vertical, horizontal) y el uso de un canal que proponga disrupción y que logre un aumento de la identificación de los miembros para con su empresa. Manzano también identificó la existencia de barreras que interfieren en el flujo comunicación interna como las barreras personales, el 45% de los encuestados afirman que el miedo a dar malas noticias, el deseo de agradar al jefe o los malos hábitos al escuchar influye en su desempeño laboral, por otro lado, un 72% manifiestan que en la organización prima la comunicación informal. (Pág. 87)

(Ramos, G. E., 2015) En la tesis de pregrado denominado “La Comunicación Interna y su Incidencia en la Productividad de la Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda la Merced Ltda., en la Ciudad de Ambato.” de la Universidad Técnica de Ambato. Esta investigación concluye en que la inexistencia de un plan de comunicación interna repercute en el clima organizacional, así como en el desempeño del personal.

2.1.2. Internacionales

(Umaña, A., 2015) Desarrolló un trabajo de investigación titulado “La comunicación interna y la satisfacción laboral”, en Quetzaltenango, Guatemala; para esta investigación se empleó una metodología cuantitativa y un diseño descriptivo en donde el objetivo primordial de la investigación fue comprobar la influencia de la comunicación interna en la satisfacción de colaboradores de un restaurant de comida gourmet (mandos medios y jefaturas) se determinó que existe un nivel deficiente de comunicación interna y un nivel bajo de satisfacción laboral.

(González, R. P., 2014) autor del ensayo “La comunicación interna como herramienta para la toma de decisiones en la alta gerencia caso Industrias Galber S.A.S” de la Universidad Militar Nueva Granada; afirma respaldado por sus resultados, que es necesario emplear nuevos medios electrónicos internos como: intranet, correo electrónico, video conferencias, a fin de articular una comunicación interna que alinee al personal a las metas trazadas por la empresa. Como un factor importante determina que el nivel gerencial debe estar involucrado en las comunicaciones internas facilitando así una comunicación vertical ascendente, que genere un mayor clima laboral y comodidad entre miembros del equipo.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Comunicación interna

La comunicación interna es uno de los factores más importantes para que una organización funcione de manera eficaz. Debido a que, a través de ella, pueden ser transmitidos distintos mensajes que contribuyen con que las actividades internas y externas puedan desarrollarse. En este sentido (González, N. A., & Monfort, C., 2005) indican que la comunicación interna favorece la relación entre los trabajadores porque crea un clima abierto, participativo y de confianza.

El objetivo principal de la comunicación interna estratégica es que todos los integrantes de una organización puedan alinearse para lograr un beneficio común. Y para poder realizar la alineación se debe de gestionar integralmente, a través de metodologías que faciliten lograr efectividad y sustentación en el tiempo. Asimismo, (Tolentino, 2012) asegura que la comunicación interna permite que los integrantes de una misma empresa o institución interactúen de manera abierta para contribuir hacia un adecuado clima laboral.

Según (Diez, S., 2006) la comunicación interna “vendría a ser un conjunto de acciones que se emprenden y consolidan para entablar vínculos entre los miembros de una organización, con el objetivo de comprometerlos e integrarlos en el desarrollo y realización de un proyecto común’. En la actualidad, la comunicación interna está considerada como una herramienta muy eficaz para el desarrollo de las organizaciones, debido a que se puede utilizar para analizar la realidad concreta que existe en ella, una realidad que puede ser medible de forma objetiva, mediante cuestionarios y escalas de valoración, o de forma más subjetiva a través de entrevistas, conversaciones o estudios de la documentación interna que circula por toda la empresa.

Según (Moreno, E. L., 2009) la comunicación formal es aquella que permite transmitir los mensajes de la organización entre los diferentes niveles jerárquicos y en la cual los mensajes se emiten desde los canales establecidos por la organización, y comunicación informal es aquella que se genera de manera espontánea y fomenta la integración de sus los colaboradores. Dentro de la comunicación formal se pueden distinguir cuatro tipos diferentes en función de su dirección: ascendente, descendente, horizontal y transversal.

(Arizcuren, A., Cabezas, E., Cañeque, N., Casado, M., Fernández, P., Lacasta, J., y otros., 2008) Describen a la comunicación descendente como la información que es transmitida desde los directivos hacia los subordinados y genera un efecto positivo, puesto que, si se transmite correctamente, genera confianza y un buen desempeño, mientras que la

comunicación ascendente es la que emana de los subordinados y fluye hacia los directivos de la empresa. Este tipo de comunicación favorece la generación de ideas, el directivo recibe retroalimentación de la gestión que se realiza y sirve para conocer las necesidades de los miembros de la organización. La comunicación horizontal la define como los mensajes que fluyen entre los miembros de la organización del mismo nivel jerárquico. Y, por último, la transversal que es definida por (Silva, Martha Patricia, 2011) como la comunicación que fluye entre todas las áreas de la organización.

2.2.2. Dimensiones de la Comunicación Interna

2.2.2.1. Organización

(Guerra, Sotillo, A., 2000) La organización es, a un mismo tiempo, acción y objeto. Como acción, en el sentido de que la actividad está destinada a coordinar el trabajo de varias personas, a través de tareas definidas para cada una de ellas, relacionándose al logro de sus objetivos en un espacio o tiempo determinado (Pág. 10-11)

(Fernández Collado, C., & Galguera García, L. (s.f.), 2001) Define como organización a la disposición que tiene un sistema de poder lograr los resultados deseados. También al convenio organizado producido entre las personas para alcanzar propósitos específicos.

2.2.2.2. Identificación

De acuerdo con (Villafañe, J., (2011).) “La identidad corporativa “es el ‘ser’ de la empresa, su esencia”, se refiere al mensaje que la empresa transmite a los públicos de la organización” (Pintado, T. & Sánchez, J., 2013) La identidad corporativa es el eje fundamental de la empresa, que se transmite con claridad y veracidad a través del mensaje a los públicos internos, para incentivarlos e identificarlos con los objetivos empresariales. En

el mismo sentido, (Arranz, J., 1997) propone que la identidad corporativa es una “lógica coherente que marca la acción colectiva de una empresa, y que distingue ésta de otra”. Por lo cual, representa un estilo que se imprime en la comunicación de los actividades y manifestaciones, como una estrategia de la organización (Costa, J., 2009) Por lo mencionado, la identidad corporativa expresa el ente intrínseco de la organización, que contiene las características de la personalidad de la empresa, que la diferencia de otras compañías. Según (Capriotti, P., 2009), “la Identidad Corporativa tiene dos componentes fundamentales: la Cultura Corporativa y la Filosofía Corporativa”. Ambas son difundidas por la comunicación interna, y permiten diferenciar los productos y servicios que ofrece la organización, alineando los principios de la misma, con la de sus públicos internos, incentivándolos a identificarse con ella.

