

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

Comunicación Interna:
Una Visión Enfocada En Las Organizaciones

Trabajo de Investigación para obtener el Grado Académico de
Bachiller en Ciencias Administrativas

Autores:

Elena Pezo Gonzales

Katherine Solange Tuesta Pinedo

Asesor:

Mtro. Amado Arce Cobeñas

Tarapoto, setiembre de 2020

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, *Amado Arce Cobeñas* de la Facultad de Ciencias Empresariales,
Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: “COMUNICACIÓN INTERNA: REQUISITO VITAL EN LAS ORGANIZACIONES” constituye la memoria que presenta(n) el(la)(los) alumna (s) Pezo Gonzales, Elena y Tuesta Pinedo, Katherine Solange; para aspirar al Grado Académico de Bachiller en Ciencias Administrativas cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Morales, a los 5 días del mes de setiembre del año 2020.



Asesor

Mtro. Amado Arce Cobeña

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En San Martín, Tarapoto, Morales, a 25 día(s) del mes de Septiembre del año 2020 siendo las 09:30 horas,

se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Persepe Unión campus Tarapoto, bajo la dirección del (de la) presidente(s) Mtro. Mario Manuel Silas Nates

secretario(s) Mtro. Kelita Guillen Lopez y los demás miembros

Mtro. Jhin Giro Sánchez Salazar

y el (la) asesor (a)

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación del trabajo de

investigación titulado: "Comunicación Interna: Una visión enfocada en las organizaciones"

de los (las) egresados (as) a) Elena Pezo Gonzales

b) Katherine Solange Tuesta Pinedo

conducente a la obtención del grado académico de Bachiller en

Ciencias Administrativas

(Denominación del Grado Académico de Máster)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando a la(s) candidato (s) a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron atendidas por los candidato (s). Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Elena Pezo Gonzales

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>15</u>	<u>B-</u>	<u>Buena</u>	<u>Muy Bueno</u>

Candidato (a): Katherine Solange Tuesta Pinedo

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>15</u>	<u>B-</u>	<u>Buena</u>	<u>Muy Bueno</u>

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó a las candidato (s) a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente/a


Secretario

Asesor/a

Miembro

Miembro

Candidato (a)

Candidato (a)

Esta sustentación fue realizada de manera virtual o online, según lo establece el Reglamento General de Grados y Títulos.

Resumen

La comunicación interna es un proceso complicado, multidimensional y necesario para que el desarrollo de las organizaciones sea más eficiente. El diálogo es presentado en forma cotidiana y necesaria para la organización el cual depende de la participación de todos sus integrantes, desde el nivel operativo hasta la parte gerencial estratégica. Comunicación y organización pasan a ser aspectos indisolubles e interdependientes en la construcción y reconstrucción de los procesos organizacionales. Las estrategias comunicativas organizacionales ayudan a tener una buena imagen institucional, puesto que los colaboradores involucrados identificados con acciones comunicativas realizan la misión, visión. Los valores, los objetivos y políticas organizacionales, generan el crecimiento corporativo que es buscado con más ahínco hoy en día en este mundo globalizado y competitivo. Por otro lado, si hablamos de comunicación es importante mencionar las dimensiones influyentes en este tema como es la comunicación intrapersonal, este tipo de comunicación proveniente del ser humano propio es decir, de la forma que él mismo se comunique con su ser, la comunicación interpersonal que se refleja en el comportamiento del colaborador en su entorno laboral la forma de cómo se comunica con sus demás compañeros de trabajo y por último la comunicación interna institucional o escrita reflejado en la comunicación formal por medio de documentos que acrediten este acto. El objetivo de este artículo es presentar la importancia de comunicarse enfocado en las organizaciones; las estrategias, dimensiones y herramientas para crear una mejor y mayor comunicación con visión a tener un mejor desarrollo como ente socio organizacional.

Palabras claves: comunicación interna; organización.

Abstract

Internal communication is a complicated, multidimensional process and necessary for the development of organizations to be more efficient. The dialogue is presented on a daily basis and necessary for the organization which depends on the participation of all its members, from the operator level to the strategic management part. Communication and organization become inseparable and interdependent aspects in the construction and reconstruction of organizational processes. Organizational communication strategies help to have a good institutional image, since the involved employees identified with communication actions enhance the mission, vision. The values, the objectives and organizational policies, generating the corporate growth that is sought with more zeal today in this globalized and competitive world. On the other hand, if we talk about communication, it is important to mention the influential dimensions in this topic such as intrapersonal communication, this type of communication coming from the human being itself, that is, the way he communicates with his being, interpersonal communication that is reflected in the behavior of the employee in his work environment the way he communicates with his colleagues and finally the internal institutional or written communication reflected in the formal communication by means of documents that accredit this act. The objective of this article is to present the importance of communicating focused on organizations; the strategies, dimensions and tools to create a better and greater communication with a vision to have a better development as a socio-organizational entity.

