

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**LA COMUNICACIÓN 2.0 DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS
COLABORADORES DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA PEREZ Y
PEREZ SAC, MOYOBAMBA 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

SHAROL SHEILA GOLAC BACA

ASESOR

CESAR LUIS JESUS OLIVOS VILLASIS

<https://orcid.org/0000-0003-0790-2114>

Chiclayo, 2020

**A COMUNICACIÓN 2.0 DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS
COLABORADORES DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA
PEREZ Y PEREZ SAC, MOYOBAMBA 2018**

PRESENTADA POR:

SHAROL SHEILA GOLAC BACA

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR:

Diógenes Jesús Días Ríos
PRESIDENTE

Linda Marita Cruz Pupuche
SECRETARIO

Cesar Luis Jesus Olivos Villasis
ASESOR

Dedicatoria

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer. A mis padres que, con apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

Agradecimientos

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

A mi asesor por guiarme y las recomendaciones dadas a lo largo de este desarrollo.

Resumen

La presente investigación titulada “La comunicación 2.0 desde la perspectiva de los colaboradores de la empresa constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018”, tiene como objetivo principal diagnosticar el uso de la comunicación 2.0 desde la perspectiva de los colaboradores, en la Empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., esto con la finalidad de ampliar el panorama respecto a la eficacia con que se utiliza y funciona la comunicación 2.0 dentro de la organización y también para ver si de alguna u otra forma esto incide en el normal desempeño de los trabajadores dentro de sus labores o actividades dentro de la institución; por otro lado, la metodología de esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con un diseño no experimental transversal y un nivel descriptivo, la técnica utilizada es la encuesta, medida con escala Likert, basado en el modelo de comunicación 2.0 construido por Graells (2014), Mozas y Bernal (2012) y Molineros, Muñoz y Parra (2015), delineado en sus 10 dimensiones, la muestra estuvo conformada por 51 colaboradores de la empresa. Los resultados que se encontraron fueron que, el uso de la comunicación 2.0 es deficiente desde la perspectiva de los colaboradores de la empresa, debido a que la utilización e implementación de herramientas tecnológicas no es la más adecuada en cada una de las áreas de la empresa.

Palabras claves: Comunicación 2.0, colaboradores, empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C.

Clasificaciones JEL: M1, M10, M15, M19

Abstract

This research entitled “Communication 2.0 from the perspective of the employees of the construction company Pérez y Pérez SAC, Moyobamba, 2018”, has as main objective to diagnose the use of communication 2.0 from the perspective of the collaborators, in the Pérez Construction Company and Pérez SAC, this with the purpose of broadening the panorama regarding the effectiveness with which communication 2.0 is used and works within the organization and also to see if in some way or another this affects the normal performance of workers within their work or activities within the institution; on the other hand, the methodology of this research had a quantitative approach, of an application type, with a transversal non-experimental design and a descriptive level, the technique used is the survey, measured with Likert scale, based on the communication model 2.0 built by Graells (2014), Mozas y Bernal (2012) y Molineros, Muñoz y Parra (2015), outlined in its 10 dimensions, the sample was made up of 51 employees of the company. The results that were found were that, the use of communication 2.0 is poor from the perspective of the company's employees, because the use and implementation of technological tools is not the most appropriate in each of the areas of the company.

Keywords: Communication 2.0, collaborators, Empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C.

JEL Classifications: M1, M10, M15, M19

Índice

Dedicatoria	
Agradecimientos	
Resumen	
Abstract	
I. Introducción	10
II. Marco teórico	12
2.1. Antecedentes del problema	12
2.2. Bases teórico científicas	16
III. Metodología	33
3.1. Tipo y nivel de investigación	33
3.2. Diseño de investigación	33
3.3. Población, muestra y muestreo.....	33
3.4. Criterios de selección de la población.....	34
3.5. Operacionalización de la variable	34
3.6. Técnicas e instrumentos	38
3.7. Procedimientos	43
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos	43
3.9. Matriz de consistencia.....	46
3.10. Consideraciones éticas	48
IV. Resultados y discusión	49
V. Conclusiones	72
VI. Recomendaciones.....	74
VII. Lista de Referencias	76
VIII. Anexos.....	84

Índice de tablas

Tabla 1 Tecnologías involucradas en el proceso de comunicación.....	25
Tabla 2. Operacionalización de las variables	34
Tabla 3 Validez de criterio mediante Pearson	39
Tabla 4 Confiabilidad por dimensiones.....	42
Tabla 5 Tabla de baremos Comunicación 2.0	44
Tabla 6 Tabla de baremos Dimensiones.....	44
Tabla 7 Tabla de baremos Dimensiones.....	45
Tabla 8. Matriz de consistencia.....	46
Tabla 9. Resultados descriptivos por medias	49
Tabla 10 Medias individuales – Acceso y disponibilidad.....	50
Tabla 11 Medias individuales – La igualdad.....	50
Tabla 12. Medias individuales – La usabilidad.....	51
Tabla 13. Medias individuales – La participación	51
Tabla 14 Medias individuales – La interacción.....	52
Tabla 15. Medias individuales – La construcción colectiva y colaboración.....	53
Tabla 16. Medias individuales – El escuchar, responder y hacer.....	53
Tabla 17 Medias individuales – La red e interacción.....	54
Tabla 18 Medias individuales – La reducción de control	55
Tabla 19. Medias individuales – Desintermediación y Horizontalidad	56
Tabla 20. Comunicación 2.0 en la empresa.....	67
Tabla 21 Resumen de procesamiento de casos	92
Tabla 22 Estadísticas de fiabilidad.....	92
Tabla 23. Escala de Valoración del Alfa de Cronbach.....	93

Índice de figuras

Figura 1 Flujo del proceso de comunicación	17
Figura 2 Proceso de comunicación.....	24
Figura 3: Modelo Comunicación 2.0.....	32
Figura 4. Dimensión acceso y disponibilidad	57
Figura 5. Dimensión igualdad	58
Figura 6. Dimensión usabilidad	59
Figura 7. Dimensión participación	60
Figura 8. Dimensión interacción	61
Figura 9. Dimensión construcción colectiva	62
Figura 10. Dimensión escuchar, responder y hacer	63
Figura 11. Dimensión red e interacción	64
Figura 12. Dimensión reducción del control.....	65
Figura 13. Dimensión desintermediación y horizontalidad	66

I. Introducción

Desde la intervención de la tecnología en las relaciones humanas y sociales, la comunicación ha dado un giro a nivel mundial. La comunicación avanza según la necesidad del ser humano por romper barreras que faciliten el acceso de los usuarios a sus servicios, bienes o productos. Es una necesidad, pero así mismo, la comunicación digital o 2.0 aún es un tema nuevo y que a muchas empresas les ha costado adaptarse, algunas ni siquiera han podido sobrevivir a esta era tecnológica, y ese es el reto de las empresas en este siglo, usar las TIC's a su favor, reinventarse es necesario para lograr los objetivos (García, 2018).

Campillo y Martínez (2017), en el contexto administrativo, los medios sociales y la web 2.0 se han convertido en auténticas plataformas digitales de comunicación que otorgan al usuario la posibilidad de hacer uso de contenidos e información relevante de la empresa. Esta comunicación se caracteriza por la exposición de información y recursos de conocimiento, posibilitar la publicación y el intercambio de ideas entre trabajadores. Con la irrupción de las nuevas tecnologías, la comunicación 2.0 y plataformas digitales ha tenido una incidencia muy directa en la reestructuración de las unidades administrativas que planifican estrategias informacionales para explicar y legitimar las decisiones dentro de un contexto empresarial.

De acuerdo con Peña, Caldevilla y Batalla (2017), el flujo comunicacional revela los aspectos más profundos de la empresa, hallándose un marco de actuación interno, pero que debe coincidir en objetivos y finalidad empresarial, pues abarca todo el espectro de actuación comunicativa disponible. Asimismo, la comunicación interna u organizacional consiste, como es sabido, en la gestión de los mensajes que se intercambian entre los integrantes de una determinada entidad.

En la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A., se han evidencia ciertos posibles problemas con respecto a la forma de cómo se ha estado llevando la comunicación 2.0, como que no todos los trabajadores se enteran de lo que se hace en la empresa, porque no todo el personal emplea las herramientas de comunicación disponibles. Además, no hay un trabajo conjunto entre áreas, cada área trabaja de manera independiente, lo que impide que no se logren los objetivos establecidos, también los trabajadores a partir de sus funciones plantean o generan alternativas de mejora para su área, sin embargo, cuando los trabajadores dan a conocer a sus jefes no se les toma en cuenta, asumiendo una jerarquía vertical la gerencia es la que establece y toma decisiones. Lo anterior se debe al poco interés al desarrollo de este tipo de comunicación, además también se ha hallado cierto desconocimiento de los beneficios que trae la

comunicación 2.0 internamente a la empresa, también la falta de accesibilidad y disponibilidad de información de la organización es un problema común, al igual de una mala comunicación fluida y rápida entre áreas, que permitan desarrollar y ejecutar funciones de manera eficiente. De seguir de esta forma la empresa no podrá tener una gestión eficiente en la forma de comunicarse de los miembros de la empresa, como también la generación de conflictos lo cual no permite generar un buen clima laboral. Por ello se formuló como problema general: ¿Cómo es el uso de la comunicación 2.0, desde la perspectiva de los colaboradores en la Empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., Moyobamba 2018?

Tras todo lo mencionado se planteó como objetivo general determinar el uso de la comunicación 2.0 desde la perspectiva de los colaboradores, en la Empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C; teniendo como objetivos específicos evaluar el acceso y la disponibilidad de herramientas 2.0 en la comunicación interna; evaluar la igualdad en el proceso de comunicación interna; diagnosticar la usabilidad de la tecnología involucrada en el proceso de comunicación; evaluar la participación de los colaboradores en la comunicación; evaluar la interacción de los colaboradores mediante el proceso de comunicación; diagnosticar la construcción colectiva y la colaboración existente; evaluar las capacidades de escuchar, responder y hacer dentro de la empresa; evaluar la red e interacción existente; diagnosticar la reducción del control en los procesos de comunicación; evaluar la desintermediación y horizontalidad existente en la empresa.

Esta investigación se justifica teóricamente ya que contribuye a ampliar las teorías y literatura relacionada con la comunicación 2.0, mediante el contraste con la información de diferentes fuentes, sumando a identificar aquellos aspectos relacionados a generar un eficaz proceso de comunicación. De forma metodológica la presente investigación contribuye en la generación de un instrumento de recolección de datos, en base a la variable abordada. De forma práctica permite identificar aspectos frecuentes en el proceso de comunicación en las empresas conllevan a un mayor desempeño de las áreas dentro de la organización.

El presente estudio está compuesto por 8 capítulos, el capítulo I es la introducción del estudio, el capítulo II, abarca (Antecedentes y bases teóricas), capítulo III abarca (tipo y nivel, diseño, población y muestra, criterios de selección, operacionalización, técnicas e instrumentos, procedimientos, plan de procesamientos, matriz y consideraciones éticas), el capítulo IV aborda (resultados y discusión), Capítulo V abarca (las conclusiones), el Capítulo VI, (las recomendaciones), el capítulo VII, las componen (las referencias) y por último los anexos.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes del problema

Cortéz (2016), tuvo como objetivo general determinar los factores positivos y negativos del uso de la web 2.0 como medio de comunicación interna en la estructura organizacional de una empresa. La metodología fue de enfoque cualitativo, no experimental de nivel explicativo. Concluyendo que la comunicación, especialmente la interna, es cierto que este tipo de herramientas podrían aportar a un mejor clima laboral o a una meta colectiva unificada, por parte de los colaboradores de una organización, pero son simplemente eso, herramientas, que sin una clara y definida estrategia de base sólida no ofrecerá mayores resultados que los que han sido obtenidos en la mayoría de casos. En esta afrenta han tenido gran influencia las nuevas herramientas tecnológicas y de la información que ofrece la segunda versión de la web, así como los nuevos preceptos que con ella se han fortalecido: la construcción colectiva y participativa, el usuario como creador y las redes sociales. Allí podemos evidenciar un símil de los conceptos que deberían utilizarse en la comunicación al interior de la organización, dando protagonismo a los colaboradores al igual que los usuarios en la web 2.0; fortaleciendo los canales de comunicación sin jerarquizaciones; ofreciendo la posibilidad de interacción multilateral de la misma forma que las redes sociales; y finalmente, entregando micropoder a los colaboradores, que les posibilite modificar y transformar su entorno y ámbito de trabajo de acuerdo a su experiencia y conocimientos como sucede con los usuarios creadores de contenidos.

Álvarez (2015), en su investigación tuvo como objetivo general llegar a conocer el impacto de los nuevos canales 2.0 en comunicación interna y los beneficios que tiene su uso para los empleados y el funcionamiento de la organización. La metodología empleada fue cualitativa, con un diseño no experimental de nivel exploratorio. Concluyendo que los empleados con una comunicación 2.0. pueden compartir lo que están haciendo y pedir ayuda a tiempo real, todo para dar solución al cliente de la manera más rápida posible, porque éste valora cada vez más el tiempo que tarda en ser atendido. El resultado es una plantilla implicada con su trabajo, la información que intercambian en su comunicación interna les es mucho más valiosa en comparación con la información que se transmite en la comunicación interna “tradicional”, la mayoría de las veces pura transmisión de información por parte de la alta dirección. La respuesta a la hipótesis; “la comunicación interna 2.0 mejora el rendimiento de los trabajadores”, no se puede confirmar porque esto es un aspecto que tiene que ver con la

cultura organizacional que tenga la empresa. Si la estructura es rígida y jerárquica, y la cultura no es abierta y transparente, por muchas herramientas 2.0 de comunicación interna que la empresa aplique los empleados no serán más productivos, por ello la organización debe fomentar la colaboración, debe mostrar cercanía con sus empleados y preocupación por sus intereses y necesidades generando un mayor respeto, ya que las características técnicas de las nuevas herramientas de comunicación interna 2.0 favorecen que esto sea posible, sin embargo, si la alta dirección no transmite una cultura organizacional que se corresponda con estos principios, será inútil utilizar los nuevos canales online de comunicación interna.

Coelho y Parra (2015), tuvo como objetivo principal el desarrollar una estrategia de comunicación 2.0, la metodología empleada dentro del estudio se contempló como una investigación con un enfoque cualitativo dentro de un nivel de investigación exploratorio, con un diseño no experimental, la muestra de estudio estuvo conformada por 125 estudiantes los cuales son consumidores, así como expertos en el mercado de la comunicación 2.0. Uno de los hallazgos relevantes en el estudio fue el uso de las redes sociales para comunicarse entre trabajadores, siendo el uso de estas plataformas importante para mantener una comunicación más fluida, no solo entre trabajadores sino con los clientes externos, esto se percibe porque dentro del mercado venezolano, la población, y las empresas en general tienen una fuerte tendencia al uso de la tecnología para llevar a cabo sus funciones a cabalidad dentro de las empresas, tanto para el cumplimiento de sus objetivos organizacionales como para la satisfacción de clientes.

Solís (2017) en su estudio tuvo como principal objetivo determinar cuál es la importancia o el impacto que puede tener la Web 2.0 dentro del mensaje corporativo, la metodología trazada en el estudio, estuvo enmarcado dentro de un enfoque cuantitativo, y un diseño no experimental, dentro de un nivel de investigación descriptivo, siendo la muestra de estudio el acervo documentario de diferentes investigaciones respecto al tema, así como el uso de algoritmos para esquematizar los supuestos en el uso de la tecnología respecto a la comunicación 2.0. En definitiva, se concluye que se confirma lo que muchos investigadores del ámbito de la comunicación corporativa han señalado en los últimos años, esto es: la comunicación 2.0 es una herramienta válida para incrementar los sentimientos positivos acerca de una corporación por parte de los trabajadores, así como para bajar el índice proporcional de aquellos sentimientos negativos y neutros, mejorando entre otros aspectos el clima organizacional.

García (2018), en su investigación tuvo como objetivo general es determinar la percepción acerca del nivel de valoración del aporte de la comunicación interna en cinco organizaciones privadas de Lima, en el año 2017. La investigación tuvo enfoque cualitativo, con un diseño no experimental de nivel exploratorio-descriptivo. Llegándose a concluir que los resultados de la investigación muestran que los comunicadores presentan diversas apreciaciones en cuanto a la valoración del aporte de la comunicación interna en sus organizaciones. Algunos comunicadores consideran que la valoración no es óptima o es deficiente, otros señalan que una alta valoración de la comunicación interna depende de la importancia de la cultura organizacional dentro de la organización, en tanto que otros piensan que está ligada al liderazgo del propio comunicador y a su capacidad de gestión.

Ingelmo, Navarro, & Sanz (2017), tuvo como objetivo evaluar los factores que determinan la gestión de la comunicación interna en las compañías españolas. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental y un nivel descriptivo explicativo, para ello emplearon un análisis Anova, resaltando la importancia de herramientas 2.0 como factor de la gestión de la comunicación interna, como es el caso de la web 2.0. Esto pudo ser posible a partir de los colaboradores, quienes permitieron concluir que uno de los factores significativos en la optimización y mejoramiento continuo de la comunicación es posible a partir del uso de la web 2.0. La investigación claramente muestra la importancia del uso de las herramientas 2.0 en la comunicación interna de la empresa, sin embargo, por una ausencia de profundizar en el tema la investigación no emplea el término comunicación 2.0.

Untiveros (2017), el cual tuvo como objetivo general explorar la evolución de la comunicación 1.0 a la comunicación 2.0 consiguiendo un valor agregado y estratégico para las organizaciones. La metodología fue de enfoque cualitativo, con un diseño no experimental de nivel descriptivo. Concluyendo que la evolución de la comunicación 1.0 a 2.0, que a lo largo de su implementación en las organizaciones ha impactado en los objetivos de los mismos, logrando una mayor participación y colaboración entre los mismos colaboradores, permitiendo desarrollar sus actitudes de liderazgo, empatía, disposición de escucha, transparencia de información e ideas innovadoras frente a conflictos, que fortalecen el trabajo en equipo generando un desarrollo eficiente de sus respectivas actividades.

Sandoval (2017) en su investigación tuvo como objetivo general describir las características de la comunicación interna en los trabajadores de la Municipalidad de Comas, la metodología empleada se enmarcó dentro de un enfoque cuantitativo, con un diseño no

experimental, y un nivel descriptivo, la muestra de estudio estuvo conformado por 102 trabajadores de la municipalidad a quienes se les administró un cuestionario de preguntas como instrumento de recolección de datos por medio de la técnica de la encuesta. Finalmente, se llegó a concluir que la comunicación interna de la Municipalidad de Comas contiene algunas deficiencias que se podrían mejorar, hay ciertos puntos que se debe considerar para ello. Esto implica que la comunicación interna es una necesidad para el buen funcionamiento de la organización ya que cada persona necesita estar en un ambiente agradable para desarrollarse de la mejor manera. Así mismo, se concluye que los flujos de comunicación que se presenta mediante la comunicación descendente, ascendente y horizontal se ven un poco limitadas por el factor confianza. Esto implica generalmente que los flujos de comunicación deberían fortalecer la interacción y el buen clima laboral.

Rivas, Málaga, Ruiz, Huayanay y Curioso (2015), el cual tuvo como objetivo determinar el uso y percepciones hacia las tecnologías de información y comunicación (TIC), la metodología de este estudio tuvo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un nivel descriptivo, la muestra estuvo conformada por los pacientes del centro de salud, a quienes se les aplicó como técnica de recolección de datos una encuesta, los pacientes donde se utilizó como un medio de comunicación interna, en la cual se pudieron emplear algunas aplicaciones como lo son; redes sociales, medios tecnológicos, y otros, se observó que además uno de los medios fue la telefonía, dado que se necesita para la comunicación pertinente con sus familiares además de ello, se contó que se pudo acceder a las TICs. Además, se pudo concluir que es importante implementar nuevas estrategias de comunicación interna, en la que se minimice la utilización de los móviles, sobre todo en personas en las que se puede correr un peligro relacionado a la salud, se pueden realizar programas donde se evalúen los usos de tecnologías de comunicación.

Calero (2015), el cual tuvo como objetivo proponer un plan de comunicación interna y externa para Quifatex. La metodología de este estudio tuvo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un nivel descriptivo propositivo, los resultados que se encontraron en este estudio, resaltaron la importancia de la comunicación, entre ellas; la comunicación organizacional, la identidad, imagen y reputación corporativa, la comunicación interna y comunicación global. Además, se encontró que existe interrelación entre sí y que son gestionadas de manera correcta, con la intención de transmitir a los stakeholders el mensaje esperado, dado que la satisfacción interna es primordial, para la buena función de una empresa

y que con bases fundamentales esta sea percibida por las otras empresas de la manera que se desea, y se dé a conocer el mensaje preciso que pretende hacer llegar la empresa.

