

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE MEDICINA

ESCUELA DE PSICOLOGÍA



**COMUNICACIÓN INTERNA: UNA REVISIÓN DE LA
LITERATURA**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN PSICOLOGÍA**

AUTOR

LALY LLUDITH PITA PADILLA

ASESOR

RONY EDINSON PRADA CHAPOÑAN

<https://orcid.org/0000-0002-4268-6325>

Chiclayo, 2022

informe

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.losrecursoshumanos.com Fuente de Internet	1%
2	www.ccc.uprh.edu Fuente de Internet	<1%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%
4	www.sojo.net Fuente de Internet	<1%
5	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1%
6	www.heart.org Fuente de Internet	<1%
7	www.sandiego.com.uy Fuente de Internet	<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

Índice

Resumen	3
Abstract	4
Introducción	5
Métodos	8
Resultados y Discusión	9
Conclusiones	15
Recomendaciones	16
Referencias	17
Anexos	22

Resumen

La comunicación interna, dentro del contexto laboral actualmente ha venido adquiriendo gran relevancia por los beneficios que trae consigo en el desempeño de los colaboradores y clima laboral. Por ello, la presente investigación buscó explicar las bases teóricas de la variable comunicación interna y como objetivos específicos conceptualizarla, describir sus tipos e identificar sus canales. El tipo de estudio fue narrativo, así mismo para la construcción de este se tomó en cuenta artículos científicos y trabajos teóricos que cuentan con un periodo máximo de cinco años de antigüedad, para ello se hizo uso de base de datos como Scielo, Renati, Google Académico, entre otros. Los resultados mostraron que la comunicación interna es vista como un recurso estratégico que permite el intercambio de información de manera adecuada y óptima, contribuyendo al logro de objetivos estratégicos y propiciando un clima laboral armonioso y productivo, asimismo, se logró identificar tres tipos los cuales son; ascendente, descendente y horizontal. Por último, los canales que intervienen son las reuniones, los boletines, correos electrónicos, revistas, memorándums, intranet, entre otros. Finalmente, la conclusión a la que se llegó radica que las bases teóricas de la comunicación interna según los estudios e investigaciones realizadas, denota de gran importancia para transferir información de forma idónea, para la cual hace uso de canales estratégicos, tipos de comunicación interna que intervienen en el proceso, lo cual propicia un clima laboral positivo, logro de objetivos y vínculo con la cultura de la empresa.

Palabras clave: comunicación interna, empresa, comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación horizontal.

Abstract

Internal communication, within the labor context, has currently been acquiring great relevance due to the benefits it brings to the performance of collaborators and the work environment. For this reason, the present investigation sought to explain the theoretical bases of the internal communication variable and as specific objectives to conceptualize it, describe its types and identify its channels. The type of study was narrative, likewise for the construction of this scientific articles and theoretical works that have a maximum period of five years old were taken into account, for this purpose databases such as Scielo, Renati, Google were used. Academic, among others. The results showed that internal communication is seen as a strategic resource that allows the exchange of information in an adequate and optimal manner, contributing to the achievement of strategic objectives and promoting a harmonious and productive work environment, likewise, it was possible to identify three types which are; ascending, descending and horizontal. Finally, the channels involved are meetings, newsletters, emails, magazines, memos, intranet, among others. Finally, the conclusion reached is that the theoretical bases of internal communication according to the studies and research carried out, denotes great importance to transfer information in an ideal way, for which it makes use of strategic channels, types of internal communication that They intervene in the process, which fosters a positive work environment, achievement of objectives and a link with the company's culture.

Keywords: internal communication, company, ascending communication, descending communication, horizontal communication.

Comunicación interna: una revisión de la literatura

Los seres humanos por naturaleza necesitan la interacción y el establecimiento de relaciones interpersonales, estar en contacto dentro de un grupo social, donde se puedan expresar pensamientos, emociones y situaciones vivenciadas que de una u otra manera están inmersas en la vida diaria de las personas. Según Terradellas (2017), definió la comunicación como el sistema de comportamiento unificado que valora, regulariza, sostiene, donde se hace posible las relaciones entre las personas; y a través de ello, se evidencia la comunicación dentro del mecanismo de la estructura social y de la trasmisión de información en el comportamiento comunicativo.

