



MIEMBRO DE LA RED
ILUMINO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO
FACULTAD DE SOCIEDAD, CULTURA Y CREATIVIDAD
ESCUELA DE PSICOLOGÍA, TALENTO HUMANO Y SOCIEDAD
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA VIRTUAL
GRUPO DE INVESTIGACIÓN DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y CULTURA
GESTIÓN DEL TALENTO Y LAS ORGANIZACIONES

PROYECTO DE PRÁCTICA II – INVESTIGACIÓN APLICADA
PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS COLABORADORES DE LA COMUNICACIÓN EN EL
ÁREA OPERATIVA DENTRO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE JYS

PRESENTA:

CRISTIAN ALONSO HENAO PAREJA Cod.100098698
JENNIFER TATIANA PRIETO PINEDA Cod.100199343
JUAN CARLOS MANTILLA CALDERON Cod.100116542
MARIA SANDRA MONTAÑO RUIZ Cod. 100038075

SUPERVISOR:

LEAL DIAZ LEIDY LILIANA. MGS.

BOGOTÁ, SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2021.

Tabla de Contenidos

ii

Resumen.....	1
Capítulo 1. Introducción.	2
Descripción del contexto general del tema.	2
Planteamiento del problema.....	3
Pregunta de investigación.	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos.	4
Justificación.	4
Capítulo 2. Marco de referencia.....	6
Marco conceptual.....	6
Marco teórico.....	8
Marco Empírico.	11
Capítulo 3. Metodología.	16
Tipo y diseño de investigación.	16
Participantes.....	16
Instrumentos de recolección de datos.	16
Estrategia del análisis de datos.	17
Consideraciones éticas.....	17
Capítulo 4. Resultados18	
Discusión.....	28
Conclusiones.....	30
Limitaciones32	
Recomendaciones.....	32
Referencias bibliográficas33	
Anexos 37	

Resumen.

Dentro de las organizaciones los colaboradores son el factor clave para el crecimiento y permanencia, pues el talento humano es quien genera la mano de obra dentro del engranaje que la conforma por lo que es necesario determinar la percepción de la comunicación interna por parte de los colaboradores que desempeñan labores operativas de la Empresa de Transporte JyS, siendo necesaria la aplicación de un instrumento tipo encuesta mediante Google Forms con una muestra probabilística en donde participara personal 40 funcionarios de manera voluntaria, una vez cuantificados los datos obtenidos en la aplicación del instrumento se obtuvieron los datos sociodemográficos, así como los 16 interrogantes creados para conocer la percepción de los colaboradores, una vez cuantificados y cualificadas las respuestas obtenidas relacionándolas a su vez con el marco teórico hay concordancia con los resultados obtenidos ya en una valoración global se percibe en más de un 50% una comunicación interna vertical efectiva que puede fortalecerse aún más, para mejorar la credibilidad, fidelidad y confianza de los colaboradores y lograr el alcance de los objetivos organizacionales, en general se tiene una buena percepción de la comunicación dentro de la empresa se debe fortalecer la comunicación que se maneja para mejorar productividad y el alcance de objetivos.

Palabras clave: Comunicación interna, satisfacción laboral, percepción, comunicación Horizontal.

Capítulo 1.

Introducción.

Este trabajo de investigación se basa en conocer la Percepción que tienen los colaboradores de la empresa de transportes JyS en cuanto a la comunicación dentro de esa organización, enfocada o priorizada en quienes desempeñan funciones operativas para el desarrollo y buen funcionamiento de esta, teniendo en cuenta las diferentes clases de comunicación y basados en que este es un factor intangible que no posee una cuantificación, pero que es de vital importancia para la trasmisión de información, ordenes, políticas entre otras que permitan el alcance de los objetivos estratégicos de la organización, siendo necesario conocer que percepción se tiene de la comunicación interna vertical.

Se hace necesario conocer cuál es la percepción subjetiva dentro de la empresa de transportes JyS de sus colaboradores como vía de transferencia de los requerimientos a través de la comunicación que se presenta de diferentes formas ya sea verbal, de manera digital o electrónica, teniendo en cuenta que esta ayuda al desarrollo de las actividades en las que está enfocada la empresa, de igual manera a que exista un equilibrio entre clima laboral y la satisfacción en el desarrollo de las funciones que le competen a cada funcionario teniendo en cuenta el cargo que ejercen, además mantiene a los colaboradores informados de cambios y ordenes que se deben ejecutar para alcanzar los objetivos estratégicos y la visión de la organización.

Descripción del contexto general del tema

La comunicación asertiva al interior de las organizaciones es un factor esencial en la gestión organizacional, pues gracias a esta es que se logran definir objetivos y metas estratégicas que benefician a todo un equipo de trabajo, permitiendo la consolidación de una organización competitiva frente a un contexto empresarial de alta demanda y en un constante cambio (Lesmes, Barrientos y Cordero, 2020). Un entorno laboral saludable está compuesto por varios factores, es por ello que la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2010) afirma que. “Un entorno de trabajo saludable es un lugar o espacio en

donde cada individuo trabaja hacia una misma dirección, lo que promueve no solamente la mejora en la salud de los colaboradores, sino que a su vez eleva la productividad, la motivación y la satisfacción laboral de estos” (p. 34)

Por su parte, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 1967) dispone por medio de la recomendación R129 acerca de las comunicaciones dentro de las empresas, diversas observaciones en pro de una sana política de comunicación organizacional; las recomendaciones dadas por parte de este Organismo Internacional apuntan primordialmente hacia el aseguramiento de una comunicación concreta y efectiva los altos directivos y cada una de las áreas que constituyen la organización.

Por otra parte, la comunicación interna en las organizaciones también es mediada por canales de comunicación horizontal, entendidos estos como los que son llevados a cabo por colaboradores que comparten un mismo rango jerárquico, de este modo, optimizan y perfeccionan la operatividad de cada uno de los grupos de trabajo, llevando al acrecentamiento del rendimiento laboral, la motivación, el trabajo en equipo, entre otros, dando como resultado bienestar y calidad de vida laboral (Peña, Caldevilla y Batalla, 2017).

Planteamiento del problema

Con los cambios que se han acaecido por la globalización las organizaciones no se quedan atrás, pues estas deben ajustarse a los cambios y mucho más cada una de las personas que hacen parte del engranaje para conseguir los objetivos y metas que esta se ha trazado, de igual manera la inserción de nuevas políticas y programas, por lo que la comunicación que se ejerza dentro de la misma va a ver influenciada los resultados dentro de la organización, siendo esta una herramienta estratégica para el posicionamiento dentro de un mercado y la obtención de resultados tangibles e intangibles como lo es la manera es que se percibe la calidad de vida que tiene los trabajadores en su lugar de trabajo.

Pregunta de investigación.

¿Cuál es la percepción que tienen los colaboradores del área operativa de la Empresa de Transporte JyS acerca de la comunicación interna?

Objetivo general.

Determinar la percepción de la comunicación interna por parte de los colaboradores que desempeñan labores operativas de la Empresa de Transporte JyS.

Objetivos específicos.

Realizar una revisión de la literatura en cuanto a la comunicación interna dentro de las organizaciones.

Construir y aplicar un instrumento que permita evaluar la comunicación interna dentro los colaboradores que desempeñan funciones en el área operativa de la empresa de transportes JyS.

Analizar los resultados obtenidos determinando la percepción de comunicación que tiene el personal del área operativa de la empresa de transporte JyS.

Justificación.

La presente investigación nace de la necesidad de conocer la percepción que se tiene por parte de los colaboradores en cuanto a la comunicación dentro de una organización, tema que hasta hace pocos años cobro relevancia como factor que influye en la trasmisión de información a través de diferentes medios y coadyuva a mantener buenas relaciones interpersonales logrando así las metas y el alcance de aquellos objetivos organizacionales.

Chiavenato, I. (2014). Habla de la administración de recursos humanos en donde dentro de la organización los colaboradores crean una percepción de la organización

asociadas a la forma en la que se trata al personal, además de los movimientos o rotaciones que se adelantan de manera interna, de igual manera afirma que en la gestión de recursos humanos los gerentes y/o supervisores funciona como un equipo de asesoramiento en donde ellos deben generar una metodología o programa de manera asertiva para logara una transmisión efectiva de la información, la socialización de decisiones así como actividades para efectos de cooperación, Contribución a un equilibrio de bienestar y ambiente laboral y un punto esencial la satisfacción de las necesidades de los colaboradores en donde se brinda ayuda o elementos a los colaboradores pero así mismo deben especificar las reglas que se deben cumplir (pp. 303-304), es así como al buen funcionamiento de los procesos que se manejan dentro de ella, la comunicación no solo se refiere a la transmisión de las ordenes, información, notificaciones entre otros y esta no solo se determina por los medios que se usan, sino que se debe evaluar la manera como se transmite y es recepcionada por los colaboradores, generando así un acercamiento y evitando disfunciones dentro la organización propiciando un ambiente de trabajo armonioso, confianza, empático y transparente.

