



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Análisis de la Comunicación Interna de la empresa Konecta durante la Covid-19 -

Lima 2021

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

AUTORA:

Marquez Távara, Ingrid Antonella (ORCID: 0000-0003-0751-7515)

ASESOR:

Mg. Moreno López, Wilder Emilio (ORCID: 0000-0003-3151-3848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedicado a mis padres Gustavo Alejandro y Lucia Amparo por ser el gran soporte durante todo este proceso. Asimismo, a mi ángel que partió a un mejor lugar: para ti abuelo Gustavo

A mi hermano Gustavo Alexander, gracias por siempre darme la mano y los consejos para seguir. Finalmente, a mis familiares que partieron por la Covid-19 y hoy no están presentes para celebrar conmigo, Dios los tenga en su gloria.

Agradecimiento

Gracias a Dios y a mis ángeles que cuidan de mí desde el cielo. A todas las personas que conocí en este largo y lindo camino, llenos de esfuerzos, llantos y alegrías, a mis maestros, a mis amigos y asesor. A mi profesor Juan Talavera que más que un profesor es un amigo que nunca se negó a una solicitud de apoyo gracias.

Agradezco a mi familia y a mi madrina Carolina Aedo por este gran apoyo los amo, esto es por ustedes y para ustedes.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos	iv
Resumen	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización: Categoría:	15
3.3. Escenario de estudio:	15
3.4. Participantes:.....	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:.....	15
3.6. Procedimientos:.....	16
3.7. Rigor científico.....	16
3.8. Método de análisis de la Información:.....	16
3.9. Aspectos éticos:.....	16
IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES	18
V. CONCLUSIONES	22
VI. RECOMENDACIONES	23
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Resumen

El objetivo general es analizar la comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19 Lima 2021. Por lo que se han desglosado cada subcategoría junto a sus códigos para poder de esta manera realizar las entrevistas. La investigación es de enfoque cualitativo de tipo básica, con un diseño descriptivo no experimental, transversal teniendo un nivel investigativo con estudio de casos. Para dicho análisis se procedió a manejar la técnica de la entrevista individual a cada integrante de la empresa para rescatar sus opiniones y profundizar en el tema.

Luego de la entrevista, previa coordinación con los integrantes de la población en estudio a través de la plataforma Zoom, se procedió a realizar las interpretaciones a cada dimensión, para analizar la comunicación interna de la que se desglosó una guía de preguntas para conocer su punto de vista sobre el fenómeno a analizar. Se tuvo como conclusión que la comunicación dentro de la organización se reflejó de manera débil, pues de acuerdo a la situación por la que se encontraba el país, este no tuvo mucha fluidez diaria con el trabajador de formar directa

Palabra Clave: Comunicación interna

Abstract

The general objective is to analyze the internal communication of the Konecta company during the Covid-19 Lima 2021. Therefore, each subcategory has been broken down together with its codes to be able to carry out the interviews in this way. The research is of a basic qualitative approach, with a descriptive, non-experimental, cross-sectional design, having an investigative level with case studies. For this analysis, the technique of individual interviews with each member of the company was handled to retrieve their opinions and delve into the subject.

After the interview, prior coordination with the members of the study population through the Zoom platform, we proceeded to make the interpretations of each dimension, to analyze the internal communication from which a guide of questions was broken down to know their point of view on the phenomenon to analyze. It was concluded that communication within the organization was reflected weakly, because according to the situation in which the country found itself, it did not have much daily fluidity with the worker to directly train

Key Word: Internal communication

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación es importante en la vida humana porque nos permite tener mayor interacción con las personas que se encuentran en nuestro alrededor como familiares, amistades, jefes o socios todos ellos establecen conexiones e intercambian opiniones. Pero qué ocurre si esta comunicación se ve interrumpida, posiblemente la información que se deseaba emitir no llegue correctamente y esto causaría que el vínculo que se había formado con el receptor se rompa.

Sin duda esto ocurrió en diferentes organizaciones como: colegios, institutos, universidades, empresas, etc. Con la llegada de la Covid-19, tuvieron que encontrar y tomar acciones rápidas con el fin de no perder el ritmo que ya habían estructurado de manera cotidiana.

Dentro de toda organización la comunicación interna es fundamental para el éxito, pero si no hay una comunicación constante dentro del equipo de trabajo los resultados que dicha organización se propone a alcanzar puede verse en riesgo. Por ello es esencial que los jefes de cada área empiecen a tomar acciones comunicativas para evitar errores que lleven a un mal resultado.

Así como estar comunicado dentro de una empresa es vital, las personas que la integran también serán piezas importantes porque con su constante esfuerzo y disciplina de trabajo hace que la empresa logre sus deseos a alcanzar.

La presente investigación busca analizar la comunicación interna de la empresa Konecta durante el proceso de la Covid-19, esta empresa abarca tareas internas como el front office al encontrarse delante de la empresa y el Back Office detrás de la oficina internamente, esta empresa se encuentra posicionada en más de 8 países entre ellos Perú, teniendo sedes en Lima y Provincia. Dicha organización ofrece trabajo a más de un peruano.

Sin embargo, esta investigación se basó en estudiar la comunicación interna de la sede de Konecta-Surquillo. Actualmente la empresa busca mejorar y lograr un mejor equipo de trabajo con sus empleados.

Por eso es tan importante que las empresas cuenten con una base sólida de información para que de manera adecuada esta sea brindada dentro de toda la empresa. Para poder profundizar más en el tema tenemos que saber o conocer que es comunicación interna, por eso hemos citado en diferentes autores para ampliar más el concepto con el fin de profundizar en el tema.

Dentro de una empresa, el ambiente de trabajo tiene que ser placentero para que las tareas que se vayan desarrollando sean ejecutadas con éxito.

En los últimos años las empresas han tenido diferentes actualizaciones tanto tecnológicas como comunicativas dentro de su organismo, por lo que han tenido que adaptarse a los constantes cambios que estas han demandado, para poder llegar a la meta u objetivo que se hayan propuesto.

Al llegar la pandemia a nuestro país las empresas tuvieron que emplear otro recurso nuevo de trabajo, denominado trabajo remoto siendo este el más empleado por diversas empresas.

Konecta al ser una empresa orientada a la prestación de servicios de outsourcing (subcontratación) tomó el trabajo remoto como una de sus estrategias de acción más aplicada, considerando que la comunicación directa que tenía cara a cara con su trabajador iba a cambiar.

Por dicha razón en esta investigación se formula los siguientes problemas: ¿Cuál es el análisis de la comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021?, teniendo como problemas específicos ¿Cuál es el análisis de Generación de entorno participativo en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021? ¿Cuál es el análisis de la Instancia de recepción como prioridades en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021? ¿Cuál es el análisis de las Barreras de la comunicación en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021?

Se justifica la presente investigación con la finalidad de dar a conocer como la empresa maneja la comunicación con su equipo de trabajo manejó la comunicación interna de la empresa Konecta durante la pandemia de la Covid-19 y el cambio que hubo dentro de la

empresa Esta investigación aportara nuevos conocimientos referentes a la comunicación interna en tiempos de pandemia o diferentes factores que interfieran el modo de comunicar y que pueden ser empleadas para otras empresas, cuando se vean amenazadas por cualquier otro fenómeno.

Para esta investigación se tomaron como referencia a la teoría expuesta por Brandolini & Gonzáles Frigoli (2009), que con su aporte ayudara a esta investigación a profundizar la comunicación interna dentro de una organización. Así mismo hemos considerado a Vértice quien nos define las diferentes barreras de comunicación que se pueden presentar al momento de comunicar.

Por lo que la presente tesis tiene como objetivo Analizar la comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021, por lo que se generan los siguientes específicos. Analizar la generación de entorno participativo en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021. Analizar la Instancia de recepción como prioridad en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021. Analizar las Barreras de comunicación en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Para saber y entender con más claridad el tema que se presente analizar en esta investigación, se tomaron antecedentes nacionales e internacionales, que tienen la misma categorización en diferentes enfoques, que presentaremos a continuación:

Vivanco (2017), en su tesis "*Competencias laborales y comunicación interna en los trabajadores profesionales de la Superintendencia Nacional de Registro Públicos (Sunarp). Lima. 2016*", busca conocer la conexión que hay entre las competencias laborales y la comunicación interna en los profesionales que laboran en esta institución del Estado peruano. La muestra de esta se conformó por 60 trabajadores, a quienes se les aplicó una encuesta que buscó profundizar en las variables mencionadas.