Asimismo, en el entorno laboral no es la excepción, por lo que dentro de este ámbito es primordial que exista una comunicación interna entre los miembros de los distintos sectores o departamentos de la organización; por ello, la comunicación interna a través del tiempo ha venido siendo investigada, otorgándole diferentes conceptualizaciones. Dentro de las cuales tenemos que es la agrupación de actividades ejecutadas dentro de la empresa que permite fomentar y sostener adecuadas relaciones entre sus colaboradores, por medio del empleo de diversas herramientas de comunicación que les facilita contar con la información necesaria, establecer vínculos laborales en conjunto, motivarlos, y con ello aportar con su labor diaria al éxito de los objetivos claves y estratégicos estipulados por la organización, cabe resaltar que ello también influirá en los objetivo que se vayan estableciendo o incorporado en el trayecto (Charry, 2017).

Del mismo modo, la comunicación interna en relación con las herramientas de gestión se sitúa como el conducto para afianzar la incorporación y participación de los trabajadores, además la trasmisión de información es operada mediante esta herramienta, ayudando a lograr la ejecución de las metas, donde la participación activa de los colaboradores debe de ser fomentada para conservar la eficiencia a través de los medios comunicativos (Untiveros, 2017). Debido a ello, se manifiesta al igual que un gestor de las correctas prácticas organizacionales, orientadas a la elección adecuada de decisiones, así como también al uso conveniente de feedback (Ruiz, 2019).

Por lo cual, la importancia de la comunicación interna, está estrechamente relacionado en fortalecer el campo laboral y sentido pertenencia en los colaboradores, lo cual genera un aumento el desempeño del personal y logro de objetivos estratégicos estipulados por la empresa.

Además, según Charry (2017) refiere que hoy en día tener presente un proyecto de comunicación interna donde se encuentren inmersas estrategias es primordial en el logro eficaz de las metas organizacionales sean presentes o futuras, por ello es de vital importancia gestionar con éxito los procesos comunicacionales en el establecimiento de relaciones interpersonales entre los colaboradores, siendo ellos los agentes principales para optimizar los indicadores intangibles vinculados a la identidad, imagen y reputación organizacional.

Por otro lado, Rodríguez (2021) refiere que el observatorio de comunicación interna (CI), entrega premios que reconocen sus diversas prácticas, distinguiendo el reconocimiento, se divide en siete categorías entre las cuales tenemos; de gestión en relación a estrategias de cambio y transformación, y responsabilidad en el uso de canales, recursos y soportes de la CI, otro punto tenemos en relación a la práctica de la CI dentro del área de responsabilidad social empresarial, luego a la campaña que esté mejor orientada, así como a la mejor herramienta dentro de la CI, asimismo también se otorga otros premios en relación a las Pymes como: mejor praxis, cabe mencionar que también hay dos reconocimientos en base a las empresa que tengan mayor a 500 colaboradores que sean latinoamericanas (p.31-32). Bajo esa modalidad, Castro y Morilla (2020), realizaron un estudio sobre la clasificación de un gran lugar para trabajar y del otorgamiento de los premios que brinda el observatorio de CI, relacionado con la praxis de la comunicación interna en organizaciones españolas (2014-2018), donde refieren que dentro de las empresas encuestadas sobre la gestión de la CI, ésta se basa en la mayoría de los sectores de comunicación (46,3%) y luego de ello por RRHH” (p. 5).

Asimismo, el equipo de ABE de AmCham Perú (2021) realizó un reconocimiento a la buena gestión humana VII edición, donde aceptó los casos entre el 24 de mayo y el 21 de julio. Al realizar la comparación de la situación ante la VI edición del premio en el año 2019, refirieron que los números son alentadores; considerando que hay una mayor cantidad, donde un total de 150 casos fueron expuestos, 10% mayor que en el año 2019, lo que se torna un récord en la historia de informes presentados dentro de un año; donde se otorgó el premio al CEO de Ripley Perú, a la Mejor Comunicación Interna.

Por ello, en el presente estudio, se abordó la conceptualización e importancia de la comunicación interna dentro del contexto laboral.

Teniendo en cuenta lo mencionado, se formuló la interrogante ¿Cuáles son las bases teóricas de la comunicación interna en el contexto laboral?