(Dardon, Jose Alejandro Herrarte, 2015) Vínculo/Sentido de pertenencia de la empresa donde se labora. Entre los indicadores utilizados para medir la identidad laboral que posee el personal administrativo, se presentan los siguientes:

- Compromiso Organizacional
- Comunicación
- Motivación
- Cultura Organizacional
- Satisfacción laboral

2.2.2.3. Clima Laboral

(Aguirre, M & Martínez, L., 2012) Sostienen que el clima laboral está directamente relacionado al buen rendimiento y rentabilidad de una organización pues, si sus colaboradores se encuentran motivados, se sentirán identificados con los valores

organizacionales, y por consecuente lograrán los objetivos trazados. El espacio donde los trabajadores desempeñan sus actividades laborales, el trato y consideración que tienen los funcionarios hacia ellos, las relaciones interpersonales entre compañeros y la comunicación son de suma importancia pues todos estos elementos en conjuntos conforman lo que se denomina clima organizacional. (Pág. 17)

(Aguirre, M & Martínez, L., 2012) De acuerdo a su investigación estos autores manifiestan que los componentes importantes a estudiar dentro de una organización desde el punto de vista del colaborador son los espacios físicos, condiciones de ruido, calor, contaminación, instalaciones, maquinarias; así también el tamaño de la organización, estructura formal, estilo de dirección, la relación y conflictos entre personas o entre departamentos, comunicaciones, aptitudes, actitudes, motivaciones, expectativas, la productividad, ausentismo, rotación, satisfacción laboral, tensiones y stress. (Pág. 18)

(G., Gaspar, 2011) (...) Señala que se le conoce como el conjunto de normas, valores y formas de pensar respaldado por actitudes y conductas que caracterizan el diario vivir de los colaboradores dentro de la organización. La buena comunicación está ligada estrechamente con el clima organizacional, ya que si ambos factores están alienados esto permitirá una comodidad entre los colaboradores y por ende el nivel de competitividad aumentará.

Así mismo una buena relación entre compañeros de trabajo elevará el grado de satisfacción en el ambiente laboral, y por lo tanto su calidad. (Pág. 235)

2.3. Definición de Términos Básicos

Comunicación

“La comunicación puede ser vista como proceso o conjunto de etapas que van desde la emisión del mensaje hasta su recepción y comprensión. Este proceso le otorga significado a

las circunstancias que nos rodean” (Brandolini, A., González Frigoli, M. & Hopkins N., 2009)

Comunicación formal.

“Es la que se da a través de las fuentes y/o los canales oficiales de la organización” (Andrade, H., 2005)

Comunicación informal.

“Es la que utiliza la red no oficial de las relaciones interpersonales. Generalmente se da de boca a boca y se suele conocer como ‘radio pasillo’” (Andrade, H., 2005)

Comunicación interna

(Velázquez, V., 2012) Define a la comunicación interna “como un proceso para facilitar la emisión y recepción de los mensajes que se da entre los miembros de la organización, así como entre la empresa y su entorno”.

Satisfacción organizacional

(J., Davis K. y Newstrom, 1991) Sostienen que “la satisfacción organizacional “es el conjunto de sentimientos favorables o desfavorables con los que el empleado percibe su trabajo, que se manifiestan en determinadas actitudes laborales”. La satisfacción organizacional por lo tanto puede definirse como la actitud de un trabajador frente a su trabajo, una necesidad que puede ser satisfecha o no, todo esto basado en creencias y valores que el colaborador tiene preconcebidos y a su vez forja en la organización

Motivación

(Gonzales, D., 2008) Afirma que es un proceso interno y propio de cada persona, refleja la interacción que se establece entre el individuo y el mundo debido a que también sirve para regular la actividad del individuo al ejecutar conductas que lo lleven a alcanzar un objetivo.

En un sentido más específico “la motivación es una mediación, un punto o lugar intermedio entre la personalidad del individuo y la forma de la realización de sus actividades, de manera que tenga éxitos en su desempeño”. (Pág. 7)

Relaciones Interpersonales

Según (G., Gaspar, 2011) “Es la percepción por parte de los miembros acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas o malas relaciones sociales, tanto entre jefaturas y subordinados o viceversa”. (Pág. 23)

CAPÍTULO III: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1. Descripción del Problema

Desde nuestra posición de comunicadoras sociales, nos hemos planteado una pregunta que tuviese la pertinencia suficiente como para desarrollar un proceso sistemático y coherente el cual se pudiese plasmar en un plan de Comunicación Interna para la EPS SEDALORETO S.A.

En esa perspectiva, se seleccionó la empresa, se ubicó el problema para posteriormente plantear la pregunta de base para el proceso de investigación, la cual se compacta en la siguiente pregunta: **¿Es necesario un Plan de Comunicación Interna para la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A.?**

En este sentido, se ha optado por proponer un Plan de Comunicación Interna como eje del proceso de práctica diaria entre los trabajadores, pues es esta la que permitirá fortalecer en los colaboradores un sentido de pertenencia e identificación para con la EPS Sedaloreto S.A. Entendemos entonces que este representa un aspecto fundamental para la empresa ya que a través de una gestión organizada logrará que los colaboradores compartan los mismos valores, visión y objetivos.

La comunicación interna es una necesidad estratégica para que la empresa pueda afrontar con garantía su funcionamiento, cada vez más las empresas dependen del público interno, el trato, motivación o comportamiento hacia ellos, de acuerdo a lo mencionado:

(Mishra, K., Boynton, L., & Mishra, A., 2014) (Pág.183-202) sostiene que la comunicación interna es la interacción a través de mensajes entre los miembros de la organización; que permite generar el compromiso de los colaboradores hacia el trabajo, el cual se entiende como la implicación que tiene el empleado para realizar las actividades laborales de la mejor manera y cumplir con los objetivos establecidos para aportar con su

esfuerzo para el desarrollo de la organización (Gómez, M. C. P., Peralta, C., Santofimio, A., M., & Segura, V, 2007)(Pág. 19)

Ante ello y viendo la relevancia creciente de los últimos años con respecto a este tipo de comunicación para el público interno, se presenta el siguiente problema:

3.2. Formulación del Problema

3.2.1. Problema General

¿Cómo es la comunicación interna en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019?

3.2.2. Problemas Específicos

¿Cómo influye la comunicación interna en la organización de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019?

¿Cómo influye la comunicación interna en la identificación de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019?

¿Cómo influye la comunicación interna en el clima laboral de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019?

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo General

Evaluar la comunicación interna en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

3.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar si la comunicación interna influye en la organización de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

- Determinar si la comunicación interna influye en la identificación de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.
- Determinar si la comunicación interna influye en el clima laboral de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

3.4. Hipótesis

3.4.1. Hipótesis General

La comunicación interna es regular en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

3.4.2. Hipótesis Derivadas

- La comunicación interna influye significativamente en la organización de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.
- La comunicación interna influye significativamente en la identificación de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.
- La comunicación interna influye significativamente en el clima laboral de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

3.5. Variables

3.5.1. Variable Independiente (causa):

Comunicación Interna.

3.5.2. Definición de Variable

(La Porte, J., 2005) Considera como parte de la dirección estratégica de una organización, la cual se enfoca en la relación y afinidad entre los miembros de la organización con el objetivo de desarrollar un clima de confianza y promover la eficiencia en el trabajo.

La variable Comunicación Interna se define operacionalmente con la apreciación: BUENO si la puntuación oscila entre 16 – 20. REGULAR si la puntuación oscila entre 11 – 15. MALO si la puntuación oscila entre 0 – 10.