2.2. Bases teórico científicas

2.2.1. Comunicación

Las personas se contactan a diario, es casi imposible funcionar sin ningún tipo de comunicación, y por esta razón, a primera vista puede parecer que este proceso es muy simple y evidente para todos. De hecho, la comunicación es un campo muy complejo, ya que hay muchas razones para ello: la dependencia y la autoridad, cuando la comunicación a menudo está sujeta a la jerarquía de la organización (Dominick, 2012). Por otra parte, Hernández & Fernández (2013), definen a la comunicación como aquel proceso de interacción social con intencionalidad, capaz de influir en el comportamiento de las personas que se encuentran en el rango de la emisión de esa información.

Ruiz et al (2012) define las siguientes funciones que desempeña la comunicación:

Información: Permite recolectar información necesaria para una mejor toma de decisiones en la organización.

Motivación La comunicación también contribuye a brindar motivación a los trabajadores.

Expresión emocional La relación entre jefe y empleado no debe tomarse a la ligera. Esta interacción tiene gran relevancia en cuanto a la mejor productividad.

Control Tener un control sobre los procesos que tiene una empresa ayuda al cumplimiento de los objetivos de la organización.

Elementos del proceso de comunicación

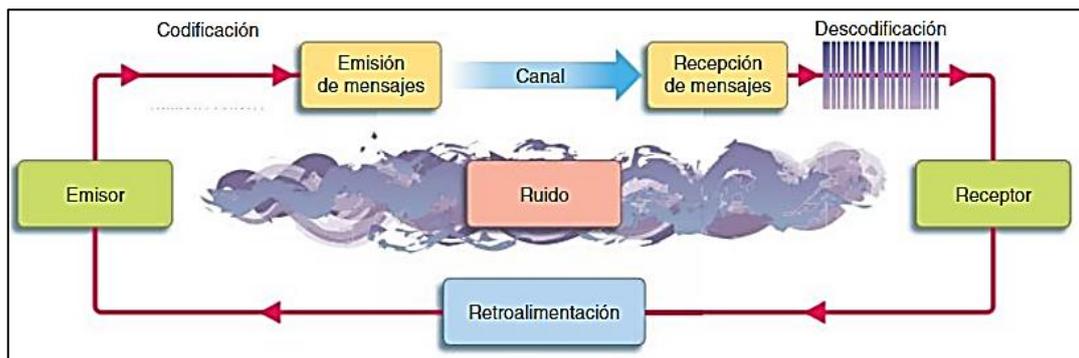


Figura 1 Flujo del proceso de comunicación

Fuente: (Ruiz, Gago, Garcia, & López, 2012)

2.2.1.1. Comunicación interna.

Fernández (2005), lo define como el conjunto de técnicas y actividades que facilitan el flujo de mensajes que se intercambian entre los miembros de una organización. La comunicación puede influir en las opiniones, actitudes y conductas, del personal de la organización. El intercambio de información que se realiza en una organización, es el llamado proceso comunicativo el cual funciona dentro de un sistema organizado, atribuyéndose el nombre de comunicación interna, y que se encamina a la búsqueda de una mayor estabilidad dentro una organización, orientado al cumplimiento de las metas corporativas. Por medio de la comunicación se puede transmitir la cultura de la organización y conseguir la socialización de sus miembros (Martín, 2008).

De acuerdo con Arizcuren et. al. (2008), puntualizó que la comunicación interna, es un proceso a través del cual un conjunto de significados toma forma de mensaje y es trasladado a una persona o un grupo de ellas, de tal manera que el significado percibido debe ser equivalente a lo que los iniciadores del mismo intentaron transmitir. Una empresa, podrá funcionar según la comunicación que exista dentro de ella, a partir de ello, la comunicación dentro de la organización debe planificarse, con un objetivo fundamental: que la comunicación fluya. Esta planificación debe ser coherente con los objetivos anuales de la organización (recogidos en sus planes estratégicos y planes de acción). Sólo de este modo, la comunicación interna servirá para desarrollar y aplicar con éxito esos objetivos anuales y acciones concretas.

2.2.1.1.1. Enfoque de la comunicación interna

Carrillo (2014), sostiene que las organizaciones, al igual que los seres humanos, tienen oportunidades y fortalezas en la comunicación. Pero este hecho aún no está bien desarrollado

por una falta de política de estrategias de comunicación coherente, estructurada y sostenible. Con la finalidad de dar solución a estos problemas de comunicación, se planteó siete enfoques importantes para fortalecer la comunicación.

Fortalecer el espacio humano de interacción: Consiste en dar acercamiento a los colaboradores de una organización en eventos como reuniones, celebraciones y capacitaciones.

Sensibilizar, alinear y formar en inteligencia comunicacional: Tiene la finalidad de mostrar el liderazgo de los directores en la empresa, saber comunicar y saber llegar a los empleados.

Identificar y atraer a los líderes informales: Consiste en la identificación de personas que tengan el potencial de ser líderes naturales, a quienes se les puede formar y entrenar, para que sean grandes aliados de la organización.

Estandarizar y pautear la comunicación: Es necesario la creación y establecer una política comunicativa en una organización, el cual brindará una fluida y coordinada comunicación corporativa.

Desarrollar periódicamente investigaciones de comunicación: Por ese mismo motivo es necesario identificar las percepciones y sentires de sus trabajadores; la investigación interna constituye un espacio formal y estructurado para el diagnóstico de fortalezas y oportunidades de mejorar para la cultura organizacional.

Conformar un comité interdisciplinario de comunicación: Este enfoque considera en la creación de un grupo multidisciplinario, conformado por representantes de las distintas áreas de una empresa.

Trabajar una línea editorial para crecer en el disenso: Consiste en crear un espacio libre en donde los colaboradores de una empresa puedan dar sus críticas constructivas respecto a la realidad de la empresa, haciendo uso de los medios de comunicación interna.

2.2.1.1.2. Importancia de la comunicación interna

Para las charlas que se realizan, se logra evidenciar nuevos objetivos y se realiza un balance de la situación de la gestión comercial que corta las reuniones en diferentes puntos de vista en base a los logros alcanzados. A la misma vez, se brindan testimonios, diferentes promociones y los procesos con el que se puede realizar la labor de diversas unidades empresariales. A veces las reuniones, que se elaboran por medio de compañías en las que ellas mismas toman la iniciativa, se realizan con el apoyo de una organización especialista en el tema. La mayoría de eventos de manera habitual se realizan como charlas, cenas, conferencias, debates y comidas.

Aquellas reuniones que son realizadas por las personas que conforman un comité dentro de la empresa, son las que formalmente brindan informaciones en diferentes direcciones, en muchas ocasiones se hablan acerca del ambiente del clima laboral que se vive. Sobre los tabloneros de los anuncios, estos muchas veces dependen de la organización en que la empresa determine una forma más tradicional, en que se pueda hacer llegar el mensaje de esa manera se envíe a la mayoría de las personas involucradas posibles, de forma rápida a un costo menor. Concerniente a diferentes mensajes que se evidencian en las carteleros, se pueden presentar inconvenientes en las que en diferentes oportunidades en las que no se actualizan y en pocas veces existe la veracidad que el texto llegue a la totalidad de colaboradores. Las juntas en las organizaciones se pueden llegar a utilizar para contar con sus compañeros en la marcha de los negocios frente a convenios, de forma colectiva, en concordancia y alcanzando servicios externos como en viajes instaurados. En algunas organizaciones los antiguos paneles han llegado a ser sustituidos por paneles electrónicos como los de los aeropuertos que proporcionan informaciones que llegan con gran facilidad a los colaboradores. Llega la oportunidad de contar con los paneles publicitarios, donde la empresa emplee diferentes mensajes en los que se tiene, desarrollos con campañas de medidas preventivas en cuestiones de riesgos laborales, para mejorar la seguridad de los trabajadores.

Las videoconferencias, son aquellas que se utilizan en su mayoría donde las empresas, se tienen diferentes tipos de reuniones, muchas veces se realizan diferentes desplazamientos donde se comunican con un gran número de empleados.

Las publicaciones que se realizan en forma interna como volantes, o en algunas formas resúmenes de prensa y más. Los boletines de las organizaciones se publican de forma mensual,

muchas veces si no existen algunas ocasiones en las que se pueda llegar a todos los colaboradores, se logra enviar a casas de los mismos colaboradores. En distintos sectores muchas veces no se brinda los boletines, donde se envían por medio de correos electrónicos a los colaboradores. Existen de diferentes formas, pero fundamentalmente se contiene los temas de interés, sin embargo, el nombramiento que existe se realiza de manera externa, en la que se realizan destacados temas o asuntos considerando noticias, interrogantes, cuestiones y curiosidades.

Referente a un balance social. Las publicaciones de carácter anual, tiene un principal objetivo, el brindar facilidad a los empleados sobre toda la información concerniente a estrategias y proyectos, donde los resultados económicos pueden determinar la filosofía empresarial y su proyección concerniente al medio externo de la empresa.

La Organización general, es la que va a incluir los logros muy significativos en los tiempos adecuados, donde se llega a utilizar una comunicación del principal encargado en la empresa, las formas estadísticas del personal. Se llegó con la distribución de grupos de trabajo, donde existen zonas geográficas, sexo, edades, entre otros; datos de movilidad por traslados o promociones, número o cualidades de los cursos de formación, entre otros; algunas veces los recursos técnicos disponibles. Además, se tienen diferentes motivos de fabricación o ventas realizadas en el ejercicio; los lanzamientos de nuevos productos o servicios; innovaciones en equipamientos o en procedimientos de trabajo, entre otros; entorno social. Marco en el que se desarrolla los dinamismos de la organización; dominio de la misma en su medio externo; apariencias, entre otros.

Cartas y memorándums. No se utilizan por los Recursos Humanos, para correspondencia oficial con el colocado como participaciones, reuniones, entre otras.

Correo electrónico. El correo electrónico se utiliza regularmente por los colaboradores, y por medio de él se desarrollan diferentes intercambios de información, como en los envíos de archivos, anuncios de reuniones, informaciones de todo tipo denominaciones, despedidas, productos innovadores, entre otros. Reemplaza al correo interno convencional, donde se le brinda una mayor velocidad y capacidad de respuesta. Asimismo, se ha lanzado de manera casi definitiva a su antepasado. El conflicto es que diversos empleados o trabajadores según sea su puesto y actividad designada a veces, no siempre cuentan con dirección de correo electrónico. Como en anterioridad se contaba, por medio de este procedimiento el cual felicita al personal

con motivo de cumpleaños, nacimientos, aniversarios, despedidas, navidades, reconocimientos profesionales, por jubilación y promociones de venta de forma interna. Las organizaciones llegan y suelen confirmar a través de los buzones donde se encuentran correos electrónicos personales si el empleado ha abierto y debido a ello, se ha leído el mensaje o las diferentes comunicaciones que la organización ha enviado con tiempo atrás.

La importancia que brinda una buena comunicación se puede dividir en dos tipos de comunicación interna: la formal y la informal. A continuación, mostraremos las dimensiones de una comunicación interna formal según (Martín, 2008).

La comunicación formal: Es la que se establece por la organización y que se dividen en ascendente, descendente y horizontal. Acorde a la base en que la organización puede permanecer en la cima del éxito se viene ejecutada por un objetivo que tiene como fin encontrar datos relevantes sobre los que no lo son, siendo los programas más utilizados los que son programas y diálogos. Dentro de un canal de información y comunicación se pueda llegar a despejar las preocupaciones de cualquier colaborador, por medio de sus opiniones, los pensamientos, quejas y todos los tipos de interés en la que se escuchan hasta los niveles altos de dirección, la cual viene garantizada por la confianza que exista. De esta misma forma exista una bandeja donde se pueda mostrar las recomendaciones que permitan a la empresa mejorar las condiciones. Por medio de ello, se le da pase a los miembros de la organización con el cual se pueda hacer mejoras. De acuerdo a distintas organizaciones se pueden dar la sugerencia a alguna mejora. Según a las complicaciones que brinda la herramienta, presenta los intereses individuales del trabajador, muchas veces celos entre colegas, y resentimientos por los mandos intermedios.

Comunicación vertical ascendente: Los que participan en este tipo de comunicación son los empleados y los directivos (Ramella, 2012). Una comunicación vertical, es aquella en la que se tienen los mayores mandos de los colaboradores en las que se realiza una menor productividad y se manera escalonada. La finalidad es cuando un colaborador constantemente se muestra conocedor de todas las cosas que suceden en diferentes ocasiones que llegan a suceder en una empresa, de esa forma puede participar sintiéndose integrante de esta. En cuanto al sentido en que existe una oposición de las acciones ya mencionadas; llega a realizarse desde el más alto cargo hasta el menor, y tiene el tipo de comunicación más usual en un ambiente laboral. Al transferir los

mandatos; los colaboradores recibirán una porción de ello, lo que es necesario para una labor donde es constante, verdadera y fidedigna; siendo esta el arma más fuerte frente a los rumores. Para ello se presentan diferentes gestiones (Ramella, 2012).

Comunicación interna horizontal, se origina entre las personas que pertenecen al mismo nivel jerárquico organizacional. De acuerdo a ello se puede señalar también que, es el tipo de comunicación que fluye en los integrantes de la organización, los mismos que se encuentra en un nivel o área determinada. En su mayoría los textos que se brindan son los que muestran algún tipo de información para coordinar, así mismo, logran que crezca el trabajo en grupo, de modo que entre compañeros creen un ambiente laboral adecuado y positivo. La comunicación horizontal, también se llama comunicación lateral (Ramella, 2012).

- **Importancia de la comunicación horizontal**, radica en la transmisión de mensajes a lo largo del mismo nivel lateral o similar en una organización. Esto ocurre entre los miembros del equipo, entre diferentes equipos y empleados en el mismo nivel o similar (Shonubishonubi & Akintaro, 2016).
- **El uso de la comunicación horizontal**, está en aumento debido a las tecnologías interactivas de comunicación electrónica, como el correo electrónico y los mensajes telefónicos, que mejoran en gran medida la comunicación horizontal al permitir establecer comunidades inclinadas y equipos virtuales de empleados que trabajan juntos, incluso en diferentes ubicaciones (Shonubishonubi & Akintaro, 2016).
- **Involucramiento de la comunicación horizontal**, también involucra a colegas y compañeros en el mismo nivel de la organización y puede involucrar a individuos de varias unidades organizacionales diferentes (Cacciattolo, 2015).
- **Beneficios de la comunicación horizontal**, la comunicación horizontal se usa generalmente para facilitar la coordinación, ya que proporciona la base para la cooperación. Las personas necesitan comunicarse entre sí para trabajar eficazmente en esfuerzos conjuntos (Cacciattolo, 2015).

Comunicación informal: La comunicación informal es la que surge espontáneamente en el ambiente del trabajo. Tiene como fin el de socializar en el entorno laboral, puesto que no hay rango jerárquico. (Newstrom, 2011), el mismo que sustenta que a pesar de una comunicación de forma ascendente y descendente, esta comunicación también forma un lugar importante en las organizaciones, muchas veces se le conoce también

como extraoficial, dado que se da de manera oral y escrita, tiene como característica ser rápida y flexible. Esta velocidad es la que dificulta que la dirección para impedir que se realicen rumores innecesarios.

2.2.1.1.3. Redes de comunicación

Son estructuras creadas por la empresa con el fin de hacer llegar la información a sus miembros. La eficacia de la comunicación, clima laboral y satisfacción de los trabajadores, dependerá de la estructura elegida. Se pueden clasificar en redes centralizadas y descentralizadas (Ruiz, Gago, García, & López, 2012).

Redes centralizadas: El emisor toma la posición dominante de la red, el cual limita el flujo de la información y la toma de decisiones

Redes descentralizadas: Dentro de esta red, hay sola una persona que tiene toda la información que emiten las diferentes áreas de una empresa. Los colaboradores que reciben la información, la transiten al coordinador para que él tome las decisiones.

2.2.1.2. Tecnologías de la información

De acuerdo a López (2016), las tecnologías de información formaron parte de las comunicaciones desde el año de 1901, con el invento de Marconi, quien generó el desarrollo de la radio comunicación con la transmisión de la letra “S”, atravesando el océano atlántico, este suceso marcó una contienda por mejorar los sistemas de información, entre un control centroeuropeo y anglosajón, dando paso al desarrollo de satélites en el año de 1956 y que hasta nuestros días se puede presenciar la disputa entre oriente y occidente por el control de la información. Todo este contexto dio paso al desarrollo de sistema de información comercial. Mientras que Suárez (2010), menciona que actualmente las tecnologías de la información se encuentran en todos los niveles sociales, desde grandes empresas, y pequeñas empresas en diferentes rubros. Tantas tarjetas de memoria, Televisión digital, celulares, GPS, portátiles, forman parte de las tecnologías de información que se han convertido en fundamentales para las empresas.

Asimismo, Suárez (2010), mencionó definiciones básicas de la tecnología de una información y la comunicación, siendo la primera una ciencia que se encarga de estudiar los medios técnicos empleados en procesos y en diferentes ramas tanto de la industria como de los negocios. Asimismo, la tecnología de la información, también conocida como informática, es

conocida como la ciencia que estudia técnicas y procesos automatizados los cuales actúan sobre los procesos de información, por otra parte, la palabra informática, hace alusión a información automática. Por otro lado, las tecnologías avocadas a la comunicación (Telecomunicaciones) se encargan del estudio de las técnicas y procesos de comunicación que permiten el fácil envío de información eliminando distancias. Cabe señalar que al tomar en cuenta la teoría de la comunicación y a la tecnología de la información como parte de ella, se avoca a la forma de transmisión de la información dentro de los procesos comunicativos, esto es explicado en la siguiente figura:

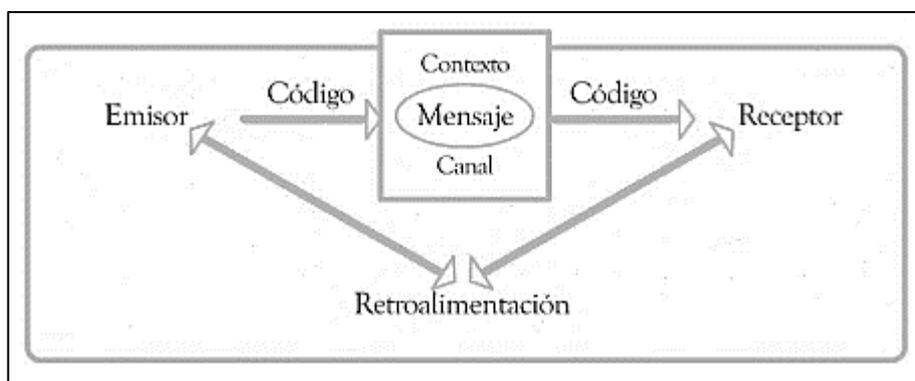


Figura 2 Proceso de comunicación

En la siguiente figura se muestra claramente los elementos de la comunicación, donde tanto emisor como receptor pueden ser personas, grupos de personas o instrumentos que se encuentran preparados por personas para la adecuada recepción y emisión de señales, tales como los ordenadores, semáforos, teléfonos, relojes, televisores, entre otros. El emisor es quien emite mensajes codificados mediante un determinado código el cual debe ser interpretado de manera adecuada por el receptor. Suárez (2010), señaló también que si nos enfocamos netamente en las tecnologías de información como parte del proceso de comunicación nos estamos refiriendo a un cambio en los mensajes que básicamente en la tradicional, eran ondas sonoras, o códigos escritos, sin embargo tras la aparición de la tecnología, son escritos por ordenadores, guiños o símbolos o conjunto de ellos que permitan informar algo al receptor, por otra parte el canal, se ha convertido en el medio, tales los sistemas de telecomunicaciones, así como redes telefónicas físicas o inalámbricas, mediante esta última se transmiten datos analógicos, los cuales no son más que representaciones no numéricas de diversos valores

continuos, como formato de señal electromagnética, correspondiente a un determinado fenómeno físico. Mientras que los datos digitales son representaciones físicas, dadas en forma electrónica, óptica o magnético de acuerdo a códigos basados en sistemas de numeración de (decimal, hexadecimal y binario).