Por ello, el motivo general del presente estudio es conocer las bases teóricas de la comunicación interna, y como objetivos específicos: conceptualizar la comunicación interna, describir los tipos de comunicación interna e identificar los canales de comunicación interna.

Ante ello, actualmente, la comunicación interna en las empresas ha tomado gran relevancia, debido a que se vincula de manera directa con alcanzar el logro de objetivos que son estratégicos en la empresa, de la misma manera influye sobre el desempeño de los trabajadores, siendo estos dos aspectos vitales cuando se pretende obtener una mayor productividad; por ello se le ha otorgado varias conceptualizaciones e investigaciones sobre sus bases teóricas.

Por lo mencionado anteriormente la presente investigación pretendió llegar a conocer las bases teóricas de la comunicación interna; ya que conocer más a fondo esta variable es de gran importante para el crecimiento óptimo de las organizaciones y para el colaborador.

Además, esta investigación servirá de gran ayuda para futuros estudios, asimismo, al analizar esta variable permitirá plantear soluciones viables que conlleven a la ejecución de un plan de acción que reduzca los efectos negativos en torno a la productividad, alcanzar las metas y objetivos estratégicos satisfactoriamente, contribuyendo a la vez en el desempeño de los trabajadores dentro de las empresas.

Métodos

La presente investigación realizada, es teórica la cual pertenece a un diseño no experimental, donde se incluyen todos los trabajos que recopilan la teoría sobre una temática de investigación específica, así como las revisiones o actualizaciones de estudio (Ato, López & Benavente, 2013).

Además, dentro de los aspectos sobre los criterios de selección: se incluyen artículos científicos que encontraron en las siguientes bases de datos: Scopus (es una base de datos donde encontramos artículos de revistas científicas), Proquest (conjunto de recursos electrónicos de artículos que han sido publicados inicialmente en periódicos, revistas y publicaciones), Google Académico (buscador especializado en resultados académicos), Scielo (herramienta electrónica que se basa en recoger artículos de investigación de América Latina), Redalyc (sistema de revistas, artículos de alta calidad y validez científica, y editorial de la región) y Dialnet (sistema de difusión, de la producción científica), por otro lado, se hizo uso del repositorio digital Renati (Registro Nacional de Trabajos de Investigación). Asimismo, los estudios que se consideraron son de corte teórico y empírico. Para lo cual, se empleó un análisis de documentos, que fueron escritos en el idioma español, empleando las palabras clave como “comunicación interna”, “empresas”, “comunicación organizacional”.

Del mismo modo, dentro de los criterios de inclusión tenemos; documentos escritos en idioma español asociados a la variable de comunicación interna, y como criterios de exclusión; no sé conto con las investigaciones que estaban fuera de los 5 años de antigüedad, asimismo documentos que no tienen autoría.

Por otro lado, en relación a los principios éticos, la información que se ha utilizado es solo con fines investigativos y académicos, teniendo presente en todo momento el respeto a los derechos de autor, otorgándoles el reconocimiento correspondiente. Cabe resaltar, que la investigación comprende información que contribuye al conocimiento teórico, por lo que es verídica y metodológica a base de la variable presentada.

Finalmente, para determinar el nivel de similitud se hizo uso de la herramienta Turnitin, donde se obtuvo un porcentaje de 2% (Ver Anexo A).

Bases Teóricas de la Comunicación Interna

Conceptualización de la comunicación interna

Algunos de los beneficios que otorga la correcta implementación del sentido comunicacional, es el empoderamiento, la lealtad y el sentido de pertenencia por parte de los colaboradores, propiciando así la retención del talento humano; por lo que la comunicación interna es pieza primordial dentro de las estrategias que se implemente en las empresas (Iraizos, 2020). Del mismo modo, hace referencia al conjunto de acciones ejecutadas en una empresa en dirección a la innovación y mantenimiento de relaciones entre todos los miembros, todo ello a través de diferentes técnicas que les proporcione información, y con la finalidad de lograr una vinculación laboral (Cuenca y Verazzi, como se citó en Papic-Domínguez, 2020).

Asimismo, la comunicación interna propicia una atmósfera positiva, armoniosa y productiva, en cual cada colaborador trabajará arduamente con el fin de alcanzar una meta, de tal manera que impulsará el trabajo en equipo, permitiéndoles relacionarse entre sí, donde intercambiarán información esencial, ya que se fomenta un adecuado manejo de ella, dándole relevancia sobre a los valores de organización (Vivas & Saavedra, 2019).