3.5.3. Operacionalización de Variables

Variable	Indicadores	Índices
Variable independiente (x): Comunicación Interna	1. ORGANIZACIÓN	BUENO si la puntuación oscila entre 16 – 20.
	1.1. La recepción de algún tipo de inducción cuando ingresó a la empresa, es	
	1.2. La visión, misión y valores de la empresa es	
	1.3. Considera que la organización por el aniversario de la empresa es	
	1.4. La identidad con la empresa es	
	1.5. Las actividades institucionales son	REGULAR si la puntuación oscila entre 11 – 15.
	2. IDENTIFICACIÓN	
	2.1. Las funciones de su cargo son	
	2.2. El respaldo del jefe de su área es	
	2.3. El trabajo en equipo con su jefe y compañeros es	
	2.4. El flujo de la comunicación transversal en su área es	
	2.5. El nivel de autonomía para la realización de sus tareas es	
	2.6. El nivel de entendimiento de los objetivos del área comunicado con por su jefe es	MALO si la puntuación oscila entre 0 – 10.
	2.7. La motivación que recibe en su área de parte de su jefe es	
	3. CLIMA LABORAL	
	3.1. La relación entre los colaboradores es	
3.2. Los reconocimientos por sus logros que les brinda la empresa son		
3.3. La recepción de sus opiniones a los jefes de su área son		
3.4. El nivel de autoritarismo en la empresa es		

CAPÍTULO IV: MÉTODO

4.1. Tipo de Investigación

La investigación de acuerdo al nivel de conocimiento que se adquirió perteneció a una investigación descriptiva, con una variable: **COMUNICACIÓN INTERNA**.

El estudio pertenece al enfoque cuantitativo de investigación porque las preguntas de investigación se realizaron sobre cuestiones específicas, porque se revisó lo que se ha investigado anteriormente, porque se sometió a prueba la hipótesis mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados; porque se usó la recolección de datos para probar la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico.

La investigación fue de tipo descriptivo porque se estudió la situación en que se encuentra la variable: Comunicación Interna.

4.2. Diseño de Investigación

El diseño general de la investigación fue el no experimental de tipo descriptivo transversal.

Fue no experimental porque no se manipuló la variable en estudio.

Fue Descriptivo Transversal porque se recogió la información en el mismo lugar y en un momento determinado.

Esquema:



Donde:

M : Es la Muestra.

O : Observación de la muestra (Hernández, R. et al., 2006).

Los pasos que se siguen en la aplicación del diseño son:

1. Realizar la observación a la variable (recojo de información sobre el objeto de estudio).
2. Procesar o sistematizar la información o datos.
3. Clasificar la información o datos, organizándolos en cuadros o tablas y representarlos en gráficos.
4. Analizar e interpretar la información o datos.

4.3. Población y Muestra

4.3.1. Población

La población estuvo delimitada por todos los colaboradores que laboran en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto” S.A., del distrito de Iquitos, provincia de Maynas del Departamento de Loreto, durante el año 2019; que hacen un total de 110.

4.3.2. Muestra

La muestra la conformaron 80 trabajadores de la Gerencia Comercial de la Entidad Prestadora de Servicios SEDALORETO S.A, durante el año 2019 del distrito de Iquitos, provincia de Maynas, del Departamento de Loreto. La selección de la muestra fue por conveniencia.

4.4. Técnicas, Instrumento y Procedimientos de Recolección de Datos

4.4.1. Técnicas de Recolección de Datos

La técnica que se empleó en la recolección de datos fue la encuesta porque se observó el hecho en forma indirecta.

4.4.2. Instrumentos de Recolección de Datos

El instrumento que se empleó en la recolección de datos fue el cuestionario, conformado por una selección de preguntas y respuestas que se usaron en la medición de variables

El cuestionario fue sometido a una prueba de vigor y confiabilidad antes de su aplicación, obteniendo 71.50% de validez y 80.50% de confiabilidad.

4.4.3. Procedimientos de Recolección de Datos

- ✓ Elaboración y aprobación del proyecto de tesis.
- ✓ Elaboración del instrumento de recolección de datos.
- ✓ Prueba de validez y confiabilidad al instrumento de recolección de datos.
- ✓ Recojo de la información.
- ✓ Procesamiento de la información.
- ✓ Organización de la información en cuadros.
- ✓ Análisis de la información.
- ✓ Interpretación de datos.
- ✓ Elaboración de discusión y presentación del informe.
- ✓ Sustentación del informe.

4.5. Procesamiento. Análisis e Interpretación de la Información

El procesamiento de los datos se efectuó en forma mecánica sobre la base de los datos.

El análisis e interpretación de los datos se efectuó empleando la estadística descriptiva:

Frecuencia (f), promedio (\bar{x}), porcentaje (%)

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1. Análisis Descriptivo

5.1.1. Análisis de la organización de la Comunicación Interna en la EPS Sedaloreto S.A.

CUADRO N° 1

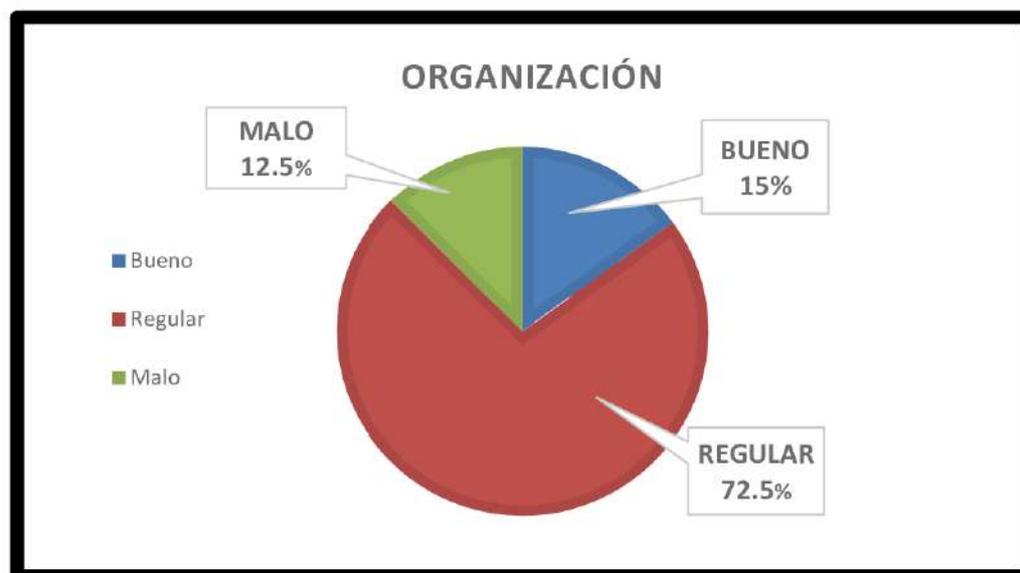
Análisis de la organización de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.

ORGANIZACIÓN. Su apreciación al respecto de		Bueno		Regular		Malo		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
1.1.	La recepción de algún tipo de inducción cuando ingresó a la empresa, es	5	6.3%	70	87.5%	5	6.3%	80	100.0
1.2.	La visión, misión y valores de la empresa es	10	12.5%	60	75%	10	12.5%	80	100.0
1.3.	Considera que la organización por el aniversario de la empresa es	15	18.8%	45	56.3%	20	25%	80	100.0
1.4.	La identidad con la empresa es	30	37.5%	40	50%	10	12.5%	80	100.0
1.5.	Las actividades institucionales son	3	3.8%	75	93.8%	2	2.5%	80	100.0
Promedio (\bar{x})		12	15%	58	72%	10	13%	80	100.0

Fuente: Base de datos de las autoras.

GRÁFICO N°1

Análisis de la organización de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora De Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.