Keywords: Internal communication; organization

1. Introducción

Desde tiempos muy antiguos la comunicación ha desempeñado un papel muy importante en el desarrollo de los pueblos, pues si hacemos una retrospectiva al pasado, podemos observar de que el hombre se dio cuenta que no podía vivir solo, ha sentido la necesidad de socializarse y por consiguiente tenía que manifestar sus necesidades, sus sentimientos, sus emociones hacia los demás utilizando para ello cualquier medio que le pudiera servir para emitir un mensaje y que éste sea recibido por el receptor originándose así el proceso de la comunicación, todo esto se ha venido repitiendo en todos los grupos humanos se venían agrupando y formando sociedades cada vez más grandes; es así que los pueblos han ido progresando gracias a la interacción de sus pobladores.

En la actualidad somos partícipes de la modernidad y la globalización, y el cuadro de organización de todos los países están colindando con una visión concreta y con un saber claro que hoy en día la comunicación juega un papel muy importante ya que nadie puede vivir sin expresar sus ideas, sus conocimientos, sus necesidades y emociones.

Todos estamos en este mundo intentando transmitir ideas, recibir información, adquirir conocimientos y para hacerlo de la mejor forma posible debemos considerar los instrumentos necesarios que se convierten en objetos esenciales para que las personas lleven a cabo una comunicación real.

La comunicación no solo se refiere a la utilización del lenguaje oral o escrito, sino también al gestual, a través de mímicas, señales, gestos, movimientos, sonidos y ademanes; siendo esta un sistema emprendedor y dinámico, ya que por medio de ella se transfiere información, la misma que debe ser efectiva esperando que cumpla los objetivos trazados por el que lo envía y por el que lo recibe, ambos poniendo en práctica sus habilidades comunicativas que aunque

estemos carentes de algunas de ellas podemos adquirirlas poniéndolas en práctica, aplicándolas para de esta manera tengamos un rotundo éxito en las relaciones interpersonales.

La transmisión de información es parte primordial de la actividad humana, ya que la misma puede ser verbal o no verbal, escrita y podemos considerar también la sensorial. Las redes sociales también cuentan con herramientas de comunicación, las cuales influyen a un mayor desempeño y que la información llegue a los receptores en forma óptima y eficiente, al mismo tiempo sea retroalimentada implicando cambio de conducta en el que lo recibe.

Esta es necesaria y fundamental en cualquier ambiente que se encuentre la persona, la comunicación interna en el momento y lugar oportuno puede ayudar a un mejor desarrollo de la actividad humana en la organización.

Cordoba & Urbano (2019) nos indican que la comunicación es un dispositivo o elemento muy importante para la mejora de las organizaciones existentes en el mundo, y cuando esta se direcciona de forma estratégica se fortalecen los objetivos colectivos, ayudando en la inclusión e identificación de sus colaboradores a la organización. Ya que, si en una determinada empresa u organización sus integrantes no se involucran en el desarrollo de las actividades teniendo en cuenta el giro de la misma, se deben buscar formas, medios para llegar hacia ellos, utilizando primordialmente la comunicación con asertividad para lograr el crecimiento y fortalecimiento en vías de alcanzar los objetivos propuestos.

Una eficaz comunicación interna con transparencia conlleva a una eficiente toma de decisiones, nos asegura el éxito. Esta comunicación no solo es una transmisión de mensaje, sino de cultura, conocimiento y aprendizaje, en sí es un arte, entendiéndose por arte como manifestaciones que transmiten una visión sensible del mundo y expresan lo bello.

La importancia de comunicar en el convivir diario de una organización es necesaria para tener un recado oportuno, pertinente, veraz y conciso. Por medio de eso tomar una decisión que repercutan en el desarrollo organizacional y social.

Moreno, Arbeláez & Calderón (2014) indica que en una organización se evidencian procesos sosegados de comunicación, ya que los miembros se hacen partícipes, y hacen que su cultura se adapte a la de la organización, el cual ayuda a conseguir objetivos comunes. La organización está en la obligación de diseñar y aplicar un plan de intromisión en comunicación interna. Por ello en definitiva la comunicación interna debe ser veraz para dar a conocer el patrón de mensajes compartidos entre los que interactúan en la organización.