Ante ello, la comunicación interna (CI) se considera un recurso estratégico vital en todas las empresas, ya que a través de poder transmitir información de manera adecuada a todos los colaboradores permitirá alcanzar el logro de las objetivos estratégicos, asimismo se les proporcionará conocimientos acerca de la cultura de las instituciones empresariales es decir, su misión y visión, entre otros, y todo ello se conseguirá con una óptima aplicación y manejo de comunicación interna (Charry, 2018).

Por otro lado, a través de los mensajes que se van a ir intercambiando de forma bidireccional, es decir de jefes a colaboradores, de colaboradores a jefes y entre las diferentes áreas o departamentos de forma conjunta, dicho de otra forma una comunicación descendente, ascendente y horizontal; a partir de ello se quiere fomentar la participación activa de cada integrante de la empresa, la búsqueda del diálogo fluido y acorde al logro de objetivos estipulados por la empresa (Vivas & Saavedra, 2019).

Cabe mencionar que la comunicación es entendida bajo un aspecto multidireccional, además de seguir un proceso sistémico, donde manifiesta que dentro de las empresas se debe fomentar el liderazgo, donde cada integrante tenga las competencias y habilidades necesarias

para poder escuchar la opinión de todos e impartir respeto ante todos los trabajadores, sin acudir a un liderazgo autoritario (Cruz, como se citó en Manzano, 2017).

A partir de lo mencionado por los autores la comunicación interna, en las organizaciones permite lograr con el cumplimiento de objetivos estratégicos, establecer un intercambio de información de manera fluida entre todas las áreas que la conforman, y con ello lograr la participación activa de los colaboradores, por ello es vista como una estrategia indispensable para conseguir impulsar el trabajo colaborativo y el crecimiento de la empresa, cabe resaltar que ha adquirido gran relevancia cuando se pretende instaurar en los colaboradores el sentido de pertenencia con la institución e involucrarlos de manera positiva con la cultura de la empresa.

Asimismo, al lograr una buena implementación y manejo de comunicación interna se logra propiciar un ambiente laboral favorable, la fidelización del cliente interno, reforzar sus capacidades y habilidades, lo cual se convierte en una ventaja a nivel organizacional. Cabe mencionar que dichas ventajas están presentes en el poder incentivar el compromiso laboral, lo cual se va vincular con mantener a los colaboradores satisfechos y dentro de la organización por largos periodos de tiempo.

De tal manera, se debe tomar en consideración la relevancia de la interacción activa, el establecimiento adecuado de vínculos laborales que debe existir en un espacio laboral, lo cual va facilitar la emisión y recepción de la información, ya que permitirá que no se genere conflictos o inconvenientes a partir de lo que se dice y hace. Asimismo, por todo lo mencionado se llega a deducir que la comunicación interna está inmersa en varios procesos dentro de las organizaciones, y partiendo de allí su importancia tanto para los colaboradores, directivos y la propia organización.

Tipos de comunicación interna

Comunicación Descendente

Se dirige a cargos bajos o niveles inferiores de la empresa, este tipo de comunicación es encabezada por los directivos, con el propósito de asignar tareas, funciones y responsabilidades a cada colaborador; cabe resaltar que también es gran utilidad para dar a conocer sobre procedimientos o políticas propias de la empresa y retroalimentar temas en relación al desempeño que va teniendo cada colaborador (Nuñez & Rojas, 2020).

Asimismo, la comunicación desciende del nivel superior, al nivel inferior de la empresa, este tipo de comunicación es empleada por los gerentes para dar a conocer a los colaboradores, normas, políticas, objetivos, instrucciones y procedimientos estipulados por la empresa; los medios que utiliza para ello son los correos electrónicos, reuniones y entrevistas (Peso & Tuesta, 2020).

Comunicación Ascendente

La comunicación ascendente está dirigida al nivel jerárquico, es decir a un cargo superior dentro de la empresa, este tipo de comunicación usualmente es el medio por el cual se informa a los directivos acerca de los avances obtenidos en relación con sus funciones o tareas, así como también en el caso de que llegue a surgir algún inconveniente (Nuñez & Rojas, 2020).