Fuente: Cuadro N°1

En el cuadro y gráfico N°1 se detalla el **Análisis de la organización de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora De Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, con los siguientes resultados obtenidos:

El promedio (\bar{x}) de 80 (100%) colaboradores encuestados:

58 (72%) colaboradores manifestaron que es regular el **Análisis de la organización de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora De Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, predominando con 75 colaboradores (93.8%) el indicador: Su apreciación al respecto de la organización de las actividades institucionales de la empresa.

12 (15%) colaboradores manifestaron que es bueno el **Análisis de la organización de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora De Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos**

– **2019.**, predominando con 30 (37.5%) el indicador: Su apreciación al respecto de la organización de su identidad con la empresa.

10 (13%) colaboradores manifestaron que es malo el **Análisis de la organización de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora De Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, predominando con 20 colaboradores (25%) el indicador: Su apreciación al respecto de la organización por el aniversario de la empresa.

Con este resultado se logra el objetivo específico que menciona: Determinar si la comunicación interna influye en la organización de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

También se prueba la hipótesis específica que menciona: La comunicación interna influye significativamente en la organización de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

CUADRO N° 2

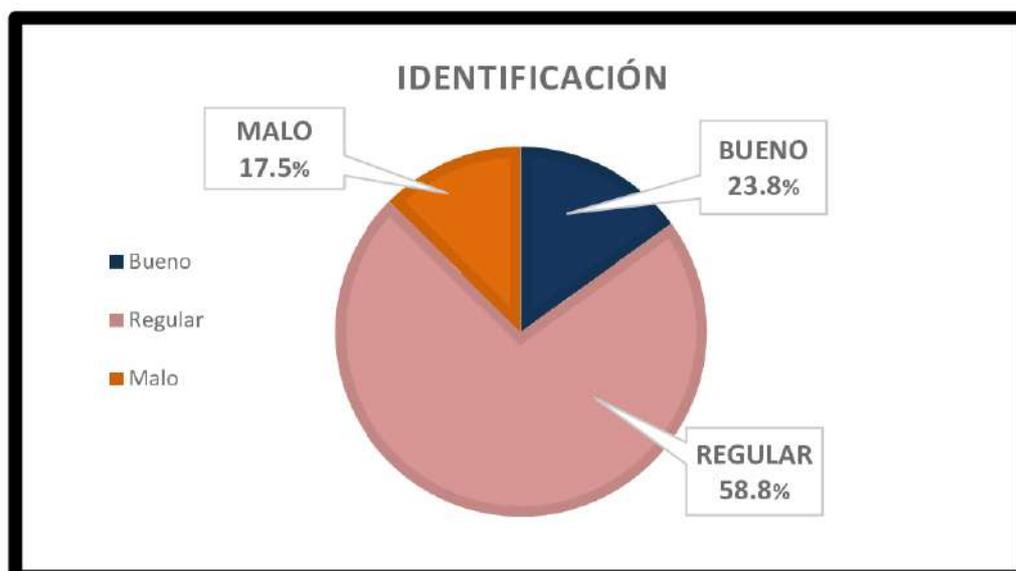
Análisis de la identificación en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.

IDENTIFICACIÓN. Su apreciación al respecto de		Bueno		Regular		Malo		Total	
		<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
2.1.	Las funciones que realiza en su área son	22	27.5%	42	52.5%	16	20%	80	100.0
2.2.	El respaldo del jefe de su área es	23	28.8%	40	50%	17	21.2%	80	100.0
2.3.	El trabajo en equipo con su jefe y compañeros es	5	6.3%	70	87.5%	5	6.3%	80	100.0
2.4.	El flujo de la comunicación transversal en su área es	10	12.5%	55	68.8%	15	18.8%	80	100.0
2.5.	El nivel de autonomía para la realización de sus tareas es	30	37.5%	40	50%	10	12.5%	80	100.0
2.6.	El nivel de entendimiento de los objetivos del área comunicado por su jefe es	21	26.3%	42	52.5%	17	21.2%	80	100.0
2.7.	La motivación que recibe en su área de parte de su jefe es	20	25%	40	50%	20	25%	80	100.0
Promedio (\bar{x})		19	23.8%	47	58.8%	14	17.5%	80	100.0

Fuente: Base de datos de las autoras.

GRÁFICO N°2

Análisis de la identificación en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.



Fuente: Cuadro N°2

En el cuadro y gráfico N°2 se detalla el **Análisis de la identificación en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, con los siguientes resultados obtenidos:

El promedio (\bar{x}) de 80 (100%) colaboradores encuestados:

47 (58.8%) colaboradores manifestaron que es regular el **Análisis de la identificación en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, predominando con 70 colaboradores (87.5%) el indicador: Su apreciación al respecto del trabajo en equipo con su jefe y compañeros de área.

19 (23.8%) colaboradores manifestaron que es bueno el **Análisis de la identificación en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos**

– **2019.**, predominando con 30 (37.5%) el indicador: Su apreciación al respecto del nivel de autonomía para la realización de sus tareas.

14 (17.5%) colaboradores manifestaron que es malo el **Análisis de la identificación de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora De Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, predominando con 20 colaboradores (25%) el indicador: Su apreciación al respecto de la motivación que recibe en su área de parte de su jefe.

Con este resultado se logra el objetivo específico que menciona: Determinar si la comunicación interna influye en la identificación de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

También se prueba la hipótesis específica que menciona: La comunicación interna influye significativamente en la identificación de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

CUADRO N°3

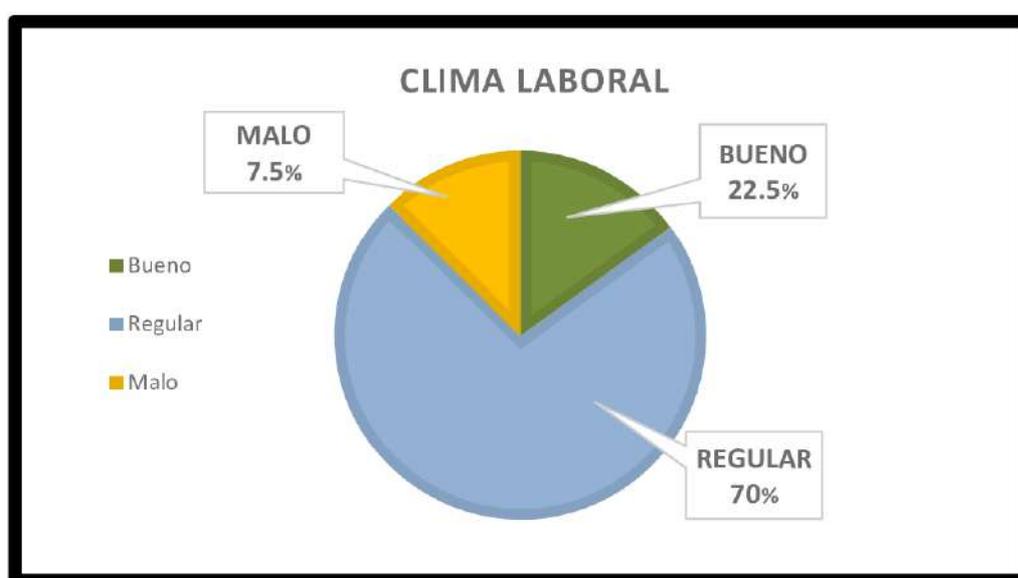
Análisis del clima laboral en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.