El objetivo primordial de la comunicación interna es crear e incrementar involucramiento y compromiso de los colaboradores en las organizaciones, junto a ello, fomentar una cultura de saber escuchar y evitar los malos entendidos, los rumores y la escasez de información verídica según (Gamboa & Torres, 2017).

Estos hechos que son muy comunes en la convivencia diaria de los miembros de una determinada organización, sin faltar los insultos, las insinuaciones y comentarios malévolos, negándole muchas veces la palabra al contrincante, amenazando para infundir miedo, rompiendo el hilo comunicativo, impidiendo que el mensaje llegue de forma fluida, real lo cual conlleva al atraso y al estancamiento de las organizaciones.

Todo lo mencionado líneas arriba debe ser analizado, reflexionado y dado a conocer a las personas involucradas para lograr un cambio, aplicando la escucha activa en toda circunstancia. Toda relación interpersonal debe estar dentro del arco del respeto evitando a toda costa el contacto físico ocasionando situaciones violentas buscando soluciones constructivas y beneficiosas dejando a un lado nuestro ego.

Una de las dimensiones que tiene la comunicación interna es la comunicación interpersonal, según (Dominguez, 2013). La comunicación interpersonal en plena globalización ha tomado rumbos confusos, las interacciones que se implantan son cada vez más superfluas. Es importante rescatar las contribuciones de la filosofía fenomenológica y

existencial, y de esa manera nosotros poder entender cómo a partir del humanismo promovemos interacciones comunicativas de calidad y de ese modo poder convivir con los demás.

No sería posible nuestra convivencia entre seres racionales si no consideramos al hombre como ente primordial con deberes y derechos fundamentales y capacidades comunicativas innatas.

Si hablamos de una comunicación interna organizacional o escrita, se refiere a la comunicación formal documentada. Charry (2018) nos indica que la comunicación parte de una persona a otra, y en ocasiones vuelve al mismo para mayor fluidez, también existe la comunicación conjunta donde participan varios miembros de la organización. Aquí la comunicación es más extensa. En este proceso se pueden establecer así mismo, modelos unidireccionales o bidireccionales entre los diferentes participantes

2. Metodología

La metodología que se empleó, para la elaboración de este presente artículo, fue la de revisión bibliográfica.

Gómez, Nava, Aponte & Betancourt (2014) nos menciona que este medio es fundamental para un trabajo de investigación y se debe recopilar la información más óptima e idónea de entre muchas.

2.1. Criterio de inclusión

- Autores que no excedan los 7 años de publicación (2013).
- Autores que tengas vastos conocimientos en el tema de comunicación.
- Estudios que muestren resultados empíricos sobre a comunicación en las organizaciones.
- Artículos que aborden aplicaciones puntuales en comunicación interna.

3. Desarrollo o Revisión

3.1. Definiciones

Para poder entender que es la comunicación interna dentro de las organizaciones, es importante contextualizar qué es la comunicación. Según Moreno et al. (2014) menciona que la comunicación es interactuar e interrelacionarnos con una o más personas, este es un proceso bilateral, por medio de signos y/o símbolos convencionales, sobre los cuales ambos deben tener conocimiento por consiguiente debemos ubicar el momento o la situación por la que atraviesan las organizaciones y que las relaciones entre sus miembros o entre el emisor y receptor sea mutuo.

La comunicación es el dispositivo primordial que permite la obtención de las metas. Gracias a una buena comunicación, los miembros de las organizaciones se encuentran motivados y organizados, pero definitivamente si falla la comunicación interna el vínculo entre

colaboradores es contrario, si se corta el hilo comunicativo, el mensaje dado por el emisor no llega a su destino que es el receptor, por lo que no se ejecuta el proceso eficiente. La organización está intrínsecamente relacionada con perfil de dirigir la comunicación.

El traspaso de preceptos, convicciones y metas, sería súper difícil sin una útil dirección de la comunicación interna. La comunicación interna persigue el éxito empresarial, incentivando el talento y promoviendo el conocimiento dentro de una organización, tales así, que salen a relucir las habilidades, destrezas, creatividad, capacidades y competencias de los colaboradores.

3.2. Objetivo

El objetivo de esta investigación es analizar los distintos tipos de comunicación interna y determinar el grado de importancia como herramienta estratégica en las organizaciones.