2.2.1.2.1. Principales tecnologías de la información

De acuerdo con el autor Suárez (2010), las tecnologías involucradas en el proceso de la comunicación se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 1

Tecnologías involucradas en el proceso de comunicación

Ordenadores	Los cuales han pasado de ser instrumentos de cálculo a ser herramientas para manejar y analizar grandes cantidades de información, siendo necesarios hoy en día para las personas y dentro de las empresas.
Redes de telecomunicaciones	Los cuales permiten la conexión entre varios ordenadores, empleen o no empleen cables de conexión en redes locales o LAN. En estas se encuentran también las redes inalámbricas conocidas como WIFI, las cuales permiten un flujo de datos y el acceso a internet.
Redes telefónicas conocidas	Como es el caso de las redes alámbricas e inalámbricas, mediante tecnologías móviles y satelital, asimismo se encuentran redes telefónicas

Las mencionadas TICs, tiene como temas más destacados en los últimos años, dado a los diversos cambios que han sucedido de manera que la relación entre personas sea en diferentes ámbitos, y diversos niveles de agregación. De modo que distintos expertos lo han tomado como una revolución digital (Mora, et al, 2012).

Del mismo modo, se pueden brindar diferentes armas que resalten competencia, las mismas que den la seguridad de enfrentar desafíos que sucedan en el medio externo. Según Heeks (1999), “Las TIC abarcan una gama de herramientas, dispositivos, mecanismos y procesos utilizados en la creación, gestión, uso, almacenamiento, recuperación y difusión de datos, así como en la generación y transmisión del conocimiento por medios electrónicos” (citado por Edoho, 2013), entre los mayores componentes de las TICs, se encuentran las telecomunicaciones, know-how y las computadoras.

Asimismo, las TICs, se determinan como aquellas tecnologías que han sido desarrolladas como la gestión de información, llegando de un lugar a otro de manera rápida. Esta incluye a los bienes y servicios que se utilizan para hacer posible que esta información llegue de forma inmediata a su destinatario, entre ellas se tiene; los que hacen posible el almacenamiento de información, la recepción y envío de mensajes, y otros que muchas veces brindan soluciones inmediatas ante alguna búsqueda de información (Encalada, Morales, Magaña, & Yah, 2015). Asimismo, (Ashrafi & Murtaza, 2008) afirma que, las tecnologías de información y comunicación, están referidas a los productos que esto incluye para su adecuada función, las mismas que pueden ser; ordenadores portátiles o en muchas ocasiones de mesa, los teléfonos móviles, software de productividad en las organizaciones, editores de textos, hojas de cálculo, almacenamiento de datos, etc.

Esta cultura promueve el dialogo con su personal, busca más que solo darle información sobre la situación de la empresa, sino que busca escuchar las opiniones, críticas que sirvan como indicador para un mejor aprendizaje y de mejora, además busca aprovechar el talento individual para generar valor a la organización (Cambras, 2012). Por otro lado Vedoya (2014), la transversalidad de Tecnología, plantea el reto de aceptar su uso de manera general, pues al no hacerlo se estaría negando la alternativa de implementar la tecnología viéndose como un atraso cultural debido a que una estructura moderna exige realizar esos cambios en aras a la superación de aspectos o factores que hayan intervenido en la buena ejecución de los procesos, dado que así lo exige la necesidad de la actualidad en las organizaciones mejorando la comunicación interna, entre los trabajadores.

2.2.1.3. Comunicación 2.0

La comunicación 2.0, es la nueva conexión entre los empleados de una empresa para la transmisión de información corporativa. Esta interacción es más fácil gracias a las nuevas herramientas y medios digitales integrados en plataformas de uso social y de colaboración con la finalidad de mejorar la productividad, el conocimiento y la colaboración de los trabajadores de una organización. El fin que busca la comunicación 2.0 es la colaboración, evitando los conflictos laborales entre compañeros de trabajo. (Conrard, 2017) Tras el avance tecnológico y el uso del internet, las nuevas herramientas aplicadas para la comunicación son las siguientes: La red social, Blog interno, Los foros y Las wikis (Conrard, 2017).

2.2.2.1.1 Modelo Comunicación 2.0

De acuerdo con Abubaker, Dugger & Gill (2016), pudieron identificar que la comunicación interna 2.0, una parte importante en las redes sociales internas se centra en la evaluación de la comunicación, los factores clave para una implementación exitosa y las áreas potenciales de mejora. La comunicación interna 2.0., consiste en un conjunto de herramientas que permiten a los usuarios conocer y reaccionar ante la información en tiempo real y el contenido en evolución. Por otro lado, describen este escenario como un grupo de aplicaciones basadas en internet que se basan en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación e intercambio de contenido generado por el usuario. Además, Cusot y Falconí (2016) menciona como la comunicación digital revoluciona la cultura corporativa, en cuanto a que representa la relación entre la tecnología en constante cambio y un conjunto de maneras de comprender y relacionarse dentro de una compañía, lo cual se ha visto impulsado por el ingreso de la generación digital al mundo laboral, promovido principalmente por el empleo de herramientas 2.0. Asimismo, las herramientas 2.0 promueven la transparencia, debido a que no guarda información por el contrario fomenta la interacción e intervención de todos los integrantes de una entidad, favoreciendo además a la confianza e integración, ya que con base a ello se producen relaciones sólidas.

De acuerdo con Levenshus & Lemon (2017), la comunicación interna web son herramientas digitales o móviles interactivas que permiten a los usuarios acceder, crear o influir en el contenido, incluso dentro de un contexto de comunicación interna. Estas herramientas interactivas satisfacen los deseos de los empleados de tener la capacidad de expresar opiniones personales, crear contenido, crear comunidad y compartir conocimiento dentro de las organizaciones. Este tipo de comunicación brindan a los empleados una plataforma más amplia para expresar de manera instantánea y positiva los pensamientos positivos y negativos sobre los empleadores, pero igual es preferible incluir herramientas de comunicación 2.0., como intranets y boletines en línea para complementar la comunicación interna tradicional. La Comunicación interna 2.0., podría responder al llamado de más canales interpersonales que interactúen activamente con los empleados, ya que dichos canales interpersonales pueden mejorar la realidad compartida y la identificación de los empleados con la organización, al tiempo que mejoran la capacidad de los líderes para comunicarse con ellos.

La teoría propuesta por Cusot y Falconí (2016), indica que implementar la comunicación 2.0., en el interior de una organización es un desafío, porque realmente implica hacer una

modificación total de los procesos, como configurar la cultura, prácticas, poderes, dinámicas y formas de organización. Por ello su implantación es de alto riesgo, porque como puede mejorar la comunicación también puede empeorarla, pero con un adecuado plan de ejecución esta sería una herramienta eficaz y eficiente. Además, incorporar esta comunicación de 2.0. es primero verificar que el estilo de cultura organizacional permite realizar este tipo de modificaciones en la comunicación, ya que puede ocasionar que tenga un impacto significativo en el ADN organizacional, porque esta herramienta te incentiva a una acción y, si todo sale bien, hasta incluso puede ser perdurable y sostenible en el tiempo.

Según la comunicación 2.0 es el empleo de una serie de herramientas necesarias para el desarrollo de la integración dentro de las empresas, por lo que el empleo de nuevas tecnologías cambia o transforma los procedimientos de comunicación. La intranet ingresa como una herramienta para el desarrollo de la comunicación cumpliendo un papel como es la divulgación de los datos e información, se tiene herramientas que permitan la retroalimentación proporcional y fácil. La comunicación es considerada como una estrategia de las empresas que implica una mejor relación entre los trabajadores, lo cual fortalece al desarrollo de la compañía. Para fomentar una adecuada comunicación interna 2.0 es necesario emplear herramientas tecnológicas que beneficien el trabajo en equipo y el logro de los objetivos empresariales (García , 2018).

El avance tecnológico de la información, las telecomunicaciones y la computación, integran en las empresas una mirada distinta al habitual para acceder a la rapidez, la flexibilidad, la independencia, la interactividad, el desarrollo y comunicación interna dentro de la empresa, además el desarrollo de la implementación de diferentes plataformas tecnológicas permiten lograr una mayor circulación de la información y comunicación necesario para el alcance de los objetivos de las entidades (Cano, 2018).

La comunicación 2.0 es una estructura de constante cambio en donde los trabajadores participan en la generación e intercambio de información en un contexto favorecedor de las redes sociales. Según, Graells (2014) el modelo de la comunicación 2.0 consta de la gestión de disponibilidad y acceso de herramientas en línea, además de los conocimientos internos y externos desde una perspectiva de interacción entre los trabajadores centrado en el empleo de herramientas que permitan el trabajo colaborativo. Asimismo, la nueva era digital permite acceder y consumir nuevos servicios digitales, además en el ámbito empresarial permite planificar mejor los servicios y contenidos que ofrece por medio de la actitud digital relacionado

con el saber escuchar, responder y hacer. Por otro lado, se encuentra la creación de conocimiento y el compartir con los demás, ello relacionado con la construcción colectiva y la colaboración del personal de la empresa (Graells, 2014).

El enfoque de la comunicación 2.0 está relacionada con la “web community” en donde los trabajadores tienen la posibilidad de aprovechar toda la información disponible desde muchas áreas de la empresa y que proporciona diversos puntos de vista que permitirán tomar decisiones estratégicas para el éxito de la organización. Por lo que, la comunicación 2.0 permite que la empresa actúe de manera horizontal, generando que los trabajadores participen de manera igualitaria en la toma de decisiones aportando también en la solución de determinados problemas, además abarca la red e interacción democrática basado en la libertad de opinión en donde el sistema de comunicación e interacción no esté sometida a ningún poder y no exista coacciones o prohibiciones que prohíban la opinión de los trabajadores (Mozas y Bernal, 2012).

Entre las características que sobresalen de las empresas es que la comunicación 2.0 permite, que el empleo de la tecnología o el uso de los sistemas de información sea más fácil, lo cual permite que mejore la comunicación entre los trabajadores de las diversas áreas, además indica que debido a la usabilidad de la tecnología se organiza mejor el desempeño de los colaboradores debido a su facilidad de utilización y la generación de información de manera más rápida. Por otro lado, O'Reilly, Battelle y Edouard mencionaron un principio clave que caracteriza a la comunicación 2.0 como es la participación activa de los trabajadores por medio de la tecnología, en donde existe coordinación e integración entre los trabajadores. Asimismo, también se encuentra la reducción del control donde el equipo de la empresa es responsable de la ejecución de todo lo relacionado con el empleo de los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales con el propósito de mejorar la escucha activa entre los trabajadores (Molineros, Muñoz y Parra, 2015).

Acceso y disponibilidad: hace alusión a la accesibilidad a la información, los cuales se encontraban sólo dirigidos a poca audiencia y que, en la actualidad, esta se ha llegado a incrementar. El uso de tecnologías ha generado mayor accesibilidad a la información de la empresa, haciendo que la comunicación tenga una elevada participación de los agentes que conforman el proceso de comunicación. Además, Álvarez (2015), mencionó sobre este punto que la empresa debe brindar a sus empleados un amplio acceso a la información mediante el empleo de herramientas tecnológicas como las redes sociales,

la web, aplicaciones de sistemas de información, blog y línea telefónica, quienes deben hacer uso de ella mediante un manejo responsable.

La igualdad, refiere a una asimetría en el poder de información, debido a que tanto emisor como receptor genera contenido, o información. El uso de las tecnologías de comunicación como ordenadores, celulares, entre otros, en las empresas ha conllevado a que estas generen un tipo de comunicación horizontal o al mismo nivel, de tal manera que, en cualquier caso, imprevisto, ésta pueda actuar como un todo, es decir permite que los trabajadores tengan la misma capacidad de generar información relevante como los demás colaboradores de otras áreas de la entidad. Por otro lado, también indica la misma disponibilidad de acceso a la información que los trabajadores del resto de áreas (Luna, Ruiz y López, 2012).

La usabilidad, Esta dimensión hace alusión a la facilidad con que las tecnológicas es utilizada por los trabajadores para mejorar la comunicación. De acuerdo con Martelo, Jiménez, & Jaimes (2017), toda persona en una empresa debe tener la capacidad de utilizar las TIC para la transformación del saber y la generación de nuevos conocimientos. Con esta competencia se pretende dotar al empresario de los saberes necesarios para que funja como promotor de conocimientos y pueda decidir sobre relacionados con la capacidad de inversión en TIC. Asimismo, se considera como la capacidad de los trabajadores para emplear la tecnología informática como (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales) que le permitan mejorar la comunicación dentro de la empresa con los demás colaboradores.

La participación, enfocado a que cada persona que integre la empresa debe tener participación en la formulación de ideas, permitiendo una adecuada toma de decisiones, sin dejar atrás el empleo tecnológico. De acuerdo con Garrido & Putman (2018), el empleo de los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica en la organización permite la integración de los trabajadores de la empresa ya que, a partir de ésta, toda persona debe tener la adecuada coordinación de tareas y actividades entre los trabajadores que se encuentran en los diferentes niveles de la empresa.

La interacción, no es más que el participar, crear y compartir contenidos, con respecto al enfoque de la red, es decir distribuida por todos los participantes de la organización. Por otro lado, Martelo, Jiménez, y Jaimes (2017), mencionaron que el compartir la

comunicación, por medio del empleo de medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica, permite la interacción de forma más eficiente con los demás trabajadores de la empresa. Asimismo, el conocimiento implica coproducción y construcción de éste. La gestión del conocimiento tiene que ver con facilitar su distribución; conviene que la distribución se haga de abajo hacia arriba y como producto de la experiencia.

La construcción colectiva y colaboración, Esta dimensión refiere a que mediante el empleo de la tecnología (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), dentro de la entidad genera que pueda existir mayor colaboración entre los trabajadores, esto debido a que pueden coordinar mejor cada una de las actividades de la entidad con el único fin de poder generar contenido compartido a raíz de la inteligencia colectiva. Garrido & Putman (2018), el colaborador debe generar aportes que permitan a la mejora continua de los procesos o procedimientos en la organización. Jiménez y Jaimes (2017), la colaboración implica la capacidad para expresarse, establecer contacto y relacionarse en espacios virtuales y audiovisuales a través de diversos medios y con el manejo de múltiples lenguajes, de manera sincrónica y asincrónica. Esta competencia demanda disponer de personal calificado para que pueda establecer redes de comunicación entre proveedores y clientes.

El escuchar, responder y hacer, Refuerza la capacidad de conocer las opiniones de los colaboradores y ejecutar acciones para mejorar y/o remediar algún problema identificado mediante el empleo de redes sociales, correos y celulares, permitiendo además una relación entre los trabajadores respetuosa y alturada. Por otro lado, Garrido & Putman (2018), menciona la importancia que la comunicación por medio de las redes sociales y la tecnología móvil sea siempre de manera cordial y que ha demás permita mejorar la comunicación entre los diversos niveles de la entidad, además la comprensión de la información debe permitir un buen flujo de información evitando las incoherencias o estancamiento del mismo.

La red e interacción, permite el intercambio de la información con otras áreas de trabajo, por medio de correos electrónicos, redes sociales, aplicaciones y líneas telefónicas. Además, Álvarez (2015), resalta que, gracias a la comunicación multidireccional, la empresa no tendría restricciones en cuanto al flujo de conocimiento y participación de cada una de las personas que forman parte de la organización.

Asimismo, menciona sobre las redes de interacción las cuales deben acelerar los procesos comunicativos.

La reducción de control, Refiere a la disminución del control de los mensajes emitidos por medio de las redes sociales y telefonía por parte de los colaboradores. Por otra parte, permite expresarse con libertad sin presiones, logrando que la comunicación entre los trabajadores sea eficiente (García, 2018, p.11).

Desintermediación y horizontalidad, Es el enfoque de comunicación directa, donde se trate de crear espacios de comunicación y entablar contacto de igual a igual, sin intermediarios entre colaboradores con la alta dirección de la empresa, es indica la existencia de intermediarios dentro de la comunicación con otras áreas y con la gerencia gracias a las redes móviles y sociales, lo que lo convierte que la comunicación sea directa (Marulanda, 2015, p.264).

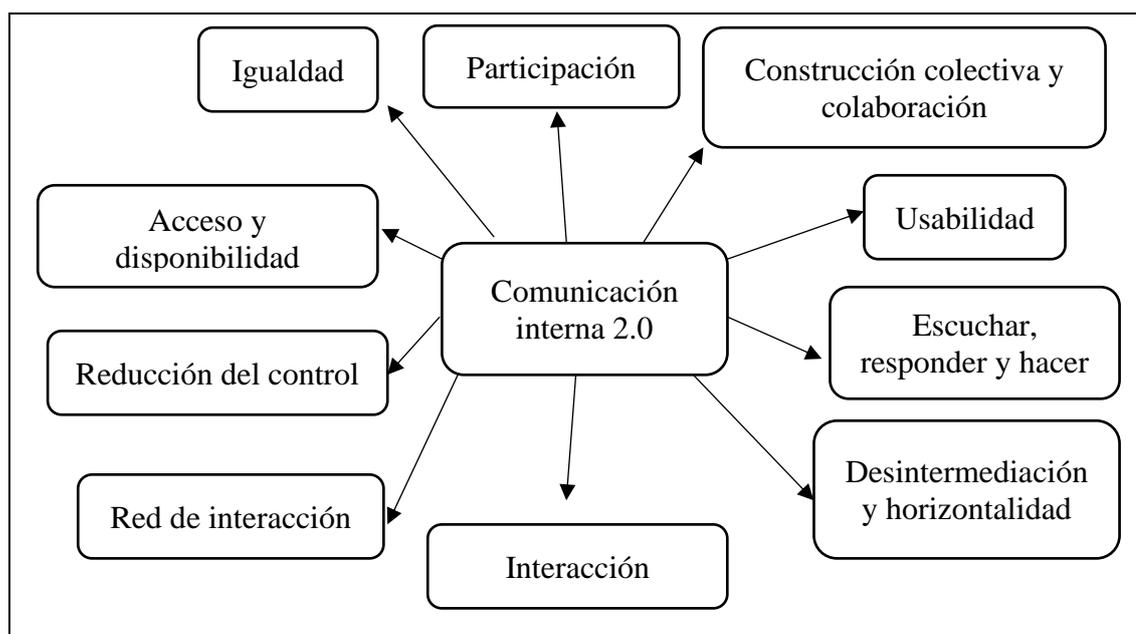


Figura 3: Modelo basado en Mozas y Bernal (2012), Graells (2014) y Molineros, Muñoz y Parra (2015)

La figura anterior muestra 10 dimensiones propuestas por Graells (2014), Mozas y Bernal (2012) y Molineros, Muñoz y Parra (2015) las cuales se encuentran orientadas hacia la cultura 2.0 y la comunicación interna de la organización.

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

Basado en la definición de Creswell (2014), la investigación propuesta tiene características que lo definen como investigación de enfoque cuantitativo, puesto que surge la necesidad de medir o cuantificar características de una variable en estudio de una situación problemática. Este enfoque hace uso de metodología estadísticas para contrastar hipótesis planteadas y llegar al cumplimiento de objetivos, mediante el análisis de datos, los cuales fueron tomados de fuentes primarias (a través de cuestionarios o entrevistas) y secundarias (análisis de registros).

La investigación es de tipo aplicada de nivel descriptivo, puesto que se aplicó metodologías estadísticas para la recolección de datos, que describen la realidad en estudio; dichos datos los cuales serán cuantificados para dar inicio a su procesamiento y la generación de resúmenes que detallaron la situación actual del tema en estudio (Creswell, 2014).

3.2. Diseño de investigación

Puesto que no hubo manipulación intencionada de la variable al momento de la recolección de datos, sumado a la no existencia de grupo control experimental, la presente investigación tiene un diseño de tipo no experimental. (Creswell, 2014). El diseño del estudio es transversal porque no repercutió, tampoco hizo alguna modificación en el estudio, simplemente analizó el suceso, en un tiempo determinado, describiendo la incidencia de las variables en un momento determinado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) la población es un grupo de fenómenos que tienen algo en común. El término a menudo se refiere a un grupo de personas, es decir, es cualquier gran colección de objetos o individuos, como adultos, estudiantes u objetos sobre los cuales se desea información.

En la investigación la población estuvo compuesta por los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., siendo un total de 51 individuos que prestan servicios en las áreas que constituyen la empresa, representados por los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C, mismos a los cuales se les aplicó un instrumento que permita

medir el comportamiento de la variable Comunicación 2.0. Estos fueron previamente identificados mediante un censo, donde se diagnosticó el número de colaboradores que laboran en la empresa. Es censal debido a que se ha considerado conveniente identificar y valorar los componentes que pertenecen a la población ya que permitirá conocer a fondo todas las posibles realidades que influyen en su desenlace.