CLIMA LABORAL. Su apreciación al respecto de		Bueno		Regular		Malo		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
3.1.	La relación entre los colaboradores es	11	13.7%	65	81.3%	4	5%	80	100.0
3.2.	Los reconocimientos por sus logros que les brinda la empresa son	9	11.2%	66	82.5%	5	6.3%	80	100.0
3.3.	La recepción de sus opiniones a los jefes de su área son	32	40%	40	50%	8	10%	80	100.0
3.4.	La confianza de la alta dirección con sus trabajadores es	18	22.5%	52	65%	10	12.5%	80	100.0
Promedio (\bar{x})		18	22.5%	56	70%	6	7.5%	80	100.0

Fuente: Base de datos de las autoras.

GRÁFICO N°3

Análisis del clima laboral en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.



Fuente: Cuadro N°3

En el cuadro y gráfico N°3 se detalla el **Análisis del clima laboral en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, con los siguientes resultados obtenidos:

El promedio (\bar{x}) de 80 (100%) colaboradores encuestados:

56 (70%) colaboradores manifestaron que es regular el **Análisis del clima laboral en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, predominando con 66 colaboradores (82.5%) el indicador: Su apreciación al respecto de los reconocimientos por sus logros que les brinda la empresa.

18 (22.5%) colaboradores manifestaron que es bueno el **Análisis del clima laboral en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, predominando con 32 (40%) el indicador: Su apreciación al respecto de la recepción de sus opiniones a los jefes de su área.

6 (7.5%) colaboradores manifestaron que es malo el **Análisis del clima laboral en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos – 2019.**, predominando con 10 colaboradores (12.5%) el indicador: Su apreciación al respecto de la confianza de la alta dirección con sus trabajadores.

Con este resultado se logra el objetivo específico que menciona: Determinar si la comunicación interna influye en el clima laboral de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

También se prueba la hipótesis específica que menciona: La comunicación interna influye significativamente en el clima laboral de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

CUADRO N°4

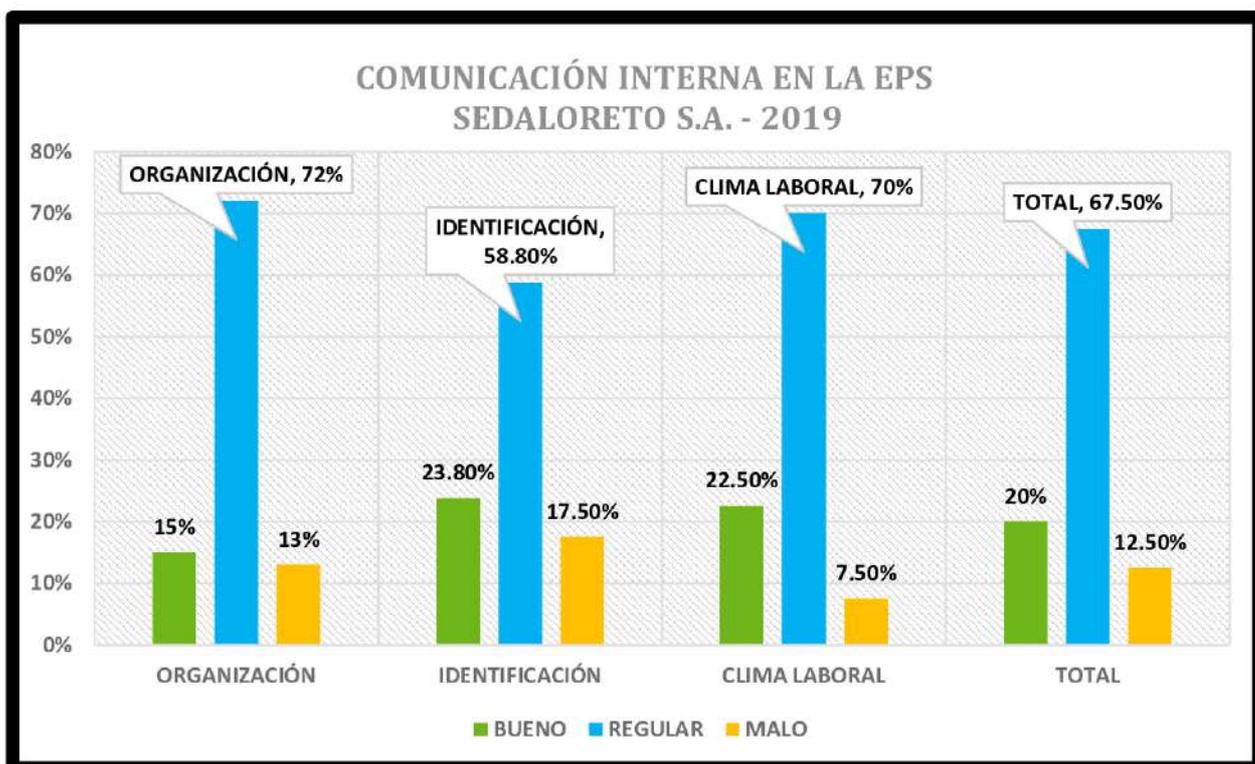
**Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A.,
Iquitos 2019.**

COMUNICACIÓN INTERNA		Bueno		Regular		Malo		Total	
		<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
1	Organización	12	15%	58	72%	10	13%	80	100.0
2	Identificación	19	23.8%	47	58.8%	14	17.5%	80	100.0
3	Clima Laboral	18	22.5%	56	70%	6	7.5%	80	100.0
Promedio (\bar{x})		16	20%	54	67.5%	10	12.5%	80	100.0

Fuente: Cuadros N°1, 2,3.

GRÁFICO N°4

Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A.,
Iquitos 2019.



Fuente: Cuadro N°4

En el cuadro y gráfico N°4 se detalla la **Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos - 2019.**, con los siguientes resultados obtenidos:

El promedio (\bar{x}) de 80 (100%) colaboradores encuestados:

54 (67.5%) colaboradores manifestaron que es regular la **Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos - 2019**, predominando con 58 colaboradores (72%) la dimensión **Organización** con el indicador: Su apreciación al respecto de las actividades institucionales de la empresa.

16 (20%) colaboradores manifestaron que es buena la **Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos - 2019.**, predominando con 19 (23.8%) la dimensión **Identificación** con el indicador: Su apreciación al respecto del nivel de autonomía para la realización de sus tareas.

10 (12.5%) colaboradores manifestaron que es mala la **Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., Iquitos - 2019.**, predominando con 14 colaboradores (17.5%) la dimensión **Identificación** con el indicador: Su apreciación al respecto de la motivación que recibe en su área de parte de su jefe.

Con este resultado se logra el objetivo general que menciona: Evaluar la comunicación interna en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

También se prueba la hipótesis específica que menciona: La comunicación interna es regular en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Discusión

Luego de presentar los resultados obtenidos por medio de la aplicación del cuestionario (ANEXO 2), y con el propósito de contrastar el presente estudio con otras investigaciones, se realiza la siguiente discusión de resultados.

Al efectuar el Análisis de la Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloretto S.A, Iquitos 2019, en donde la muestra fue de (80) personas, el 67.50% considera que la comunicación interna es regular.

La percepción de los colaboradores en relación a la comunicación de las funciones, políticas y formas de trabajo, reconocimientos y la comunicación entre las diferentes áreas, según los resultados obtenidos es regular probando que los indicadores como: Organización, clima laboral e identificación sean influenciados y considerados Regular.