3.3. Tipos de comunicación

Robbins & Coulter (2016) afirma que la comunicación interna se divide en tres tipos:

3.3.1. Comunicación ascendente.

Como su mismo nombre nos indica, asciende al nivel superior en la organización. Es requerida para la retroalimentación de los gerentes que se produce cuando el empleado manifiesta su conformidad o disconformidad durante su permanencia en la empresa, informar el avance hacia las metas o cuáles están siendo rezagadas y dar a conocer las dificultades físicas, emocionales, familiares por las que está pasando el trabajador. Gracias a esto, los del nivel superior o gerentes, conocen el sentir del trabajador en su propio puesto y con sus compañeros. Todo esto tendrá repercusión en el producto final o meta que queremos alcanzar. Los medios de comunicación más usuales son: Los correos electrónicos, entrevistas al personal, buzón de sugerencias y retroalimentaciones grupales.

3.3.2. La Comunicación descendente.

Aquí, la comunicación desciende del nivel superior, al nivel inferior de la organización, este tipo de comunicación es utilizada por los gerentes para dar a conocer a los trabajadores las políticas, metas, proporcionar instrucciones e información acerca de procedimientos o retroalimentaciones que ellos requieran. Los del nivel superior hacen uso de esta por medio de reuniones formales e informales, intranet, dinámicas grupales, entrevistas personales y correos electrónicos.

3.3.3 Comunicación lateral.

Este tipo de comunicación es más fluida, ya que el diálogo o comunicación es informales o formales, también se usa los correos electrónicos y retroalimentaciones en reuniones de grupos. Aquí la comunicación es más expresiva por el hecho que interactúan miembros del mismo nivel. Todas estas interrelaciones haciendo uso de la comunicación debe darse en el arco del respeto tanto entre gerentes y colaboradores, sin imponer, sin agredir, sin maltratar poniendo en práctica la capacidad de liderazgo entre unos y otros.

3.4. Dimensiones

Figura



Figura 1: Elaboración propia: Manuel Tessi (2010) propone que la comunicación interna integrada se compone de tres dimensiones.

3.4.1. Comunicación intrapersonal.

Por medio de la interacción humana y social es por donde se encuentra la posibilidad de objetivar el porte activo de un sujeto que puede orientarse hacia el objeto, percibirlo, experimentarlo, valorarlo, razonarlo, manipularlo, imaginarlo y representárselo y de esa manera aprenderlo y desarrollar las habilidades para asumirlo, saber hacer cosas con él y transformarlo (Yang, Saladrigas & Torres, 2016).

Para Tessi (como se citó en Trujillo (2017), el modelo 1A que es la comunicación intrapersonal, gestiona los mensajes “primero arriba”, es decir los que son prorrumpidos por los que dirigen una organización.

La meta principal de esta dimensión es conseguir un mejor nivel de honestidad y empatía consigo mismo. Asimismo, esta dimensión ayuda a involucrarse en los diálogos internos que una persona tiene consigo misma ayudando a emplear estrategias intrapersonales, y de esta manera mejora la comunicación interna. Este tipo de comunicación intrapersonal, son practicados por los que están encargados de dirigir una organización con el fin de que se escuchen, entiendan y enseñen.

Si definimos el término intra significa algo “propio” que nace de cada ser humano en su interior, es decir, su forma de ser, su forma de actuar, de pensar y de hacer las cosas y pues cabe mencionar que todas las acciones partes de tu ser y eso repercute al actuar con los grupos de trabajo o en todo aspecto cotidiano de la vida.

3.4.2. Comunicación interpersonal.

Asimismo, Tessi, considera que en la dimensión interpersonal influye la palabra oral, de manera que las conversaciones laborales informales o distorsionados son idóneos para poder

echar abajo o edificar las ganas y la productividad del trabajador, hacia ello existe una propuesta de solución que viene a ser el gestionar estrategias comunicativas en los distintos

grupos de trabajo, debido a que, si hay mayor sentido de comunicación habrá mayor productividad para el desarrollo de la organización.

Dominguez (2013) indica que la comunicación interpersonal, es la comunicación entre personas, la cual consiste en estar preparados a compartir parte de su individualidad y respetar la individualidad de la otra parte. Las personas son irrepetibles, singulares y únicas con capacidad de elección, pero muchas veces tratamos a los demás como si fueran objetos y no seres pensantes con capacidades de discernir, aportar grandes cambios para el bienestar de la empresa y de su productividad.