3.4. Criterios de selección de la población

Se seleccionó a la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., debido al acceso a la información que proporciona dicha empresa y lo más importante porque se identificó un problema real dentro de la organización.

La empresa cuenta con varios trabajadores entre nuevos y antiguos, siendo conveniente encuestar a colaboradores con igual o más de dos años prestando servicios a la empresa, se tomó este criterio porque estos empleados ya tienen más experiencia sobre cómo se realizan los procesos y la comunicación dentro de la empresa, además deben contar con disponibilidad de tiempo para dar respuesta al instrumento aplicado.

Se aplicó el instrumento en el mes de octubre del 2018, y de acuerdo con los horarios, se aplicará la encuesta, en la hora del almuerzo de los trabajadores, para el cual se llegará entre 10 a 15 minutos antes de su hora de descanso, para poder evitar interrupciones en sus labores o funciones. Es por ello que se estableció esa hora para poder tener la disponibilidad de la mayoría de trabajadores.

3.5. Operacionalización de la variable

Tabla 2.

Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala	Técnica
Comunicación 2.0	la comunicación 2.0 es el empleo de una serie de herramientas necesarias para el desarrollo de la integración dentro de las empresas, por lo que el empleo de nuevas tecnologías cambia o transforma los procedimientos de comunicación (García, 2018).	<p>La variable Comunicación 2.0 se encuentra conformada por 10 dimensiones</p> <p>Acceso y disponibilidad</p> <p>La igualdad</p> <p>La usabilidad</p> <p>La participación</p> <p>La interacción</p> <p>La construcción colectiva y colaboración</p> <p>El escuchar, responder y hacer</p> <p>La red e interacción</p> <p>La reducción de control</p> <p>Desintermediación y horizontalidad</p>	<p>Accesibilidad a medios de comunicación</p> <p>Disponibilidad a la información</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>Capacidad de generar información</p> <p>Igualdad de acceso a la información</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>Capacidad de uso de herramientas tecnológicas de información</p> <p>Capacitaciones para el uso de TIC</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>Participación en la toma de decisiones</p> <p>Participación en la formulación de nuevas ideas.</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>Interacción entre los miembros del área</p> <p>Interacción entre los miembros de otras áreas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Considero que existe un fácil acceso a las a herramientas tecnológicas, como la web, redes sociales, aplicaciones, sistemas de información, línea telefónica, blogs (herramientas 2.0) dentro de mi trabajo. 2. En mi área de trabajo no me restringen el empleo de redes sociales y celular. 3. Siempre tengo disponible en mi área de trabajo la web, celulares, aplicaciones, línea telefónica y sistemas de información en general que me permitan comunicar y ser comunicado. 4. Mediante el empleo de herramientas (ordenadores, celulares, entre otros), tengo la misma capacidad de generar información importante como los demás trabajadores de la empresa. 5. Tengo la misma disponibilidad de acceso a la información que los trabajadores de las demás áreas de trabajo. 6. Poseo las mismas facultades de responder a llamadas, preguntas (sobre el trabajo) mediante aplicaciones de redes sociales que mis compañeros. 7. Poseo la capacidad de poder usar herramientas informáticas para mejorar la comunicación en la empresa con mis compañeros. 8. Recibo capacitaciones que me permitan usar de mejor manera las herramientas informáticas, con el fin de mejorar la comunicación en dentro de mi trabajo. 9. En la empresa, el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales), es visto positivamente por la alta dirección. 10. En la empresa constructora Pérez & Pérez SAC, el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), me permite tener mayor participación de la toma de decisiones de la empresa. 11. Mediante el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), he podido participar en formulación de nuevas ideas, que permitan mejoras y el óptimo cumplimiento de los objetivos en los proyectos realizados. 	Escala Likert	Encuesta

			<p>----- ----- Colaboración entre el personal de la empresa. Predisposición de colaboración entre el personal y gerencia ----- ----- Capacidad de escuchar a lo mencionado por los colaboradores Capacidad para responder a las dudas de los colaboradores Capacidad de mejora tras lo conversado ----- ----- Enfoque Multidireccional Posibilidades de intercambio de información con todas las áreas de la empresa. ----- ----- Ausencia de control sobre los mensajes comunicados Direccionamiento de la comunicación</p>	<p>12. Gracias a los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica, puedo interactuar de la manera más eficiente con mis compañeros del área de trabajo. 13. Gracias a los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica, puedo interactuar de la manera más eficiente con mis compañeros de otras áreas de la empresa. 14. El empleo de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), permite una mayor sociabilización generando un clima laboral más agradable dentro de la empresa. 15. Gracias al uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros; durante el proceso de comunicación de la empresa, he mejorado mi capacidad de atender a mis compañeros siempre que presentan dudas o necesitan hablar conmigo. 16. Mediante el empleo de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros; en el proceso de comunicación, puedo responder de manera más eficiente los requerimientos de la empresa. 17. Debido al uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros; en el proceso de comunicación la empresa, he podido presenciar mejoras en las coordinaciones que se realizan en la empresa. 18. Considero que la comunicación que se realiza en la empresa por medio de celulares, correos y redes sociales, es siempre aturada y respetuosa. 19. Considero que los directivos que se han podido comunicar con mi persona por medio de redes sociales y tecnología móvil, siempre lo han hecho de la manera más cordial. 20. Considero que, mediante el uso de las redes sociales y la tecnología móvil, se ha podido mejorar la comunicación en los diferentes niveles de la empresa 21. En la empresa me encuentro a diario intercambiando información con otras áreas de trabajo, mediante correos electrónicos, aplicaciones, redes sociales y líneas telefónicas 22. El control sobre los mensajes emitidos por medio de telefonía y redes sociales no es controlado, lo que</p>		
--	--	--	--	--	--	--

			<p>hacia el beneficio empresarial.</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>Ausencia de intermediarios en la comunicación del área de trabajo</p> <p>Ausencia de intermediarios en la comunicación con las demás áreas de trabajo.</p>	<p>permite expresarme con total libertad y sin presiones, haciendo de la comunicación más eficiente</p> <p>23. Recibo capacitación por parte de la empresa con el fin de conocer el objetivo de emplear las redes sociales y aparatos telefónicos dentro de la empresa</p> <p>24. Existen intermediarios dentro de la comunicación dentro de mi área de trabajo, gracias a las redes sociales y la red móvil, por lo que ésta es directa</p> <p>25. Existen intermediarios dentro de la comunicación con otras áreas y con la gerencia, gracias a las redes sociales y la red móvil, por lo que ésta es directa.</p>		
--	--	--	--	--	--	--

3.6. Técnicas e instrumentos

Técnica

La técnica utilizada para proceder con la recolección de los datos fue la encuesta y su herramienta fue el cuestionario, el cual ha sido estructurado según las dimensiones de la comunicación, mencionada en la base teórica. El instrumento estuvo conformado por ítems que estuvieron estructurado según la metodología valorativa de Likert, el cual tiene una escala ordinal.

Categoría	Código
Totalmente desacuerdo	1
Desacuerdo	2
Indiferente	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

La técnica de encuesta se utilizó con el fin de obtener resultados relevantes, de la situación actual en la organización, con el fin de conocer sus características y elementos de la variable en estudio, la cual es la comunicación interna, que estuvo conformado por 10 dimensiones: igualdad, usabilidad, participación, interacción, construcción colectiva y colaboración, escuchar, responder y hacer, red e interacción, reducción de control, desintermediación y horizontalidad.

Instrumento

Para ello se ha elaborado un cuestionario, el cuestionario se desarrolló en base al modelo de comunicación 2.0 abordado por autor Graells (2014), Mozas y Bernal (2012) y Molineros, Muñoz y Parra (2015) en los cuales resaltan 10 dimensiones: acceso y disponibilidad, la igualdad, la usabilidad, la participación, la interacción, la construcción colectiva y colaboración, el escuchar, responder y hacer, la red e interacción, la reducción de control, desintermediación y horizontalidad, haciendo un total de 25 preguntas, este instrumento se elaboró basándose en la literatura de los autores mencionados, por ello se realizó la validación por juicio de expertos, quienes confirmaron la validez de dicho instrumento, y también se realizó la confiabilidad mediante la prueba Alpha de Cronbach para fundamentar dicha validez.

Tabla 3
Validez de criterio mediante Pearson

		Acceso y disponibilidad	La igualdad	La usabilidad	La participación	La interacción	La construcción colectiva y colaboración	El escuchar, responder y hacer	La red e interacción	La reducción de control	Desintermediación y horizontalidad	Comunicación 2.0
Acceso y disponibilidad	Correlación de Pearson	1	,857**	,862**	,910**	,868**	,832**	,873**	,895**	,869**	,895**	,935**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
La igualdad	Correlación de Pearson	,857**	1	,884**	,886**	,850**	,802**	,877**	,865**	,886**	,898**	,932**
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
La usabilidad	Correlación de Pearson	,862**	,884**	1	,908**	,871**	,883**	,915**	,893**	,872**	,914**	,951**
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
La participación	Correlación de Pearson	,910**	,886**	,908**	1	,854**	,892**	,917**	,876**	,873**	,910**	,952**

Desintermediación y horizontalidad	Correlación de Pearson	,895**	,898**	,914**	,910**	,904**	,889**	,888**	,931**	,903**	1	,976**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Comunicación 2.0	Correlación de Pearson	,935**	,932**	,951**	,952**	,934**	,922**	,945**	,951**	,938**	,976**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo con los resultados se obtuvo que las relaciones entre las dimensiones acceso y disponibilidad, la igualdad, la usabilidad, la participación, la interacción, la construcción colectiva y colaboración, el escuchar, responder y hacer, la red e interacción, la reducción de control, desintermediación y horizontalidad son generalmente positiva muy fuertes y positiva perfecta. Asimismo, las relaciones entre las dimensiones con la variable comunicación 2.0 es positiva perfecta, lo que indica que existe validez de criterio en el instrumento.

Instrumento para medición de la comunicación interna 2.0

Ficha técnica

Nombre: Cuestionario de comunicación interna 2.0 (versión para empleados).

Autor: Sharol Sheila Golac Baca

Administración: Individual y colectiva.

Duración: Aproximadamente 10 minutos.

Niveles de aplicación: Sin tipo de trabajador en específico

Finalidad: Medir la valoración de las dimensiones: igualdad, usabilidad, participación, interacción, construcción colectiva y colaboración, escuchar, responder y hacer, red e interacción, reducción de control, desintermediación y horizontalidad.

El instrumento fue aplicado dentro de la organización por los trabajadores de la empresa constructora Pérez y Pérez S.A.C., resultados que nos sirvieron para conocer la situación actual de la variable en estudio de investigación que es la comunicación 2.0 y sus componentes. El cuestionario utilizado tuvo la siguiente confiabilidad, la cual fue hallada mediante la prueba estadística Alpha de Cronbach, pero se presentará de forma detallada mediante la confiabilidad de cada dimensión de la variable:

Tabla 4
Confiabilidad por dimensiones

Nº	COMUNICACIÓN 2.0: DIMENSIONES	Alfa de Cronbach
1	Acceso y disponibilidad	.895
2	La igualdad	.901
3	La usabilidad	.845
4	La participación	.889
5	La interacción	.856
6	La construcción colectiva y colaboración	.906
7	El escuchar, responder y hacer	.859
8	La red e interacción	.832
9	La reducción de control	.915
10	Desintermediación y horizontalidad	.947
	COMUNICACIÓN 2.0 ES:	.988

3.7. Procedimientos

Tras realizar el análisis de confiabilidad del instrumento, donde el alfa de Cronbach tuvo un resultado de 0.988, el cuestionario de 25 elementos fue aceptado, es por ello que los procedimientos consistieron en el apersonamiento a la empresa Pérez y Pérez S.A.C., específicamente al área de gerencia, con el fin de solicitar el permiso pertinente. Una vez que se obtenga el permiso solicitado, seguidamente se solicitó el horario del personal en el que ellos estarán disponibles para responder al cuestionario planteado.

Según los horarios brindados, se tuvo en consideración la hora del almuerzo de los trabajadores, para el cual se llegará entre 10 a 15 minutos antes de su hora de descanso. Si por algún caso no es posible conseguir encuestar a todos los trabajadores en un mismo día, se tomará como alternativa seguir la aplicación al día siguiente considerando nuevamente la hora del almuerzo y el tiempo de llegada anticipada a la empresa.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Tras la aplicación del instrumento a los colaboradores de la empresa se procedió con la creación y el llenado de la base de datos en la hoja de cálculo Excel, el cual estuvo estructurado mediante tantas filas como tamaño de muestra dado en el estudio, y tantas columnas según la cantidad de ítems planificados para el desarrollo de la investigación. Los datos descritos en la base de datos son de tipo numérico y que posteriormente fueron codificados en el programa de análisis estadístico SPSS para luego proceder con el análisis descriptivo de los datos.

Para dar respuesta a los objetivos de investigación planteados, fueron necesarios el análisis conciso de los resúmenes descriptivos de cada ítem pertenecientes a su respectiva dimensión, y para determinar el diagnóstico general de la variable en estudio, fue necesario la realización de baremos los cuales estuvieron en función de las puntuaciones totales de cada dimensión, y que permitieron describir de forma general el calificativo de la variable en estudio. Siendo que la construcción de baremos permite una mejor interpretación, mediante la atribución a cada una de ellas de un determinado valor (Pérez, García, Gil, & Galán, 2017).

A partir de lo descrito, la escala se baremó con la finalidad de otorgar una mejor interpretación de los resultados, debido a que estos se encuentran conforme a sus dimensiones, para los cuales se establecieron límites de puntuación de acuerdo al número de ítems, a quienes se le asignó un valor de acuerdo al rango obtenido, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Sabiendo que el cuestionario consta de 25 preguntas y su escala de medición es del 1 al 5, entonces el mínimo puntaje que un encuestado puede brindar es de 25 mientras que el máximo sería 125, para ello se debe sacar el rango el cual es la resta del mayor puntaje menos el menor que es igual a 100 y como se quiere baremar en tres valores entonces ese rango se divide entre 3, arrojando una amplitud redondeada de 33, es decir que al mínimo valor se le sumara esa cantidad y se le restará uno como se muestra a continuación:

Mínimo (Min): 25

Máximo (Max): 125

Rango (R): 100

Amplitud (A): 33

Tabla 5

Tabla de baremos Comunicación 2.0

Valoración	Operación	Mínimo	Máximo	Rango
Malo	Min + A	25	58	25-58
Regular	58 + A	59	92	59-92
Bueno	Max	93	125	93-125

De igual forma para las dimensiones se tendrá en cuenta, pero teniendo en cuenta la cantidad de preguntas por ello se debe tomar en cuenta la siguiente tabla:

Tabla 6

Tabla de baremos Dimensiones

DIMENSIONES	Valor
Acceso y disponibilidad	1 (Dimensiones con 2 preguntas)
La igualdad	
La usabilidad	
La participación	
La interacción	
La construcción colectiva y colaboración	
El escuchar, responder y hacer	2 (Dimensión con 3 preguntas)
La red e interacción	
La reducción de control	3 (Dimensión con 6 preguntas)
Desintermediación y horizontalidad	3 (Dimensión con 6 preguntas)

Teniendo en la tabla anterior elaborada se procederá a realizar los baremos por dimensiones:

Tabla 7
Tabla de baremos Dimensiones

Valor	Baremo	Operación	Mínimo	Máximo	Rango
1	Malo	Min + A	2	5	2-5
	Regular	6 + A	6	9	6-9
	Bueno	Max	10	10	10
2	Malo	Min + A	3	7	3-7
	Regular	8 + A	8	12	8-12
	Bueno	Max	13	15	13-15
3	Malo	Min + A	6	14	6-14
	Regular	15 + A	15	23	15-23
	Bueno	Max	24	30	24-30

Las dimensiones del valor 1 constan de 2 preguntas y su escala de medición es del 1 al 5, entonces el mínimo puntaje que un encuestado puede brindar es de 2 mientras que el máximo sería 10, para ello se debe sacar el rango el cual es la resta del mayor puntaje menos el menor que es igual a 8 y como se quiere baremar en tres valores entonces ese rango se divide entre 3, arrojando una amplitud redondeada de 3, es decir que al mínimo valor se le sumara esa cantidad y así en cada nivel.

Mientras que la dimensión del valor 2 constan de 3 preguntas y su escala de medición es del 1 al 5, entonces el mínimo puntaje que un encuestado puede brindar es de 3 mientras que el máximo sería 15, para ello se debe sacar el rango el cual es la resta del mayor puntaje menos el menor que es igual a 12 y como se quiere baremar en tres valores entonces ese rango se divide entre 3, arrojando una amplitud redondeada de 4, es decir que al mínimo valor se le sumara esa cantidad y así en cada nivel.

Finalmente, la dimensión del valor 3 constan de 6 preguntas y su escala de medición es del 1 al 5, entonces el mínimo puntaje que un encuestado puede brindar es de 6 mientras que el máximo sería 30, para ello se debe sacar el rango el cual es la resta del mayor puntaje menos el menor que es igual a 24 y como se quiere baremar en tres valores entonces ese rango se divide entre 3, arrojando una amplitud redondeada de 8, es decir que al mínimo valor se le sumara esa cantidad y así en cada nivel.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 8.
Matriz de consistencia

Problema principal	Objetivo principal	Hipótesis principal	Dimensiones/ Variables	Indicadores/ Operacionalización
<p>Existen muchas situaciones que afectan negativamente la productividad y clima laboral de una organización. Una de las principales causas se le atribuye a la falta de comunicación interna entre trabajadores de una misma área, los cuales generan confusión, desorganización y baja productividad individual y colectiva.</p> <p>¿Cómo es el uso de la comunicación 2.0, desde la perspectiva de los colaboradores en la Empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., Moyobamba 2018?</p>	<p>Determinar el uso de la comunicación 2.0 desde la perspectiva de los colaboradores, en la Empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Evaluar el acceso y la disponibilidad de herramientas 2.0 en la comunicación interna de la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018.</p> <p>Evaluar la igualdad en el proceso de comunicación interna en la empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018.</p> <p>Diagnosticar usabilidad de la tecnología involucrada en el proceso de comunicación Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018.</p> <p>Evaluar la participación de los colaboradores en la comunicación dentro de la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018</p> <p>Evaluar la interacción de los colaboradores mediante el proceso de comunicación en la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018</p>	<p>H_i: El uso de la comunicación 2.0 desde la perspectiva de los colaboradores, en la Empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C, es deficiente.</p> <p>H_o: El uso de la comunicación 2.0 desde la perspectiva de los colaboradores, en la Empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C, es eficiente.</p>	<p>Variable 1: Comunicación 2.0 de acuerdo Graells (2014), Mozas y Bernal (2012) y Molineros, Muñoz y Parra (2015), esta comprende las siguientes dimensiones:</p> <p>Acceso y disponibilidad La igualdad La usabilidad La participación La interacción La construcción colectiva y colaboración El escuchar, responder y hacer La red e interacción La reducción de control Desintermediación y horizontalidad</p>	<p>Accesibilidad a medios de comunicación Disponibilidad a la información ----- Capacidad de generar información Igualdad de acceso a la información ----- Capacidad de uso de herramientas tecnológicas de información Capacitaciones para el uso de TIC ----- Participación en la toma de decisiones Participación en la formulación de nuevas ideas. ----- Interacción entre los miembros del área Interacción entre los miembros de otras áreas. ----- Colaboración entre el personal de la empresa. Predisposición de colaboración entre el personal y gerencia ----- Capacidad de escuchar a lo mencionado por los colaboradores Capacidad para responder a las dudas de los colaboradores Capacidad de mejora tras lo conversado ----- Enfoque Multidireccional Posibilidades de intercambio de información con todas las áreas de la empresa. ----- Ausencia de control sobre los mensajes comunicados Direccionamiento de la comunicación hacia el beneficio empresarial. ----- Ausencia de intermediarios en la comunicación del área de trabajo Ausencia de intermediarios en la comunicación con las demás áreas de trabajo.</p>

	<p>Diagnosticar la construcción colectiva y la colaboración existente en la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018</p> <p>Evaluar las capacidades de escuchar, responder y hacer dentro de la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018</p> <p>Evaluar la red e interacción existente en la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018</p> <p>Diagnosticar la reducción del control en los procesos de comunicación dentro de la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018</p> <p>Evaluar la desintermediación y horizontalidad existente en la empresa Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018</p>		
<p>Diseños de Investigación</p> <p>El diseño es no experimental transversal.</p>	<p>Población/Muestra</p> <p>Conformada por 51 unidades de análisis, representados por los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C.</p> <p>Muestreo es censal.</p>	<p>Técnicas Estadísticas</p> <p>La técnica utilizada fue el Alpha de Cronbach</p>	<p>Tipo de Investigación</p> <p>Enfoque cuantitativo Tipo aplicada Nivel es descriptivo</p>

3.10. Consideraciones éticas

Legitimidad: el respeto a la propiedad intelectual es la base que rige la presente investigación; por tanto, toda teoría y definiciones descritas en la presenta, estarán regidas bajo las citas de las normas APA.