Estos resultados coinciden con (Irene Ancin, Johnny Ernesto Espinosa Tello, 2017) quienes en un estudio titulado “La relación entre la comunicación interna y el clima laboral, en las PYMES de la ciudad de Guayaquil” sostienen que la comunicación interna ha sido objeto de estudio durante años por su influencia en el funcionamiento y consecución de los objetivos organizacionales. Los autores también consideran que el rol de los mandos intermedios y gerentes en la gestión de la comunicación interna es clave para mantener informados, cohesionados y propiciar un buen clima laboral sin conflictos entre los colaboradores. (Pág. 65)

6.2. Conclusiones

6.2.1. Conclusiones Parciales

- El análisis de la organización de la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., es regular, con un 58 (72%) en colaboradores de la Gerencia Comercial – EPS Sedaloreto S.A. – 2019.
- El análisis de la identificación en la Comunicación Interna de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., es regular, con un 47 (58.8%) en colaboradores de la Gerencia Comercial – EPS Sedaloreto S.A. – 2019.
- El análisis del clima laboral de la Comunicación Interna en la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A., es regular, con un 56 (70%) en colaboradores de la Gerencia Comercial – EPS Sedaloreto S.A. – 2019.
- La Comunicación Interna fue delimitado con los elementos o componentes: Análisis de la organización. Análisis de la identificación. Análisis del clima laboral.

6.2.2. Conclusión General

La Comunicación Interna en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloreto S.A. es regular en el periodo 2019.

6.3. Recomendaciones

6.3.1. Recomendaciones Parciales

- Ejecutar acciones que se alinean al plan de comunicación interna a través de plataformas virtuales, físicas y presenciales.
- Generar espacios de diálogo, cuando menos una vez al mes donde los colaboradores puedan expresar sus opiniones, quejas, inquietudes y propuestas a cerca de diversos temas de la institución, permitiendo desarrollar una comunicación transversal.
- Realizar evaluaciones trimestrales entre los colaboradores, teniendo en cuenta indicadores previamente establecidos con RR.HH, a fin de medir el rendimiento laboral, identificar los puntos que requieran refuerzo para así desarrollar estrategias que mejoren el desempeño.
- Plantear una reunión de Reconocimiento en donde se haga mención y entrega de certificados y cartas para la familia de los mejores colaboradores. (trimestralmente).

6.3.2. Recomendación General

- A los directivos y funcionarios de la Entidad Prestadora de Servicios Sedaloretto S.A, implementar un plan de comunicación interna anual que responda a las necesidades de los colaboradores a fin de lograr un espacio de trabajo más armonioso, el cual se verá reflejado en una mayor identificación con la institución, así como rendimiento laboral.

CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, M & Martínez, L. (2012). *"Clima organizacional"*. EAE.
- Aguirre, M & Martínez, L. (2012). *Clima organizacional*. EAE.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica.* ((1a ed.) ed.). Madrid: Editorial Gesbiblo.
- Arizcuren, A., Cabezas, E., Cañeque, N., Casado, M., Fernández, P., Lacasta, J., y otros. (2008). Gula c/c buenas prácticas de comunicación interna. *FEAPS*, 1-95.
- Armas, J. (2014). *Comunicación interna y clima laboral*. Guatemala.
- Arranz, J. (1997). *Gestión de la identidad empresarial*. ((1a ed.) ed.). Barcelona:: Ediciones Gestión.
- Arru, Marco. (2014). *Comunicación Interna, una oportunidad de mejora para la empresa*.
- Brandolini, A., González Frigoli, M. & Hopkins N. (2009). *Comunicación interna: claves para una gestión exitosa*. (1RA ed.). Buenos Aires: La Crujia.
- Capriotti, P. (2009). Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad corporativa. *Comunicación*.
- Costa, J. (2009). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. ((2a ed.) ed.). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Dardon, Jose Alejandro Herrarte. (2015). *Identidad laboral en el personal administrativo de una empresa multinacional de consumo masivo*. Guatemala de la asunción: UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR.
- Diez, S. (2006). *Técnicas de Comunicación: La comunicación en la empresa* (1ra ed.). Madrid, España: Editorial Ideas propias.
- Fernández Collado, C., & Galguera García, L. (s.f.). (2001). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. Mc Graw Hill.
- G., Gaspar. (2011). *"Manual de Recursos Humanos"* (1ra edición ed.). España.
- G., Gaspar. (2011). *Manual de Recursos Humanos*. España: Editorial UOC.
- Gómez, M. C. P., Peralta, C., Santofimio, A, M., & Segura, V. (2007). El cornpromiso laboral. *Psicología desde el Caribe* .
- Gonzales, D. (2008). *Psicología de la Motivacion*. La habana (Cuba): Editorial en ciencias médicas.
- Gonzales, D. (2008). *Psicología de la Motivacion*. *La habana: Ciencias Médicas*.
- González, N. A., & Monfort, C. (2005). Clima organizacional: Resultados del diagnóstico en una empresa. Transporte Desarrollo Y Medio Ambiente. *González, N. A., & Monfort, C.*, 42-44.
- González, R. P. (2014). *La comunicación interna como herramienta para la toma decisiones en la alta gerencia caso industrias galber S.A.S*. Tesis de grado, Bogotá.
- Guachi, C. (2013). *Comunicación interna y clima laboral organizacional de la empresa Pasteurizadora San Pablo en la ciudad de Pillaro*. Ecuador.
- Guerra, Sotillo, A. (2000). *Gerencia Pública y Economía informal*. Venezuela: Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado".
- Gutiérrez Cottler, Carolina. (2017). *La importancia de la comunicación interna en organizaciones del tercer sector*.
- Hernández, R. et al. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

- Irene Ancin, Johnny Ernesto Espinosa Tello. (2017). La Relación entre la Comunicación Interna y el Clima Laboral: Estudio de caso en PYMES de la ciudad de Guayaquil. *PODIUM*.
- J., Davis K. y Newstrom. (1991). Comportamiento humano en el trabajo., *Mc Graw Hill*, Pg. 203.
- La Porte, J. (2005). Potencialidad creativa de la comunicación interna en el tercer sector. *Palabra Clave*.
- Linares Aguilar. (2015). *Relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Fito Pan S.R.L.* Lima.
- López Quevedo. (2016). *López Quevedo (2016) "Influencia de la comunicación interna en el nivel de clima organizacional de la Municipalidad de CInfluencia de la comunicación interna en el nivel de clima organizacional.*
- Manzano Chura, H. B. . (2017). *La comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador agencias Puno y Juliaca-2016.* Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Merlano, Samuel. (2012). *La Comunicación interna en las organizaciones.*
- Mishra, K., Boynton, L., & Mishra, A. (2014). Conducción empleado: El papel ampliado de comunicación interna . *Revista Internacional de Comunicación Empresarial* , 183-202.
- Moreno, E. L. (2009). Comunicación Efectiva para el Logro de una Visión Compartida. *CULCyT: Cultura Científica y Tecnológica*, 5-19.
- Pintado, T. & Sánchez, J. (2013). *Imagen corporativa. Influencia en la gestión.* Madrid: ESIC editorial.
- Ramos, G. E. (2015). *La Comunicación Interna y su Incidencia en la Productividad de la Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda La Merced Ltda., en la Ciudad de Ambato.* Tesis para título, Ambato.
- Silva, Martha Patricia. (2011). *Comunicacion organizacional y la teoria de la informacion.* Santo Domingo.
- Tessi. M. (2011). *Viajero Ejecutivo. BCD TRAVEL, B11.P.18.*
- Tolentino, J. (2012). Comunicación asertiva: Pautas para lograr el objetivo. *Leadership: Magazine For Managers*, 44-53.
- Umaña, A. (2015). *Comunicacion interna y satisfaccion laboral* . Quetzaltenango - Guatemala.
- Vásquez, J. (2010). *Vásquez. J. (24La Comunicación interna.* Obtenido de www.gestiópolis.com/comunicación-interna/ (2010)
- Velázquez, V. (2012). Impacto de la comunicación organizacional, en la competitividad y la vinculación de las empresas mexicanas con la universidad. (2012). *Impacto de la comunicación organizacional, en laRecherches En Sciences De Gestión.*, 89.
- Villafañe, J. ((2011).). *La gestión profesional de la imagen corporativa.* ((4a ed.). ed.). Madrid, España .