A través de un diseño no experimental, el resultado indica que sí existe una relación directamente proporcional (directa) que las competencias laborales como comunicación interna.

Esta investigación termino definiendo que las competencias laborales se encuentran relacionadas de manera significativa con la comunicación interna y los trabajadores profesionales de Sunarp

Yñanez (2017), en su tesis *La comunicación interna de la Municipalidad de Surco en el liderazgo organizacional*, indagar como la comunicación interna de la Municipalidad de Surco guarda relación con el líder organizacional, esta trabajo bajo el enfoque cuantitativo, usando como técnica de estudio el cuestionario, mismo que fue desarrollado por 31 reactivos de una muestra de 50 trabajadores de la Municipalidad de Surco que trabajan en las diferentes áreas como administración y comunicación contando con una experiencia de aproximadamente 8 meses. A través de un diseño no experimental, el resultado arrojó que la relación que existe entre las variables, el resultado le permitió concluir que la comunicación de la municipalidad se relaciona de manera significativa con sus trabajadores

Valle (2016) en su tesis *Auditoria de la comunicación interna y el clima organizacional en una empresa industrial en Lima*, desarrollo el análisis de la comunicación interna y el resultado de una auditoria y el clima organizacional de lamisma, para esto tuvo

como instrumento un cuestionario que tuvo participación de 100 personas de ambos géneros. Es así que se identificó la presencia y ausencia de una adecuada política de comunicación y relación esta investigación tuvo como objetivo analizar la relación que se genera entre el resultado de una auditoria y el clima organizacional, teniendo como instrumento un cuestionario a 100 persona, de ambos géneros, a quienes se identificó la presencia y ausencia de una adecuada política de comunicación y relaciones internas. Finalmente, el autor concluyo que existe un adecuado sistema y practica entre la comunicación interna y un clima organizacional.

De la Cruz & Vilca (2020) *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018*, ambas autoras buscaron determinar la influencia de la comunicación interna en el clima laboral, su investigación fue de tipo cualitativa, donde utilizaron como instrumento la encuesta a más de 502 trabajadores. Este presente trabajo investigativo da como resultado que la comunicación interna influye significativamente en la empresa Sedalib.

Sanchez (2018), en su tesis *Análisis de la Comunicación Interna según los trabajadores de Mifarma, La Victoria, 2018*, en esta última referencia la autora busca analizar la comunicación interna desde la perspectiva de los trabajadores, esta investigación fue definida como un enfoque cualitativo, donde las entrevistas que realizo fue dirigida a los trabajadores de dicha entidad ya mencionada, finalmente concluyo que desde el punto de vista del empleado la comunicación interna de la farmacéutica más reconocida a nivel nacional surge de manera progresiva, desarrollada y se mantiene constante dentro del equipo de trabajo.

Finalmente, para concretar los diferentes aportes sobre comunicación interna, hemos optado por interpretar los siguientes hallazgos internacionales.

Villamarin (2016) *La Comunicación Interna y su incidencia en el proceso operativo de la Compañía Ciateite S.A. diseño de un plan de comunicación. Universidad de Ecuador*. Este investigador tuvo como objetivo, fundamentar las bases teóricas y evidencias de comunicación interna. Este presente trabajo tuvo como diseño de investigación la

descripción, donde tuvo como instrumento una encuesta a 20 personas, mediante esta técnica concluyo que tomando los conceptos básicos de las teorías y conceptos se evidencio que la comunicación interna en las empresas constituye herramientas eficaces que harán que logren el éxito, como conclusión final menciona el autor que existe una exitosa implementación de comunicación.

Mora (2017) *La comunicación interna en las organizaciones y su relación con el ambiente laboral. Universidad de Colombia*, tuvo como finalidad de analizar una selección de producción bibliográfica presentada en los periodos del 2007 y 2017, esta fue en base a los datos relacionados y reconocidas de algunas universidades de dicho país así mismo la comunicación organizacional es un eje para promulgar y reutilizar el conocimiento al interior de una empresa. Durante su proceso encontré diferentes denominadores donde los estudios que la problemática centra que la falta de un buen proceso de comunicación y el cambio formal de intercambio de ideas y factores que se hacen, tengan una incidencia en el ambiente laboral.

Cárdenas (2018) *Comunicación interna, una mirada desde las organizaciones comunitarias: análisis de caso Asociación Agropecuaria "Santa Teresita" Cantón Guachapala periodo septiembre-enero 2018. Universidad de Ecuador*, en esta presente investigación tiene como propósito presentar la mirada que tiene las organizaciones respecto a los sistemas de comunicación interna. Para este trabajo se desarrolló herramientas con que las organizaciones puedan dar un cambio como organización y emplear comunicaciones como prioridad.

Sánchez (2012): *Las competencias laborales en el desempeño de la función del contador público en las fuerzas armadas nacionales de Carabobo. Venezuela*, este investigador planteo como objetivo determinar la relación entre las competencias laborales y el desempeño, para poder profundizar en el tema realizó un investigación a 22 contadores locales, este estudio fue cuantitativo, después de haber realizado su instrumento este concluyó que, no se venía aplicando una forma real de las tareas de trabajo que fueron establecidas, así mismo no se hallaron diferencias entre las instituciones, por lo que se

establece una rutina en donde la eficiencia y eficacia del recurso humano apenas si se ve deslumbraba. Finalmente, el autor menciona que tampoco existe una inversión en el área de innovación y capacitación de los RR.HH.

Alarcón (2015) *La comunicación interna en el sector público ecuatoriano caso ministerio de Salud Pública*, el aporte de este autor gira en torno al análisis del funcionamiento de los procesos de comunicación interna en el sector público de dicho país. Para este estudio el autor opto por la recolección de la información, con las encuestas que realizó el investigador a personal interno del Ministerio de Salud Pública, identifico las fortalezas y obstáculos que estos pueden encontrar durante el modelo de comunicación interna dentro de la estructura del Ministerio de Salud pública, por ello el investigador al culminar dicho estudio recomienda que las políticas sean idóneas para potenciar el funcionamiento de las organizaciones.

Base teórica.

Para contar con un mayor alcance informativo de la presente investigación se apoyará en la teoría de Woodward Guerra (2005), quien hace referencia a la teoría contingente.

Esta teoría se basa en las organizaciones que al ser un método abierto debe tener el conocimiento en el medio y situación en la que se encuentran.

Toda organización al ser una empresa libre de opinión y sugerencia, siempre tiene estar preparada a situaciones nuevas que pueden originarse fuera de su contexto. Si las organizaciones se ven amenazadas frente a cualquier fenómeno o circunstancia estas deben de tomar la mejor manera e incluir a su equipo, pues esto hará que se estructuren de buena manera, sin dejar que las metas que se encontraban en marcha se vean afectadas.

Otra manera de interpretar la teoría de contingencias, sería que las empresas más que preparadas, deben estar informadas y tener un plan estratégico para accionar, con la finalidad de que no los tome de manera sorpresiva, si esto llegara a ocurrir el resultado como organización sería mal vista por sus principales rivales o competencias.

Comunicación Interna

Antes de poder definir que es la Comunicación Interna, tenemos que saber que es la comunicación, por lo que se considera que esta es un acto humano frecuente que busca estar informado. Así como el humano empieza a caminar y hablar también necesita estar nutrido de información, por eso toda organización debe contar con una retroalimentación que sea constante en sus empleados. Con el pasar de los años han surgido nuevos medios para compartir información y estar actualizados, lo que no sería difícil para cualquier jefe de alguna organización brindar lo necesario para que el empleado se encuentre informado de lo que viene proyecta realizar la empresa donde labora.

Por lo que para la variable en estudio se ha utilizado a los siguientes autores, Brandolini & Gonzáles Frigoli (2009) & Vértice (2007), quienes me ayudaran a definir mis dimensiones a estudiar.

En el libro de Brandolini & Frigoli (2009) definen a la comunicación interna como una herramienta y medio por donde pueden alcanzar un fin, sin dejar de lado al receptor pues este tiene que llegar a comprender el mensaje que se le está brindando.