Por otro lado Romeu (2015) afirma que la comunicación interpersonal se define como una conversación “cara a cara” entre dos o más individuos en el cual la comunicación puede ser verbal o no verbal. Donde los miembros se enfrentan, comunican sus inquietudes y preocupaciones asertivamente. La comunicación interpersonal se ha instalado ya como objeto de estudio válido de la investigación en comunicación.

El análisis de la comunicación interpersonal, considerado un ejemplo de interacción humana, es fundamental para entender cómo a partir de ella se puede crear acción colectiva que involucre a los individuos a significar el entorno en el que se desenvuelven (Millán & Hernández, 2013).

Una relación intrapersonal satisfactoria depende mucho de nosotros, si estamos psicológicamente cómodos con el grado en el que nos ayudamos a satisfacer nuestras necesidades y con el nivel de interacción que significa nuestra relación. Podemos tener una relación satisfactoria y gratificante.

Si definimos el término inter, significa “varios” esto hace referencia a como es tu forma de ser con los demás, como te comportas con las demás personas, como te interrelacionas en un grupo con varias personas si eres asertiva o no al momento de actuar.

3.4.3. Comunicación organizacional o escrita.

Tessi, propone el modelo 3E sintetizados en: escuchar, emitir y empatizar. Si se practica con toda conformidad estas 3E esto ayudará a elevar el nivel de efectividad y la calidad en las comunicaciones escritas que se practica en toda organización. Saber escuchar (poner atención nuestros sentidos) activamente ayuda efectivamente a la comunicación ya que este es un pilar esencial, aplicar la empatía (ponerse en el lugar del otro) dentro de la comunicación es una muy buena estrategia de comprensión ya que se tiene nociones de la realidad situacional.

Ordóñez (2011) considera que el sistema de comunicación organizacional es respaldado y alentado desde el nivel estratégico para la dirección de los departamentos elaborando soportes bien diseñados y gestionados y a través de estos los colaboradores puedan estar adecuadamente informados y aportar sus opiniones y sugerencias para la organización.

La comunicación organizacional es la unión total del mensaje o información, donde efectivamente existen intercambio de información entre los que integran las organización y aplicada también a su medio organizacional, nos indica (Segredo, García, López, León & Perdomo, 2016).

Por otro lado, García (2018) nos menciona que estas últimas décadas se ha concebido como el otra lado de la realidad, respecto al desempeño, que la comunicación organizacional proporciona no solamente intercambio de información y conocimientos exclusivamente a la labor física, sino que también se extiende en los avances en materia de plataformas electrónicas como internet.

La comunicación en las organizaciones constituye una herramienta que implantan las instituciones para establecer intercambio de información entre los miembros de los distintos departamentos de una organización, ya que esta herramienta ayuda a tomar mejores o excelentes decisiones en cuanto a las actividades a desempeñar y cumplir eficientemente con

las actividades, siempre y cuando que las metas del personal estén acordes con los objetivos de la organización, nos indica (Altuve & Chávez, 2014).

(Rojas, Cabrera, García & Robaina 2012) la comunicación organizacional se sigue viendo como algo rutinario y ya conocido por todos de que, en la entrega de información entre los integrantes de una organización, pero es que realmente hay mucho que hacer y enfatizar siempre en la mejora continua del proceso comunicativo y debe ser insertada en la política de toda organización y esta debe ser efectiva.

Si definimos al termino organizacional, significa “grupo de personas” si enfocamos en comunicación organizacional se refiere a como toda la organización maneja sus procesos comunicativos, si estas son de buena forma y la información llega al menor tiempo posible de maneral formal o si existe algún tipo de falencias.

Para este articulo se consideró las dimensiones de la “Metodología de Comunicación 1A de Manuel Tessi, porque se consideró un modelo eficaz para las organizaciones. La revista 1A Primero adentro, señala que la comunicación 1A es un tipo de metodología que ayuda en gran manera a las organizaciones.

3.5. Aspectos valiosos para un ambiente sano

Para tener semblantes valiosos para un ambiente sano Villamil (2017) afirma que, cuando existe una comunicación interna transparente, limpia, verídica, autentica, positiva, real, efectiva y seria, el objetivo apunta a conseguir un buen clima en la organización, el cual permite optimizar los procesos y a su vez a formalizar una excelente relación de integración entre los colaboradores, originando buenas prácticas de entendimiento y desarrollo.

De ese modo da aliento a los líderes para que potencien el compromiso con la organización a partir de buenas prácticas y relaciones que se pueden basar en la confianza, compañerismo y lealtad.