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia

Anexo 02: Instrumento de Recolección de Datos

Anexo 03: Propuesta de Plan de Comunicación Interna

ANEXO N° 1: Matriz de Consistencia
TÍTULO: “COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS SEDALORETO S.A., IQUITOS 2019.
PROPUESTA DE PLAN”

AUTORAS: Marlene Sofía, FERNÁNDEZ SAENZ
Wendy Mabel, MIRANDA TÚNJAR

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	INDICADORES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	COMUNICACIÓN INTERNA	ORGANIZACIÓN. Su apreciación al respecto de: La recepción de algún tipo de inducción cuando ingresó a la empresa, es La visión, misión y valores de la empresa es Considera que la organización por el aniversario de la empresa es La identidad con la empresa es Las actividades institucionales son	TIPO DE INVESTIGACIÓN: La investigación será de tipo descriptivo porque se estudiará la situación en que se encuentra la variable: Comunicación Interna. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: El diseño general de la investigación será el no experimental de tipo descriptivo transversal. No experimental porque no se manipulará la variable en estudio. Descriptivo transversal porque se recogerá la información en el mismo lugar y en un momento determinado. ESQUEMA: <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> M O </div> DONDE: M : Es la Muestra. O : Observación de la muestra. POBLACIÓN: La población estuvo delimitada por todos los colaboradores que laboran en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto” S.A., del distrito de Iquitos, provincia de Maynas del Departamento de Loreto, durante el año 2019; que hacen un total de 111. MUESTRA: La muestra la conformaron 80 trabajadores de la Gerencia Comercial de la Entidad Prestadora de Servicios SEDALORETO S.A. durante el año 2019 del distrito de
¿Cómo es la comunicación interna en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019?	Evaluar la comunicación interna en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.	La comunicación interna es regular en la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019.		IDENTIFICACIÓN. Su apreciación al respecto de: Las funciones que realiza en su área son El respaldo del jefe de su área es El trabajo en equipo con su jefe y compañeros es El flujo de la comunicación transversal en su área es El nivel de entendimiento de los objetivos del área comunicada por su jefe es La motivación que recibe en su área de parte de su jefe es	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		CLIMA LABORAL. Su apreciación al respecto de: La relación entre los colaboradores es Los reconocimientos por sus logros que les brinda la empresa son La recepción de sus opiniones a los jefes de su área son La confianza de la alta dirección con los trabajadores es	
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo influye la comunicación interna en el clima organizacional de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019? ¿Cómo influye la comunicación interna en la identificación de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019? ¿Cómo influye la comunicación interna en la motivación de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019? 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar si la comunicación interna influye en la organización de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019. Determinar si la comunicación interna influye en la identificación de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019. Determinar si la comunicación interna influye en el clima laboral de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019. 	<ul style="list-style-type: none"> La comunicación interna influye significativamente en la organización de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019. La comunicación interna influye significativamente en la identificación de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019. La comunicación interna influye significativamente en el clima laboral de los trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios “Sedaloreto S.A.”, Iquitos 2019. 			

					<p>Iquitos, provincia de Maynas, del Departamento de Loreto. La selección de la muestra fue por conveniencia.</p> <p>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS: La técnica que se empleó en la recolección de datos fue la encuesta porque se observó el hecho en forma indirecta.</p> <p>INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: El instrumento que se empleará en la recolección de datos será el cuestionario el que será sometido a prueba de validez y confiabilidad antes de su aplicación.</p>
--	--	--	--	--	---

**COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ENTIDAD PRESTADORA
DE SERVICIOS “SEDALORETO S.A.”, IQUITOS 2019.
PROPUESTA DE PLAN**

ANEXO 02

Cuestionario

(Para Personal de la plana Administrativa de la Gerencia Comercial de la Entidad
Prestadora de Servicios “SEDALORETO S.A.”)

CÓDIGO: -----

ENCUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EPS SEDALORETO S.A.

Dirigido a trabajadores de la Entidad Prestadora de Servicios SEDALORETO S.A.

La presente encuesta tiene como propósito obtener información sobre: **COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS SEDALORETO S.A., IQUITOS 2019. PROPUESTA DE PLAN**, el mismo que, será destinado para la elaboración de resultados en el trabajo de suficiencia profesional para la obtención del título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Gracias

I. Datos generales:

Área o Departamento :.....
Cargo :.....
Sexo :.....
Edad :.....
Años en la empresa :.....
Día :.....

II. Instrucciones

- Lea detenidamente las preguntas del cuestionario.
- Responda cada pregunta, en caso de no entender alguna, favor de consultarnos.
- La información que nos proporciona será confidencial.

III. Contenido.

COMUNICACIÓN INTERNA		BUENO 16 - 20	REGULAR 11 - 15	MALO 0 - 10
1	ORGANIZACIÓN. Su apreciación al respecto de:			
	1.1. La recepción de algún tipo de inducción cuando ingresó a la empresa, es			
	1.2. La visión, misión y valores de la empresa es			
	1.3. Considera que la organización por el aniversario de la empresa es			
	1.4. La identidad con la empresa es			
	1.5. Las actividades institucionales son			
2	IDENTIFICACIÓN. Su apreciación al respecto de:			
	2.1. Las funciones que realiza en su área son			
	2.2. El respaldo del jefe de su área es			
	2.3. El trabajo en equipo con su jefe y compañeros es			
	2.4. El flujo de la comunicación transversal en su área es			
	2.5. El nivel de autonomía para la realización de sus tareas es			
	2.6. El nivel de entendimiento de los objetivos del área comunicado por su jefe es			
2.7. La motivación que recibe en su área de parte de su jefe es				
3	IDENTIFICACIÓN. Su apreciación al respecto de:			
	3.1. La relación entre los colaboradores es			
	3.2. Los reconocimientos por sus logros que les brinda la empresa son			
	3.3. La recepción de sus opiniones a los jefes de su área son			
3.4. La confianza de la alta dirección con los trabajadores es				

Anexo 03: Propuesta de Plan de Comunicación Interna

1. Enfoque:

La propuesta del plan de comunicación se basará en (03) ítems, teniendo en cuenta los resultados arrojados por la encuesta.