Esta comunicación va dirigida al público interno y personal que los conforma dentro de la misma. Por lo que va ser de suma importancia brindar un mensaje correcto con el fin de evitar mal entendidos o un conflicto interno dentro de la empresa.

Por otro lado, Vértice (2007), nos menciona que al ir transmitiendo el mensaje o información estas puedan verse amenazadas por las barreras que se presente en el camino como físicas, intelectuales y psicológicas. Estas influirán en el receptor para que no logren comprender el mensaje determinado que se está brindando.

Otros autores que definen el concepto de comunicación interna son los siguientes

Para Salinas (2016), la comunicación se va a centrar en el capital humano, donde a través de un proceso los miembros de más alto rango terminaran por también integrarse, en el plan comunicativo. (p.71)

De acuerdo a lo mencionado, podemos entender que dentro de la comunicación

interna se encuentran sus trabajadores y a su vez las personas que tienen una jerarquía mayor (Gerente general, Jefe inmediato, etc.).

Por otro lado, tenemos a otro autor como vértice (20017), que nos menciona que un grupo humano denominado público interno será un grupo de personas que conforman una institución que se encuentran vinculadas con ella. Sin embargo, en el caso de una empresa esta se encontrará integrada por accionistas, empleados, etc. (p.6)

Dicha definición guarda relación con Salinas (2016), quien menciona que la comunicación interna se encuentra integrada y dirigida diversos tipos de humanos.

Para seguir profundizando e indagando en este estudio, Berceruelo (2011), menciona que la comunicación interna es un recurso eficaz para la gestión empresarial, así esta sea cambiante.

Toda empresa siempre va a querer cumplir objetivos, difundir políticas y construir una identidad con su equipo de trabajo, a fin que el desarrollo o tarea que viene empleado lo realice de manera excelente, por lo que un armonioso clima laboral también formaría parte del crecimiento de la empresa.

De acuerdo a lo mencionado, la comunicación interna es vital dentro de una empresa pues tiene que encontrarse en un buen nivel de informar ya que, en toda empresa siempre existirá el constante ingreso de nuevas personas para gestionar y esta tiene que llegar a los mismos, mostrándoles de una manera eficiente para llegar a grandes logros y a la vez mostrarle esa confianza al personal nuevo que ingresa, sin dejar de lado los valores y pautas que la empresa ya maneja.

Generación de entorno participativo

Según, Brandolini & Gonzáles Frigoli (2009) Se deben de tomar vínculos o lazos Para estrechar vínculos entre los diferentes sectores y estas organizaciones deben ofrecer un buen clima de trabajo y responder a las expectativas e inquietudes que sus integrantes presentan, es importante la participación de los mismos". (p.25)

Según lo mencionado en toda organización de trabajo es importante la participación de

sus colaboradores pues es importante conocer su opinión y contar con su contribución que puede tener ellos hacia la empresa es por ello que Brendolini & Frigoli consideran estas sub-categorías que debería de tener un equipo

La generar la implicación del personal, dentro de ella se busca promover el compromiso de todos los empleados para alcanzar objetivos que la propia empresa asume impulsando el trabajo dentro del equipo.

Es así que de acuerdo a lo indicado es importante que una empresa bien formada tome en cuenta a su personal y estos tengan la libertad de participar y a través de su opinión aportar a la empresa y así ambos poder lograr grandes éxitos.

En cuanto la armonización de las empresas, estas buscan evitar oposición y discrepancia en la actuación cotidiana a partir del diálogo y la comunicación con las diferentes áreas y niveles de mando que se puedan encontrar en la organización.

Esto hace referencia a los malos entendidos, información tergiversada y rumores que hacen que el mensaje real llegue de diferente manera al receptor.

Sin embargo, en toda organización al tener contacto con los empleados e informara los mismos se pueden percibir distintos cambios de actitudes, como el de saber, poder y querer. A partir del conocimiento del rumbo de la empresa, se puede alcanzar una actitud positiva con cierta independencia que posibilite la toma de decisiones individuales y/o grupales para alcanzar las metas propuestas por la empresa.

De acuerdo a lo mencionado se entiende que los colaboradores tienen la posibilidad de tomar decisiones individuales o grupales (dentro de su equipo de trabajo), sin perder el objetivo principal que es alcanzar la meta de la empresa. Estas pueden mejorar la productividad y así mismo generar una comunicación clara, todos los empleados conocen los objetivos y están en la posición de desempeñar su labor orientada a mejorar sus niveles productivos.

Según lo mencionado toda empresa que brinde una buena comunicación dentro de sus colaboradores podrá lograr grandes objetivos tanto personales como grupales y empresariales.

Para seguir profundizando y ampliando las categorías que esta investigación quiere dar a conocer hemos considerado a otro autor como Barruelo (2011), nos dice que la empresa debe mantener integrada y motivada a su equipo de trabajo. Si de manera general analizamos las motivaciones de una empresa sería el mensaje económico positivo en una plantilla o boleta de pago, sin duda es un ejercicio de comunicación, eficaz ya que la organización está premiando y reconociendo el trabajo que realiza el empleado.

De acuerdo a lo que nos menciona el autor la parte económica también formaría como una estrategia de integración de los trabajadores y motivación.

Las empresas deben de manejar una buena instancia de recepción como prioridad, esto significa el correcto uso de la codificación como mensaje y el constante feedback.

Según Brandolini & Frigoli (2009), mencionan que la comunicación interna debe ser comprometida por dos vías, por un lado, la comunicación que propone la compañía y por el otro la transmisión de planes estratégicos de comunicación, que sería el feedback y la codificación.

La codificación hace referencia a como el ser humano se comunica, expresa y con qué atención logra atraer y generar la empatía. Estos mensajes son brindados a un destinatario diferente quien codificara el mensaje para poder comprenderlo.

En torno a lo mencionado queremos exponer que los mensajes que son emitidos dentro de una empresa hacia sus trabajadores deben tener el fin de informar de forma correcta, pero previo se debe de construir una empatía con el equipo de trabajo.

Para poder lograr empatía e información con un determinado equipo las empresas deben de contar con un feedback constante.

Podemos definir que de acuerdo a como nos expresemos correctamente la información brindada a un determinado público, será comprensible y gracias a ello los integrantes de toda organización podrán realizar una buena tarea.



Fuente: Comunicación interna Brandolini & Frigoli

Para Florido (2012), el feedback o en otros términos también conocido como la retroalimentación, se identifica como un retorno de la información de salida de un círculo o un sistema a su entrada. Se interpreta que la retroalimentación o feedback es una de las bases fundamentales que toda organización ya debe de poner en práctica

Las empresas al brindar información constante con su trabajador, se puede encontrar con varios obstáculos a que denominamos barreras de la comunicación Barreras de la comunicación, para Vértice (2007), las barreras suelen encontrarse agrupadas en físicas, intelectuales y psicológicas al momento que el mensaje se encuentra viajando al receptor puede que estas barreras aparezcan den el transcurso.

Según lo mencionado la comunicación interna puede estar expuesta a las barreras de comunicación, pues estas harían que algo ocurra para que la información que se quiera emitir no llegue de forma clara.

Las barreras físicas, guardan moción en cuanto lo que definimos como las maquinas escritas, paneles, afiches y todo lo que la empresa clocaba cuando todo era de manera presencial, con la pandemia esto cambio.

Mientras la dirección pone notas escritas a máquina en el tablón de anuncios, los delegados usan medios superiores como, mitin improvisado, boca de oreja, pancarta, etc.

Las barreras intelectuales, se basan en la empresa escrita, la forma formal que diversas organizaciones manejan al momento de redactar un correo o dirigirse a través de un grupo por WhatsApp. Por esto recalca que es importe desde el momento de como los

jefes se expresan, ya que muchas veces por usar términos tan diferentes no logren que lo comprendan o interpreten.

Por ello se debe de usar frases sencillas y cortas, con el esquema sujeto-verbo-complemento-punto y aparte". Es la forma de expresarlo

Las barreras psicológicas, mientras las empresas suelen mostrarse por primera vez interesada en comunicar con los empleados, encontrándose que no tiene ningún crédito acumulado a tal fin que los delegados han mantenido un flujo de comunicación constante que los coloca en una posición de credibilidad.

Para uno de nuestros autores tomados como King (2012), manifiesta que las barreras que se presentan pueden originarse en el emisor, el mensaje y el receptor.

García (1998), nos menciona que la calidad de comunicación interna está sujeto a amenazas como las diferentes barreras que se pueden encontrar en el camino, pero será del emisor que use buenas técnicas para romper estas barreras y el mensaje llegue de forma clara, con la finalidad e interés que el receptor pueda comprender lo que se desea informar.

Las empresas se encontraron con muchas barreras durante todo el proceso que se estaba viviendo en nuestro país, sobretodo la empresa Konecta tuvo que lidiar con mucho de ella e ir aprendiendo durante el camino, buscar la mejor manera de poder comunicarse con su trabajador.

Según lo mencionado García define que la comunicación es una de las principales herramientas que la empresa tiene que tener, pero sin embargo en el transcurso tendremos asechanzas y riesgos al comunicar, a estas las denominara, física, fisiológicas, sociológicas, culturales, administrativas y

Durante el proceso comunicativo para el autor en mención surgen todas esas barreras señaladas, que dependerá mucho de la organización que la supere, para que estas puedan al final del proceso tener grandes resultados.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación:

El tipo de investigación a realizar es básica, con enfoque cualitativo, ya que es un análisis que aportara a otros investigadores e impulsara a que descubran nuevas teorías para poder profundizar en el tema. Para Sampieri (2014) menciona que las investigaciones básicas, son aquellas en las que se podrán analizar teorías y estas ayudan a incrementar conocimiento a un fenómeno existente.

El enfoque a emplear es cualitativa, Roberto Hernández Sampieri (2018). “La ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto”.

Diseño de investigación:

El diseño de la presente investigación descriptiva, según Sampieri (2018), indica que estos diseños van a pretender especificar propiedades y características de personas o grupos.

Esta investigación será no experimental y transversal. Sampieri (2018) afirma que, los diseños de investigación transversal recolectan datos en un momento determinado y único de tal manera que analiza variables para describirlas e interrelacionarlas entre sí.

La presente investigación se realizará en la empresa Konecta de la sede de Surquillo, para determinar la validez y confiabilidad del instrumento a aplicar.

Nivel de investigación.

Esta investigación realizara el método de estudio de caso Yin (1994), uno de los principales autores de nivel de estudio de caso nos menciona que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto. Este nivel como resultado, en base a múltiples fuentes y evidencias.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización: Categoría:

Comunicación interna Subcategorías

Generación de entorno participativo Instancia de recepción como prioridad Barreras de la comunicación

3.3. Escenario de estudio:

El escenario de estudio de esta presente investigación, es la empresa Konecta que se encuentra ubicada en la Av. República de Panamá 15048 del distrito de Surquillo. La empresa cuenta con diferentes sedes en Lima y provincia. Esta empresa cuenta con un equipo que se divide en campañas como Unique, Alicorp. Movistar, etc. ya que es un full service brindado así trabajo a varias personas.

3.4. Participantes:

Para esta investigación se contó con 4 entrevistados que actualmente se encuentran laborando en la empresa y puedan brindarnos la información desde una perspectiva, con la finalidad de profundizar en el tema.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Técnica

La técnica a emplear para esta presente investigación es la entrevista, esta nos permite conversar e intercambiar opiniones de un determinado tema, entre una o varias personas. Por eso esta investigación prefirió realizarlo de forma individual a cada entrevistado con el fin de atraer opiniones diferentes, para que estas puedan ayudar más adelante a mis resultados y discusiones.

Instrumento

Para la presente investigación se utilizó como instrumento la Guía de preguntas que nos permitirá conocer a profundidad la categorización a estudiar. Para Sampieri(2014), la guía de entrevista se basa en preguntas específicas con la finalidad que el entrevistado pueda expresarse.

Por eso la guía de entrevista de este estudio conto con cierta cantidad de preguntas que fueron extraídas de mis subcategorías y códigos para que los entrevistados pudieran ampliar más el tema.

Esta Guía de preguntas fue validada por 3 magísteres de la especialidad de comunicaciones, a quienes se les hizo entrega de la Matriz de Categorización y Guía de pregunta.

3.6. Procedimientos:

Para conocer a profundidad la variable a estudiar se realizó la guía de entrevista la cual fue creada y desarrollada en documento Word.

Este estudio tiene como objetivo general analizar la comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19 Lima 2021. Por lo que se han desglosado cada subcategoría junto a sus códigos para poder de esta manera realizar las entrevistas.

3.7. Rigor científico

El presente estudio ha sostenido la ética durante todo el proceso de la presente investigación, se han recolectado datos de libros por la web para poder abordar más en el tema. Esta también conto con diversos antecedentes y una base teórica que respalda el tema de trabajo de investigación lo que hace que la información sea veraz.

3.8. Método de análisis de la Información:

Para analizar la variable se procedió con entrevistas a trabajadores de la empresa Konecta que tienen diferente cargo en dicha organización ya manifestada, con el deseo de conocer sus opiniones sobre la variable que se viene estudiando

3.9. Aspectos éticos:

En esta presente investigación ha cumplido con cada paso que ha dispuesto la universidad Cesar Vallejo, cumpliendo ligeramente y rigurosamente la guía PI y DPI brindada al inicio del taller.

Los datos que se encuentran en este presente trabajo investigativo cuentan con un aval de información recolectada de páginas web confiables y libros físicos ovirtuales

que han sido de gran aporte.

Esta investigación rechaza cualquier tipo de plagio ya que desde el inicio se ha cumplido con los aspectos éticos de la Universidad Cesar Vallejo. Todas las citas que han sido citadas en este trabajo han sido empleando el formato APA. Además, esta investigación ha pasado por TURNITIN con la finalidad de constatar el porcentaje de similitud y así evidenciar que todo se ha llevado de una manera correcta por parte de la autora.

Finalmente, el instrumento empleado en este trabajo fue validado por 3 magísteres profesionales en comunicaciones, quienes indicaron a través de la guía de preguntas que el instrumento era correcto y aplicable, por lo que se dará resultados reales y verídicos mas no alterado.

IV.RESULTADOS Y DISCUSIONES

Esta presente investigación se centró en el análisis de la comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19, con cuatro entrevistados que se encuentran actualmente laborando en dicha organización, para tener una cercanía a los problemas internos que se perciben.

De acuerdo a la primera subcategoría a analizar es Generación de entorno participativo, se estableció como código la implicación del personal, la armonización de acciones y la proporción de cambio de actitud.

De manera general afirmaron que, la comunicación interna dentro del equipo de trabajo es escasa, uno de los principales factores es no tener relación face to face con el empleado, tuvieron que adaptarse a las nuevas formas de comunicarse dentro de la organización.

Las nuevas medidas a emplear surgieron durante el proceso, tomando como primeras opciones las reuniones por meet, zoom o llamadas grupales a través del aplicativo WhatsApp.

Sin embargo, la implicación del personal no se llegaba a concretar, debido al arduo trabajo que realizaban e incluso en horarios no laborales. Esto hizo que se generen reprogramaciones con el fin de no dejar desinformado a los trabajadores.

De acuerdo a nuestro segundo código la armonización de la empresa los líderes resaltan la pro actividad y el talento de cada trabajador con el fin de generar participación y compromiso. Esta investigación interpreta que, la iniciativa de los líderes es a favor de los asesores, sin embargo, la carga laboral que manejan hace que no sean participe de las mismas generando desmotivaciones en el equipo.

De acuerdo a nuestro tercer código el cambio de actitud guarda similitud con los dos códigos mencionados ya que esto interfiere emocionalmente con los asesores al momento de trabajar.

Instancia de recepción como prioridad

De acuerdo a los códigos, codificación y feedback, con la información brindada por los

entrevistados se interpreta que, el mensaje es importante dentro de toda organización. Sin embargo, en ocasiones la misma no llegaba de una forma correcta por lo que en algunos casos se generaba conflictos comunicativos.

D. Quinteros. comunicación interna (17 de setiembre) “dentro de la estructura de la codificación del mensaje, nos expone que esta debe ser clara, pues el mensaje que se debe brindar tiene que ser sencillo, sin la necesidad de utilizar palabras o términos que se encuentren fuera de la comunicación coloquial que, ya el asesor usaba a diario, si se maneja un mensaje limpio no cabe duda que el receptor realicela tarea sin ningún problema.

De acuerdo al feedback interno de la empresa, mencionan los entrevistados que, se encuentran trabajando de manera progresiva, pues el no tener contacto directo con los trabajadores se ha complicado en cuanto la comprensión del objetivo que la empresa desea alcanzar.

Barreras de la Comunicación

En esta rueda de preguntas, la mayoría de los entrevistados mencionaron que, existen diversas barreras que, hicieron un cambio físico, psicológico e intelectual dentro de la organización. La empresa tuvo que adaptarse a nuevas modalidades que considera, barreras comunicativas.

La presente investigación no encuentra una barrera física, ya que sus trabajadores laboraban desde sus domicilios, sin embargo, durante el proceso surgieron las berreras virtuales, encontrándose dentro de ellas las fallas técnicas (nivel de calidad o velocidad del servicio de internet), lo que haría que, se interrumpa el mensaje.

Se empleó un nuevo modelo de trabajo que no afecte tanto a la organización como al trabajador. (D. Quinteros. Comunicación interna 17 de septiembre) comenta que, el trabajo remoto nunca fue una alternativa en las organizaciones, esta se encontraba oculta.

Los cuatro entrevistados consideraron que trabajar remotamente con el conocido home office es una de las opciones más cómodas, les ha permitido estar en casa cuidándose y cuidando a los suyos durante todo el proceso de pandemia. Sin embargo, eso

ha desglosado diferentes mitos o verdades sobre el trabajo en casa.

Para D. Quinteros. Comunicación interna. (17 de Septiembre). “El trabajo remoto, viene siendo una comodidad que a su vez traer problemas de salud, como ansiedad, estrés, etc.

De acuerdo a nuestra segunda subcategoría psicológica que guarda relación con el trabajo remoto, los trabajadores vienen teniendo cambio emocional constante debido a la carga de trabajo que manejan.

Todos los entrevistados, llegaron a mencionar que dentro de nuestra última categoría que es la barrera intelectual si se perdía la comprensión del mensaje, pues consideran que al querer contar con un método de informar o dirigirse hacia los demás de forma muy formal hace que usen términos o palabras rebuscadas sin pensar en el receptor, si este va a comprender el mensaje.

De acuerdo al objetivo principal en cual se enfocó en analizar la comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19. Se encontró como resultado que esta viene trabajando progresivamente, ya que durante el camino del trabajo remoto encontraron nuevas medidas que deberían de tomar para tener una comunicación interactiva con sus empleados. Esto reafirma la teoría de contingencia de Woodward, Burns, Stalker que afirma que las organizaciones deben estar preparadas para cualquier situación que se les presente, sin dejar de lado el objetivo que se desea alcanzar.

De acuerdo al objetivo específico 1 el cual desea analizar la generación de entorno participativo de la empresa Konecta durante la Covid-19, se obtiene que las medidas nuevas que la empresa tomó, fueron las nuevas herramientas tecnológicas para comunicarse, como el uso de reuniones virtuales o la constante comunicación con su empleado a través de llamadas grupales por WhatsApp, para informarles y a su vez contar con la participación de los mismos.

Esto concuerda con Brandolini & Frigoli (2009), que nos mencionan que la comunicación interna es importante para llegar a un objetivo por lo que la participación de los trabajadores, será importante para conocer sus opiniones.

Sin embargo, para Barruelo (2011) el comunicar es un procedimiento adecuado para la constante gestión empresarial, esto puede responder a la necesidad de motivación e integración que a veces varia.

En cuanto al objetivo específico 2 el cual desea analizar la instancia de recepción como prioridad de la empresa Konecta durante la Covid-19, se destaca que la empresa tiene como conocimiento que la codificación del mensaje es importante al momento de ser emitido mismos que tienen que contar con una forma clara de expresarlos.

La presente investigación guarda relación con Brandolini y Frigoli (2006), que indican que no solo es la manera de cómo te expresaras, es también generar empatía, confianza a medida que así el receptor lo codifique e interprete. (P.33)

Esta comparte de la investigación coincide con G. Sánchez (2018) que concluye que informar dentro de la comunicación interna es importante, hay veces que el receptor no logra comprender lo que quiere dar a entender el mismo, donde muchas veces no se define bien los términos de información y comunicación, el termino comunicar significa compartir, participar mientras el informar será un conjunto de datos. (P.90)

En cuanto al objetivo específico 3 el cual consta en analizar las barreras de comunicación de la empresa Konecta durante la Covid-19, se obtiene que estas se generaron por una asechanza que tuvo en el transcurso.

Esto coincide con García (1998) que define que la comunicación es una de las herramientas principales, pero que ocurre si durante el transcurso esta se ve amenazada por un riesgo al comunicar, a estas las denominamos barreras (P.60)

Por otro lado, la presente investigación no coincide con Sánchez (2012), debido que el autor concluyo que los institutos o empresas no se adaptan con facilidad a los nuevos procesos de desarrollo de competencias en sus recursos humanos. En comparación a la empresa Konecta, este si se adaptó en cuanto a lo laboral, pero a costo que durante el proceso aparezcan conflictos internos entre asesores e incluso un cambio de actitud frente a su trabajo.

V. CONCLUSIONES

1. De acuerdo al objetivo general que deseaba analizar la comunicación interna de la empresa Konecta durante la covid-19 Lima 2021. Se determina que la comunicación dentro de la organización se reflejó de manera débil, pues de acuerdo a la situación por la que se encontraba el país, este no tuvo mucha fluidez diaria con el trabajador de formar directa.
2. Respecto a nuestro primer objetivo específico 1 que se basaba en analizar la generación de entorno participativo de la empresa Konecta durante la Covid-19 Lima 2021. Se determina que el empleado debe de contar con mayor participación dentro de las actividades que la empresa realice. Con el fin de que este se encuentre sujeto a ser participativo y armonioso dentro de su equipo de trabajo con el fin de no llegar a un cambio de actitud por el mismo.
3. En cuanto nuestro segundo objetivo específico que se basaba en analizar la instancia de recepción como prioridad. Determino que los mensajes que el jefe emita a su trabajador deben de ser de manera clara y puntual con el fin que el receptor logre comprender lo que se desea informar. La información dentro de una organización es vital, si esta no contara con una información y feedback constante la empresa no llegaría alcanzar los objetivos que deseen.
4. De acuerdo a nuestro objetivo específico 3, centrado en analizar las barreras de comunicación de la empresa Konecta durante la Covid-19 Lima 2021. Se obtuvo que, la berrera que más impacto tuvo dentro de la organización fue la barrera física, pues con esta trajo la nueva modalidad del trabajo remoto que permitió que la empresa y los trabajadores usen esta nueva modalidad de trabajo desde el espacio armonioso de su hogar.

VI.RECOMENDACIONES

1. La siguiente investigación recomienda que, en un próximo estudio metodológico, estudien la Comunicación interna con el fin de profundizar en el tema, ya que actualmente se viene utilizando esta variable en enfoques de investigaciones cuantitativas, por lo que sería favorable conocer nuevas dimensiones de la variable en enfoque cualitativo.
2. De acuerdo a mi objetivo específico 1 que, hace referencia Analizar la generación de entorno participativo, se recomienda a la empresa contar con un organizador de actividades donde puedan programar eventos importantes como, novedades dentro de la empresa, cumpleaños dentro del equipo de trabajo, etc. Esto va a permitir que el trabajador ya pueda coordinar su tiempo de trabajo para participar e interactuar dentro de su equipo.
3. En cuanto nuestro objetivo específico 2 que, hace referencia a la instancia de recepción como prioridad, se recomienda trabajar mediante talleres de comprensión y desarrollo de textos para poder ayudar a los trabajadores a comprender el concreto mensaje que le brindan sus líderes, a fin de evitar las repreguntas y conflictos internos dentro de la organización.
4. De acuerdo a nuestro objetivo específico 3. Una de las sugerencias que se le desea brindar a la empresa es que realicen incentivos con el fin de motivarlos y de esta manera ellos puedan seguir realizando una mejor gestión. Esto será importante porque sentirán que su esfuerzo es reconocido.

REFERENCIAS

Morán (2016) La Comunicación Interna y su incidencia en el proceso operativo de la

Compañía Ciateite S.A. diseño de un plan de comunicación. Universidad de Ecuador. Recuperado de:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7332/1/T-UCSG-POS- MAE-142.pdf>

Villamarin (2016) La Comunicación Interna y su incidencia en el proceso operativo de

la Compañía Ciateite Recuperado de:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7332>

Cárdenas (2018) Comunicación interna, una mirada desde las organizaciones

comunitarias: análisis de caso Asociación Agropecuaria “Santa Teresita”

Cantón Guachapala periodo septiembre-enero 2018. Universidad de Ecuador

Recuperado de:

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/32565/1/trabajo%20de%20titulacion.pdf>

Sánchez (2012): Las competencias laborales en el desempeño de la función del

contador público en las fuerzas armadas nacionales de Carabobo. Venezuela

Recuperado de:

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/1108/Esanchez.pdf?sequence=1>

Alarcon (2015) La comunicación interna en el sector público Ecuatoriano caso

ministerio de Salud Pública. Recuperado de:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4997/1/T-UCE-0009-451.pdf>

Sánchez (2018) Análisis de la Comunicación Interna según los trabajadores de

Mifarma, La Victoria, 2018

Yñanez (2017), La comunicación interna de la Municipalidad de Surco en el liderazgo organizacional

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3233#:~:text=La%20investig>

Valle (2016) , Auditoria de la comunicación interna y el clima organizacional en una empresa industrial en Lima

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPC_a16183d848b3b04ec129f47838fab5bc

Cruz & Vilca (2020) Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo 2018

<https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20500.12759/7137>

Teoría de la contingencia y teoría de la organización
http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Historia_Pensamiento_Administrativo_2017/pdf/S08.pdf

Horacio Andrade. (2005). Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica. España. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=bwelcBnPNuoC&pg=PA15&dq=libros+de+comuni#v=onepage&q&f=false>

Quiroa, M. (2021, 8 febrero) *Teoría de la contingencia*. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-contingencia.html>

Quijada y Torres (2012) Barreras de la Comunicación Recuperado de: <http://comunic-organizac-valeria-cancino.blogspot.com/2012/08/barreras-de-la-comunicacion.html>

ANEXOS

Anexo 1

Problema General	Objetivo General	Categoría	Subcategorías	Códigos	
¿Cuál es el análisis de la comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021?	Analizar la comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021	Comunicación Interna	Generación de entorno participativo	Generar la implicación del personal	
				Armonizar las acciones de la empresa	
				Propiciar un cambio de actitudes	
Problema Específico 1	Objetivo Específico 1				
¿Cuál es el análisis de Generación de entorno participativo en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021?	Analizar la generación de entorno participativo en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021			Instancia de recepción como prioridad	Codificación
					Feedback
Problema Específico 2	Objetivo Específico 2				
¿Cuál es el análisis de la Instancia de recepción como prioridad en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021?	Analizar la Instancia de recepción como prioridad en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021			Barreras de la Comunicación	Barrera Física
					Barrera Psicología
					Barrera Intelectual
Problema Específico 3	Objetivo Específico 3				
¿Cuál es el análisis de las Barreras de la comunicación en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021?	Analizar las Barreras de comunicación en la empresa Konecta durante la Covid-19, Lima 2021.				

Anexo 2

DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son las estrategias de comunicación para generar la participación activa de los trabajadores en la empresa?
2. ¿Cómo la comunicación interna permite armonizar las acciones en la empresa?
3. ¿Cómo, a través de la comunicación se puede lograr el cambio de actitudes de los colaboradores?
4. ¿Qué tan importante será la codificación dentro de la emisión de un mensaje para los empleados?
5. ¿Cómo la socialización de la información permite lograr el Feedback entre los trabajadores y los jefes inmediatos dentro de una empresa?
6. ¿Cómo se debe promover la retroalimentación o feedback permanente en una empresa?
7. ¿Cómo cree que durante la pandemia las empresas superaron las barreras físicas, con los trabajadores?
8. ¿Qué medidas deberían de tomar los jefes inmediatos para evitar las barreras psicológicas dentro de su equipo de trabajo?
9. ¿Considera que al momento que se aplica la Barrera intelectual dentro de un correo o mensaje por WhatsApp hace que los trabajadores no logren comprender el mensaje?

Anexo 3 Guía de entrevista

Tema: Comunicación Interna	
Tesis: Análisis de la Comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19 - Lima 2021	
	Medio: Zoom
Entrevistado (a): Daniel Quiros Quintanilla	Entrevistado 1
¿Cuáles son las estrategias de comunicación para generar la participación activa de los trabajadores en la empresa?	Unas de las estrategias que la empresa aplico desde mi perspectiva fue el integrarnos a través de reuniones por meet.
¿Cómo la comunicación interna permite armonizar las acciones en la empresa?	Para contar con un grupo humano que trabaje y tenga un desarrollo efectivo tienen que plantear ideas claras acompañado de un mensaje sencillo de comprender
¿Cómo, a través de la comunicación se puede lograr el cambio de actitudes de los colaboradores?	Teniendo un contacto directo con los empleados, ser comprensibles ante solicitudes
¿Qué tan importante será la codificación dentro de la emisión de un mensaje para los empleados?	Es muy importante, considero que es la base de todo; de cómo saber llegar a la otra persona al momento de querer solicitarle algo.
¿Cómo la socialización de la información permite lograr el Feedback entre los trabajadores y los jefes inmediatos dentro de una empresa?	Considero que depende mucho de nuestro jefe en directo, él es el responsable de brindarnos la información necesaria
¿Cómo se debe promover la retroalimentación o feedback permanente en una empresa?	La constante comunicación que debe de tenerlos líderes con los empleados debe de ser fluida
¿Cómo cree que durante la pandemia las empresas superaron las barreras físicas, con los trabajadores?	Bueno el trabajo remoto, fue aplicada en la empresa y creo que todas las empresas en general.
¿Qué medidas deberían de tomar los jefes inmediatos para evitar las barreras psicológicas dentro de su equipo de trabajo?	Mas comunicación y sobretodo que nos brinden un poco de confianza, creo que la empatía también es importante.
¿Considera que al momento que se aplica la Barrera intelectual dentro de un correo o mensaje por WhatsApp hace que los trabajadores no logren comprender el mensaje?	Sí, considero que muchas veces me han llegado correos que no he podido comprender y esto ha hecho que cometa errores y mi líder me llame la atención

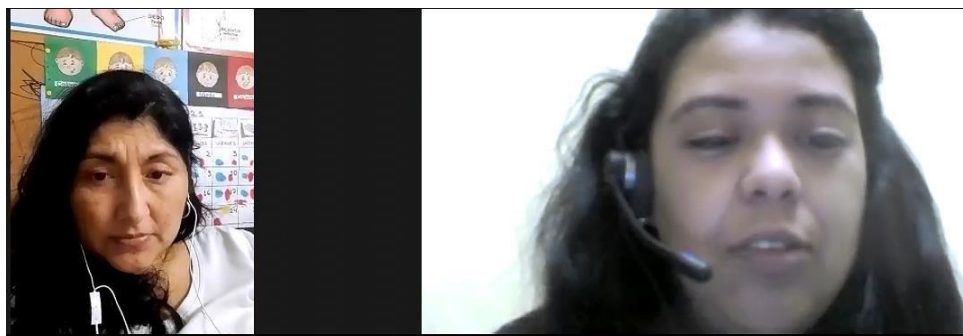
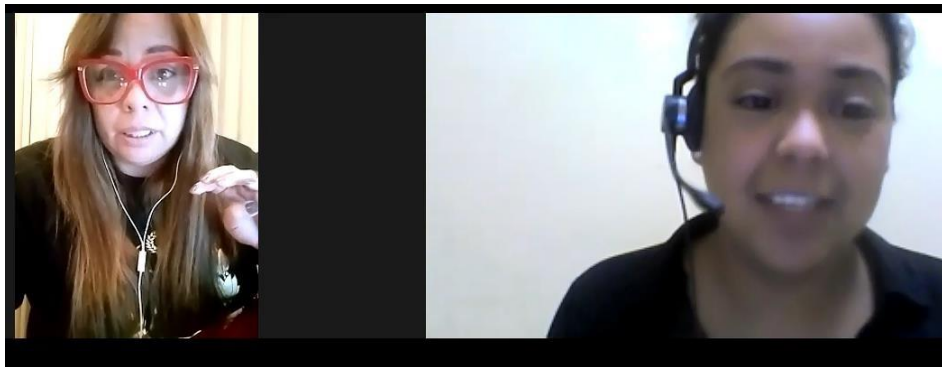
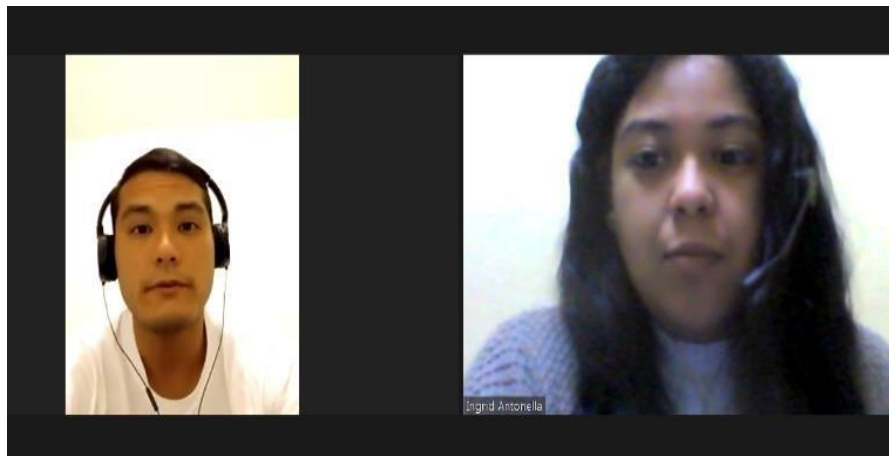
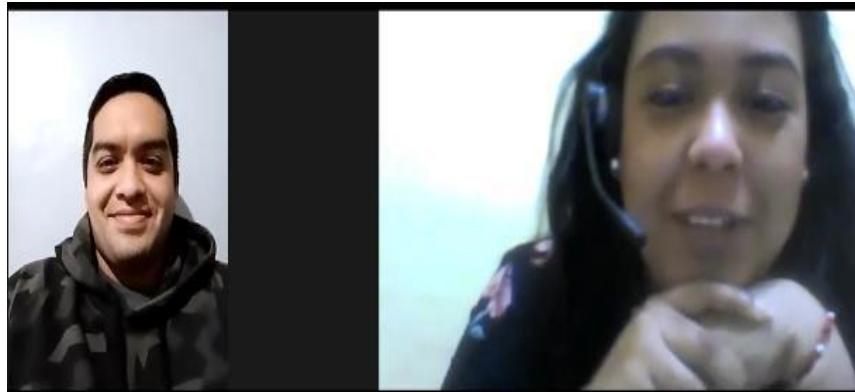
Tesis: Análisis de la Comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19 - Lima 2021	
	Medio: Zoom
Entrevistado (a): Alberto Nishiyama	Entrevistado 2
¿Cuáles son las estrategias de comunicación para generar la participación activa de los trabajadores en la empresa?	Considero que la estrategia más favorable es la confianza
¿Cómo la comunicación interna permite armonizar las acciones en la empresa?	Se deben realizar capacitaciones, al realizar esto el personal se identificara más con la empresa y ambos se beneficiarían porque eso ayudara tanto en el crecimiento profesional y empresarial
¿Cómo, a través de la comunicación se puede lograr el cambio de actitudes de los colaboradores?	Considero que la base fundamental para lograr un cambio de actitud en el trabajador es la confianza, si el jefe logra eso recibirá cambios buenos del empleado

¿Qué tan importante será la codificación dentro de la emisión de un mensaje para los empleados?	Consideró que para fortalecer el feedback entre ambos se tiene que trabajar en un ambiente armonioso, pacífico y abierto a opiniones
¿Cómo la socialización de la información permite lograr el Feedback entre los trabajadores y los jefes inmediatos dentro de una empresa?	Considero que depende mucho de nuestro jefe en directo, él es el responsable de brindarnos la información necesaria
¿Cómo se debe promover la retroalimentación o feedback permanente en una empresa?	La constante comunicación que debe de tenerlos lideres con los empleados debe de ser fluida
¿Cómo cree que durante la pandemia las empresas superaron las barreras físicas, con los trabajadores?	Las empresas debieron que buscar soluciones y adaptarse a trabajar de manera diferente a raíz del virus que llevo, una de las estrategias a utilizar fue el trabajo remoto
¿Qué medidas deberían de tomar los jefes inmediatos para evitar las barreras psicológicas dentro de su equipo de trabajo?	El trabajador debe expresar la situación en la que se encuentra, las emociones que está teniendo para así evitar un desequilibrio emocional y afectar su trabajo
¿Considera que al momento que se aplica la Barrera intelectual dentro de un correo o mensaje por WhatsApp hace que los trabajadores no logren comprender el mensaje?	Sí, consideró que el mensaje intelectual a veces logre que no se pueda comprender, sobre todo los que son enviados a través de correo, porque en algunas oportunidades utilizan palabras o términos que no estamos acostumbrados a leer

Tesis: Análisis de la Comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19 - Lima 2021	
	Medio: Zoom
Entrevistado (a): Erika García	Entrevistado 3
¿Cuáles son las estrategias de comunicación para generar la participación activa de los trabajadores en la empresa?	Para generar la participación dentro de la empresa se han tomado acciones como, reuniones a través de herramientas tecnológicas como reuniones a través de meet, zoom o teams.
¿Cómo la comunicación interna permite armonizar las acciones en la empresa?	Estas se ven reflejadas mediante el talento de la pro actividad de cada uno de los trabajadores, para crear un sentimiento de compromiso entre trabajador y jefe. Con el fin de generar un compromiso con la empresa
¿Cómo, a través de la comunicación se puede lograr el cambio de actitudes de los colaboradores?	Considero que la base fundamental para lograr un cambio de actitud en el trabajador es la confianza, si el jefe logra eso recibirá cambios buenos del empleado
¿Qué tan importante será la codificación dentro de la emisión de un mensaje para los empleados?	La comunicación es muy importante hoy en día ya que consiste con el flujo de información entre 2 o más personas y su comprensión por medio de intercambio de ideas, hechos pensamientos, valores y mensajes.
¿Cómo la socialización de la información permite lograr el Feedback entre los trabajadores y los jefes inmediatos dentro de una empresa?	Se debe de dar una retroalimentación adecuada desde los resultados que tenga el colaborador dentro de este punto se debe crear un proceso y clima de cooperación adecuada entre jefe y empleado, resulta esencial para tomar medidas, anular errores. Etc.
¿Cómo se debe promover la retroalimentación o feedback permanente en una empresa?	Esta se debe llevar a cabo de manera presencial sin embargo por pandemia no se puede, por lo que estas se ha tomado de manera virtual.
¿Cómo cree que durante la pandemia las empresas superaron las barreras físicas, con los trabajadores?	Manteniendo comunicación constante con los trabajadores mediante vía telefónica Resguardar el bienestar físico y mental de los Colaboradores
¿Qué medidas deberían de tomar los jefes inmediatos para evitar las barreras psicológicas dentro de su equipo de trabajo?	El trabajador debe aprender a administrar el tiempo, priorizar tareas que estas sean claras y contar con el respaldo de tu jefe directo
¿Considera que al momento que se aplica la Barrera intelectual dentro de un correo o mensaje por WhatsApp hace que los trabajadores no logren comprender el mensaje?	S Sí, consideró que los mensajes que se transmiten de manera muy formal a través de un correo pueda que no se entienda, generando errores o estrés por querer comprender

Tesis: Análisis de la Comunicación interna de la empresa Konecta durante la Covid-19 - Lima 2021	
	Medio: Zoom
Entrevistado (a): Katia Sulca	Entrevistado 4
¿Cuáles son las estrategias de comunicación para generar la participación activa de los trabajadores en la empresa?	Unas de las estrategias que la empresa aplicó desde mi perspectiva fue el integrarnos a través de reuniones por meet.
¿Cómo la comunicación interna permite armonizar las acciones en la empresa?	Esta armonización se desarrolla mediante la comunicación y estrategias de comunicación.
¿Cómo, a través de la comunicación se puede lograr el cambio de actitudes de los colaboradores?	Es importante estar en contacto con ellos y conocer sus opiniones para la mejora de la empresa y el trabajo.
¿Qué tan importante será la codificación dentro de la emisión de un mensaje para los empleados?	Es muy importante, pues el código que se usa para enlazar con el receptor, será interpretado de diferente manera ya que no nos encontramos frente a frente con el receptor
¿Cómo la socialización de la información permite lograr el Feedback entre los trabajadores y los jefes inmediatos dentro de una empresa?	Considero que a raíz de la pandemia se tuvo que considerar mejores diversas plataformas para poder tener contacto y conocer opinión de los trabajadores.
¿Cómo se debe promover la retroalimentación o feedback permanente en una empresa?	Esta se logrará alcanzar al estar en constante comunicación con los trabajadores
¿Cómo cree que durante la pandemia las empresas superaron las barreras físicas, con los trabajadores?	Esta barrera se superó usando una base de datos, donde se conocía el perfil del empleado.
¿Qué medidas deberían de tomar los jefes inmediatos para evitar las barreras psicológicas dentro de su equipo de trabajo?	Considero que una de las medidas que se debe de tomar es conocer a su equipo de trabajo.
¿Considera que al momento que se aplica la Barrera intelectual dentro de un correo o mensaje por WhatsApp hace que los trabajadores no logren comprender el mensaje?	Sí, considero que la barrera intelectual nos juega un riesgo al momento de dar un mensaje escrito, la interpretación que se pueda tener es totalmente distinta, sea del emisor o por el lado del receptor.

Anexo 4



Anexo 5



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y Nombres del experto: Luis Alberto Chávez Ramos

Ph. D.....()	Doctor.....()	Magister....(X)	Licenciado ()	Otros. Especifique ()
---------------	----------------	-----------------	----------------	------------------------

Título: Análisis de la Comunicación interna de la empresa Konecta durante La Covid-19 Lima2021

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorarla coherencia

N°	VARIABLE 1:	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	A	N	M	A	N	M	A	N	
	DIMENSIÓN 1: Generación de entorno participativo										
1	¿Cuáles son las estrategias de comunicación para generar la participación activa de los trabajadores en la empresa? (Generar la implicación del personal)		X			X			X		
2	¿Cómo la comunicación interna permite armonizar las acciones en la empresa? (Armonizar las acciones de la empresa)		X			X			X		
3	¿Cómo, a través de la comunicación se puede lograr el cambio de actitudes de los colaboradores? (Propiciar un cambio de actitudes)		X			X			X		
	DIMENSIÓN 2: Instancia de recepción como prioridad		X			X			X		
7			X			X			X		

	Qué tan importante será la codificación dentro de la emisión de un mensaje para los empleados (Codificación)																	
8	¿Cómo la socialización de la información permite lograr el Feedback entre los trabajadores y los jefes inmediatos dentro de una empresa? (Feedback)		X				X					X						
9	¿Cómo se debe promover la retroalimentación o feedback permanente en una empresa?. (Feedback)		X				X					X						
	DIMENSIÓN 3: Barreras de la comunicación		X				X					X						
10	Cómo cree que durante la pandemia las empresas superaron las barreras físicas, con los trabajadores. (Barrera Física)		X				X					X						
11	Qué medidas deberían de tomar los jefes inmediatos para evitar las barreras psicológicas dentro de su equipo de trabajo (Barreras Psicológicas)		X				X					X						
12	Considera que al momento que se aplica la Barrera intelectual dentro de un correo o mensaje por WhatsApp hace que los trabajadores no logren comprender el mensaje (Barreras Intelectuales)		X				X					X						

Apellidos y nombres del juez validador: Mtro. Luis Alberto

Chávez Ramos DNI: 10644237



Firma del Experto Informante.
Comunicador Audiovisual

Apellidos y Nombres del experto: Vásquez Villacorta Jorge Armando

Ph. D.....()	Doctor.....()	Magister....(X)	Licenciado....()	Otros. Especifique ()
---------------	----------------	-----------------	-------------------	------------------------

Título: Análisis de la Comunicación interna de la empresa Konecta durante La Covid-19 Lima 2021

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia

N o	VARIABLE 1:	Pertinen cia ¹			Releva ncia ²			Clarid ad ³			Sugerencias
		M D A	M D A	M D A	M D A	M D A	M D A	M D A			
	DIMENSIÓN 1: Generación de entorno participativo										
1	¿Cuáles son las estrategias de comunicación para generar la participación activa de los trabajadores en la empresa? (Generar la implicación del personal)		X			X			X		
2	¿Cómo la comunicación interna permite armonizar las acciones en la empresa? (Armonizar las acciones de la empresa)		X			X			X		
3	¿Cómo, a través de la comunicación se puede lograr el cambio de actitudes de los colaboradores? (Propiciar un cambio de actitudes)		X			X			X		
	DIMENSIÓN 2: Instancia de recepción como prioridad		X			X			X		
7	Qué tan importante será la codificación dentro de la emisión de un mensaje para los empleados (Codificación)		X			X			X		
8	¿Cómo la socialización de la información permite lograr el Feedback entre los trabajadores y los		X			X			X		

	jefes inmediatos dentro de una empresa? (Feedback)																	
9	¿Cómo se debe promover la retroalimentación o feedback permanente en una empresa?. (Feedback)		X				X					X						
	DIMENSIÓN 3: Barreras de la comunicación		X				X					X						
10	Cómo cree que durante la pandemia las empresas superaron las barreras físicas, con los trabajadores. (Barrera Física)		X				X					X						
11	Qué medidas deberían de tomar los jefes inmediatos para evitar las barreras psicológicas dentro de su equipo de trabajo (Barreras Psicológicas)		X				X					X						
12	Considera que al momento que se aplica la Barrera intelectual dentro de un correo o mensaje por WhatsApp hace que los trabajadores no logren comprender el mensaje (Barreras Intelectuales)		X				X					X						

Apellidos y nombres del juez validador Vásquez Villacorta Jorge

Armando DNI: 09539896



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Apellidos y Nombres del experto: Gómez Díaz Ruben Luis

Ph. D.....()	Doctor.....()	Magister....(X)	Licenciado....()	Otros. Especifique ()
---------------	----------------	-----------------	-------------------	------------------------

Título: Análisis de la Comunicación interna de la empresa Konecta durante La Covid-19 Lima 2021 Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia

N o	VARIABLE 1:	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M D	D A	A M	M D	D A	A M	M D	D A	A M	
	DIMENSIÓN 1: Generación de entorno participativo										
1	¿Cuáles son las estrategias de comunicación para generar la participación activa de los trabajadores en la empresa? (Generar la implicación del personal)		X			X			X		
2	¿Cómo la comunicación interna permite armonizar las acciones en la empresa? (Armonizar las acciones de la empresa)		X			X			X		
3	¿Cómo, a través de la comunicación se puede lograr el cambio de actitudes de los colaboradores? (Propiciar un cambio de actitudes)		X			X			X		
	DIMENSIÓN 2: Instancia de recepción como prioridad		X			X			X		
7	Qué tan importante será la codificación dentro de la emisión de un mensaje para los empleados (Codificación)		X			X			X		
8	¿Cómo la socialización de la información permite lograr el		X			X			X		

	Feedback entre los trabajadores y los jefes inmediatos dentro de una empresa? (Feedback)														
9	¿Cómo se debe promover la retroalimentación o feedback permanente en una empresa?. (Feedback)		X				X					X			
	DIMENSIÓN 3: Barreras de la comunicación		X				X					X			
10	Cómo cree que durante la pandemia las empresas superaron las barreras físicas, con los trabajadores. (Barrera Física)		X				X					X			
11	Qué medidas deberían de tomar los jefes inmediatos para evitar las barreras psicológicas dentro de su equipo de trabajo (Barreras Psicológicas)		X				X					X			
12	Considera que al momento que se aplica la Barrera intelectual dentro de un correo o mensaje por WhatsApp hace que los trabajadores no logren comprender el mensaje (Barreras Intelectuales)		X				X					X			

Apellidos y nombres del juez validador Gómez Díaz Ruben Luis



Firma del Experto Informante.

Especialidad
COMUNICADOR