Si tenemos un clima institucional óptimo con personas capaces de dar y recibir sugerencias para efectuar un cambio en su forma de ser, entonces se habrá logrado el bienestar pues todos aportarán sin dificultades ni interrupciones al fortalecimiento empresarial.

3.6. Medios para emplear la comunicación interna

En este punto daremos a conocer algunos medios disponibles para que las organizaciones inicien el plan de comunicación interna. Cabe mencionar que los directivos deben elegir los medios que sean más factibles a la organización que esta dirige.

A continuación se presenta algunos medios de comunicación, según (March, Prieto & Gutierrez, 2000).

3.6.1. Buzón de sugerencias.

Este medio consiste en ubicar buzones en distintos puntos de la empresa con el fin de que los colaboradores puedan depositar ahí las sugerencias o incomodidades que estos presentan, ya que muchos no se animan a mencionarlos cara a cara.

En la actualidad, con toda esta era digital estos buzones pasaron de ser físicas a buzones virtuales, porque se considera que es más ágil.

Se recomienda dar respuesta o mejora a cada sugerencia realizada porque de esta manera ayudo al crecimiento y buenas prácticas de la empresa.

3.6.2. Tablones de anuncio.

Este medio en la clásica publicación de noticias, informaciones legales, temas políticos, breves anuncios o mensajes deportivos, entre otros. Es conocida por su publicación en un espacio visible dentro de la organización.

A este medio es importante estar en constante actualizaciones de información para que no pueda quedar obsoleta y siempre de que hablar.

3.6.3. Carta al personal.

Consiste en hacer llegar a un colaborador de manera personal alguna información relevante, sobre algún asunto pendiente o importante que requiera ser atendido en la brevedad posible o para llamar la atención o simplemente un recordatorio, esta parte es la comunicación formal practicada por muchas organizaciones.

3.6.4. Manual de empleado.

Se basa en entregar un documento al colaborador, este documento tiene como fin, socializar y capacitar con sus atribuciones laborales ya que proporciona mucha información respecto a la empresa y con esto el personal sabrá lo que debe hacer y no estará en la incertidumbre o a la deriva en sus primeros días de trabajo y se sentirá familiarizado y parte de esta.

3.6.5. Videoconferencias.

Este medio ofrece la gran posibilidad de conectar a muchas personas desde la comodidad de algún lugar donde se encuentre sin importar la distancia. Los beneficios que da este medio es que, ahorra tiempo y dinero ya que evita el desplazamiento de las personas para estar reunidos presencialmente.

3.6.6. Intranet.

Surgió este medio por la necesidad de poder almacenar información propia de la institución, se basa en que cada miembro tiene un usuario y contraseña, con ese le facilita acceder al sistema, hacer publicaciones e intercambios de datos dentro de la empresa, además permite el trabajo en grupo mediante las herramientas de agendas y pizarras compartidas.

Es importante los mantenimientos ya que esto ayuda a que la información aparezca bien organizada y estructurada ayudando a facilitar el acceso a la plataforma.

3.6.7. Reuniones.

La clásica reunión que es muy usada, se denomina así a la unidos de un grupo de personas para desarrollar tareas pendientes o por venir y se escucha distintos intercambios de información e ideas. Se realiza este medio para realizar toma de decisiones, debates de trabajo u organización, entre otros puntos. Y se usa la famosa cara cara porque la reunión es física.

3.6.8. Seminarios de estudio.

Estas reuniones buscan entrar en detalle o profundizar un problema por medio de la participación de las partes involucradas. Estas jornadas duran varias horas y a veces hasta varios días hasta alcanzar la buena orientación necesaria por eso es preparado con tiempo para que de esa manera puedan obtener beneficios y son tratados con perspectiva.

3.6.9. Correo electrónico.

Este medio es muy conocido porque cotidiano está presente en distintos aspectos de la vida, se destaca y es conocida por su fácil acceso de cualquier lugar donde te encuentres siempre y cuando este a tu disposición la red de internet. Se puede enviar de uno a más personas siendo esto en medio rápido y ahorro en cuestión de papeles. Este medio se hace más rápido el cruce

de informaciones siempre y cuando el receptor este pendiente de la información que le llega o la conocida bandeja de entrada.