Además, este tipo de comunicación es de gran utilidad cuando se pretende conocer si los integrantes que conforman la empresa se encuentran conformes o disconformes, ver si se está cumpliendo las metas o en todo caso ver si hay algún inconveniente para ello, esto permitirá tener el conocimiento acerca de lo que está atravesando cada colaborador (Peso & Tuesta, 2020).

Ante ello, se origina de los colaboradores hacia la mando de la organización, a través de este tipo de comunicación, los diferentes departamentos intercambian información y se mantiene activos respectos a lo que surge dentro de la empresa, cabe resaltar que tipo de comunicación fomenta la realización de aportes, retroalimentación y a la vez mejoran las relaciones laborales, ya que tiene conocimiento acerca de las necesidades de la organización y en conjunto buscar nuevas alternativas de solución (Urbina, 2019). Además, según esta comunicación, la información que se irá transmitiendo está relacionado con sugerencias, peticiones, opiniones, así como también quejas que puedan surgir dentro de la organización, por ello se dice que la información parte del emisor, siendo este la base operativa, y va encaminada hacia la dirección (Manzano, 2017).

Comunicación Horizontal

La comunicación horizontal, está dirigida propiamente a un área en particular de la empresa (Nuñez & Rojas, 2020). Por ello, la comunicación horizontal, se da mediante elementos de igual grado jerárquico, lo cual concede que la información sea intercambiada entre unidades funcionales, con el fin de que si surge alguna dificultad se pueda resolver de la manera más adecuada, contando con la opinión de todos (Rujel, 2021). Cabe resaltar que la

comunicación horizontal, fomenta en los colaboradores el trabajo en equipo, está relacionado con la coordinación, lo cual a su vez genera un clima laboral satisfactorio (Urbina, 2019).

A través de la información brindada por los autores mencionados sobre los tipos de comunicación interna, tenemos en primer lugar la comunicación descendente, la cual hace hincapié a la parte superior del organigrama organizacional hacia los servidores de menor rango, ante ello es vital que dicha información se imparta de manera adecuada, clara y precisa, teniendo en cuenta a cada colaborador, ya que esto dependerá de que sea entendida sin ninguna dificultad o cuestionamientos. Del mismo modo, su adecuado uso trae consigo varias ventajas como contribuir en la instauración de una cultura organizacional, asignación de actividades y a la par con el cumplimiento óptimo de funciones, dirigiéndose hacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos que se hayan establecido con la finalidad de promover un mayor desempeño laboral.

Por consiguiente, encontramos la comunicación ascendente, que según la información obtenida ésta propicia que los colaboradores sientan la cobertura de poder transmitir sus ideas, pensamientos e inquietudes que puedan surgir dentro de su área de trabajo, lo cual conlleva a la solución más efectiva en caso se genere dudas o incertidumbre con algún proceso a realizar. De tal manera, que este tipo de comunicación va ser de gran utilidad dentro de las empresas en el intercambio de información desde los colaboradores o cargos subordinados a parte jerárquica del organigrama organizacional.

Por último, en relación a la comunicación horizontal, se hace referencia a que esta trae beneficios como la cooperación entre colaboradores de una misma área, permitiendo llegar a un consenso sobre las interrogantes que puedan surgir. Además, brinda un ambiente de fácil contacto para el intercambio de información. Ante ello, fomenta en los colaboradores la unión, el trabajo en equipo y el apoyo mutuo, lo cual puede ser de gran aporte para el crecimiento de la empresa relacionado directamente a las diferentes áreas. De esta manera, en el ámbito empresarial se debe fortalecer la comunicación interna de tipo horizontal, para obtener un impacto positivo en el clima y cultura organizacional.

Canales de la comunicación interna

Los medios por el cual se puede intercambiar información tenemos, las comunicaciones escritas este canal permite que se incluya la mayor cantidad de mensajes que guarden interés sobre la empresa, recursos humanos, la cual debe ser impartida de manera puntual, y teniendo

presente que no sea distorsionada en el proceso; asimismo, encontramos que también se puede hacer uso de tableros de equipo o área, en la cual pueden encontrar contenido respecto a temas relacionados directamente con sus cargos o puestos de trabajo. Otro medio son las comunicaciones verbales o también conocidas como "cara a cara", la cual es de mucha utilidad y efectividad, y tiene es más frecuente su uso por parte de los trabajadores, cabe resaltar que encontramos las reuniones las cuales se brindan a todos los trabajadores, donde se comparten temas de importancia que compete a todos; por último tenemos las llamadas telefónicas, las cuales pueden brindar mensajes de ayuda, alguna emergencia que se pueda suscitar, y a la vez este medio propicia la participación constante y activa de los trabajadores (Peña, Caldevilla & Batalla, 2017).

