



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE
UNA EMPRESA”
CASO: EMPRESA COMERCIALIZADORA
MILLENIUM CENTER S.R.L.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORA:

JULIA DE JESÚS MIRANDA CÁRDENAS

ASESORES:

JORGE HERNÁN RODRÍGUEZ

JAIME CASTILLA BARRAZA

LIMA – PERÚ

2013

A Dios por ser mi luz y mi guía a mis padres por ser el principal motivo de inspiración, por su amor tan grande y protección, a mi hermano por su confianza y cariño, a mi abuelita por que comparte junto a mi cada alegría y a mi esposo por su apoyo , por sus palabras de aliento y amor incondicional, a todo ellos les dedico mi esfuerzo por ser mi luz en el camino.

Agradezco a Dios por las fuerzas que me da para ser mejor cada día, gracias a mis padres por depositar su plena confianza en mí, gracias a mi esposo por cuidarme y creer en mí, a mis asesores por el apoyo para el buen desarrollo de mi trabajo.

Abstract

El presente plan de investigación está orientado a buscar los instrumentos necesarios para la mejoría de la comunicación interna que en este se presenta, como es el caso de la empresa comercializadora Millenium Center E.I.R.L.

Dentro del mismo poder encontrar el déficit que repercuten en su desarrollo y como objetivo primordial poder diseñar un plan comunicacional que ayuda a proporcionar las pautas necesarias para el buen desarrollo.

Otro de los objetivos es poder forjar lazos fuertes entre el personal administrativo y de apoyo para una mejoría en las relaciones laborales, además de fortalecer el flujo de la información que se maneja dentro de la empresa.

La proyección por mejorar el tratamiento de la información que se tiene, aplicando técnicas e instrumentos comunicacionales que modelen la estructura de la empresa en cuanto a comunicación interna mostrándoles nuevos medios de comunicación para que se puedan implementar y se desarrollen de manera tecnológica haciendo más rápido y efectivo los procesos dentro de sus actividades.

Por otro lado se encuentra el objetivo de poder desarrollar distintas formas de llegar a los empleados para que estos puedan así hacer un trabajo más efectivo en cuanto a su colaboración basada en la importancia de las actividades que estos realizan.