3.6.10. Memoria anual.

Está dirigida a los accionistas de una empresa, pero también se puede dirigir a toda la organización, este documento busca dar a conocer y promocionar la buena gestión de la empresa y ayuda a poder tomar la mejor decisión y comprar algunas acciones más. Se informa el estado financiero incluido los últimos resultados y los objetivos y problemas se mantienen pendiente.

3.7. Importancia de la comunicación interna

A continuación, se presenta los argumentos de algunos autores respecto a la importancia de la comunicación interna:

En la organización, la comunicación interna responde a la necesidad específica de la organización de motivar e integrar a sus empleados en un entorno empresarial que en ocasiones es cambiante. Este es una herramienta que transmitir los objetivos, metas, políticas, normas, tareas, atribuciones, los colaboradores reciben información sobre los beneficios sociales, están al corriente de las oportunidades de promoción y desarrollo profesional, conocimiento de los diversos puntos de vista y opiniones del nivel estratégico, el cual permite confianza y motivación. (Ordóñez, 2011).

La comunicación emprende desde el interior de la organización con el fin de proyectarse hacia lo externo, haciendo que contribuya al progreso de una política fuerte y dinámica, obviamente para beneficio de organizacional y es importante poseer de buenas políticas, muchos medios, variedades de estrategias y herramientas que apoyen a los distintos procesos de la organizaciones (Villamil, 2017).

Según Charry (2018) comunicación interna no solo es un proceso de envío y recepción de mensaje, sino que también es esta superpone mayor hincapié en generar significado para el buen funcionamiento de las organizaciones y eso lo hace tan importante.

Por su parte Segredo et al. (2016) considera que la comunicación es un asunto que describe la relación entre las personas y está siempre presente en todos los ámbitos y espacios en la que esta se desenvuelve, siendo muy fundamental en el aspecto laboral.

Así mismo Oyarvide, Reyes & Montaña (2017) defiende que la comunicación interna se convierte en un instrumento estratégica para la ayuda de los gerentes ya que conseguir mayor competitividad, retener a los mejores y ayuda fomentar el sentimiento de pertenencia y el éxito empresarial.

Esta herramienta estratégica ayuda también a que los trabajadores estén informados y cuando los colaboradores conocen muy bien la misión, la visión, las estrategias y los valores de la organización el desempeño de la empresa es superior porque hay una línea de comunicación eficaz entre los miembros que lo conforman.

Si bien es cierto que la comunicación en la actualidad se comprende mejor y se da énfasis para su mayor uso posible por su principal valor para las empresas. Rojas et al. (2012) sostiene que las nuevas condiciones aplican comprender a la sociedad que hoy en día se mueve a través de las relaciones e interacciones que hay cuando se transmite un mensaje y no cabe duda de que debe ser una labor insertar en las políticas organizacionales ya que esta hace que la organización se amas efectiva.

La comunicación interna adecuada se hace mucho más favorable porque ayuda a estimular la conexión entre las personas en el grupo y esto ayuda no solamente a transportar información o tener sentido de pertenecía, sino que también, ayuda a lograr una mayor compenetración y conocimiento mutuo entre los colaboradores (Pacheco, 2016).

4. Conclusiones

De acuerdo a la investigación elaborada, se concluye que no existe duda alguna al afirmar que la comunicación interna es un medio de gran valor que mejora el desarrollo del desempeño y conlleva a una integración, motivadas a cumplir con los propósitos, metas y objetivos de la organización generando relaciones satisfactorias entre sus miembros. Por otro lado, la comunicación interna facilita transportar mejor la información y que el mensaje llegue de forma apropiada a su destino, de manera que los colaboradores entiendan y sigan generando progreso para la organización. También es una base fundamental para poder tomar las decisiones idóneas en desarrollo organizacional.

Teniendo como base los puntos de vista de varios autores y ubicándonos exactamente a Manuel Tessi, se puede llegar a concluir que la comunicación intrapersonal ayuda a poder estar en paz, auto pensar y auto comunicarte consigo mismo como ser humano y poder conocerse de manera íntima y emocional y esto es influyente al momento de tomar decisiones y es ahí donde empieza a fluir la interacción con las demás personas y con todo lo que está en tu entorno.

Seguidamente está la comunicación interpersonal, una vez que te encuentres consigo mismo, empieza la interacción asertiva en el grupo de trabajo, haciendo que toda interacción sea para beneficio organizacional y es recomendable que cada organización aplique como política utilizar todos los canales de comunicación ya que es la base fundamental de las empresas.