Del mismo modo, otro autor refiere que dentro de los canales de comunicación interna tenemos; los boletines que pueden remitirse de forma virtual o física, donde se anuncian opiniones, novedades, acontecimientos entre otros; las revistas las cuales su emisión será paulatina o por temporadas; el correo electrónico que viene ser un medio más formal, donde se intercambia información urgente que requiere una respuesta inmediata; correo postal el cual a va dirigido a los familiares de los colaboradores, por ello se hace mención que su utilidad es más personal que laboral; teléfono que es permite tener un mayor contacto con cualquier trabajador en el momento que se requiera; tablón de anuncios que si bien brinda información a la parte interna, también puede ser de gran utilidad para el público que pueda acudir a la empresa; reuniones esta remite información fundamentales de la empresa y de manera directa; Internet es un medio indispensable para intercambiar información, documentos en cualquier momento, además de permitir laborar en diferentes lugares, pero de forma conjunta; intranet que son páginas web dentro de las empresas, la cual facilita la trasmisión de información, y es de carácter privado; por ultimo tenemos los espacios de participación los cuales propician la interacción y el ambiente laboral que puede dirigirse tanto a los trabajadores, familiares y también de manera conjunta (Ongallo, como se citó en Gavidia & Gómez, 2017).

Por otro lado, también encontramos otra clasificaciones de canales de la comunicación interna, como el canal formal e informal; el formal hace referencia a las coordinaciones, planificación de cuestiones laborales rigiéndose a través del organigrama de la empresa, cabe mencionar que dentro de este medio formal encontramos las reuniones, correos, memorándum, solicitudes entre otros; posterior a ello, tenemos el canal informal, donde incluyen asuntos de índole laboral, pero a la vez también se encuentran inmersos temas personales, el intercambio de información por este medio suele darle de manera espontánea , es flexible, ya que no cuenta

como en la anterior con una planificación, pero cabe mencionar que es gran utilidad entre los trabajadores de una empresa (Laurenti, 2017).

Según lo mencionado anteriormente por los autores, los canales empleados de comunicación interna en las empresas pueden ser diversos, donde se puede evidenciar que existe una gran similitud en cuanto a qué canales han venido siendo estudiados, cabe resaltar que también se puede dar otros tipos de clasificaciones, pero al realizar un análisis de ello encontramos inmersos canales ya mencionados de manera directa por otros autores como en las investigaciones expuestas. De tal modo, hay que resaltar que entre estos identificados encontramos que dependen de una u otra forma de lo que se desee transmitir y hacia quién o quiénes va dirigido, ante ello en el caso de querer intercambiar información de manera verbal o como también refieren por los autores “cara a cara”, y si es para una mayor cantidad de personas de forma presencial, encontramos que se puede emplear reuniones y espacios de interacción. También encontramos los boletines, revistas, tableros de anuncios, donde se les brinda información que compete a todos de manera general, cabe resaltar que para algunos de los autores mencionados lo expuesto está inmerso dentro de los canales informales.

Por ello, hay que mencionar, además que, según la clasificación mencionada por los autores, cuando se busca transferir información de manera formal, se opta por emplear canales como los memorándums, correos electrónicos, solicitudes reuniones, pero en este caso las reuniones van dirigidas a temas de gran relevancia y estrictas. Se debe agregar que, según la coyuntura actual se ha puesto en disposición canales de comunicación interna por medios virtuales, que es el caso del intranet, siendo este un canal por una página web que proporciona una interacción constante, y en el tiempo que sea requerido, cabe mencionar que, a pesar de no ser un intercambio de información presencial, esta permite que dentro de una empresa todos los colaboradores estén atentos a los nuevos acontecimientos que vayan transcurriendo. Finalmente, de acuerdo al avance tecnológico, los canales electrónicos son los más predominantes, cabe resaltar que esto dependerá de un tema de proporcionalidad respecto a la población, ya que se busca lograr un mejor alcance en la información impartida.