Veracidad: la información presentada son el resultado verídico del estudio ejecutado, no habrá manipulación de información el cual beneficie a los objetivos de la investigación.

Consentimiento informado: los datos recabados, serán verdaderos y bajo consentimiento de los participantes de la investigación, así mismo, información extra utilizada para el procedimiento de obtención de datos, serán o tenidos según los procedimientos establecidos por la entidad en donde se realizará el estudio.

Anonimato: la información recibida de los encuestados solo será utilizada con fines académicos, no se procederá a la divulgación a terceras personas ajenas a la investigación.

IV. Resultados y discusión

Tabla 9.

Resultados descriptivos por medias

Nº	COMUNICACIÓN 2.0: DIMENSIONES	Media
1	Acceso y disponibilidad	2.75
2	La igualdad	2.77
3	La usabilidad	2.68
4	La participación	2.73
5	La interacción	2.71
6	La construcción colectiva y colaboración	2.55
7	El escuchar, responder y hacer	2.72
8	La red e interacción	2.83
9	La reducción de control	2.66
10	Desintermediación y horizontalidad	2.71
COMUNICACIÓN 2.0 ES:		2.70

De acuerdo a los resultados se observa que las dimensiones; acceso y disponibilidad, igualdad, usabilidad, participación, interacción, construcción colectiva y colaboración, escuchar, responder y hacer, red e interacción, reducción de control, desintermediación y horizontalidad, de la variable Comunicación 2.0, presentan una media mínima de 2.66 hasta 2.83, por lo que las valoraciones por parte de los trabajadores se encontraron entre ‘en desacuerdo’ e ‘indiferente’.

A continuación, se muestran las medias individuales de cada ítem en el instrumento de evaluación:

Tabla 10*Medias individuales – Acceso y disponibilidad*

	ACCESO Y DISPONIBILIDAD	MEDIA	D.E.
1	Considero que existe un fácil acceso a las a herramientas tecnológicas, como la web, redes sociales, aplicaciones, sistemas de información, línea telefónica, blogs (herramientas 2.0) dentro de mi trabajo	2.71	1.22
2	En mi área de trabajo no me restringen el empleo de redes sociales y celular	2.80	1.23
		2.75	

Según los resultados mostrados, son pocos los colaboradores de la empresa constructora Pérez y Pérez S.A.C., que tienen acceso y disponibilidad de una Comunicación 2.0, dentro de la empresa, pues al parecer no tienen un acceso compartido y fácil de las herramientas tecnológicas, de lo que la empresa hace (Media=2.71), así como la frecuente existencia de restricciones en el empleo de redes sociales y celular (Media=2.80). Esto es muy importante ya que es imprescindible que tengan acceso y disponibilidad, además que éstos deben ser interiorizados por los trabajadores.

Tabla 11*Medias individuales – La igualdad*

	LA IGUALDAD	MEDIA	D.E.
1	Siempre tengo disponible en mi área de trabajo la web, celulares, aplicaciones, línea telefónica y sistemas de información en general que me permitan comunicar y ser comunicado	2.78	1.23
2	Mediante el empleo de herramientas (ordenadores, celulares, entre otros), tengo la misma capacidad de generar información importante como los demás trabajadores de la empresa	2.75	1.24
		2.77	

De acuerdo a esos resultados son pocos los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., que tienen Igualdad de Comunicación 2.0, dentro de la empresa, pues tienen disponibilidad en su área de trabajo la web (Media=2.78), además emplean herramientas y dispositivos tecnológicos (Media=2.75). Esto es muy importante ya que es imprescindible que exista igualdad para todos los colaboradores.

Tabla 12.

Medias individuales – La usabilidad

	LA USABILIDAD	MEDIA	D.E.
1	Tengo la misma disponibilidad de acceso a la información que los trabajadores de las demás áreas de trabajo	2.61	1.26
2	Poseo las mismas facultades de responder a llamadas, preguntas (sobre el trabajo) mediante aplicaciones de redes sociales que mis compañeros	2.75	1.29
		2.68	

Los resultados muestran que, son pocos los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., que tienen Usabilidad de Comunicación 2.0, dentro de la empresa, pues tienen disponibilidad de acceso de información (Media=2.61), además poseen las mismas facultades de responder llamadas a preguntas (Media=2.75). Esto es muy importante ya que la usabilidad tendrá un gran aporte.

Tabla 13.

Medias individuales – La participación

	LA PARTICIPACIÓN	MEDIA	D.E.
1	Poseo la capacidad de poder usar herramientas informáticas para mejorar la comunicación en la empresa con mis compañeros	2.75	1.29
2	Recibo capacitaciones que me permitan usar de mejor manera las herramientas informáticas, con el fin de mejorar la comunicación en dentro de mi trabajo	2.71	1.31
		2.73	

De acuerdo a ello, se puede interpretar que, son pocos los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., que tienen Participación de Comunicación 2.0, dentro de la empresa, pues los colaboradores poseen la capacidad de poder emplear las herramientas informáticas (Media=2.75), además reciben capacitaciones que permiten usar de mejor manera las herramientas informáticas (Media=2.71). Esto es muy importante ya que resalta la participación de los colaboradores.

Tabla 14

Medias individuales – La interacción

	LA INTERACCIÓN	MEDIA	D.E.
1	En la empresa, el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales), es visto positivamente por la alta dirección.	2.75	1.26
2	En la empresa constructora Pérez & Pérez SAC, el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), me permite tener mayor participación de la toma de decisiones de la empresa.	2.69	1.22
		2.71	

Los resultados muestran que son pocos los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., que tienen Interacción de Comunicación 2.0, dentro de la empresa, pues usan las herramientas 2.0, de forma positiva por la alta dirección (Media=2.75), además se les permite participación en toma de decisiones de la empresa (Media=2.69). Esto es muy importante ya que la interacción de los colaboradores ayuda a un adecuado uso de las herramientas tecnológicas, y estas a su vez refuerzan la rapidez y la eficiencia de sus funciones, como también en la participación de manera directa e indirecta en las decisiones que tome la empresa.

Tabla 15.
Medias individuales – La construcción colectiva y colaboración

	LA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA Y COLABORACIÓN	MEDIA	D.E.
1	Mediante el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), he podido participar en formulación de nuevas ideas, que permitan mejoras y el óptimo cumplimiento de los objetivos en los proyectos realizados.	2.57	1.3
2	Gracias a los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica, puedo interactuar de la manera más eficiente con mis compañeros del área de trabajo.	2.53	1.15
		2.55	

Los resultados de tabla anterior, se observó que hay una pequeña cantidad de trabajadores de la empresa que realizan un trabajo conjunto en el uso de la comunicación 2.0, ya que con el uso de herramientas 2.0 han podido participar en formulación de nuevas ideas, mejorando y optimizando el cumplimiento de objetivos (Media=2.57), además gracias a los medios tecnológicos como el acceso a internet, puede interactuar de manera eficiente (Media=2.53). Esto es muy importante la construcción y colaboración de los trabajadores para que crezca la comunicación.

Tabla 16.
Medias individuales – El escuchar, responder y hacer

	EL ESCUCHAR, RESPONDER Y HACER	MEDIA	D.E.
1	Gracias a los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica, puedo interactuar de la manera más eficiente con mis compañeros de otras áreas de la empresa.	2.75	1.26
2	El empleo de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), permite una mayor sociabilización generando un clima laboral más agradable dentro de la empresa.	2.69	1.24
		2.72	

Se llega a interpretar que, son pocos los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., que el escuchar, responder y hacer respecto a la Comunicación 2.0, dentro de la empresa, pues los medios tecnológicos, donde se pueda interactuar de la manera más eficiente (Media=2.75), además del empleo de herramientas 2.0, que permite una mayor sociabilización (Media=2.69).

Tabla 17

Medias individuales – La red e interacción

	LA RED E INTERACCIÓN	MEDIA	D.E.
1	Gracias al uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros; durante el proceso de comunicación de la empresa, he mejorado mi capacidad de atender a mis compañeros siempre que presentan dudas o necesitan hablar conmigo.	2.80	1.25
2	Mediante el empleo de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros; en el proceso de comunicación, puedo responder de manera más eficiente los requerimientos de la empresa.	2.86	1.25
		2.83	

Se puede interpretar que, son pocos los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., gracias al uso de herramientas tecnológicas y medios de comunicación, han mejorado la capacidad de atención a sus compañeros (Media=2.80), además, mediante el empleo de celulares, en el proceso de comunicación, pueden responder de forma más eficiente aquellos requerimientos de la empresa (Media=2.86).

Tabla 18*Medias individuales – La reducción de control*

	LA REDUCCIÓN DE CONTROL	MEDIA	D.E.
1	Debido al uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros; en el proceso de comunicación la empresa, he podido presenciar mejoras en las coordinaciones que se realizan en la empresa.	2.67	1.14
2	Considero que la comunicación que se realiza en la empresa por medio de celulares, correos y redes sociales, es siempre alturada y respetuosa.	2.75	1.29
3	Considero que los directivos que se han podido comunicar con mi persona por medio de redes sociales y tecnología móvil, siempre lo han hecho de la manera más cordial.	2.59	1.29
		2.66	

De acuerdo a los resultados mostrados, son pocos los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., que debido al uso de celulares han presenciado mejoras en las coordinaciones que se realizan en la organización (Media=2.67), además no consideran que la comunicación que se realiza en la empresa por medio de celulares, es siempre alturada y respetuosa (Media=2.75), además no consideran que los directivos se han podido comunicar con sus trabajadores por medio de redes sociales (Media=2.59).

Tabla 19.*Medias individuales – Desintermediación y Horizontalidad*

	DESINTERMEDIACIÓN Y HORIZONTALIDAD	MEDIA	D.E.
1	Considero que, mediante el uso de las redes sociales y la tecnología móvil, se ha podido mejorar la comunicación en los diferentes niveles de la empresa.	2.84	1.31
2	En la empresa me encuentro a diario intercambiando información con otras áreas de trabajo, mediante correos electrónicos, aplicaciones, redes sociales y líneas telefónicas.	2.57	1.22
3	El control sobre los mensajes emitidos por medio de telefonía y redes sociales no es controlado, lo que permite expresarme con total libertad y sin presiones, haciendo de la comunicación más eficiente.	2.65	1.21
4	Recibo capacitación por parte de la empresa con el fin de conocer el objetivo de emplear las redes sociales y aparatos telefónicos dentro de la empresa.	2.78	1.20
5	Existen intermediarios dentro de la comunicación dentro de mi área de trabajo, gracias a las redes sociales y la red móvil, por lo que ésta es directa.	2.75	1.19
6	Existen intermediarios dentro de la comunicación con otras áreas y con la gerencia, gracias a las redes sociales y la red móvil, por lo que ésta es directa.	2.71	1.33
		2.71	

Los resultados obtenidos, muestran que son pocos los colaboradores de la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., se ha mejorado por medio de las redes sociales la comunicación en todos los niveles de la empresa (Media=2.84), además no existe una coordinación de información por medio de correo electrónico entre compañeros de trabajo (Media=2.57), además el control sobre los mensajes emitidos por medio de telefonía no son controlados, (Media=2.65), además los colaboradores reciben capacitaciones por parte de la empresa con el fin de conocer objetivos de utilizar las redes sociales (Media=2.78), existen pocos intermediarios dentro de la comunicación en cada área de trabajo, con la utilización de redes sociales y la red móvil (Media=2.75), además existen pocos intermediarios dentro de la comunicación con otras áreas (Media=2.71).

Por otro lado, para el análisis de las figuras por dimensiones la escala fue baremada en 3 niveles, con la finalidad de que exista una mayor comprensión de la interpretación, siendo que cada dimensión se evaluó según si el elemento en cuestión es malo, regular o bueno dentro de la comunicación 2.0.

Evaluación del acceso y la disponibilidad de herramientas 2.0 en la comunicación interna de la Empresa.

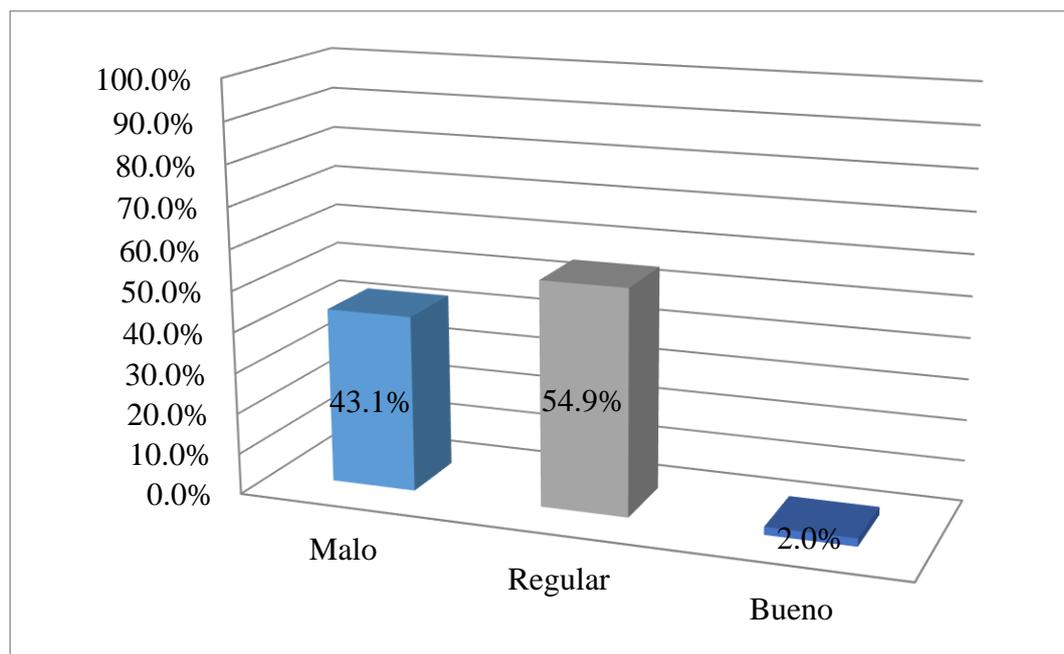


Figura 4. *Dimensión acceso y disponibilidad*

De acuerdo a los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa, teniendo respecto a la primera dimensión, Acceso y disponibilidad, una valoración de regular debido a que cierto porcentaje siendo un más de la mitad, que no considera que tienen regular acceso a las herramientas tecnológicas, entre ellas la web, redes sociales y otras aplicaciones, además un pequeño porcentaje solo lo califica como bueno, lo que indica que posiblemente en ocasiones no se les restringen el uso de celulares y otros medios de comunicación. Por otro lado, se observa que, a el 43.1% indica que es malo el hecho que no exista fácil acceso a las herramientas tecnológicas, como la web, redes sociales, aplicaciones, sistemas de información, línea telefónica, blogs (herramientas 2.0) dentro de su trabajo; en tanto el acceso y disponibilidad de las herramientas tecnológicas de comunicación que tiene la empresa, desde la perspectiva del trabajador son regulares debido al poco acceso al que tienen a dichas herramientas.

Evaluación de la igualdad en el proceso de comunicación interna en la empresa.

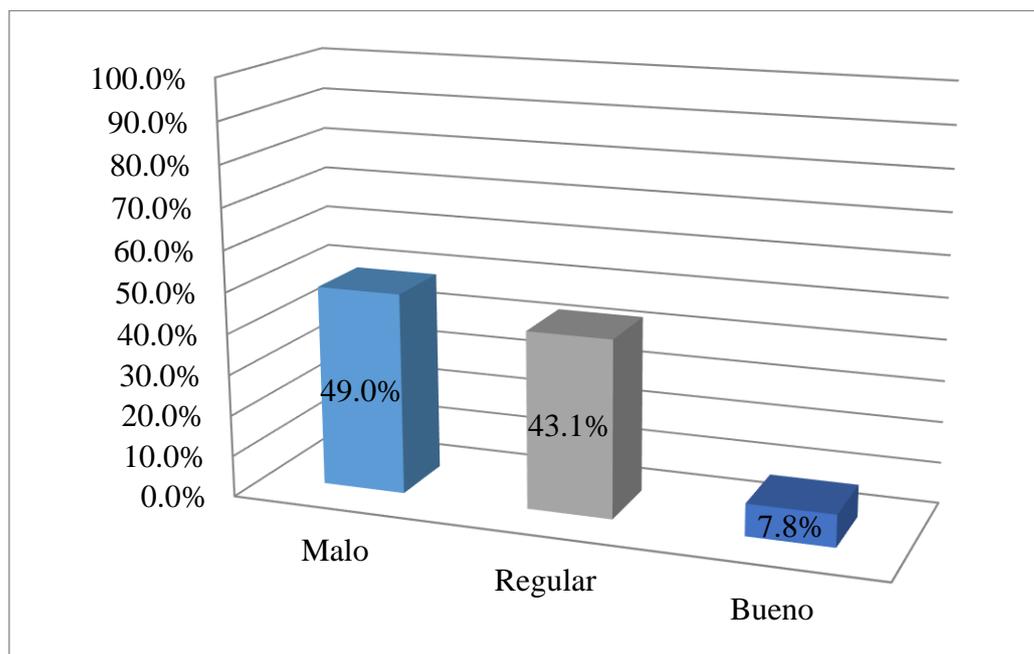


Figura 5. Dimensión igualdad

Concerniente a los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa, teniendo respecto a la segunda dimensión, Igualdad, una valoración de malo por el 49% de los encuestados donde señalan que, si tienen la disponibilidad en cada área de trabajo para intercambiar información, un pequeño porcentaje se encuentra en un nivel malo, y tan solo un pequeño porcentaje lo considera como bueno. Ello explicado porque el 43.1% señaló que es malo tener siempre disponible en su área de trabajo la web, celulares, aplicaciones, línea telefónica y sistemas de información en general que le permita comunicar; en tanto el 7.8% calificó como bueno que mediante el empleo de herramientas (ordenadores, celulares, entre otros), tiene la misma capacidad de generar información importante como los demás trabajadores de la empresa.

Diagnóstico de la usabilidad de la tecnología involucrada en el proceso de comunicación de la empresa.

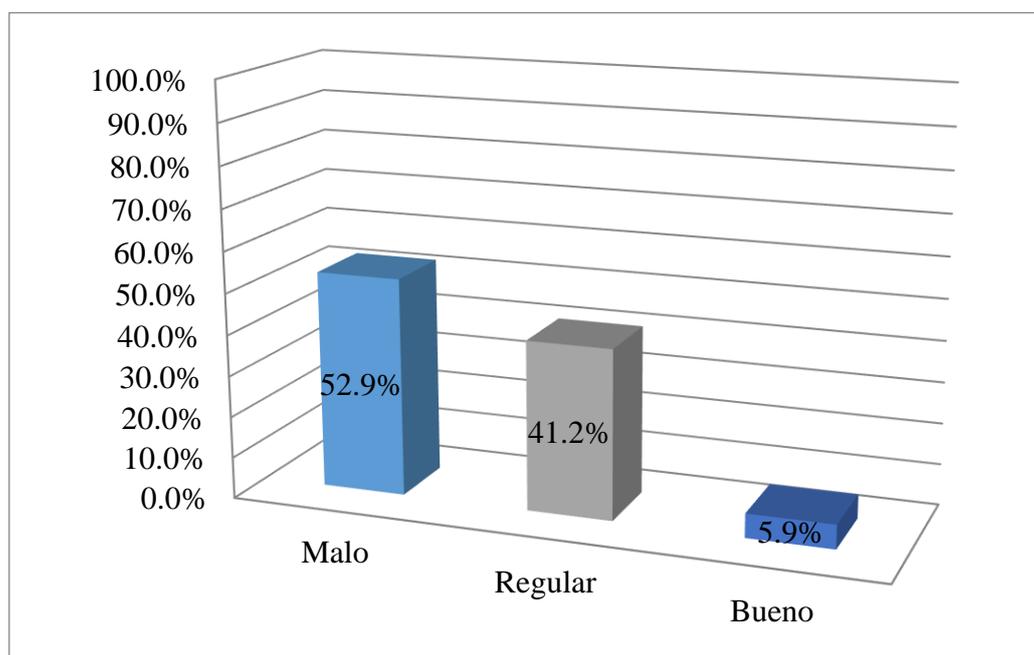


Figura 6. *Dimensión usabilidad*

Según los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa, teniendo respecto a la tercera dimensión, Usabilidad, donde la gran mayoría afirmó que no existe mediante el empleo de herramientas y además no poseen las mismas facultades de responder a llamadas en las redes sociales al igual que sus compañeros. Ello explicado porque el 52.9% manifestó como malo en cuanto a tener la misma disponibilidad de acceso a la información que los trabajadores de las demás áreas de trabajo; en tanto el 5.9% lo cataloga como bueno respecto a poseer las mismas facultades de responder a llamadas, preguntas (sobre el trabajo) mediante aplicaciones de redes sociales que sus compañeros.