2. Diseño:

Se propone la siguiente producción de medios de difusión:

- **Medios Digitales:**
 - Intranet
 - Wallpapers
 - Post firma
 - Correo Electrónico: "Comunicación Interna", Boletín Virtual
- **Medios Impresos:**
 - Afiches en acrílicos A4
 - Boletín Impreso
 - Carta de Reconocimiento
 - Diploma
- **Actividad Presencial:**
 - Taller Mensual
 - Participantes
 - Instrumentos de Evaluación
 - Procedimiento

3. Procedimiento:

A. Medios Digitales:

- **Wallpapers:** Que reflejen a través de una fotografía y un breve mensaje los conceptos estratégicos institucionales definidos anualmente por la Gerencia. El diseño será gestionado por el área de Imagen en coordinación con las áreas

involucradas, posteriormente entregado al área de T.I. para su difusión. La modificación o actualización del wallpaper será mensual o bimensual.

Control:

Cada jefatura debe verificar y reportar a T.I que el fondo de pantalla se actualice para el personal que tiene a su cargo.

- **Post Firma Electrónica:** Puesto que nuestro principal medio de comunicación interno es el correo electrónico, se incluirá en la post firma el slogan así como el logo actual.

Con instructivo de firma, en formato Word que incluye la plantilla con la nueva firma y el texto de las competencias, para copiado y pegado por parte del colaborador.



- **Boletín Informativo Digital:** Dirigida a los colaboradores para la difusión de actividades resaltantes de áreas, exposición de artículos escritos por los trabajadores, diplomados concluidos, entre otros.
- **Comunicación interna –Correo Electrónico:** Para difusión de logros académicos, promoción de personal, felicitaciones por cumpleaños, exposición de resultados, mensajes institucionales y programa de incentivos a colaboradores, entre otros.



B. Medios Impresos:

- **Porta Afiches Fijos:** Se colocarán soportes acrílicos de 90cm.x 60cm. en lugares de mayor estadia de los colaboradores para exhibir afiches “publicitarios” con mensajes relacionados a la conservación del agua, mejora en calidad de atención, mensajes motivacionales.



- **Porta afiche rebatible fijo:** Elemento acrílico de 10 hojas rebatibles en tamaño A4, en cual se colocaran diversos mensajes institucionales y de entes reguladores.



- **Boletín Informativo Físico:** Con las actividades más resaltantes de algunas áreas, que sean de interés para todos los trabajadores. Exposición de artículos escritos por los trabajadores, diplomados concluidos, otros.



- **Certificado y Reconocimiento:** Plantea una reunión de Reconocimiento (discurso), entrega de certificado virtual, físico y carta para la familia para los mejores colaboradores.



C. Actividades presenciales



- Programas de coaching:** Para el acompañamiento, instrucción y entrenamiento, con el objetivo de conseguir alguna meta o de desarrollar habilidades específicas. Adaptación a los cambios, movilización de los valores, estimulación para la producción de resultados, eficaz comunicación en los sistemas humanos, motivación a la potencialidad de las personas para el alcance de objetivos, inducir al trabajo motivado y con responsabilidad.

4. Calendario de implementación:

Medios	Herramientas	Cant.	Especificaciones	Periodo	Responsables	Participantes
M E D I O S D I G I T A L E S	Wallpaper (fondo de pantalla)	12	Diseño a colores o en B/N, con imagen fotográfica, breve mensaje, con peso de 120 MB, para visualizarse en el monitor del colaborador.	Mensual / Bimensual	Área de imagen	Imagen, RR.HH., Tecnología de la Información y otros.
	Post Firma - Instructivo	1	Letra en formato calibri, tamaño N°9, color gris oscuro, solo los nombres y apellidos del colaborador resaltado en negrita tamaño N°10, incluye el nuevo logo y los textos de las competencias institucionales. Detalles contenidos en el instructivo.	Anual	Área de imagen	RR.HH., Tecnología de la Información y otros.
	Boletín Informativo Digital	6	Diseño digital a colores en formato PDF, tipo revista, con peso de hasta 600 MB, colocada en la intranet institucional y transmitida a los colaboradores a través de un link.	Bimensual	Área de imagen	Imagen, RR.HH., Tecnología de la Información y otros.
	Comunicación Interna (C.I.) Correo Electrónico	xx	xx	Diseño creativo relacionado a estudios o capacitaciones, presentado en una plantilla intercambiable.	Cada que se requiera	RR.H.
xx			Plantillas varias de acuerdo al tipo de mensaje a transmitir.	Área de imagen		Imagen, RR.HH., Tecnología de la Información y otros.
1		Comunicación de intriga: Diseño creativo considerando personajes de héroes ficticios de acuerdo al modelo del programa, con peso de hasta 600 MB.	Una semana antes del lanzamiento del programa.	Marketing	Imagen, RR.HH., Tecnología de la Información y otros.	

		12	Plantilla de cumpleaños: Detallando el nombre del colaborador y la fecha de su onomástico, con diseño moderno para comunicación virtual.	Mensual	Área de imagen	Imagen, RR.HH., Tecnología de la Información y otros.
		1	Diseño limpio, moderno y formal para comunicación virtual.	Trimestral	Área de imagen	Imagen, RR.HH., Tecnología de la Información y otros.
M E D I O S I M P R E S O S	Porta afiche rebatible	15	Elemento acrílico de 10 hojas rebatibles, tamaño A4, con refuerzo para instalación de pared y muescas en cada hoja.		Marketing / Proveedor	Imagen, Logística y otros.
	Porta afiche grande	205	Soporte de material acrílico cristal, transparente para publicidad, medidas 90x60 cms. Vertical, de 4 mm, con borde superior e inferior de aluminio anodizado y con instalación en las 2 sedes. Instalación fija a pared.	Fijo	Marketing / Proveedor	Imagen, Logística y otros.
	Boletín Informativo Físico	6	Diseño con imágenes y breves datos resaltantes, en papel couche de 80 gramos, a full color, con tapa y contratapa dura con grosor de 1 mm. El contenido se distribuirá en 4 hojas y 8 páginas.	Bimensual	Imagen / Proveedor	Imagen, RR.HH. y otros.
	Certificado de Reconocimiento Institucional	100	En cartulina opalina tamaño A4, color blanco, incluye nombres y apellidos completos del colaborador, familia, glosa en letras negras y firma de la Gerencia.	Semestral	RR.HH.	Imagen y otros.
	Carta al trabajador y su familia	800	En papel bond membretado de 90 grs. tamaño A4, color blanco, incluye nombres y apellidos completos del colaborador, familia, glosa en letras	Mensual	RR.HH.	Imagen y otros.

			negras y firma de la Gerencia.			
P R E S E N C I A L	Programas de coaching	15	Temas: Adaptación a los cambios, movilización de valores, estimulación para la producción de resultados, eficaz comunicación en los sistemas humanos, motivación a la potencialidad de las personas para el alcance de objetivos, inducir al trabajo motivado y con responsabilidad.	Semestral	RR.HH. / Proveedor	Imagen y otros.

5. Presupuesto

Medios	Herramientas	Cantidad	Soles
Medios Digitales	Wall Paper (Fondo de pantalla)	12	S/. 0.00
	Post Firma - Instructivo	1	S/. 0.00
	Boletín Informativo Digital	6	
	Comunicación Interna (C.I.) _ Correo electrónico	Varios	S/. 0.00
Medios Impresos	Porta afiche rebatible	60	S/. 6,000
	Porta afiche grande	60	S/12,0000
	Boletín Informativo Físico	6	S/30,000
	Certificado de Reconocimiento Institucional	100	S/. 180.00
	Carta al Trabajador y su Familia	800	S/. 200.00
Presencial	Programas de coaching	15	S/7,000
TOTAL			S/. 55,840.00