Conclusiones

De manera general, la comunicación interna es una estrategia de gran importancia en todas las empresas, que permite la transferencia de información entre todos los colaboradores, contribuyendo a la vez en el cumplimiento eficaz de funciones, logro de objetivos, así como también fomentar una cultura organizacional y un buen clima laboral.

Desde un análisis más específico, encontramos que existen tres tipos de comunicación interna los cuales son: ascendente, descendente y horizontal; la comunicación interna ascendente que se origina de los colaboradores hacia el mando de la organización, la comunicación interna descendente la cual se dirige a cargos subordinados con la finalidad de asignar roles, responsabilidades, entre otros, y por último la comunicación interna horizontal está dirigida propiamente a una área en particular de la empresa.

Finalmente, se identificaron diversos canales de comunicación interna dentro de los cuales tenemos la clasificación formal; reuniones, correos electrónicos, memorándum, solicitudes, e informal; boletines, revistas, tableros de anuncios.

Recomendaciones

Realizar investigaciones de los tipos de comunicación interna, con la intención de determinar la predominancia en cuanto a la interrelación al intercambiar información entre las diversas áreas o departamentos dentro de las empresas.

Ampliar las investigaciones acerca de los canales de la comunicación interna, con la finalidad de identificar el medio más efectivo para impartir información veraz y confiable dentro de las empresas.

Se recomienda realizar investigaciones donde las empresas evalúen a sus colaboradores, para detectar cuál es el medio que permite comprender y recepcionar la mayor cantidad de información, con la finalidad de que cada empresa pueda establecer estrategias que beneficien en el desempeño laboral de cada colaborador.

Por último, en términos generales se recomienda a futuros investigadores, realizar estudios de tipo correlacional y/o descriptivos de dicha variable, ya que esta servirá de insumo para encontrar relación con otras variables implicadas en contexto laboral.

Referencias

- Álvarez, J. (2007) Comunicación Interna, la Estrategia del Éxito. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. México. *Revista Razón y Palabra*. 56, 1-8. <http://www.redalyc.org/html/1995/199520729023/>
- AmCham Perú (2021, 5 de octubre). *Premio ABE 2021: regreso del reconocimiento a la buena gestión humana*. <https://amcham.org.pe/news/premio-abe-2021-regreso-del-reconocimiento-a-la-buena-gestion-humana/>
- Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059. <https://scielo.isciii.es/pdf/ap/v29n3/metologia.pdf>
- Arbañil, A. & Sarmiento, E. (2018). “*Plan Estratégico De Comunicación Interna Como Herramienta Para El Fortalecimiento De Las Relaciones Internas En La Municipalidad Provincial De Utcubamba*”. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/2629/BC-TES-TMP-1503.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Belategui, O., Gago, M., & Egaña, T. (2019). La comunicación interna en las cooperativas: la percepción de las personas trabajadoras sobre la escucha y la información. *Proquest*. <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.62812>.
- Benegas, M. (2020). *Análisis de la Comunicación Interna de Fbc Melgar, Arequipa 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María]. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/10329/51.1137.CS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bustamante, C. (2018). *Medios de comunicación interna de mayor aceptación en el personal de la Universidad Nacional del Santa - Ancash, 2018*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36063/Bustamante_ACVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castillo, E. (2020). *Influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa en trabajadores administrativos de la red Asistencial Ancash de EsSalud, Chimbote, 2019*.

- [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43172/Castillo_LE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, A. & Díaz, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Profesional de la Información*. 29(3), 1-13.
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.24/50506>
- Gavidia, J. & Gómez, M. (2017). *Diagnóstico de la comunicación interna en el personal administrativo de la Municipalidad Distrital del Santa*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Santa].
<http://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/UNS/3086/47081.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*, 9(1), 25-34.
<http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- Charry, H. (2017). *Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
<https://hdl.handle.net/20.500.12672/6743>
- Iraizos, F. (2020). *Gestión De La Comunicación Interna Como Proceso Comunicativo En Las Organizaciones*. [Tesis de maestría, Universidad Mayor de San Andrés].
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24621/FAVIOLA%20IRAIZOS%20ALBARADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Laurenti, V. (2017). *Gestión de la comunicación interna en la municipalidad de Ulapes la Rioja*. [Tesis de licenciatura, Universidad Siglo 21].
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/13114/LAURENTI%20VERONICA%20ANTONELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Manzano, H. (2017). *“La Comunicación Interna y el Desempeño Laboral del Talento Humano de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Agencias Puno y Juliaca-2016”*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del