Evaluación de la participación de los colaboradores en la comunicación dentro de la Empresa.

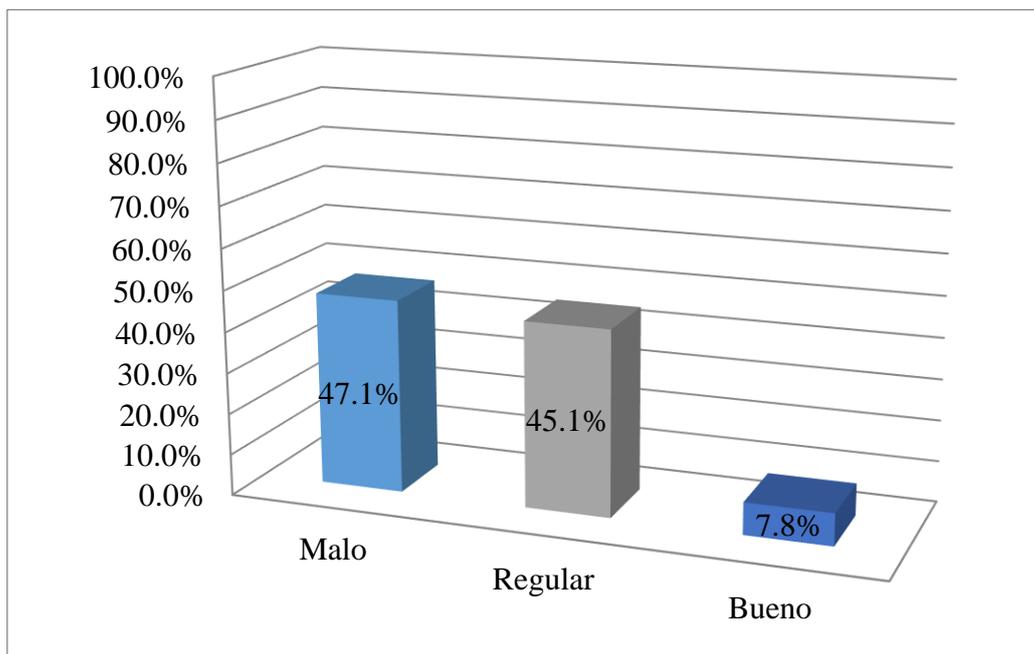


Figura 7. Dimensión participación

De acuerdo a los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa, teniendo respecto a la cuarta dimensión, Participación, donde existe una valoración por parte de los trabajadores por el uso de forma inadecuada de los medios tecnológicos, donde se puede evidenciar que, un 47.1% precisó como malo el hecho de poseer la capacidad de poder usar herramientas informáticas para mejorar la comunicación en la empresa con sus compañeros; en tanto el 45.1% manifestó que es regular el recibir capacitaciones que me permitan usar de mejor manera las herramientas informáticas, con el fin de mejorar la comunicación dentro del trabajo.

Evaluación de la interacción de los colaboradores mediante el proceso de comunicación en la Empresa.

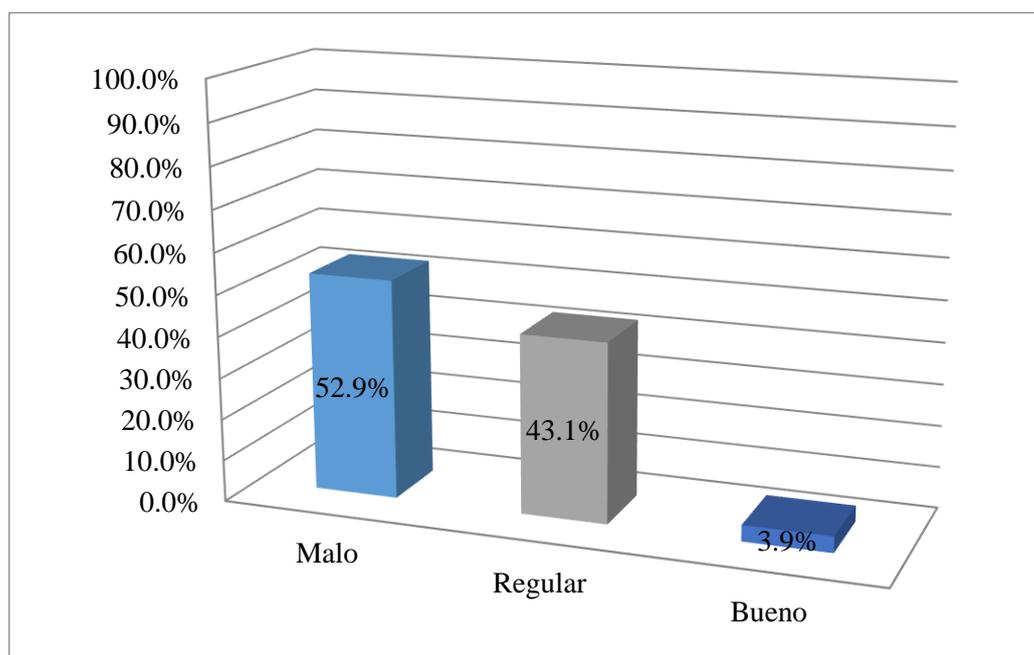


Figura 8. *Dimensión interacción*

Según los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa Constructora Pérez & Pérez SAC, teniendo respecto a la quinta dimensión, Interacción, se encontró que, un porcentaje considerable afirma que, gracias a los medios tecnológicos, no se puede tener una mayor interacción. Ello explicado porque el 52.9% indicó como malo que, en la empresa, el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales), es visto positivamente por la alta dirección; en tanto el 43.1% señaló como regular que en la empresa constructora Pérez & Pérez SAC, el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), permite tener mayor participación de la toma de decisiones de la empresa.

Diagnóstico de la construcción colectiva y la colaboración existente en la Empresa.

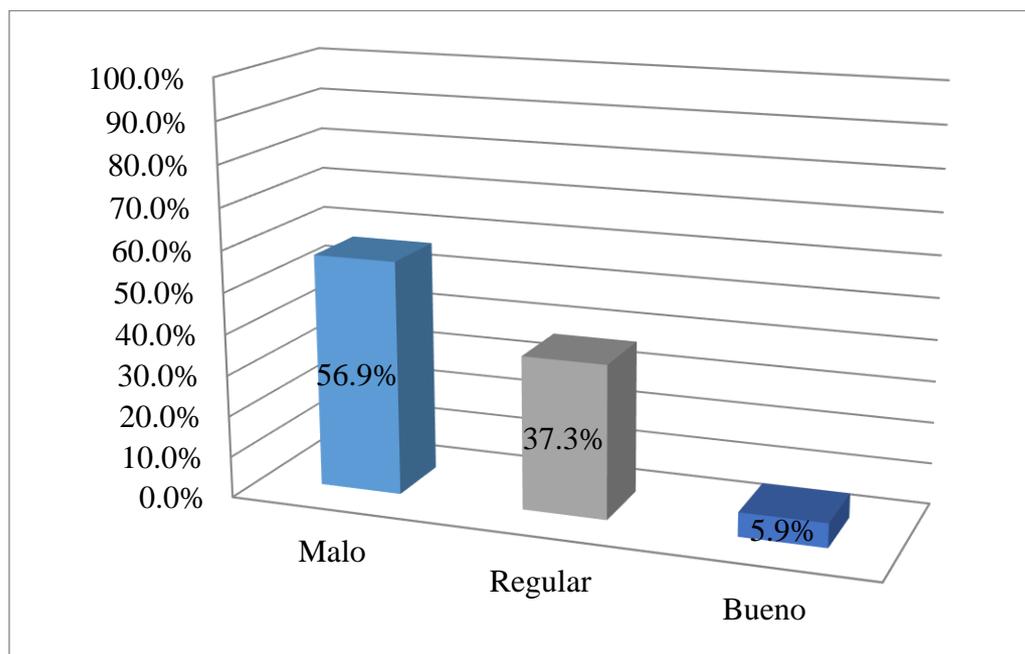


Figura 9. Dimensión construcción colectiva

Los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa, teniendo respecto a la sexta dimensión, Construcción colectiva, donde la mayor parte de los encuestados no se encuentran de acuerdo con que el uso de herramientas, durante procedimientos de comunicación en la empresa, lo que no genera una mejora en la predisposición para que aporten con sus superiores, ello explicado porque el 56.9% se indicó como malo en cuanto a que mediante el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), ha podido participar en formulación de nuevas ideas, que permitan mejoras y el óptimo cumplimiento de los objetivos en los proyectos realizados; sumado a que el 37.3% señaló como regular, que gracias a los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica, puede interactuar de la manera más eficiente con sus compañeros del área de trabajo.

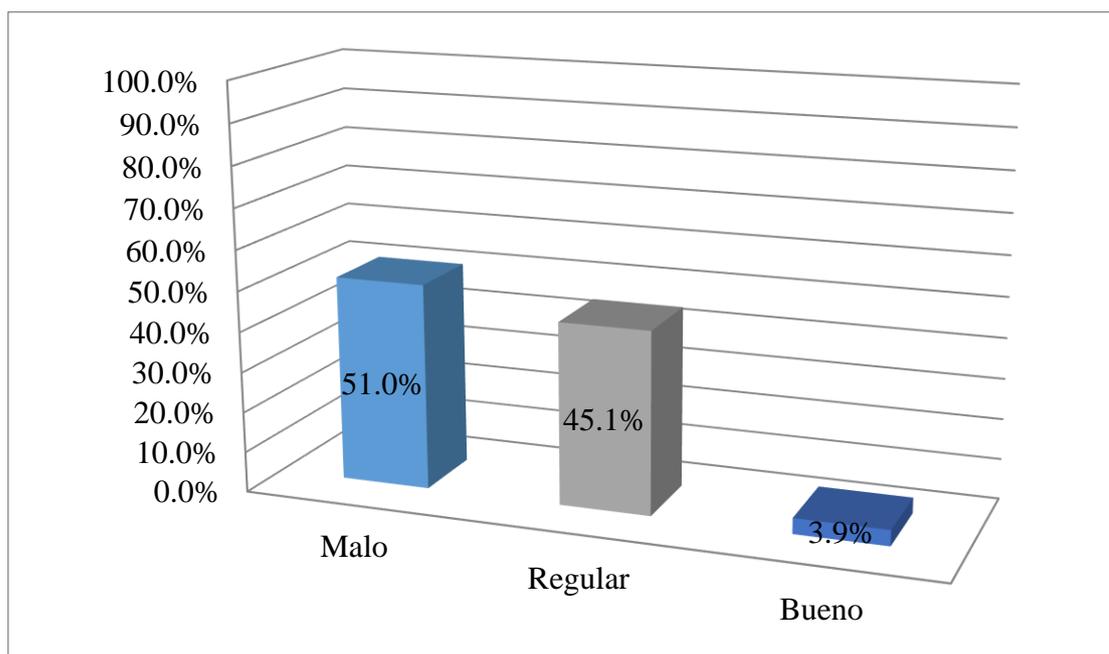
Evaluación de las capacidades de escuchar, responder y hacer dentro de la Empresa.

Figura 10. *Dimensión escuchar, responder y hacer*

Los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa, teniendo respecto a la séptima dimensión, Escuchar, responder y hacer, lo que es explicado porque el 51% indicó como malo que gracias a los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica, puede interactuar de la manera más eficiente con sus compañeros de otras áreas de la empresa; sumado a que el 45.1% manifestó que es regular que el empleo de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), permite una mayor sociabilización generando un clima laboral más agradable dentro de la empresa.

Evaluación de la red e interacción existente en la Empresa.

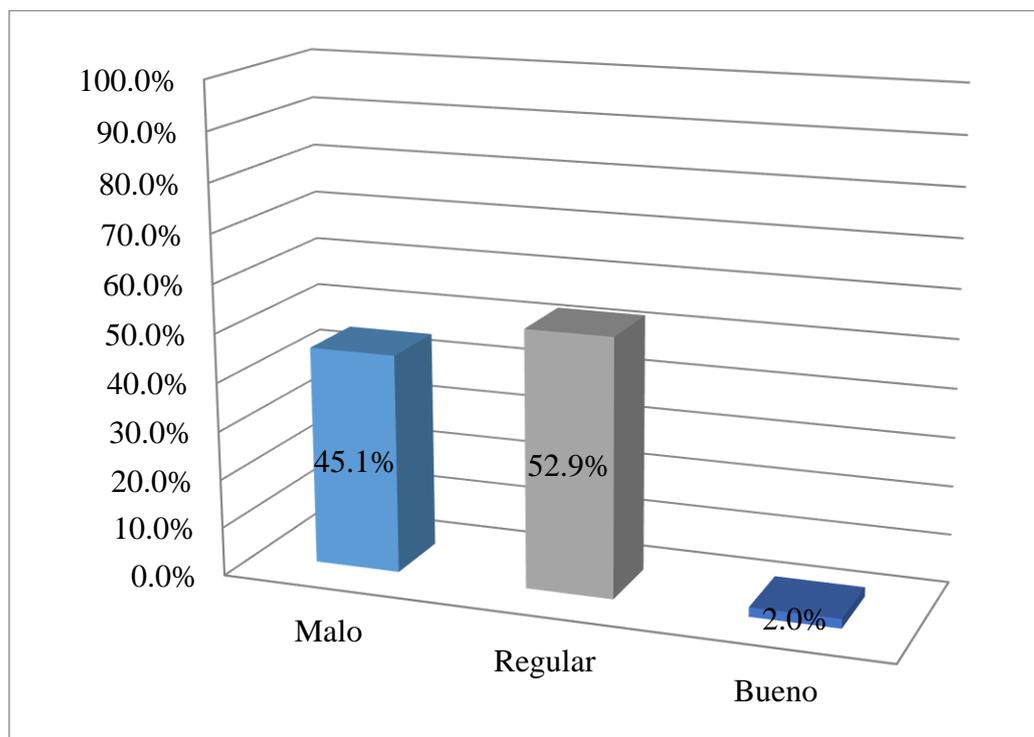


Figura 11. *Dimensión red e interacción*

Según los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa, teniendo respecto a la novena dimensión, Red e interacción, una valoración de regular en promedio de acuerdo a los 52.9% de los trabajadores, ya que mediante el uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros, durante el proceso de comunicación de la empresa, algunas veces ha permitido mejorarla capacidad de atender a los colaboradores ante la presencia de dudas o cuando requieren alguna comunicación; mientras que el 45.1% manifestó como malo, ya que, mediante el empleo de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, en el proceso de comunicación, no se ha podido generar una mayor eficiencia ante los requerimientos de la empresa, dificultando las labores de los colaboradores.

Diagnóstico de la reducción del control en los procesos de comunicación dentro de la Empresa.

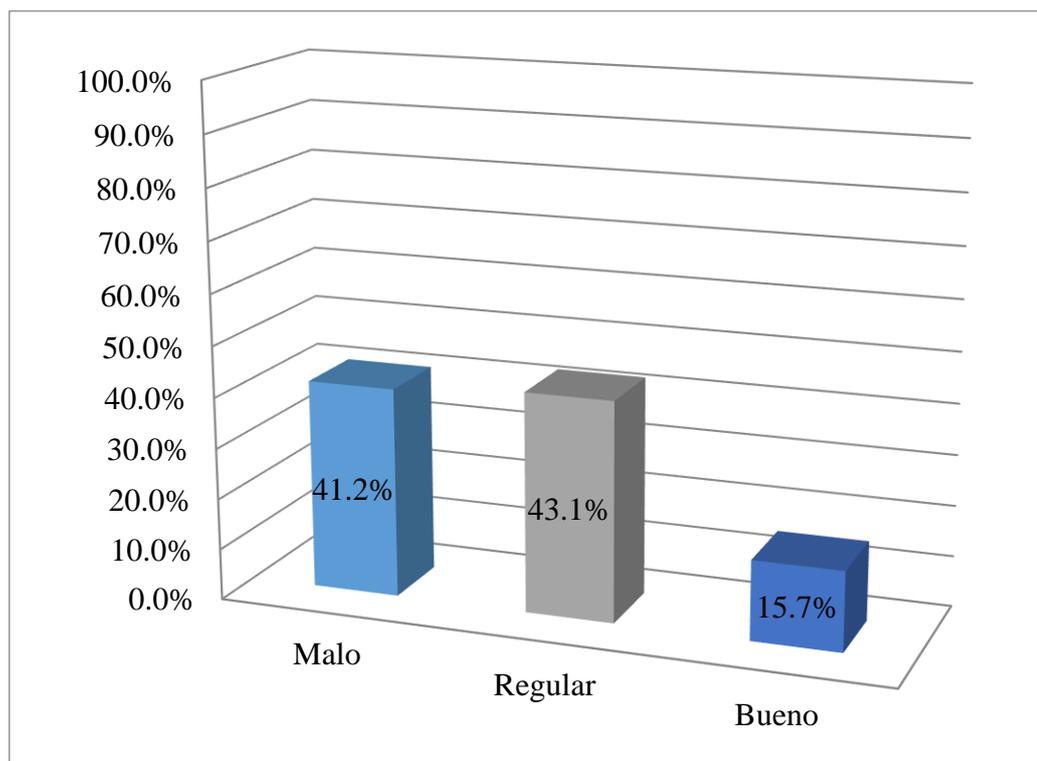


Figura 12. Dimensión reducción del control

Los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa, teniendo respecto a la décima dimensión, Reducción de control, tiene una valoración de regular, porque el 43.1% señaló que debido al uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, en el proceso de comunicación la empresa, ha podido presenciar mejoras en las coordinaciones que se realizan en la empresa, sumado a que el 41.2% refirió como malo considerar que la comunicación que se realiza en la empresa por medio de celulares, correos y redes sociales, es siempre alturada y respetuosa; y además el 15.7% precisó que es bueno, al considerar que los directivos que se han podido comunicar con su persona por medio de redes sociales y tecnología móvil, siempre lo han hecho de la manera más cordial.

Evaluación de la desintermediación y horizontalidad existente en la empresa.