Además, para mejorar la productividad en una institución empresarial es importante que se efectúe la retroalimentación tanto la ascendente como la descendente de esta manera gerentes y colaboradores podrán entenderse, comprender sus inquietudes y necesidades en beneficio de la institución empresarial. Si la comunicación no se da en forma asertiva las metas no son alcanzadas en su totalidad.

Por último, después de haber visto que la comunicación intrapersonal tiene como efecto fomentar la comunicación interpersonal, también se afirma que posterior la comunicación

organizacional también se hace presente y esta ayuda efectivamente a tener proactividad organizacional y que los niveles de comunicación o transporte de información sean más efectivos, teniendo buenos resultados en forma colectiva. Todos estos tipos de comunicación van de la mano, es decir, uno depende del otro.

Referencias

- Altuve, E., & Chávez, S. (2014). *Comunicación Organizacional como Herramienta para el Desarrollo de Equipos de Trabajo Eficiente*. 23.
- Charry, H. (2018). *La Gestión de la Comunicación Interna y el Clima Organizacional en el Sector Público*. 10.
- Cordoba, E., & Urbano, L. (2019). *Estrategia de Comunicación Interna y Externa para la fundación social colombia nuestra meta*. 106.
- Dominguez Bolaños, R. E. (2013). *La comunicación Interpersonal: elemento fundamental para crear relaciones efectivas en el aula*. 18, 16.
- Gamboa Arévalo, E. G., & Torres Gamboa, Z. Y. (2017). *Universidad Privada Antenor Orrego*.
- 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*. 27.
- Gómez, E., Navas, D., Aponte, G., & Betancourt, L. (2014). *Metodología para la Revisión Bibliográfica y la Gestión de Información de Temas Científicos, a través de su Estructuración y Sistematización*. DYNA (Colombia), 81(184), 158–163.
- <https://doi.org/10.15446/dyna.v81n184.37066>
- March, J., Prieto, M., & Guitierrez, P. (2000). *Profesionales y Gestores ante la Comunicación*

- Interna en el Programa de Salud Materno-infantil de Andalucía. Atención Primaria*, 25(1), 16–21. [https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(00\)78457-5](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(00)78457-5)
- Millán, J., & Hernández, A. (2013). *Hacia un modelo de Comunicación Interpersonal de Sustentación Interactivo-simbólica e incomunicabilidad*. 16, 20.
- Moreno, A., Arbeáez, S., & Calderón, L. (2014). *Implementación de Herramientas de Comunicación Interna con Generadoras de Cambios en las Pymes*. *Razón y Palabra*, 88, 9–27.
- Ordóñez, M. (2011). *Comunicación Interna en la Empresa. Claves y Desafíos*.
- Oyarvide, H., Reyes, E., & Montaña, M. (2017). *La Comunicación Interna como Herramienta Indispensable de la Administración de Empresas*. *Dominio de Las Ciencias*, 3(4), 296. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i4.687>
- Pacheco, R. (2016). *“Gestión Institucional del Director y la Comunicación Interna de los Trabajadores del Instituto Superior Tecnológico ‘Amazonas’ de Yurimaguas, 2015.”*
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Administración Administración*. Décima edición.
- Rojas, M., Cabrera, A., García, L., & Robaina, D. (2012). *Diagnóstico del Proceso de Comunicación Organizacional. Caso de estudio QUIMEFA*. 2, 161–174.
- Romeu aldaya, V. L. (2015). *Hacia una Teoría Personalista de la Comunicación Interpersonal Vivian*. 1, 188–198.
- Segredo, A., García, A., López, P., León, P., & Perdomo, I. (2016). *Comunicación Organizacional como Dimensión Necesaria para Medir el Clima en las Organizaciones en Salud Pública*. 16(1), 28–37. <https://doi.org/10.19136/hs.v16i1.1256>

Trujillo, L. (2017). *Influencia de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional de los Empleados de las Instituciones Públicas Descentralizadas del Sector Energía y Minas; 2017* [Inca Garcilaso de la Vega]. File:///C:/Users/USUARIO/Desktop/VII CICLO/TESIS I/COMUNICACIÓN INTERNA/TESIS DE TRUJILLO MARIÑO LUPE KARIN.Pdf

Villamil, E. (2017). *La Comunicación Interna Como Herramienta Estratégica En La Empresa: Un Análisis Desde La Gestión Organizacional*. 1–22.

Yang, Y., Saladrigas, H., & Torres, D. (2016). *Proceso de Comunicación en la Gestión del Conocimiento*. Análisis Teórico Del Comportamiento A Partir De Modelos Típicos.