- Altiplano]. http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4840/Manzano_Chura_Hilda_Beatriz.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nuñez, C. & Rojas, D. (2020). *Impacto de la comunicación interna en el sector público*. [Trabajo para obtener bachiller, Universidad Peruana Unión]. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3822/C%c3%a9sar_Trabajo_Bachillerato_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Neptalí, L. (2018). *Nivel De Comunicación Interna En Los Integrantes De La Comunidad Educativa Del Instituto De Educación Superior Tecnológico Público Bagua, Amazonas*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33358/leon_sn.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paulino, A. & Ramos, L. (2018). *Percepción de la comunicación interna de los colaboradores administrativos de dos hospitales públicos de Huancayo*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Del Centro Del Perú]. <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5276/Paulino%20-%20Ramos.pdf?sequence=1>
- Papic-Dominguez, K. (2020). Medios de comunicación organizacional interna en colegios públicos, Chile. *Revista de Educación*, 15(2), 241-255. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/alteridad/v15n2/1390-325X-alt-15-02-00241.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*, (134), 315-330. <https://www.redalyc.org/journal/160/16057382018/16057382018.pdf>
- Rodríguez, M. (2021). *Impacto de los hábitos de las nuevas generaciones en la comunicación interna en la empresa*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid] <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51247/TFGL2942.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, J. e Izaguirre, D. (2020). Ausentismo laboral: Una realidad preocupante en Perú y Sudamérica. *Sciendo*, 23(1), 71-77. https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/2832/pdf_1

- Ruiz, S. (2019). *La comunicación interna, factor estratégico en el desarrollo y posicionamiento de la mediana empresa-Caso Grupo Comercial Tolimense GCT*. [Trabajo de Grado, Pontificia Universidad Javeriana].
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46863/La%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20factor%20estrat%C3%A9gico%20en%20el%20desarrollo%20y%20posicionamiento.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Rujel, B. (2021). *La comunicación interna, motivación laboral y su relación con la satisfacción laboral en el centro de salud I-3 nueve de octubre-Sullana*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Piura].
<https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/3214/FCAD-RUJ-VAL-2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Terradellas, L. (2017). Comunicando, siempre comunicando. *Revista de Derecho, Empresa y Sociedad (REDS)*, (11), 44-49
- Toribio, J. (2017). *La comunicación organizacional y la gestión por objetivos del personal administrativo en la Municipalidad Distrital de Acoria Provincia de Huancavelica año 2015*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional De Huancavelica].
<https://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1616/TESIS%20TORIBIO%20CASQUI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Uaqui, R. (2020). *Análisis de la Comunicación Organizacional Interna en la Municipalidad distrital de Yaquerana, primer trimestre 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada De La Selva Peruana].
[http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/153/TESIS%20%20UAQUI%2020%20\(1\)%20\(1\)%20\(1\)9.pdf](http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/153/TESIS%20%20UAQUI%2020%20(1)%20(1)%20(1)9.pdf)
- Ultiveros, D. (2017). *La evolución de la comunicación interna Caso: Liderman*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica Del Perú].
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9777/UNTIVERO_S_ROMERO_LA_EVOLUCION_DE_LA_COMUNICACION_INTERNA_CASO_LIDERMAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Urbina, E. (2019). *Comunicación interna y trabajo en equipo de los colaboradores administrativos del hospital huacho Huaura Oyón y servicios básicos de salud, Huacho*,

2017. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión].
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2812/ESTER%20NOEMI%20URBINA%20DELGADO.pdf?sequence=1>

Villamil, E. (2017). *La comunicación interna como herramienta estratégica en la empresa: un análisis desde la gestión organizacional*. [Tesis de especialización, Universidad Militar Nueva Granada].
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16401/VillamilRodriguez%20ElisaEnidia2017..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vivas, A. & Saavedra, P. (2019). Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2018. *Revista Scientific*, vol. 4, pp. 116-135. <https://www.redalyc.org/journal/5636/563662173008/563662173008.pdf>

Anexo A

Informe Turnitin