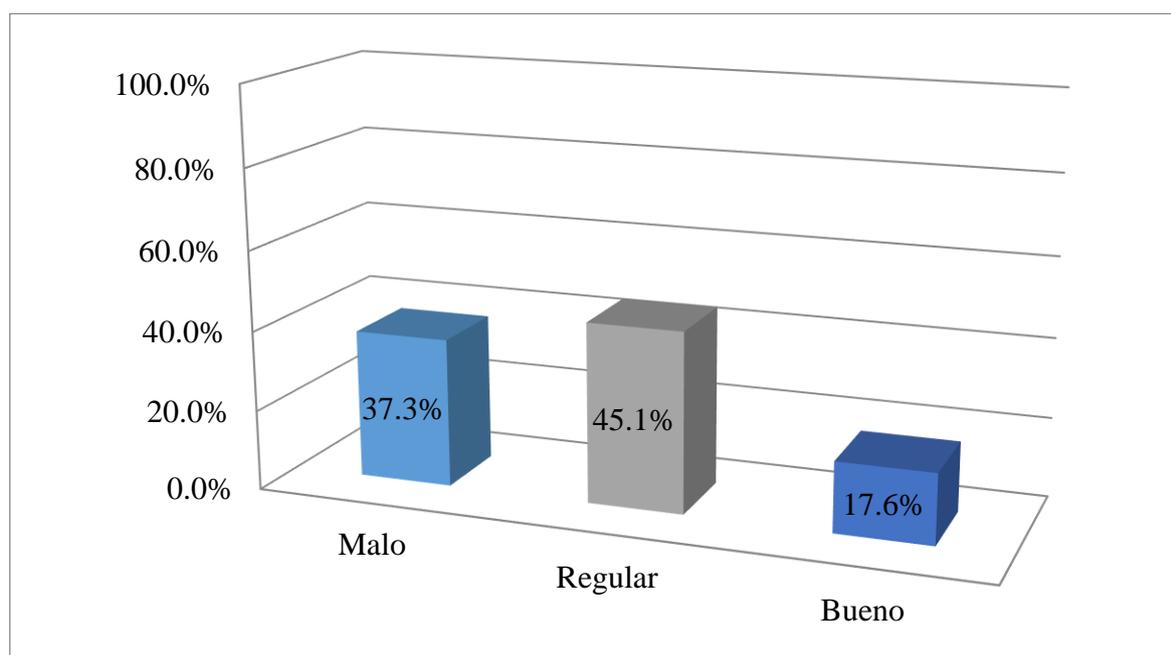


Figura 13. Dimensión desintermediación y horizontalidad

Según los resultados obtenidos, tras la aplicación del cuestionario a los 51 colaboradores de la empresa, teniendo respecto a la décimo primera dimensión, Desintermediación y horizontalidad, lo cual indica que se encuentra en un nivel regular así considerado por la mayoría de los encuestados, porque el 45.1% señaló que, mediante el uso de las redes sociales y la tecnología móvil, se ha podido mejorar la comunicación en los diferentes niveles de la empresa; el 37.3% señaló que es malo, porque en la empresa se encuentra a diario intercambiando información con otras áreas de trabajo, mediante correos electrónicos, aplicaciones, redes sociales y líneas telefónicas; el 17.6% indicó que es bueno el control sobre los mensajes emitidos por medio de telefonía y redes sociales no es controlado, lo que permite expresarse con total libertad y sin presiones, haciendo de la comunicación más eficiente.

Determinación del uso de la comunicación 2.0 desde la perspectiva de los colaboradores, en la Empresa.

Tabla 20.
Comunicación 2.0 en la empresa

Dimensiones	Malo	Regular	Bueno
Acceso y disponibilidad	43.1%	54.9%	2.0%
La igualdad	49.0%	43.1%	7.7%
La usabilidad	52.9%	41.2%	5.9%
La participación	47.1%	45.1%	7.8%
La interacción	52.9%	43.1%	3.9%
La construcción colectiva y colaboración	56.9%	37.3%	5.9%
El escuchar, responder y hacer	51.0%	45.1%	3.9%
La red e interacción	45.1%	52.9%	2.0%
La reducción de control	41.2%	43.1%	15.7%
Desintermediación y horizontalidad	37.3%	45.1%	17.6%
TOTAL	35.3%	41.2%	23.5%

Fuente: Tabulación realizada

De acuerdo a estos resultados se pudo obtener que la comunicación 2.0 en la empresa, es regular , ya que existen restricciones para utilizar las herramientas 2.0., lo que hace que no lo empleen para mejorar la comunicación entre compañeros o superiores, lo que conlleva que los trabajadores no pueden desenvolverse de una mejor manera en sus labores y mejorar su desempeño, ya que la comunicación interna 2.0 permite conectar personas entre personas con información más eficaz entre compañeros de trabajo.

Discusión

La finalidad de esta investigación es realizar un diagnóstico de lo que perciben los trabajadores de la utilización de la comunicación 2.0. De acuerdo con la teoría empleada con lo cual se pueda determinar que 1) el acceso y la disponibilidad de herramientas es regular, 2) la igualdad en el proceso de comunicación interna es malo, 3) la usabilidad de la tecnología involucrada es mala, 4) la participación de los colaboradores en la comunicación es mala, 5) la interacción de los colaboradores es mala, 6) la construcción colectiva y la colaboración es mala 7) las capacidades de escuchar, responder y hacer dentro de la organización son malas, 8) la red e interacción existente es regular, 9) la reducción del control es regular, y 10) la desintermediación y horizontalidad existente es regular.

De acuerdo a los resultados obtenidos, dan sustento a la hipótesis general de la investigación, la cual fue determinar el uso de la comunicación 2.0 desde el punto de vista de los colaboradores de la organización, se está llevando a cabo de manera regular, porque muchos de los trabajadores no hacen un uso adecuado de las diferentes herramientas tecnológicas que permitan una mejor comunicación entre colaboradores y con sus superiores, así como evidenciar poca capacidad de uso de estos recursos para efectivizar su trabajo, ya sea la agilización documentaria con otras áreas u ofrecer respuestas inmediatas con el resto de colaboradores, esto no guarda relación con otros autores como por ejemplo Álvarez (2015), en donde encontró que los empleados con una comunicación 2.0., tienen una adecuada utilización y pertinente de este tipo de tecnológica, ya que estos trabajadores pueden compartir lo que están haciendo y pedir ayuda a tiempo real, todo para dar solución algún problema y hacer fluida la comunicación entre compañeros,

Otro resultado, demuestra que el acceso y la disponibilidad de herramientas 2.0, en la comunicación interna de la empresa, es calificado por los trabajadores como regular, debido a que no tienen un fácil acceso a la tecnología, esto imposibilita que los trabajadores empleen la comunicación 2.0 dentro la organización, también por que la empresa solo reserva los medios tecnológicos para trabajadores de un nivel jerárquico medio y alto. Otros autores discrepan con lo encontrado como, por ejemplo, Cortez, (2016), en donde afirman que los colaboradores mediante la web 2.0; y su acceso ha fortalecido los canales de comunicación sin jerarquizaciones; ofreciendo la posibilidad de interacción multilateral de la misma forma que las redes sociales.

Con lo que respecta a la igualdad en el proceso de comunicación interna, es calificada como mala, esto debido a que no todas las áreas de la entidad tienen la facilidad de acceso para comunicarse por medio del empleo de la tecnología, ello a que son pocas las áreas que cuentan con dichos recursos tecnológicos, lo que genera incomodidad ante la poca facilidad de comunicarse por medio de la tecnología, limitando su capacidad de lograr ventajas laborales y competitivas, esto discrepa con otros autores como por ejemplo, Calero (2015) quien mostró niveles interesantes dentro del proceso de comunicación interna, siendo esto fundamental para mejorar el funcionamiento de los niveles de la organización, donde el asegurar un proceso eficiente de la comunicación interna permitirá que esto se refleje de manera externa, lo cual genera una satisfacción entre los stakeholders.

En lo referente a la usabilidad de la tecnología involucrada en el proceso de comunicación es mala, esto debido a que no se les permite usar los medios tecnológicos ni obtener información de otras áreas, además que no pueden usar las redes sociales comunicativas, para cualquier aviso o información de relevancia dentro de la organización, esto se relaciona con otros autores como por ejemplo Rivas, Málaga, Ruiz, Huayanay y Curioso (2015), donde el uso de la tecnología en el proceso de comunicación de la empresa era deficiente, y que era importante establecer nuevas estrategias de comunicación interna en donde se permita una correcta evaluación de las tecnologías de comunicación, las cuales serán de ayuda a los colaboradores.

Así mismo la participación de los colaboradores en la comunicación es mala, ya que no consideran que necesariamente se deba emplear los medios tecnológicos para ser más participativos o mantener comunicación con sus compañeros, porque se ha evidenciado que algunos trabajadores no cuentan con la capacidad para la utilización de los medios tecnológicos, en pro de una buena comunicación, además no reciben capacitaciones para el adecuado uso de las tecnológicas brindadas por la empresa. Hay otros investigadores que asientan con lo encontrado como, por ejemplo, García, (2018), quien explica que la valoración de la comunicación no es óptima, sobre todo en el uso de tecnologías, lo cual a su vez se ve influenciado por la cultura organizacional dentro de la organización para el normal desarrollo de las funciones dentro de la compañía, lo cual genera deficiencias en el proceso comunicacional de la organización.

Con respecto a la interacción de los colaboradores mediante el proceso de comunicación es malo, esto porque no consideran que sea necesaria la comunicación 2.0,

tampoco que se aplique para que sean más interactivos con sus compañeros, porque según indican los recursos tecnológicos causan distracción en las labores, por ello la empresa no permite el uso continuo de estos medios informáticos, ocasionando que la interacción entre los trabajadores sea nula, hay autores que concuerdan con este resultado como por Ingelmo, Navarro, & Sanz (2017), perciben la comunicación 2.0, pueda tener un impacto en la interacción de los trabajadores, pero no es necesario para que sea efectiva, dado que también pueden utilizar otros medios de comunicación entre compañeros de trabajo.

Otro resultado sobre la construcción colectiva y la colaboración es malo, ya que no consideran necesario que se empleen la tecnología para que lleguen a formular nuevas ideas y mantener una interacción con sus compañeros, esto no permite que se cumplan ciertos objetivos con eficacia y rapidez dentro de sus funciones, ya que mediante el internet se puede realizar una comunicación más ágil y espontánea entre trabajadores, lo cual no guarda relación con otros autores como por ejemplo Untiveros (2017), indicó que la evolución de la comunicación a 2.0, que a lo largo de su implementación en las organizaciones ha impactado en los objetivos de los mismos, logrando una mayor participación y colaboración entre los mismos colaboradores, permitiendo desarrollar sus actitudes de liderazgo, empatía, disposición de escucha, transparencia de información e ideas innovadoras frente a conflictos, que fortalecen el trabajo en equipo generando un desarrollo eficiente de sus respectivas actividades.

Así mismo las capacidades de escuchar, responder y hacer en la organización son malas, debido a que no consideran que sea necesario, el uso de medios tecnológicos, para que exista más sociabilización en el clima laboral, además los trabajadores tienen dificultades para comunicarse con otras área de la empresa y encontrar nuevas lazos de amistad y tener más confianza entre compañeros de trabajo, esto coincide con autores como por ejemplo Ingelmo, Navarro, & Sanz (2017), consideran que la importancia del uso de las herramientas 2.0 en la comunicación interna de la empresa, sin embargo, por una ausencia de profundizar en el tema la investigación no emplea hacen uso de la comunicación 2.0.

Se corroboró que la evaluación de la red e interacción existente en la empresa es regular, ya que mediante el uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros, durante el proceso de comunicación de la empresa, algunas veces ha permitido mejorarla capacidad de atender a los colaboradores ante la presencia de dudas o cuando requieren alguna comunicación, por ello investigadores como por ejemplo Rivas, Málaga, Ruiz, Huayanay y Curioso (2015), coinciden con lo importante que es la implementación de nuevas estrategias de

comunicación interna, en la que se minimice la utilización de los móviles, sobre todo tomando en cuenta a las personas que tienen un estado de salud delicado, y posiblemente sea mejor que se realice interacciones de manera normal sin el empleo de medios tecnológicos.

Lo encontrado con la reducción del control en los procesos de comunicación es regular, ya que el uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, en el proceso de comunicación ha generado que la empresa mejore las coordinaciones que se realizan entre los trabajadores; otros autores como por ejemplo Calero (2015), indican que la reducción en el control de los procesos de comunicación no llegará a solucionar problemas de confianza, buena comunicación o información entre compañeros de trabajo, lo que hace que de alguna manera muy por el contrario se limite a los trabajadores a que desempeñen sus funciones eficientemente, desde el punto de vista que es una buena fuente de comunicación e intercambio de información.

Se determinó que la desintermediación y horizontalidad existente en la empresa es regular, ya que mediante el uso de las redes sociales y la tecnología móvil, se ha podido mejorar la comunicación en los diferentes niveles de la empresa, hay investigadores que indican lo contrario como por ejemplo García (2018), quien evidenció que los comunicadores presentan diversas apreciaciones en cuanto a la valoración del aporte de la comunicación interna en sus organizaciones, ya que consideran que la valoración no es óptima o es deficiente y depende de la importancia de la cultura organizacional dentro de la organización.

El presente el estudio presentó diversas limitaciones, siendo una de ellas que algunos de los trabajadores no mostraron disposición al momento de la administración del instrumento en ese momento, esto generó retrasos mientras se espera que los trabajadores culminaran con sus labores, y por último fue la búsqueda de información real sobre la comunicación 2.0, algo que realmente fue dificultoso por la escases de información que existe sobre esta variable, el aporte e importancia que genera esta investigación es que permite un análisis descriptivo de la función de la comunicación 2.0, viéndolo desde el punto de vista de los trabajadores, teniendo opiniones e ideas con el cual se pueda en un futuro mejorar esta herramienta de comunicación, el modelo empleado para la obtención de esta información real fueron el modelo o teoría planteadas por Graells (2014), Mozas y Bernal (2012) y Molineros, Muñoz y Parra (2015) quienes hablan de la comunicación 2.0 en las organizaciones, y la define como un nuevo enfoque de comunicación en el entorno empresarial, donde se promueve una participación activa de los colaboradores.

V. Conclusiones

Se logró evaluar el acceso y la disponibilidad de herramientas 2.0 en la comunicación interna de la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018, la cual tienen un nivel regular ya que, no cuentan con acceso compartido ni con las herramientas tecnológicas, a pesar que es imprescindible para una eficiente comunicación esta no se da en los trabajadores.

Se evaluó la igualdad en el proceso de comunicación interna en la empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018, la cual se cataloga como mala, ya que algunas áreas de la empresa no cuentan con el acceso a la tecnología, esto imposibilita que los trabajadores empleen la comunicación 2.0 dentro la organización.

Según los resultados sobre diagnosticar la usabilidad de la tecnología involucrada en el proceso de comunicación Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018, se obtuvo una calificación mala ya que, se les impide usar los medios tecnológicos a los trabajadores de algunas áreas, es decir no pueden emplear la tecnología para cualquier aviso o información de relevancia dentro de la organización.

Al evaluar la participación de los colaboradores en la comunicación dentro de la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018, se cataloga como malo, considerando que las herramientas electrónicas no guardan relación con la comunicación entre los compañeros, tampoco reciben capacitaciones que permitan utilizar de manera adecuada los recursos tecnológicos.

Al evaluar la interacción de los colaboradores mediante el proceso de comunicación en la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018., se catalogan como malo ya que, los trabajadores no consideran que sea necesario implementar la tecnología para que exista mayor interacción con sus compañeros de trabajo.

Se diagnosticó que la construcción colectiva y la colaboración existente en la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018, son catalogados como malos, porque consideran que no son necesarias las herramientas tecnológicas para el desarrollo de nuevas ideas y la interacción con los compañeros de trabajo.

Se logró evaluar las capacidades de escuchar, responder y hacer dentro de la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018, las cuales son calificadas como malas, ya que los trabajadores consideran que no es necesario el uso de las tecnologías para mejorar la comunicación 2.0 y para que exista un adecuado clima laboral dentro de la empresa.

Por otro lado, al evaluar la red e interacción existente en la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018, se determinó que tienen un nivel regular ya que, el uso de la tecnología entre ellos, las webs, celulares, redes sociales, sistemas informáticos, no mejoran la capacidad para dialogar o interactuar con los trabajadores o superiores.

Se logró diagnosticar que la reducción del control en los procesos de comunicación dentro de la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018, tiene un nivel regular ya que, el uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, en el proceso de comunicación ha generado que la empresa mejore las coordinaciones que se realizan entre los trabajadores

Además, al evaluar la desintermediación y horizontalidad existente en la Empresa Constructora Pérez y Pérez SAC, Moyobamba 2018, se obtuvo que tienen un nivel regular ya que, mediante el uso de las redes sociales y la tecnología móvil, se ha podido mejorar la comunicación en los diferentes niveles de la empresa.

Finalmente se logró determinar el uso de la comunicación 2.0 desde la perspectiva de los colaboradores, en la Empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C., la cual se presentó un nivel regular, ya que, su utilización e implementación no se encuentran aplicados en la empresa en su totalidad, es decir los trabajadores no utilizan de manera óptima las herramientas tecnológicas que permitan una mejor comunicación entre colaboradores y con sus superiores, así como evidenciar poca capacidad de uso de estos recursos para efectivizar su trabajo.

VI. Recomendaciones

A la empresa constructora, es importante incentivar e implementar el acceso y la disponibilidad de herramientas 2.0 en la comunicación interna, por lo tanto, la empresa debería destinar presupuesto para que se realicen capacitaciones de sensibilización sobre la importancia de usar la tecnología, con ello se pretende que los trabajadores conozcan sobre dichas herramientas y puedan realizar de manera eficiente y productiva sus labores.

Asimismo, la empresa debe de brindar las herramientas tecnológicas de manera igualitaria, es decir se debe brindar la misma información acerca de su uso, características e importancia a todos sus trabajadores sin distinción, evitando así desequilibrios en la comunicación y en las oportunidades del desarrollo profesional de los colaboradores.

La organización debe promover el uso de la tecnología por los trabajadores ya que, su uso permitirá a los trabajadores la generación de una mejor comunicación, nuevos conocimientos, igualmente brindará a los directivos nuevas perspectivas para la toma adecuada de decisiones respecto a las inversiones y crecimiento de la empresa.

De igual manera, la empresa debe promover un ambiente de participación para con los colaboradores mediante el uso de la tecnología, ello lo puede realizar en actividades interactivas donde todos los trabajadores puedan participar activamente con la finalidad de que se logre la integración de todos sus colaboradores, así como también con los directivos o jefes. Ello permitirá una adecuada coordinación de las actividades diarias que se llevan a cabo dentro de la empresa.

De la misma forma, la empresa debe promover el uso de las tecnologías para que los trabajadores interactúen y participen en las reuniones de trabajo donde se busca que los conocimientos que posee cada uno de los colaboradores sean compartidos hacia los demás trabajadores de manera inmediata, de preferencia se debe compartir los conocimientos y experiencias desde los trabajadores hacia los directivos o jefes empleando recursos tecnológicos.

Por otro lado, la empresa debe de promover el uso de la tecnología y que este permita aceptar las ideas de los diversos trabajadores ya que, esto permitirá que los individuos trabajen en cooperación con el fin de generar conocimientos por medio de la inteligencia colectiva, además el uso de la tecnología permitirá incrementar la capacidad para relacionarse, expresarse

y establecer contacto con los trabajadores, para ello es necesario que el personal sea altamente calificado y capacitado.

La empresa debe disponer presupuesto para la implementación de recursos tecnológicos con la finalidad de desarrollar las capacidades de escuchar, responder y hacer de sus trabajadores mediante actividades didácticas, para que puedan llegar a conocer y comprender las opiniones de los compañeros de trabajo y poder así, evitar las incoherencias o problemas que se puedan presentar.

Los directivos están llamados a incentivar la implementación de la tecnología esto logrará una fluida comunicación entre los integrantes de la organización las cuales abarca aspectos como un lenguaje de respeto mutuo, respetar las opiniones o decisiones de los demás, ser tolerantes, entre otros.

A la empresa, debe continuar fortaleciendo la comunicación 2.0 ya que, es un novedoso enfoque de comunicación, donde el intercambio de información verídica puede ser viable. Del mismo modo la tecnología permitirá que no existan restricciones en cuanto al conocimiento, asimismo las redes de interacción aceleran los procesos comunicativos y participación de cada trabajador.

Por otro lado, la empresa debe incrementar el control en el empleo de la tecnología para mejorar los procesos de comunicación ya que, ello puede conllevar a que los trabajadores desarrollen sus actividades eficientemente. Por ello, la entidad debe de implementar la tecnología que permitan tener un control de la comunicación e intercambio de información entre los trabajadores.

Finalmente, la empresa Constructora Pérez y Pérez S.A.C, en las capacitaciones que disponga debe informar a sus trabajadores sobre el uso y los beneficios que la comunicación 2.0 posee como: mejora la accesibilidad e igualdad del empleo de la tecnología, permite tomar decisiones de manera eficiente, además incentiva la participación y la generación de nuevas ideas por medio de recursos tecnológicos ya que, podrán tener un mayor nivel de interacción y colaboración entre los integrantes de la empresa, sin dejar de lado el respeto y humildad durante todo el proceso de comunicación, además brinda las facilidades para el intercambio de información entre todas las áreas de la empresa, entre otras.