La comunicación es una metodología que se debe estudiar y conocer teniendo en cuenta que genera acercamiento además de satisfacción en el desarrollo de las responsabilidades propias de cargo. Se propone este trabajo investigativo con el fin de dar a conocer como se percibe la herramienta tan importante de la comunicación, dando a conocer una evaluación que sea de interna y también vertical dentro de los colaboradores de la empresa de transportes JyS en donde se identificará como se entienden las directrices por parte del personal.

Capítulo 2.

Marco de referencia.

Marco Conceptual

El presente aparte tiene como finalidad definir las variables que son objeto de estudio al igual que los conceptos relacionados, esto con la finalidad de proporcionar al lector una mejor comprensión acerca del tema abordado.

La satisfacción laboral es un concepto subjetivo mediado por características intrínsecas de cada colaborador, viéndose reflejada en la disposición y actitud del trabajador hacia la labor que desempeña al interior de la organización. No obstante, es un concepto multidimensional en el que se valoran aspectos como la calidad de vida laboral, la remuneración económica, la motivación, la relaciones con compañeros de trabajo, entre otras (De los Heros, Murillo y Solana, 2020). El concepto definido anteriormente va de manera conjunta con la Percepción, la cual es entendida como un proceso cognitivo subjetivo en que los individuos estructuran y ejecutan la información sensorial dándole un significado al contexto que los rodea (Vilchez, Àvila, Moreno y Reyes, 2018). En el ámbito organizacional este factor es altamente relevante, tomando en cuenta la relación existente entre la percepción y el comportamiento de las personas, por lo tanto, cabe la posibilidad que, frente a la multiplicidad de situaciones manifiestas en las organizaciones, pueda ser presentado el efecto *halo*, el cual interfiere en el juicio de otras variables con respecto a una experiencia anterior (Chiavenato, 2014). De esta manera puede resaltarse la importancia que tiene la Comunicación Interna en las empresas, ya que es una acción fundamental llevada a cabo dentro del ámbito organizacional, que se describe como la manera en que es llevada la comunicación entre el Recurso Humano de la empresa, es decir, el cliente interno. La comunicación interna tiene como finalidad fomentar y mantener una conexión o enlace asertivo entre cada uno de los miembros de la organización, logrando el afianzamiento positivo en la calidad de vida laboral debido a la transparencia informativa que se genera (Quiroga, 2021). El desarrollo, distribución y difusión de la información es un factor esencial para la productividad permitiendo en la administración evaluar, optimizar recursos, aportando en el crecimiento empresarial, estableciendo relaciones efectivas entre trabajadores, fortaleciendo la cooperación e interacción en el mundo empresarial. Sin embargo, para que esto sea un proceso integral en las empresas debe también ser tomada en cuenta la Comunicación vertical. La comunicación vertical es un tipo de comunicación interna y comprende el flujo de la

información entre las diferentes posiciones de la escala jerarquía (Cardona, Gabriela, Delgado, Lorena, 2017). La comunicación vertical por su naturaleza simétrica, fuente de conflictos y disfunciones en las organizaciones (Vallejo Peña, Francisco Alberto, 2016).

La comunicación vertical descendente y ascendente fortalece el clima laboral al favorecer la relación entre los directivos, autoridades, sobresaliendo la aplicación de valores como la honestidad, colaboración, lealtad, incrementando en la empresa su productividad. Mencionándose en la dirección de flujos de comunicación 2 tipos de comunicación vertical: descendente y ascendente. Comunicación Vertical descendente establece jerarquía entre el superior con los subordinados, los contenidos hacen referencia a obligaciones de tareas, planes, objetivos, proyectos de la institución. Al aplicarse la comunicación vertical de manera efectiva se incrementa la productividad, acrecentando el desempeño del trabajador, aplicándose en la empresa para alcanzar la eficiencia, cooperación, armonía, generando un ambiente que fortalece la labor empresarial (Vallejo Peña, Francisco Alberto).

Marco teórico.

La comunicación tiene como finalidad transmitir un mensaje y que ese mensaje sea recepcionado por el destinatario, por lo que se debe elegir el canal más acertado para que sea comprendido y aceptado de la mejor manera por el destinatario final, evaluando medio usado, tono de voz y lenguaje no verbal, son características que se deben tener en cuenta para esta acción, F. Eggers, M. (2018) enuncia que dentro de las redes de comunicación organización se encuentra la comunicación vertical la cual fluye de manera descendente o ascendente y en ocasiones no es efectiva, ya que se deben manejar los niveles jerárquicos y la responsabilidad de transmitir la información de manera eficaz ya que al no hacerlo puede generar inconformismos, confusión e incertidumbre en los trabajadores los cuales pueden no desarrollar sus responsabilidades de la mejor manera.

Es así, como en la comunicación dentro de las organizaciones así como Cuenca, J. (2018) afirma que el significado de las palabras y la forma en cómo se expresan hasta hace muy poco no tenían la relevancia que tienen actualmente dentro de las organizaciones o corporaciones, siendo la comunicación un factor que no mide o evalúa el control que se ejerza con los colaboradores, sino que este se enfoca más en la percepción y satisfacción de ese capital humano al desarrollar sus funciones para alcanzar el objetivo que se ha planteado por la organización, convirtiéndose en un recurso intangible que tomo gran relevancia, sobresaliendo de esta la importancia del “Dialogo” dentro de las dependencias de menor a mayor jerarquía, viceversa y dentro del mismo circulo de trabajo, ya que con este se trabaja la motivación de los colaboradores así como la transmisión y conocimiento de las decisiones, planes y proyectos, se requiere que sea la información pública para el desarrollo oportuno, eficaz y productivo de las tareas encomendadas a cada una de las dependencias. Debido a lo anteriormente dicho, entendemos que la comunicación interna es de relevancia como línea directa para generar motivación, confianza y compromiso por parte de los empleados.

Teniendo en cuenta lo anterior, no fue sino hasta la tercera década del siglo XX se toma conciencia de la comunicación como disciplina en las teorías de las relaciones humanas, así como las necesidades y expectativas de los colaboradores, en donde se presta atención al vinculo que genera la relación entre colaborador o empleado con la organización, siendo estos factores claves en el alcance, aumento de la productividad de las metas trazadas y los resultados, acaecido de la conexión de las personas que se interrelacionan para el alcance de unas metas. Por lo que para cada línea o dependencia que conforma la organización suscitan unas relaciones de trabajo mancomunado el cual va de la mano con la comunicación asertiva y respetuosa.

Teniendo en cuenta lo anterior, dentro de las organizaciones las diversas áreas deben estar trabajando de la mano con el fortalecimiento de la comunicación logrando afianzar la confianza de los colaboradores Cuenca, J. (2018), por ejemplo, el área de Recursos humanos debe lograr una inserción o adopción de las políticas, valores, metodologías de trabajo y reestructuraciones o planes de mejora, alineando estos factores

y logrando que el personal tenga conocimiento de ellos y logre adaptabilidad en el entorno.

La comunicación dentro de las organizaciones hoy en día es un reto y una disciplina que crece a pasos agigantados afirman (Cuenca, J. y Verazzi, L. 2020). Que teniendo en cuenta los retos de la globalización y que también trae consigo la globalización además que las generaciones cambian y los niveles de compromiso difieren a los de las pasadas generaciones puesto que tienen otros propósitos; de acuerdo con un estudio dentro de las organizaciones el State of the Global Workplace donde se realiza sobre una población de más de 200.000 empleados de diferentes países se logró determinar que actualmente solo el 13% trabajan jornada continua y demuestran fidelidad y compromiso, por lo que se puede inferir que se requiere potencializar y fortalecer la cultura corporativa independiente de la generación si se establece un lazo de afianzamiento entre corporación y colaborador se romperán paradigmas activando factores como la comunicación, transferencia de información y adaptación al cambio, así como la transformación digital en donde gracias a los avances de la tecnología la adquisición y transferencia de información se logra de una manera más ágil, versátil e instantánea, pero que a la vez demanda a la organización la adaptación a los cambios modificando las metodologías, modelos de trabajo y la rigurosidad de estos llevándolos a una tendencia de flexibilidad laboral en donde se requiere de asertivos para lograr la satisfacción laboral a través de una excelente comunicación interna.

Teniendo en cuenta lo anterior, al incluir la digitalización como método práctico de transferencia y divulgación de información efectiva y eficiente se refuerza la transmisión y conocimiento de contenidos.

Marco de referencia o estado del arte

Es importante resaltar el tema principal de este trabajo que es la percepción que tienen los colaboradores de la comunicación en el área operativa. La comunicación es una herramienta imprescindible en el ámbito laboral y constituye un tema de investigación el

cual tiene muchos matices y puntos de vista por tocar. Miremos algunas investigaciones al respecto.

El estudio llevado a cabo por Viñarás, González y Rincón (2019) tuvo por objetivo poder ver como se encontraba la comunicación en la parte interna de las organizaciones y la relevancia que se le da a la comunicación interpersonal en el área trabajo, la muestra abordada incluyó 13 profesionales de los cuales 5 son profesores de universidad y 7 son profesionales y expertos en la comunicación, los requisitos tomados en cuenta para ser partícipes de la investigación correspondiente a los 5 docentes universitarios, fue que los profesionales se desempeñaran como doctores y/o profesores e impartiesen docencia en el ámbito de las ciencias de la información y que acumulasen 5 años de experiencia en docencia comunicativa corporativa o de comunicación interna. En cuanto a los requisitos que se tomaron en cuenta para la selección de los 7 profesionales de la comunicación interna fue que tuvieran un desarrollo profesional en un puesto trabajo de alta responsabilidad con relación a la comunicación corporativa o interna enfocada a grandes organizaciones y que cumplieran con un mínimo de experiencia de 5 años en este tipo de cargos.

El análisis utilizado fue corroborado y procesado a través de un estudio cualitativo en el cual se usó dos tipos de técnicas correspondientes al análisis teórico y al desarrollo de entrevistas semiestructuradas, de esta manera se trabajaron 28 preguntas tipo abiertas y 2 de tipo cerradas, lo que permitió realizar una correcta categorización del conocimiento el cual se enfocó a la tendencia de la comunicación interpersonal en el entorno laboral como un aspecto importante en la forma en que las organizaciones se comunican internamente..

Finalmente los resultados de la investigación permitieron conocer qué el personal laboral conoce lo importante de este tipo de comunicación en las organizaciones y las relaciona como un espacio de alto desarrollo el cual es crucial para el funcionamiento de las empresas, además consideran que las necesidades de las empresas y diferentes organizaciones está en constante cambio por lo que actualmente la formación superior

debería ofrecer más contenidos que sean adecuados para fomentar el desarrollo de esta área ya que hoy en día es prácticamente inexistente.

Abordando otras investigaciones, tomando en cuenta que la comunicación constituye una herramienta de suma importancia en el desarrollo de una organización, es por ello que, tomando en cuenta el problema tan complejo de la temática de la comunicación al interior de las Mipes de Guanajuato, México, la Universidad Politécnica de Guanajuato realiza una encuesta con 23 ítems. Según (Villalobos Escobedo, 2018) La problemática por la cual se toma en cuenta este estudio es que la falta de un instrumento para medir dicha problemática que este dirigida espacialmente a las Mipes y de allí la importancia de dicho documento. Al tener los resultados de la aplicación del instrumento se valieron del instrumento estadístico ACP, y así poder detectar la parte correlacionar de los ítems, de esta manera se muestran resultados que permiten a las Mipes poder gestionar de una mejor manera la comunicación y así ser mucho más competitivos y obtener buenos resultados en cada área organizacional.

La comunicación interna es y sigue siendo considerada como un agente catalizador de cambio en las relaciones internas de una organización, siendo así la buena comunicación interna permite que los trabajadores de una organización se comprometan de la mejor manera los objetivos organizacionales. Así como dice Verghese, A. K. (2017) “Internal communication, being an extremely important and tangible factor that allows a positive boost in job performance, clearly shows that difference between highly effective companies and those that are not” [La comunicación interna al ser un factor sumamente importante y tangible que permite un impulso positivo en el desempeño laboral muestra claramente esa diferencia entre las compañías altamente efectivas de aquellas que no lo son] En esta investigación hecha en la India la cual está en el idioma inglés y publicada en 2017 el cual tiene el título, “Internal Communication: practices and Implications”[Comunicación interna: implicaciones y practicas] el autor nos muestra claramente lo importante que es tener una buena comunicación al interior de la empresa y los buenos resultados que produce, es por eso que el estudio se realizó primeramente

aplicando una encuesta semiestructurada a 15 personas deseando obtener la perspectiva que tienen estas personas de la comunicación en cada nivel jerárquico de la empresa para la cual trabajan, los resultados en su mayoría fueron positivos aquellos aspectos negativos debido a fallas en el proceso comunicativo eran situaciones tratables que por el contrario hay muchos factores que muestran un gran avance en las empresas acerca de este tema tan importante.

Por otro lado, al hablar de la forma en que internamente se comunican en una empresa es hablar también del buen ambiente organizacional según Villamil, E. E. (2017). Dentro de las organizaciones la comunicación suele no ser muy efectiva ya que hay mucha distorsión, si la comunicación tuviese un mejor manejo por supuesto que enriquecería aspectos como la motivación, satisfacción y el buen rendimiento del empleado. En esta investigación realizada en la universidad nueva granada en Bogotá en el año 2017 se puede ver la influencia y las diferentes formas de comunicación organizacional dando a conocer la importancia de las mismas y teniendo como resultado la determinante definición del valor de la buena comunicación dentro de la organización concluyendo así, que el desarrollo de una excelente comunicación fomenta un excelente clima organizacional, un buen ambiente productivo que brinda confianza y seguridad al trabajador.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, podemos asumir la importancia de la realización de nuestro proyecto, este basado en conocer la percepción de la comunicación que tienen los colaboradores de la comunicación en el área operativa de la empresa JyS, nos permitirá conocer lo que perciben los colaboradores de la manera en que los procesos de comunicación se da entre las diferentes dependencias del nivel jerárquico perteneciente a la organización, a diferencia de las investigaciones anteriormente mencionadas que están enfocadas hacia otras áreas igual de pertinentes en la temática de comunicación interna que nos dan un pie de apoyo para llevar a cabo nuestra investigación.

Capítulo 3.

Metodología.

Tipo y diseño de investigación.

Para realizar un estudio de investigación es preciso escoger detenidamente el enfoque investigativo que mejor se ajuste a los objetivos propuestos. Por lo tanto, para poder desarrollar este proyecto investigativo acerca de la “Percepción que tienen los colaboradores de la comunicación interna en el área operativa dentro de la empresa de transporte JyS” se escogió como metodología apropiada, la basada en un enfoque cuantitativo, Hernández, Fernández y Baptista, 2010 (como se citó en Ortega, A. O. 2018), aducen que la investigación cuantitativa se focaliza en la recolección y en el análisis de datos a través de las mediciones numéricas con el fin de lograr inferir las respuestas a los puntos que se quieren investigar, por esto una vez planteado el problema de estudio con la recolección de datos mediante las tabulación con los datos obtenidos de cada una de las preguntas que tratan de dar respuesta a las incógnitas planteadas, preguntas resueltas por la población estudio u objetivo. De igual manera este enfoque se basa en la revisión de la literatura acerca del tema investigado dando unas conclusiones para orientar la investigación y de esta manera concluir si el marco teórico coincide con los resultados obtenidos, logran dar una explicación o refutan la información planteada generando así nuevas hipótesis.

Participantes.

Los participantes de la encuesta a realizar deberán cumplir con los siguientes criterios de inclusión: Participación voluntaria, es decir, se toma en cuenta que los participantes asumen colaborar voluntariamente en la investigación en donde el tipo de muestra será probabilístico , los cuales laboran en la empresa de transporte “JyS” ubicada en la ciudad de Puerto Gaitán – Meta, en desarrollo de actividades en el área operativa escogidos de manera aleatoria, no será criterio de exclusión la edad ni el tiempo

de labor en la empresa, de igual manera no se tendrán en cuenta los instrumentos que no hayan sido diligenciados en su totalidad.

En ese orden ideas, es pertinente mencionar que la recolección de la información de la presente investigación se realizará mediante una encuesta que permita medir la percepción que se tiene de la comunicación interna de manera vertical dentro de la empresa.

Instrumentos de recolección de datos.

Como instrumento se creó una encuesta la cual consta de 16 preguntas cerradas de opción múltiple, cada ítem apuntando a obtener información más específica en de la percepción de la comunicación interna de manera vertical dentro de la organización cualificando la manera en la que los colaboradores receptionan la información y esta como influye en la satisfacción laboral, cada una de las preguntas tiene opciones de acuerdo con una escala de calificación tipo Likert. En atención a lo anterior, se realizar el diligenciamiento mediante el siguiente link:

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=5VtQ3Wns9UeS38qIX-v1-mArp-IeOuhCgAdNHGSNbwBUOUtIwThLTjRDVjE3S1pZNUsxWIE1NTFLQI4u>

Estrategia del análisis de datos.

La encuesta se va a realizar mediante Google Forms lo que va a permitir extraer el consolidado de las respuestas del instrumento en un archivo de Excel para poder ser tabulado mediante grafica de barras logrando así inferir el grado de percepción y la forma en como es receptionada la información que se trasmite dentro de la empresa a cada uno de los colaboradores.

Consideraciones éticas.

Siguiendo los protocolos éticos y morales como estudiantes de Psicología y futuros profesionales para la aplicación de encuestas o pruebas para investigaciones en el área de la salud, a los trabajadores del área operativa de la empresa de transporte JYS se les respetaron sus derechos teniendo en cuenta el compromiso de guardar completa

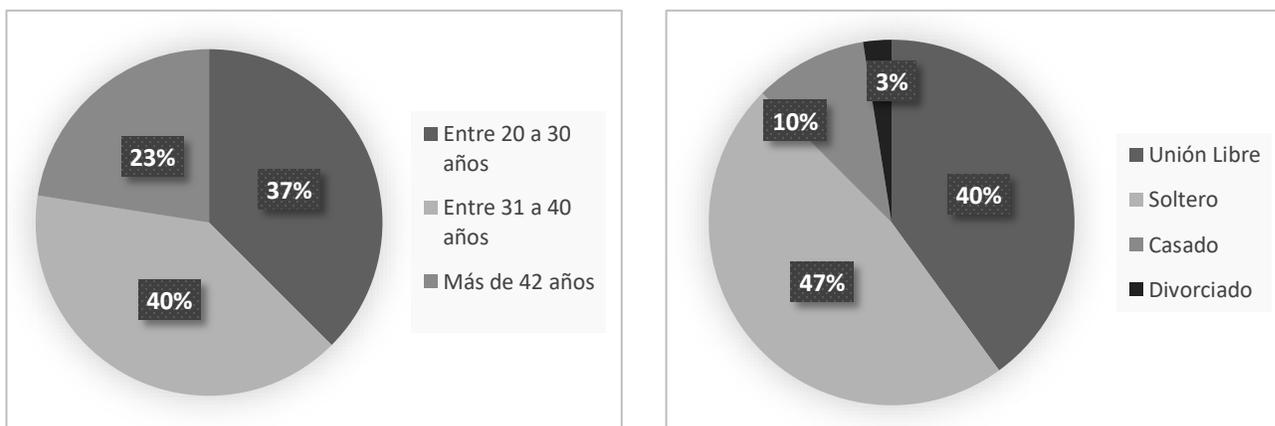
reserva de información de los encuestados ajustados a la ley 1090 de 2006 Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones, a los artículos 5 y 6 de la Resolución 8430 de 1993, tratando los datos con confiabilidad.

Capítulo 4. Resultados

Una vez aplicada la encuesta al personal que labora dentro de la empresa de transporte JYS mediante el link de Google Forms con la recolección de la información sociodemográfica, así como las respuestas a las preguntas para conocer la percepción y satisfacción que hay dentro de la empresa se obtuvieron resultados, así:

Figura 1 y 2

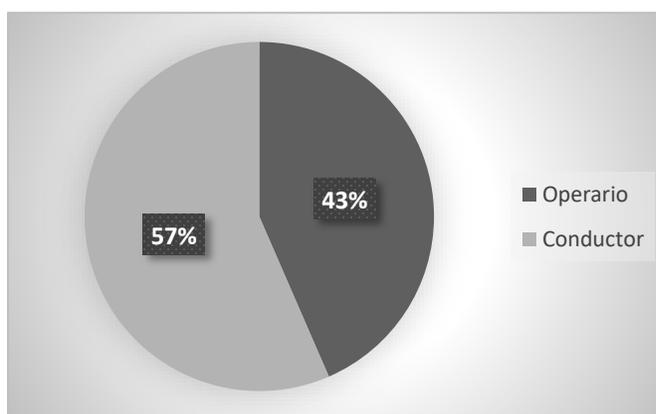
Edad y Estado Civil



Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

Figura 3

¿Cargo que desempeña?

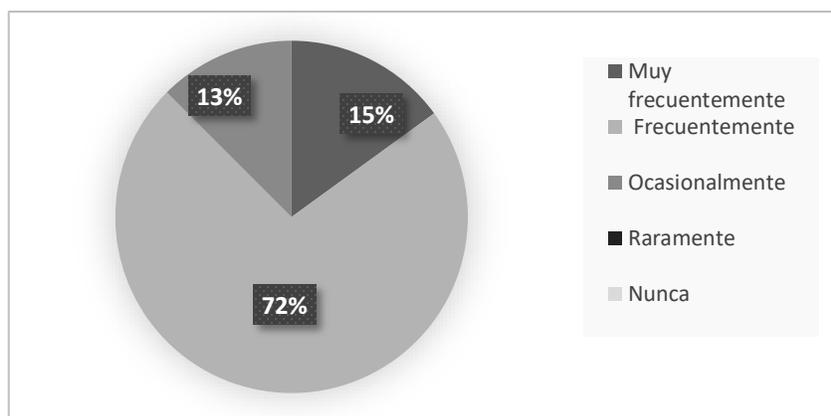


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

La mayoría de los encuestados se encuentran en edades de 20 a 30 años y 31 a 40 años en un 37% y 40% respectivamente, de igual manera estos trabajadores son Solteros en un 47%, seguido de unión libre en un 40% y el restante están casados y divorciados en un 10% y 3% respectivamente, en cuanto al cargo que desempeñan de los 40 encuestados en la empresa el 50% tienen el cargo de conductores y el otro 50% son operarios.

Figura 4

¿Dentro de la empresa de transportes JyS como percibe que se realiza la trasmisión de la información en cuanto a consignas, ordenes, cambios organizacionales, etc.?



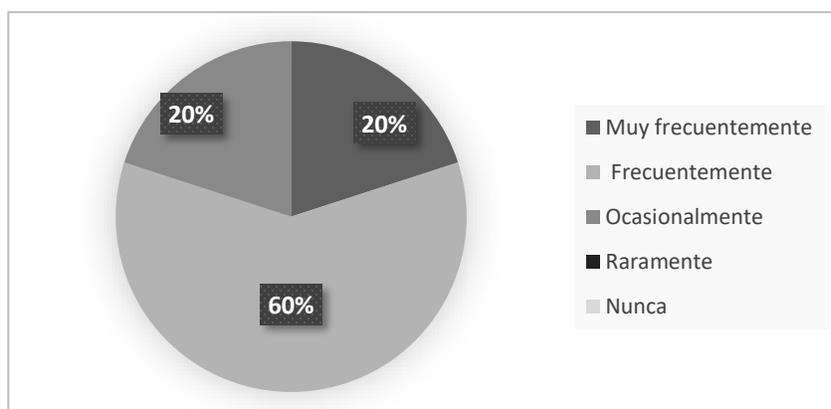
Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

La manera en que el personal operativo percibe la trasmisión de la información en cuanto a consignas ordenes y cambios organizacionales dentro de la empresa en un 87%

se da en una percepción entre el 72% frecuentemente y un 15% muy frecuentemente y solo en un 13% ocasionalmente.

Figura 5

¿La información acerca de las decisiones tomadas por la empresa es transmitida de manera eficaz por parte de los gerentes de los procesos para el desarrollo de las funciones propias del cargo?

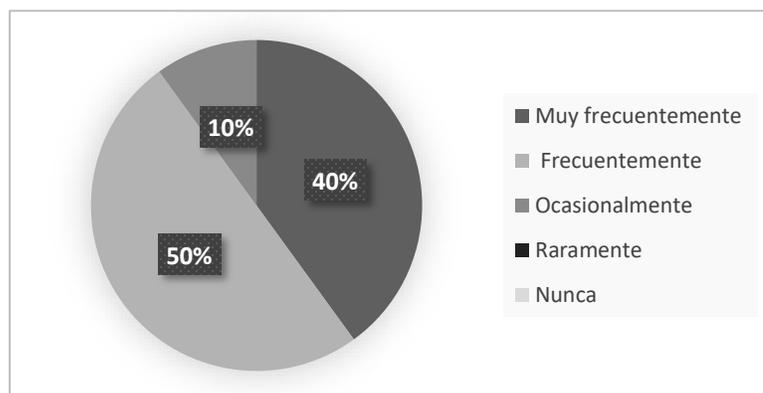


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

En cuanto a la eficacia en la transmisión de la información por parte de la empresa acerca de las decisiones tomadas, es de un 20% muy frecuentemente, 20% ocasionalmente y una gran parte correspondiente al 60% de los colaboradores determinan que se da frecuentemente.

Figura 6

¿Al iniciar las labores propias del cargo le fueron explicadas cada una de las funciones que debería ejecutar dentro de la empresa?

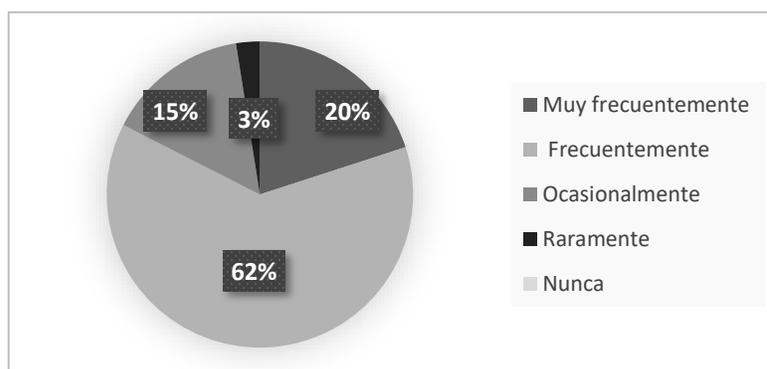


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

En cuanto a si las labores del cargo les fueron explicadas al momento de iniciar labores un 10% dice que ocasionalmente, por otro lado, un 40% Muy frecuentemente y en un 50% los colaboradores que dicen que es frecuentemente.

Figura 7

¿Los gerentes o responsables de procesos son asertivos en la manera como transmiten las órdenes para el alcance de los objetivos organizaciones o corporativos?

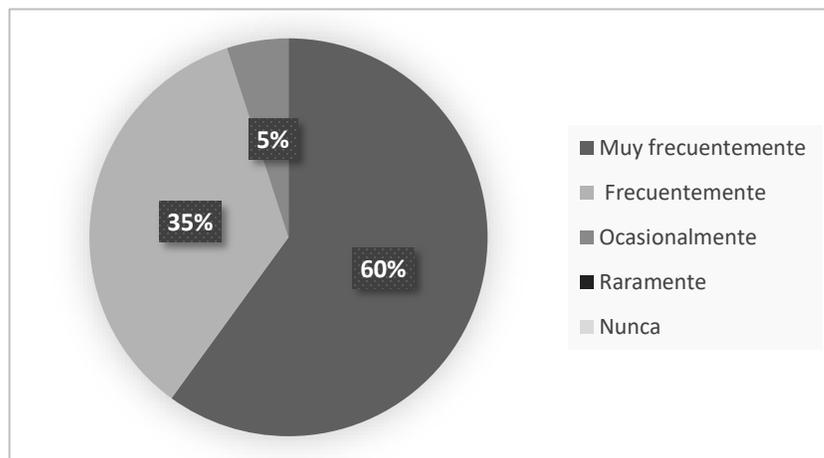


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

En La manera en que los gerentes transmiten las órdenes para alcanzar los objetivos organizacionales un 3% dice que raramente son asertivos en la transmisión de la información, un 15% ocasionalmente son asertivos, un 20% muy frecuentemente y un 62% con el porcentaje más alto concuerda que frecuentemente son asertivos.

Figura 8

¿Se utilizan canales de transmisión de la información tales como memorando, emails, grupos de WhatsApp, cartelera para la transmisión de información dentro de la organización?

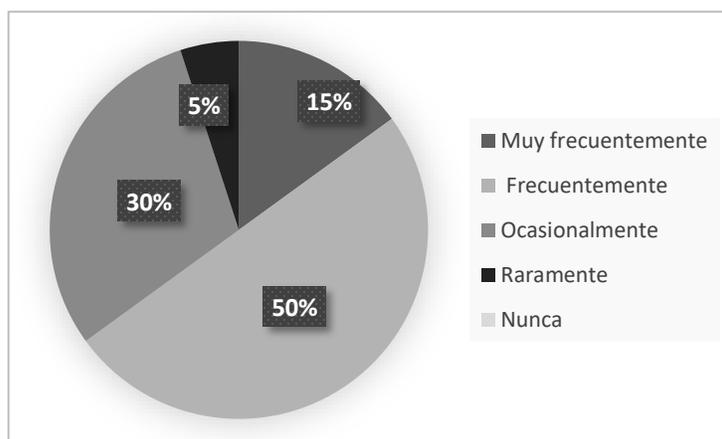


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

En cuanto si se utilizan canales para la transmisión de información tales como memorando, emails, grupos de WhatsApp entre otros, se obtuvo un 5% dice que ocasionalmente, un 35% frecuentemente y con un 60% muy frecuentemente

Figura 9

¿Se realiza la exaltación de los funcionarios que en el desarrollo de sus funciones se destacan dentro de los procesos bajo su cargo frente a los demás colaboradores como estímulo?

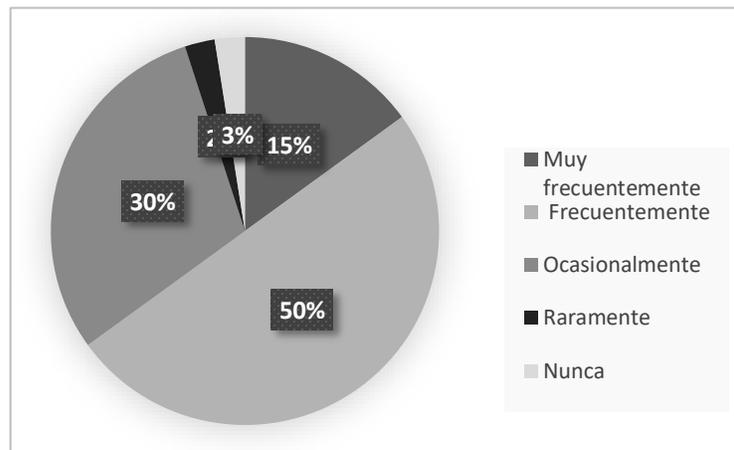


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

Los colaboradores al destacarse frente a lo demás colaboradores en la ejecución de sus labores reciben exaltación como estímulo en un 5% dice que raramente, un 15% muy frecuentemente, un 30% ocasionalmente, y la mitad de los encuestados correspondiente al 50% lo percibe frecuentemente.

Figura 10

¿Puede compartir o participar con ideas, generar planes, opinar dentro de la organización para mejorar o fortalecer procesos o procedimiento propios de la misionalidad de la empresa?

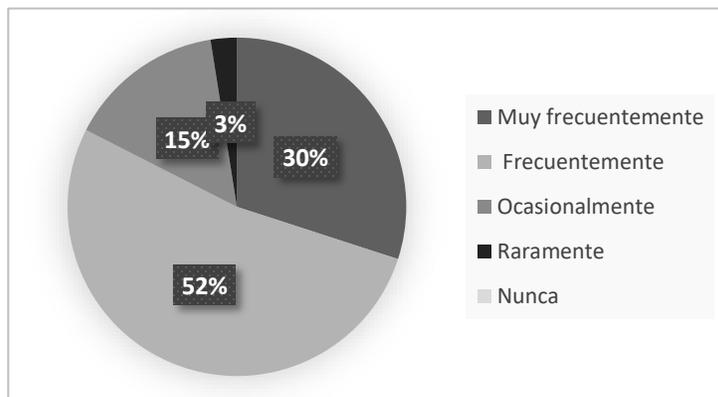


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

Como parte de fortalecer procesos y procedimientos de la misionalidad de la empresa, los colaboradores pueden participar con ideas, generar planes, etc. Un 2% dice que raramente, un 15% muy frecuentemente tiene participación, el 30% de los encuestados dice que ocasionalmente, y el restante que es el 50% frecuentemente.

Figura 11

¿Cuándo se presentan fallas en el desarrollo de las órdenes dadas, los supervisores, gerentes o responsables de los procesos son respetuosos en corregir y proponer soluciones rápidas a la problemática?

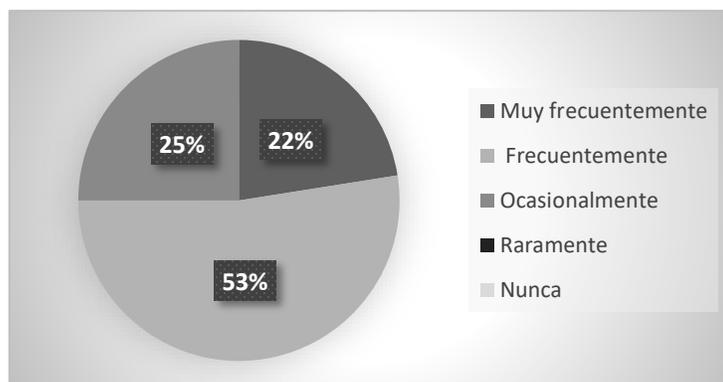


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

Al presentarse fallas en la ejecución de las ordenes los supervisores o responsables son respetuosos al corregir y proponer soluciones, un 3% da a conocer que raramente sucede esto, un 15% dice que ocasionalmente, el restante en un 30% dice que esto sucede muy frecuentemente y para terminar el 52% restante da a conocer que es frecuentemente.

Figura 12

¿Dentro de la dinámica del cumplimiento de los objetivos suele haber una retroalimentación positiva por parte de los lideres o supervisores por los objetivos alcanzados?

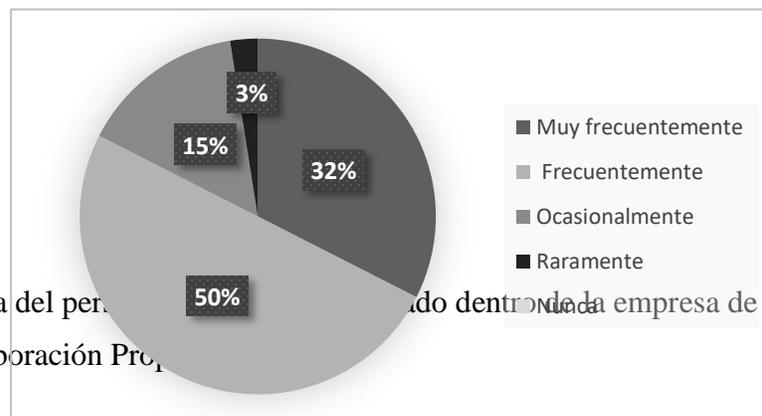


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

Suele haber retroalimentación positiva en el cumplimiento de los objetivos alcanzados. 75% de los encuestados dicen que entre muy frecuentemente y frecuentemente concuerdan que esto sucede y solo un 25% dice que es ocasionalmente

Figura 13

¿Se adoptan algunas prácticas en la Empresa JyS para mantener la comunicación entre empleados y superiores con el fin de estar en constante contacto para fortalecer este vínculo?

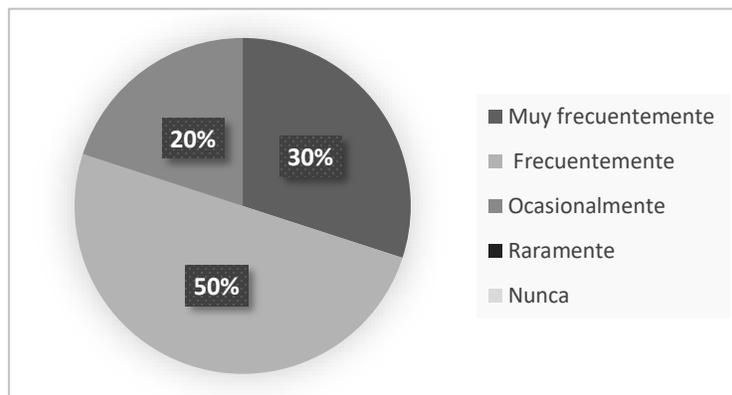


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

El vínculo de la comunicación entre los colaboradores y superiores la empresa adopta algunas prácticas. Un 3% dice que raramente, un 15% de los encuestados dice que ocasionalmente, un 32% muy frecuentemente reconocen que se realizan prácticas y para terminar un 50% nos dice que frecuentemente sucede esto.

Figura 14

¿En el momento que se actualizan los diferentes manuales de la Empresa, tales como Manual de funcionamiento, manual de procesos y procedimientos, reglamento interno, manual de contratación, entre otros, estos son socializados a todos los funcionarios y personal operativo?

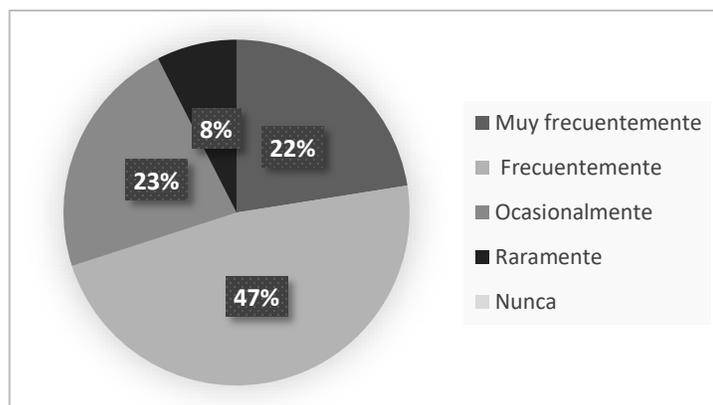


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

Al momento de actualizar los diferentes manuales de la empresa, si estos son socializados a todos los funcionarios del personal operativo en El 20% afirma que ocasionalmente, un 30% muy frecuentemente y el 50% faltante dice que sucede frecuentemente.

Figura 15

¿Los jefes de área se reúnen con los demás funcionarios de la oficina para socializar las actividades a desarrollar mensualmente?

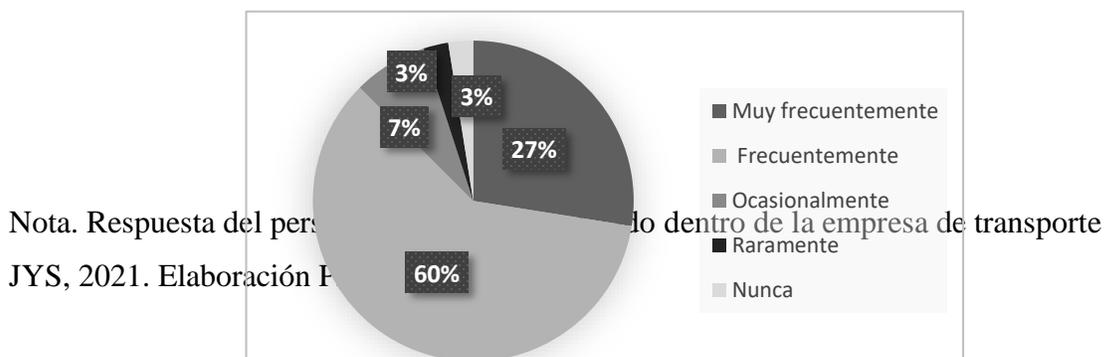


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

Como parte de las actividades a desarrollar mensualmente y si los jefes de área se reúnen con los demás funcionarios para socializar dichas actividades, un 8% de los encuestados dice que sucede raramente, un 22% dice que es muy frecuentemente que se realiza, con un 23% una parte de los encuestados nos da a conocer que es ocasionalmente pero el 47% restante dice que se realiza frecuentemente.

Figura 16

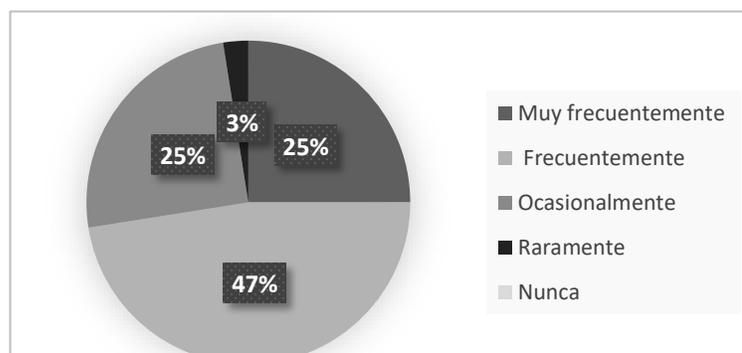
¿Se siente satisfecho con el ambiente o clima laborales que se percibe en la empresa?



La percepción que siente por el personal en cuanto al ambiente y clima laboral se da en un 3% de encuestados quienes aducen que nunca se siente satisfecho, otro 3% raramente se siente satisfecho, el 7% ocasionalmente se siente satisfecho, el 27% muy frecuentemente y un poco más de la mitad en un 60% frecuentemente se siente satisfecho.

Figura 17

¿En los momentos que ha tenido inconvenientes laborales ha sido escuchado y le han dado alguna solución eficaz?

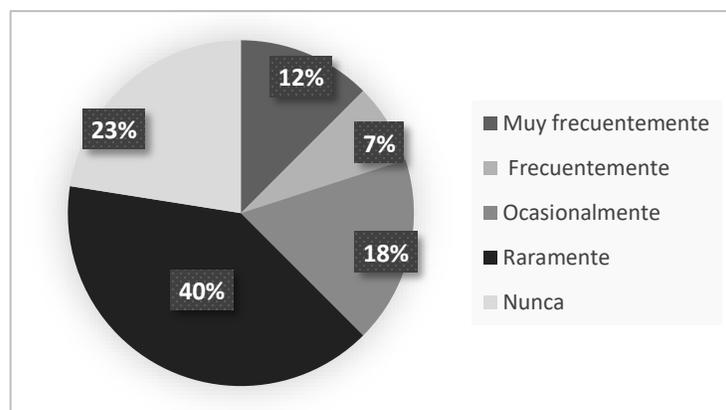


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

En cuanto a la escucha y le brindar soluciones en los momentos que han tenido inconvenientes laborales, el 3% dice que raramente sucede esto, el 25% dice que muy frecuentemente, otro 25% nos dice que ocasionalmente y el 47% restante nos da a conocer que sucede frecuentemente.

Figura 18

¿Se presentan chismes o mala interpretación de información transmitida por los responsables de procesos dentro de sus compañeros que genera inconformismo, chisme o mala disposición dentro de los colaboradores?

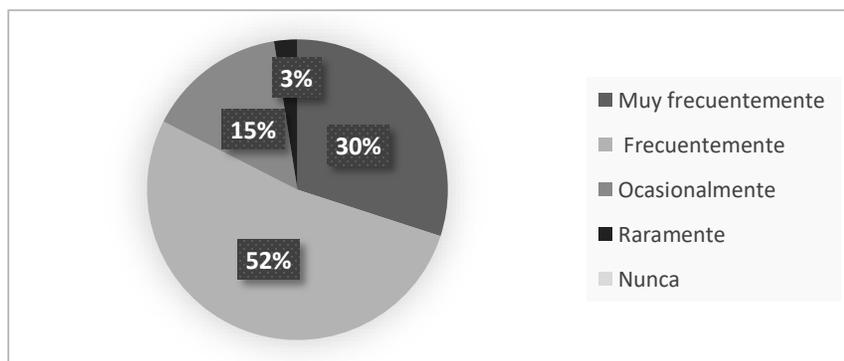


Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

Tomando en cuenta la transmisión de información y si se presentan chismes o mala interpretación de estos dentro de los procesos generando inconformismo, el 40% dice que raramente sucede esto, el 23% dice que nunca sucede, el 18% dice que sucede ocasionalmente, el 12% muy frecuentemente, y el 7% restante dice que frecuentemente.

Figura 19

¿Cuándo se realiza la transmisión de información o temáticas de la empresa logra afianzar más su compromiso con el alcance de los objetivos de la empresa y sentir satisfacción en desarrollo de sus funciones?



Nota. Respuesta del personal operativo encuestado dentro de la empresa de transporte JYS, 2021. Elaboración Propia.

Si cuando se transmite información o temáticas de la empresa como colaborador, logra afianzar el compromiso y siente satisfacción en el desarrollo de las funciones en un 3% raramente siente satisfacción, el 15% ocasionalmente, el 30% muy frecuentemente y terminado, el 52% de los encuestados nos dice que frecuentemente siente satisfacción en el desarrollo de sus funciones.

Discusión

Dentro de la investigación se puede determinar la importancia de la comunicación interna en las organizaciones y como el desarrollo de las misma permite conocer y entender la efectividad del cumplimiento de las metas organizacionales, si bien es cierto, Eggers, M. (2018) habla que en muchas ocasiones la comunicación vertical no suele ser muy efectiva debido a los rangos jerárquicos y los inconformismos generados, sin embargo, en la empresa JyS no parece ser el caso ya que la eficacia en la información es frecuente. De igual manera cuando alguno de los colaboradores ha tenido algún tipo de problema e inconveniente el 72% de encuestados afirma haber sido escuchado frecuentemente o muy frecuentemente, siendo coherente con Cuenca, J. (2018) ya que se dice que si se logra de manera asertiva la recepción e interpretación durante la trasmisión de la información se logra fidelizar y generar confianza con los colaboradores demostrado más adelante en la satisfacción del clima laboral, además que la comunicación es un factor al cual poco se le hace seguimiento y se le da la relevancia que debería tener.

En los resultados obtenidos de acuerdo con las respuestas de los colaboradores encuestados es que en un 60% reconocen que muy frecuentemente se utilizan canales de transmisión y esto va muy de acorde con lo investigado en el proyecto, ya que tomando en cuenta la potencialización de la cultura corporativa es importante la activación de la transformación digital ya que la transferencia de información se logra mucho más fácil en atención a la globalización.

Podemos ver muchas similitudes y coincidencias que nos hacen ver la importancia de la comunicación interna, tal comunicación sigue siendo un catalizador de cambio en las relaciones internas de una organización y esta buena comunicación interna permite un mayor compromiso para el cumplimiento de los objetivos organizacionales y en los resultados nos muestran unos datos muy interesantes de similitud en esto antes mencionado, 50% de los colaboradores encuestados aducen que frecuentemente

participan en la elaboración de planes para el cumplimiento de objetivos, de igual manera también muestra que el 50% considera que frecuentemente se adoptan prácticas para mantener la buena comunicación interna entre los colaboradores de la parte operativa y los supervisores o líderes que se encuentran en cargos más altos o jerárquicos.

También podemos ver la importancia que el buen clima organizacional y en concordancia con la investigación desarrollada en la universidad nueva granada de Bogotá acerca del buen ambiente organizacional y la importancia de darle un buen manejo a la comunicación, muestra que se enriquecerían muchísimos aspectos tales como la motivación, la satisfacción y el rendimiento laboral y precisamente eso es algo que también muestra las respuestas de la encuesta, un 60% de los encuestados dice que frecuentemente siente satisfacción laboral y uno de los factores importantes es que frecuentemente con un promedio del 50% de encuestados afirman que se realiza exaltación a los colaboradores cuando se destacan en el cumplimiento de los objetivos organizacionales esto sin lugar a duda es una base importantísima para el buen clima organizacional lo que lleva a un buen desempeño laboral.

F. Eggers, M. (2018) enuncia que dentro de las redes de comunicación organización se encuentra la comunicación vertical y al realizar la aplicación del instrumento en la empresa dentro de las respuestas de los 40 participantes empleados del área operativa se percibe que más del 50% perciben de manera positiva la comunicación interna de manera vertical con una eficacia en la comunicación en un 60%, de igual forma la manera en la que se trasmite la información organizacional se refleja en un 62% en donde se logra por parte de los superiores o gerentes de los procesos lo que conlleva que se tenga una satisfacción laboral de un 87% entre frecuentemente y muy frecuentemente, lo cual es un porcentaje alentador pero que puede mejorar en el fortalecimiento para la adopción de las políticas organizacionales de cada uno de los colaboradores asumiendo su rol como parte del engranaje para el alcance de objetivos estratégicos y la mejora continua de la comunicación interna de manera ascendente y descendente proporcionando así un clima de satisfacción laboral.

Conclusiones

De acuerdo al instrumento de medición aplicado en la Empresa de Transporte JYS al personal operativo de acuerdo a las respuestas obtenidas se logro determinar que en la mayoría de las preguntas enfocadas a conocer el nivel de satisfacción, la recepción de la comunicación interna, conocer el cómo se da la comunicación dentro de la organización se obtuvo en su mayoría resultados positivos de más del 50% lo que nos indica que se tiene una buena percepción pero genera un plan de acción para mejorar y fortalecer la comunicación interna de manera vertical dentro de la organización.

La empresa de transporte JYS en porcentajes no representativos aducen que no se da un plan de inducción, capacitación y de retroalimentación por lo cual se requiere realizar un seguimiento para fortalecer y mejorar en estos aspectos la percepción de los colaboradores, toda vez que, el personal operativo es el que ejecuta las funciones y debe conocer cuál es el proceso para su debido cumplimiento.

La comunicación interna de manera vertical obedece a la satisfacción de los colaboradores en el desarrollo de sus funciones, entorno laboral y jefes jerárquicos por lo que requiere trabajar y fortalecer la trasmisión de las consignas, órdenes y decisiones dentro del entorno laboral para el alcance de los objetivos y metas trazadas.

Es importante notar que, aunque en su mayoría las respuestas tuvieron una buena aceptación, es necesario seguir creciendo y mejorando la comunicación interna para tener un mejor desempeño laboral, los colaboradores en la mayoría de respuestas muestran la variable de frecuentemente lo que indica que el proceso marcha bien, pero siempre ha mejoras por hacer,

Finalmente, se debe fortalecer la comunicación sobre las decisiones tomadas dentro de la empresa, ya que el 20% de funcionarios manifiestan que no se dan a conocer

oportunamente y eso hace que se retrase el trabajo y por lo tanto, la demora el cumplimiento de metas. Sin embargo, el ambiente laboral según los encuestados es un buen ambiente y eso da a saber que la empresa maneja unos buenos estándares de comunicación

Limitaciones

El no poder realizar la encuesta de manera presencial sino enviándola por medio de Google forms de cierta manera confundía a los empleados en su diligenciamiento ya que la encargada de talento humano era quien la direccionaba para su diligenciamiento, de las encuestas realizadas a los 40 de la población se debió aplicar una más teniendo en cuenta que se excluyó 01 por responder no al consentimiento informado.

No se aplicó el instrumento a la parte administrativa de la empresa teniendo en cuenta que no era una muestra representativa para la investigación. Quizás con la aplicación de una entrevista se pudieron haber conocido otros aspectos en cuanto a la comunicación interna de manera vertical dentro de la organización de manera subjetiva por parte de cada colaborador.

Recomendaciones

Incluir dentro de la investigación al total de la empresa para conocer de manera global la percepción que se tiene y fortalecerla en las dependencias o áreas en donde se encuentra con déficit.

Realizar la intervención de manera presencial para tener más contacto con los colaboradores y poder explicar con más propiedad el objetivo de la investigación, así

como el adecuado diligenciamiento del documento explicando el trato de datos personales junto con el consentimiento informado.

Referencias bibliográficas

Cardona, Gabriela, Delgado, Lorena. Las organizaciones y sus principales barreras en la comunicación vertical. M. 2017.

<https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/1505/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chiavenato, I. (2014). Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones. McGrawHill. [https://www-ebooks7-24-](https://www-ebooks7-24-com.loginbiblio.poligran.edu.co/stage.aspx?il=&pg=&ed=256)

[com.loginbiblio.poligran.edu.co/stage.aspx?il=&pg=&ed=256](https://www-ebooks7-24-com.loginbiblio.poligran.edu.co/stage.aspx?il=&pg=&ed=256)

Chiavenato, I. (2017). Administración de recursos humanos: el capital humano de las Organizaciones. McGraw-Hill. [https://www-ebooks7-24-](https://www-ebooks7-24-com.loginbiblio.poligran.edu.co/?il=5207)

[com.loginbiblio.poligran.edu.co/?il=5207](https://www-ebooks7-24-com.loginbiblio.poligran.edu.co/?il=5207)

Cuenca, J. (2018). Guía fundamental de la comunicación interna. Editorial UOC.

<https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/105390>

Cuenca, J. y Verazzi, L. (2020). Comunicación interna total: estrategia, prácticas y casos. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/126406>

De los Heros Rondén, M. G., Murillo López, S. C. y Solana Villanueva, N. (2020). Satisfacción Laboral en Tiempos de Pandemia: el caso de docentes universitarios del área de salud. Revista de Economía del Caribe, 26.

https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/economia/article/view/13820/pdf_690

De Marchis, G. Cásares, M. Lanzas, F. (2007). Organización y Psicología de la Comunicación Interna. Fragua.

F. Eggers, M. (2018). Teoría de las organizaciones. Editorial Maipue.

<https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/79002>

Jiménez, A. (2013). Comunicación. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos.

Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/62822>.

Lesmes, A., Barrientos, E. y Cordero, M. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería,8(1), 147-153. <https://doi.org/10.15649/2346030X.757>

Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (1967). R129- Recomendación sobre las comunicaciones dentro de la empresa.

https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:R129

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2010). Entornos Laborales Saludables: Fundamentos y Modelos de la

OMS https://www.who.int/occupational_health/evelyn_hwp_spanish.pdf

Ortega, A. O. (2018). Enfoques de investigación. Extraído de https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero_Ortega/publication/326905435_

ENFOQUES_DE_INVESTIGACION_TABLA_DE_CONTENIDO_Contenido/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION-TABLA-DECONTENIDO-Contenido. pdf el, 14.

- Peña, B., Caldevilla, D. y Batalla, P. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. *Chasqui. Revista Latinoamericana de la Comunicación*, (134), 315-330.
<https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=16057382018>
- Quiroga, L. (2021). La comunicación interna en las organizaciones. El papel de las personas directivas. *Especial Directivos*, 1804, 85-89. <https://eds-a-ebsohost-com.loginbiblio.poligran.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=977d3170-66a1-4a95-94ad-0eb6437d1a61%40sdc-v-sessmgr03>
- Tamayo Mora, S. (2020). Comunicación interna, clima organizacional y satisfacción laboral: una reflexión necesaria. *Folletos Gerenciales*, 24(3), 208–217.
- Vallejo Peña, Francisco Alberto. *La comunicación vertical: un acercamiento a su problemática en las organizaciones*. Universidad de Málaga. 2017.
- Vilchez, J., Ávila, M., Moreno, M. y Reyes, M. (2018). Arte y psicología. Estudios sobre Arte Actual, 6, 35-47. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6861738>
- Villamil, E. E. (2017). *La comunicación interna como herramienta estratégica en la empresa: un análisis desde la gestión organizacional*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/16401>.
- Villalobos Escobedo, M. (2018). Instrumento para evaluar la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas, caso zona Bajío-México. *Dialnet*, 3(2). Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:G1jCLvBkucoJ:https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo%3D6559163&hl=es-419&gl=co&strip=0&vwsrc=0>
- Verghese, A. K. (2017). Internal Communication: Practices and Implications. *SCMS Journal of Indian Management*, 14(3).
https://www.scms.edu.in/uploads/journal/articles/article_20.pdf

Viñaras Abad, M., Gonzáles Valles, J. E. y Rincón, S. (2020). La Comunicación Interpersonal y la Comunicación interna en las empresas: un análisis desde la profesión y la Universidad. *Comunicación Y Hombre*, (16), 335-354.
<https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2020.16.607.335-35>

Anexos

Anexo 1 Consentimiento Informado



PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EMPRESA DE TRANSPORTE "JYS"

A continuación, encontrará un total de **16** preguntas cerradas y estructuradas, dirigidas a personal que labora dentro de la empresa de transportes JyS de Puerto Gaitán – Meta los cuales desempeñan labores operativas, en donde se tienen interrogantes para conocer la percepción de la comunicación interna vertical dentro de la organización, encontrará diferentes opciones de respuesta por cada pregunta del cuestionario. Le agradecemos responder la totalidad de las preguntas y esperamos que responda nuestra encuesta con confianza, estos datos son para uso netamente académico.

1. ENCUESTA PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE JYS

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Certifico que he recibido y comprendido por parte del estudiante de Psicología de la Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano, como integrante de la asignatura de Practica 2 en Psicología, que la información que el reciba es de carácter confidencial, que la aplicación del método de investigación se está realizando como parte de un proyecto de investigación con fines académicos.

Se me indicó que el procedimiento a seguir es la aplicación de una encuesta por Google forms, la cual consta de **16** preguntas cerradas la cuales tienen la finalidad de determinar la percepción que se tiene por parte de los colaboradores que desempeñan labores operativas dentro de la

También se me indicó que yo puedo revocar el consentimiento o dar por terminada en cualquier momento la relación entre el estudiante de psicología y yo, cuando lo considere pertinente sin que ello implique ningún tipo de consecuencia para mí.

Dicha investigación está enmarcada dentro de la ley 1090 del 2006 "Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de psicología, se dicta el código deontológico y bioético y otras disposiciones" y la Resolución 8430 de 1993 "Por la cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud", es una investigación la cual implica un riesgo mínimo, puesto que emplea el registro de datos a través de una encuesta semi estructurada. Por otro lado, el participante tiene derecho a conocer los resultados de la investigación, así como la garantía de recibir respuesta a cualquier pregunta por vía e-mail u oral.

A

Le agradecemos responder la totalidad de las preguntas y esperamos que responda nuestra encuesta con confianza, estos datos son para uso netamente académico, marque si o no si esta de acuerdo con lo anteriormente enunciado, (en el caso de que su respuesta sea negativa diríjase a la parte final del formulario y oprima enviar):

Si ✓

No

FICHA REPORTE PRODUCTO MULTIMEDIA PRACTICAS SUSTENTACION

Autores	<p>Nombre y apellidos estudiantes:</p> <p>Jennifer Tatiana Prieto Pineda Cristian Alonso Henao Pareja María Sandra Montaña Ruiz Juan Carlos Mantilla Calderón</p> <p>Asesor: Leidy Liliana Leal Diaz</p>
Objetivo del proyecto	Determinar la percepción de la comunicación interna por parte de los colaboradores que desempeñan labores operativas de la Empresa de Transporte JyS.
Título del Material	PROYECTO DE PRÁCTICA II – INVESTIGACIÓN APLICADA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS COLABORADORES DE LA COMUNICACIÓN EN EL ÁREA OPERATIVA DENTRO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE JYS
Objetivo de Material	Construir y aplicar un instrumento que permita evaluar la comunicación interna dentro los colaboradores que desempeñan funciones en el área operativa de la empresa de transportes JyS.
Tipo de producto (Podcast, Video)	Podcast
Enlace Producto Multimedia	https://anchor.fm/cristian-henao/episodes/Percepcin-que-tienen-los-colaboradores-de-la-comunicacin-en-el-area-operativa-de-la-empresa-JyS-e1bhtm4

Resultados aplicación encuesta

https://poligran-my.sharepoint.com/:x/g/personal/jeprieto7_poligran_edu_co/EYhdbGEmVOVFu-fK9vK9lr3QBexxTDmCuI0otnoOCGehCmQ?e=nRYHy1