VII. Lista de Referencias

- Abubaker, H., Dugger, J., & Gill, P. (2016). Exploring the Impact of Internal Social Media Usage on Employee Engagement. *Journal of Social Media for Organizations*. Obtenido de <http://www2.mitre.org/public/jsmo/pdfs/03-01-internal-on-employee-engagement.pdf>
- Álvarez, E. (2 de 1 de 2014). *Colombia digital*. Obtenido de <https://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/6210-la-generacion-del-milenio-o-generacion-y.html>
- Álvarez, B. (2015). *El impacto de los nuevos canales 2.0 en la comunicación interna*. España: idus. Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/26177/tfgpubelimpactodelos.pdf?sequence=1>
- Álvarez, B. (2015). *El impacto de los nuevos canales 2.0 en la comunicación interna*. Universidad de Sevilla, Sevilla. Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/26177/tfgpubelimpactodelos.pdf?sequence=1>
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna*. España: Netbiblo. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=bwelcBnPNUoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Arizcuren, A., Cabezas, E., Cañeque, N., Casado, M., Fernández, P., J.J., L., . . . Vicario, D. (2008). *Guías de buenas prácticas de comunicación interna*. Madrid, España: FEAPS. Obtenido de <http://www.plenainclusion.org/sites/default/files/bp-comunicacion-interna.pdf>
- Ashrafi, R., & Murtaza, M. (2008). Use and impact of ICT on SMEs in Oman. *The Electronic Information System Evaluations*, 125-138. Obtenido de <http://www.smmeresearch.co.za/SMME%20Research%20General/Reports/ICT%20and>

- Cacciattolo, K. (2015). Defining organisational communication. *European Scientific Journal*, 11(20), 79-87. Obtenido de <https://eujournal.org/index.php/esj/article/download/5954/5740>
- Calero, M. (2015). Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/147371384.pdf>
- CAMBRAS. (28 de 09 de 2012). *Estudio de comunicación*. Obtenido de <https://www.estudiodecomunicacion.com/comunicacion-interna-2-0-un-desafio-para-la-cultura-organizacional/>
- Campillo, C., & Martínez, A. (2017). Comunicación integrada 2.0 en la administración municipal. *El profesional de la información*, 26(3), 507-515. Obtenido de http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/may/17_esp.pdf
- Cano, G. (2018). Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Dominio de las Ciencias*, 4(1), 499-510. Obtenido de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Carrillo S. (12 de 12 de 2014). *El portal del capital humano*. Obtenido de <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/articulos/seis-enfoques-para-fortalecer-la-comunicacion-interna-en-nuestras-empresas/>
- Coelho, M., & Parra, E. (2015). *Desarrollo de una estrategia de comunicación 2.0*. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAT0539.pdf>
- Collantes, C. & Tenorio, K. (2015). *Análisis de la comunicación interna dentro del movimiento internacional de la cruz roja y media luna roja filial Chiclayo*. Pimentel, Perú. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/3430/7/Collantes%20-%20Tenorio%20.pdf>
- Conrard, V. (02 de 06 de 2017). *easymarketig*. Obtenido de <http://easymarketing.artvisual.net/herramientas-de-la-comunicacion-interna-2-0/>
- Cortéz, L. (2016). *Comunicación copororativa interna y Web 2.0*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá. Obtenido de

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14325/CortesDiazGranadosLuisErnesto2016.pdf;jsessionid=483DF9B5C7CF285C75D5E2461DE5A78F?sequence=1>

Creswell, J. (2014). *Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Method Approaches*.

Cusot, G., & Falconí, G. (2016). La Comunicación interna y el uso de medios digitales 2.0. *Investigación en Comunicación*, 1(1), 57-68. Obtenido de <http://marketing.udla.edu.ec/ojs/index.php/estrategas/article/download/99/75>

Dominick, J. (2012). *The Dynamics of Mass Communication*. Boston: McGraw-Hill. Obtenido de <http://www.chegg.com/textbooks/dynamics-of-mass-communication-12th-edition-9780073526195-0073526193>

Edoho, F. M. (2013). Information and communications technologies in the age of globalization. *African Journal of Economic and Management Studies*,, 9-33. Obtenido de doi:<http://dx.doi.org/10.1108/20400701311303131>

Encalada, M., Morales, C., Magaña, M., & Yah, S. A. (2015). Las TIC'S y el ingreso en las pymes exportadoras del estado de yucatán. *Atlantic Review of Economics*, 1-29. Obtenido de <http://search.proquest.com/docview/1770385229?accountid=43847>

Fernández, C. (2005). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas. Obtenido de http://www.buscador.iiumx.eu/leer-online/?t=fernandez+collado+la+comunicacion+en+las+organizaciones+PDF&d=http%3A%2F%2Fwww.biblioteca.udep.edu.pe%2FBibVirUDEP%2Flibro%2Fpdf%2F1_48_204_13_361.pdf

García, G. (2018). *Comunicación organizacional 2.0, la comunicación siglo XX y la llegada del siglo XXI, el desafío de las empresas en la era digital*. Bogotá. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10139/Garc%C3%ADa2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

García, G. (2018). *Comunicación organizacional 2.0, la comunicación siglo XX y la llegada del siglo XXI, el desafío de las empresas en la era digital*. 1(1). Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10139/2018ginagarc%C3%ADa.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- García, J. (2018). *Valoración del aporte de la comunicación interna y factores relacionados. Investigación en organizaciones privadas de la ciudad de Lima durante el 2017*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12121/GARCIA_HERMOZA_VALORACION.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Garrido, F., & Putman, L. (2018). *Comunicación organizacional 2.0*. México: Red Mundial de Comunicación. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Garrido7/publication/327472102_Comunicacion_Organizacional_20_2_Edicion/links/5b911bfc92851c6b7eca50dc/Comunicacion-Organizacional-20-2-Edicion.pdf
- Graells, J. (2014). Web 2.0 ¿Para qué? Cómo nos puede ayudar la web 2.0 a cambiar las organizaciones. *Accesibilidad en la web*, 1(1), 247-254. Obtenido de http://travesia.mcu.es/portaln/jspui/bitstream/10421/541/1/com_228.pdf
- Grimsley, S. (2018). *Study.com*. Obtenido de <https://study.com/academy/lesson/what-is-external-communication-in-business-definition-strategies-examples.html>
- Guillen, D. (2016). *Comunicación organizacional interna y desempeño laboral en la empresa SIC Lideres en Servicios – Independencia*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.
- Half, R. (2008). *What Millennial workers want: How to attract and retain Gen Y employees*. Obtenido de https://www.accountingweb.com/sites/default/files/generationy_robert_half.pdf
- Hernández, A. & Fernández, M. (2013). *Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo*. Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Mc raw ill.
- Howe, N. & Strauss, W. (2003). *Characteristics of the Millennial Generation* . Obtenido de <https://students.rice.edu/images/students/AADV/OWeek2008AADVResources/Characteristics%20of%20the%20Millennial%20Generation.pdf>

- Ingelmo, M., Navarro, C., & Sanz, J. (2017). factores de éxito en la determinación la gestión de la comunicación interna en compañías españolas. *Emerald*. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/CCJI-03-2017-0021>
- Lázaro, J. &. (2017). *Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional en la Corporación Mecha Service S.A.C*. Chiclayo, Perú: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1400/BC-TES-TMP-234.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Levenshus, A., & Lemon, L. (2017). The Minimized Face of Internal Communication: An Exploration of How Public Relations Agency Websites Frame Internal Communication and its Connection to Social Media. *Public Relations Journal*, 11(1). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/322086820_The_Minimized_Face_of_Internal_Communication_An_Exploration_of_How_Public_Relations_Agency_Websites_Frame_Internal_Communication_and_its_Connection_to_Social_Media
- López, F. (2016). *Tecnología de la información*. España: UNE. Obtenido de <https://openlibra.com/es/book/tecnologia-de-la-comunicacion>
- Luna, P., Ruiz, J., & López, D. (2012). *Nuevos paradigmas para las empresas en la era tecnológica: la socialización de las Pymes*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/6995>
- Martelo, R., Jiménez, I., & Jaimes, J. (2017). *Accesibilidad e Integración Digital: Elementos Clave para un Programa de Formación de Empresarios en Empoderamiento Digital*. Cartagena, Colombia: Scielo. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v28n6/art10.pdf>
- Martín, L. (2008). *Componentes de los procesos comunicacionales*. La Habana.
- Marulanda, J. (2015). *La transformación de los modelos de la comunicación en el surgimiento de la sociedad de la información: del modelo de flujo unidireccional a la comunicación descentralizada*. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2016/hdl_10803_386502/jamb1de1.pdf

- Mayorga, E. (2016). *Diagnóstico de Comunicación Interna en el área de Administrativa y Personal de Oficina de la Asociación Peruana Central 2016*. Lima, Perú: Universidad Peruana Unión. Obtenido de http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/369/Elizabeth_Tesis_bachiller_2016_.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Molineros, J., Muñoz, L., & Parra, J. (2015). *Gestión de proyectos incluyendo herramientas web 2.0 como apoyo en la comunicación del proyecto en los procesos de ejecución*. Universidad San Buenaventura Cali. Obtenido de <http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/bitstream/10819/2454/3/1131117-Capitulo.pdf>
- Mora, M., Lerdon, J., Torralbo, L., Salazar, J., Boza, S., & Vásquez, R. (2012). Definición de las brechas en el uso de las Tic's para la innovación productiva en pymes del sector. *Journal of technology management & innovation*, 171-183. Obtenido de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-
- Mozas, A., & Bernal, E. (2012). Posibilidades y aplicaciones de la Web 2.0: un caso de estudio aplicado a la economía social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 1(74), 261-283. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/292146527_POSIBILIDADES_Y_APLICACIONES_DE_LA_WEB_20_UN_CASO_DE_ESTUDIO_APLICADO_A_LA_ECONOMIA_SOCIAL
- Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México D.F., México: Pearson.
- Newstrom, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. México D.F.: Newstrom,.
- Ñaupas, P. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de tesis*. Bogotá, Colombia.
- Palmer, M. (2016). *Plan de comunicación interna para mejorar la motivación laboral en los colaboradores del colegio Pamer-Chiclayo*. Pimentel, Perú: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/4186/1/Palmer%20S%C3%A1nchez.pdf>

- Peña, B., Caldevilla, D., & Batalla, P. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(134), 315-330. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5974552.pdf>
- Pérez, R., García, J., Gil, J., & Galán, A. (2017). *Estadística aplicada a la educación*. Prentice Hill. Obtenido de <https://www.studocu.com/es/document/uned/estadistica-aplicada-a-la-educacion/resumenes/tema-10-los-baremos-o-normas-muestreo-aplicaciones/928978/view>
- Ramella, S. (09 de 12 de 2012). *BBVA Empresas*. Obtenido de <http://www.bbvacontuempresa.es/a/la-importancia-la-comunicacion-interna-la-empresa>
- Rivas, A., Málaga, G., Ruiz, P., Huayanay, C., & Curioso, W. (2015). Uso y percepciones de las tecnologías de información y comunicación en pacientes con hipertensión arterial, dislipidemia o diabetes de un hospital nacional de Lima, Perú. *Rev Peru Med Exp Salud Publica*. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rins/v32n2/a11v32n2.pdf>
- Ruiz, E. , Gago, L. , Garcia, C. & López, S. (2012). *Recursos humanos y Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: McGraw-Hill. Obtenido de https://issuu.com/gesmano/docs/recursos_humanos_y_responsabilidad_
- Sandoval, N. (2017). *Evaluación de la comunicación interna en la municipalidad de comas en mayo del 2017*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2098/Sandoval_PNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Shonubishonubi, A., & Akintaro, A. (2016). The Impact Of Effective Communication On Organizational Performance. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 3(3), 1904-1914. Obtenido de <https://valleyinternational.net/index.php/theijsshi/article/download/352/346>
- Solís, R. (2017). *Impacto de la Web 2.0 en el mensaje corporativo*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/41610/1/T38542.pdf>

Suárez, R. (2010). *Tecnologías de la información y la comunicación*. España: IP. Obtenido de https://books.google.com.pe/books/about/Tecnolog%C3%ADas_de_la_Informaci%C3%B3n_Y_la_Com.html?id=oPRegn3QhpgC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Taboada, G. (2008). *Niveles de percepción de los profesores a tiempo completo sobre la Comunicación Interna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*. Chiclayo, Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/140/1/TL_Taboada_Luna_GladysVioleta.pdf

Untiveros, D. (2017). *La evolución de la comunicación interna*. Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9777/UNTIVEROS_ROMERO_LA_EVOLUCION_DE_LA_COMUNICACION_INTERNA_CASO_LIDERMAN.pdf?sequence=1

Vedoya, D. (2014). *La transversalidad en la enseñanza de la tecnología*. Buenos Aires: Universidad Nacional del Nordeste. Obtenido de <http://www.unne.edu.ar/unnevieja/Web/cyt/cyt/humanidades/h-038.pdf>

VIII. Anexos

ANEXO 01:

La investigación la cual es materia de estudio son los colaboradores de la Constructora Pérez y Pérez S.A.C.; siendo aplicado un instrumento para la recolección de datos en base a las siguientes dimensiones: Acceso y disponibilidad, La igualdad, La usabilidad, La participación, La interacción, La construcción colectiva y colaboración, El escuchar, responder y hacer, La red e interacción, La reducción de control, Desintermediación y horizontalidad.

Esta encuesta es realizada con la finalidad de determinar La Comunicación 2.0 desde la perspectiva de los colaboradores de la empresa constructora Pérez & Pérez SAC Moyobamba 2018.

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (x) solo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las proposiciones. No hay respuestas buenas ni malas.

En donde:

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) Desacuerdo
- (3) Indiferente
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

COMUNICACIÓN 2.0

		1	2	3	4	5
1	Considero que existe un fácil acceso a las a herramientas tecnológicas, como la web, redes sociales, aplicaciones, sistemas de información, línea telefónica, blogs (herramientas 2.0) dentro de mi trabajo					
2	En mi área de trabajo no me restringen el empleo de redes sociales y celular					
3	Siempre tengo disponible en mi área de trabajo la web, celulares, aplicaciones, línea telefónica y sistemas de información en general que me permitan comunicar y ser comunicado					
4	Mediante el empleo de herramientas (ordenadores, celulares, entre otros), tengo la misma capacidad de generar información importante como los demás trabajadores de la empresa					
5	Tengo la misma disponibilidad de acceso a la información que los trabajadores de las demás áreas de trabajo					
6	Poseo las mismas facultades de responder a llamadas, preguntas (sobre el trabajo) mediante aplicaciones de redes sociales que mis compañeros					

		1	2	3	4	5
7	Poseo la capacidad de poder usar herramientas informáticas para mejorar la comunicación en la empresa con mis compañeros					
8	Recibo capacitaciones que me permitan usar de mejor manera las herramientas informáticas, con el fin de mejorar la comunicación en dentro de mi trabajo					
9	En la empresa, el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales), es visto positivamente por la alta dirección.					
10	En la empresa constructora Pérez & Pérez SAC, el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), me permite tener mayor participación de la toma de decisiones de la empresa					
11	Mediante el uso de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), he podido participar en formulación de nuevas ideas, que permitan mejoras y el óptimo cumplimiento de los objetivos en los proyectos realizados					
12	Gracias a los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica, puedo interactuar de la manera más eficiente con mis compañeros del área de trabajo					
13	Gracias a los medios tecnológicos, acceso a internet, redes sociales y línea telefónica, puedo interactuar de la manera más eficiente con mis compañeros de otras áreas de la empresa					
14	El empleo de herramientas 2.0 (celulares, aplicaciones, webs, redes sociales, sistemas informáticos), permite una mayor sociabilización generando un clima laboral más agradable dentro de la empresa					
15	Gracias al uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros; durante el proceso de comunicación de la empresa, he mejorado mi capacidad de atender a mis compañeros siempre que presentan dudas o necesitan hablar conmigo					
16	Mediante el empleo de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros; en el proceso de comunicación, puedo responder de manera más eficiente los requerimientos de la empresa					
17	Debido al uso de celulares, webs, redes sociales, sistemas informáticos, entre otros; en el proceso de comunicación la empresa, he podido presenciar mejoras en las coordinaciones que se realizan en la empresa					
18	Considero que la comunicación que se realiza en la empresa por medio de celulares, correos y redes sociales, es siempre atenta y respetuosa.					
19	Considero que los directivos que se han podido comunicar con mi persona por medio de redes sociales y tecnología móvil, siempre lo han hecho de la manera más cordial					
20	Considero que, mediante el uso de las redes sociales y la tecnología móvil, se ha podido mejorar la comunicación en los diferentes niveles de la empresa					
21	En la empresa me encuentro a diario intercambiando información con otras áreas de trabajo, mediante correos electrónicos, aplicaciones, redes sociales y líneas telefónicas					

		1	2	3	4	5
22	El control sobre los mensajes emitidos por medio de telefonía y redes sociales no es controlado, lo que permite expresarme con total libertad y sin presiones, haciendo de la comunicación más eficiente.					
23	Recibo capacitación por parte de la empresa con el fin de conocer el objetivo de emplear las redes sociales y aparatos telefónicos dentro de la empresa					
24	Existen intermediarios dentro de la comunicación dentro de mi área de trabajo, gracias a las redes sociales y la red móvil, por lo que ésta es directa					
25	Existen intermediarios dentro de la comunicación con otras áreas y con la gerencia, gracias a las redes sociales y la red móvil, por lo que ésta es directa					

ANEXO 02:



"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Chiclayo, 27 de junio de 2018

Profesora
Lic. Valeria Tamara Llontop Hernández
 Directora
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Es grato dirigirme a usted para saludarle y; a su vez aprovechar la oportunidad de aceptar a **Sharol Sheila Golac Baca**, estudiante de la **Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo** en la especialidad de **Administración de empresas**, para que efectúe su trabajo de investigación en mi representada a partir de 27 de junio del 2018 por un periodo mínimo de 18 meses consecutivos de acuerdo al desarrollo del curso de tesis I, II, III.

La alumna **Sharol Sheila Golac Baca** desarrollará durante este periodo el proyecto titulado **LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION COMO PARTE DE LA COMUNICACION INTERNA EN LA EMPRESA CONSTRUCTORA PÉREZ Y PÉREZ SAC, MOYOBAMBA 2018** y las actividades específicas indicadas en el respectivo proyecto.

Atentamente.

CONSTRUCTORA PEREZ & PEREZ SAC.

Pedro Pérez Rivera
 GERENTE GENERAL



ANEXO 03:

DATOS DE CONSTRUCTORA PEREZ & PEREZ S.A.C

En el rubro de:

Arquitectura, Inmobiliarias e Ingeniería de la construcción.

Razón Social:

Constructora Perez & Perez s.a.c

Ruc:

20450324184

Ubicado en: Moyobamba – Moyobamba – San Martín

Tipo de sociedad: Sociedad Anónima Cerrada

Anexo 04: Validación por expertos



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, RAFAEL CAMILO GIRÓN CORDOVA, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado "**LA COMUNICACIÓN 2.0 DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA PEREZ Y PEREZ SAC, MOYOBAMBA 2018**", elaborado por la Bach. **SHAROL SHEILA GOLAC BACA**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 3 de octubre de 2018.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: _____

Cargo Actual: Profesor del Área de Talento Humano de la
Fac. de CC EE
- Coordinador de RSV de la Fac. de CC EE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, CESAR LUIS OLIVOS VILLASIS, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado “**LA COMUNICACIÓN 2.0 DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA PEREZ Y PEREZ SAC, MOYOBAMBA 2018**”, elaborado por la Bach. **SHAROL SHEILA GOLAC BACA**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 3 de octubre de 2018.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Mgr. CESAR LUIS OLIVOS VILLASIS

Cargo Actual: COORDINADOR GENERAL INCUBADORA DE NEGOCIOS IMPUSAT

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, MILTON FRANCISCO CALOPINA AVALO, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado “**LA COMUNICACIÓN 2.0 DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA PEREZ Y PEREZ SAC, MOYOBAMBA 2018**”, elaborado por la Bach. **SHAROL SHEILA GOLAC BACA**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 3 de octubre de 2018.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: MILTON FRANCISCO CALOPINA AVALO

Cargo Actual: PROFESOR COMUNICACIÓN CORPORATIVA ESCUELA DE COMUNICACION

Anexo 05: Confiabilidad de la variable

Tabla 21

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	51	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	51	100,0

La eliminación por lista se basa en
a. todas las variables del
procedimiento.

Tabla 22

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,988	25

ANEXO 6: Alfa de Cronbach**Tabla 23.***Escala de Valoración del Alfa de Cronbach*

VALOR ALFA DE CRONBACH	APRECIACIÓN
[0,95 ^a +>	Muy elevada o Excelente
[0,90 – 0,95 >	Elevada
[0,85 – 0,90 >	Muy buena
[0,80 – 0,85 >	Buena
[0,75 – 0,80 >	Muy respetable
[0,70 – 0,75 >	Respetable
[0,65 – 0,70 >	Mínimamente Aceptable
[0,40 – 0,65 >	Moderada
[0,00 – 0,40 >	Inaceptable

ANEXO 07:







