



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad
laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del
Callao, 2025”**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Comunicación Estratégica

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

Bachiller en Diseño Estratégico e Innovación

PRESENTADO POR

Del Águila Medina, Pedro Martín – Comunicación Estratégica

Moscoso Bayro, Carlo Roberto – Administración y Dirección de Negocios

Porras Flores, María del Rosario – Diseño Estratégico e Innovación

Salas Flores, María Elena – Comunicación Estratégica

ASESOR

Espinoza Rúa, Celes Alonso

LIMA. PERÚ

2025

Asesor y miembros del jurado

Asesor:

Espinoza Rúa, Celes Alonso

Miembros del jurado

Barrantes Delgado, María Gracia

Castillo Félix, Juan Manuel

Vidal Gutiérrez, David

Declaración jurada de originalidad

Yo, Pedro Martín Del Águila Medina identificado con DNI N° 44790728 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr. Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado con DNI N° 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

Yo, Carlo Roberto Moscoso Bayro identificado con DNI N° 73267297 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr. Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado con DNI N° 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

Yo, María del Rosario Porras Flores identificada con DNI N° 76199758 perteneciente al Programa de Diseño Estratégico e Innovación, siendo mi asesor el Sr. Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado con DNI N° 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

Yo, María Elena Salas Flores identificada con DNI N° 73570466 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr. Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado con DNI N° 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

Declaramos bajo juramento que:

- a) Somos los autores del documento académico titulado “Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025”.
- b) El proyecto de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

- c) El asesor ha revisado minuciosamente el proyecto de investigación, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.
- d) El proyecto de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 18% de similitud.
- e) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 27 de febrero del 2025.

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	DNI	Firma	Huella
Pedro Martín	Del Águila Medina	44790728		
Carlo Roberto	Moscoso Bayro	73267297		
María del Rosario	Porras Flores	76199758		
María Elena	Salas Flores	73570466		

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	DNI	Firma	Huella
Celes Alonso	Espinoza Rúa	42750231		

Índice temático

RESUMEN.....	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
Capítulo 1: Información general.....	16
1.1. Título del Proyecto	16
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario	16
1.3. Actividad económica en la que se aplicaría	16
1.4. Localización o alcance de la solución	17
Capítulo 2: Descripción de la investigación aplicada.....	18
2.1. Justificación.....	18
2.1.1. Justificación teórica.....	18
2.1.2. Justificación metodológica	18
2.1.3. Justificación práctica	19
2.2. Marco referencial.....	20
2.2.1. Antecedentes de la investigación.....	20
2.2.2. Marco teórico	24
2.3. Objetivo general y específicos	27
2.3.1. Objetivo general	27
2.3.2. Objetivos específicos	28
2.4. Viabilidad.....	28
2.5. Limitaciones	28

2.6.	Metodología del proyecto	28
2.6.1.	Tipo de investigación	29
2.6.2.	Enfoque de investigación	29
2.6.3.	Diseño de la investigación	29
2.6.4.	Nivel de la investigación.....	30
2.7.	Diseño muestral	31
2.7.1.	Población	31
2.7.2.	Muestra	31
2.7.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
2.7.4.	Categorías de estudios apriorísticas.....	33
2.7.5.	Sistemas de Registros	33
2.8.	Análisis de resultados	34
2.9.	Discusión de los resultados.....	41
2.9.1.	Barreras de la comunicación.....	41
2.9.2.	Comunicación interna	41
2.9.3.	Nivel de confianza.....	42
2.9.4.	Dificultades en la comunicación externa.....	42
2.9.5.	Bienestar emocional.....	43
2.9.6.	Proactividad	44
2.9.7.	Identidad corporativa.....	44
2.9.8.	Aspectos por mejorar en el clima laboral	44
2.10.	Plan de comunicación estratégica	45

2.10.1.	Etapa 1 - OE 1: Fortalecer la motivación y el compromiso del equipo	45
2.10.2.	Etapa 2 - OE 2: Consolidar la gestión de recursos para el equipo.....	51
Capítulo 3:	Estimación del costo del proyecto.....	56
3.1.	Estimación de costos	56
3.2.	Recursos humanos	56
Capítulo 4:	Conclusiones y recomendaciones.....	58
4.1.	Conclusión en base al objetivo general.....	58
4.2.	Conclusiones en base a los objetivos específicos	58
4.3.	Recomendaciones.....	58
Capítulo 5:	Referencias bibliográficas	59
Capítulo 6:	Anexos	62

Índice de tablas

Tabla 1.....	32
Tabla 2.....	34
Tabla 3.....	38
Tabla 4.....	49
Tabla 5.....	56
Tabla 6.....	57

Índice de figuras

Figura 1.....	46
Figura 2.....	47
Figura 3.....	47
Figura 4.....	48
Figura 5.....	50
Figura 6.....	50
Figura 7.....	52
Figura 8.....	52
Figura 9.....	53
Figura 10.....	54
Figura 11.....	55

Índice de anexos

Anexo 1: Informe Turnitin	62
Anexo 2: Registro de impacto y resultados	63
Anexo 3: Matriz de consistencia	65
Anexo 4: Matriz de categorización.....	66
Anexo 5: Validación de expertos	68
Anexo 6: Consentimiento firmado para los participantes del Focus Group.....	70
Anexo 7: Política ambiental de la Universidad Nacional del Callao	74

RESUMEN

Esta investigación propone un plan de comunicación estratégica para mejorar la productividad laboral en los colaboradores del área de Admisión de la Universidad Nacional del Callao. A través de un enfoque cualitativo, se identificaron barreras en la comunicación interna, la falta de integración del equipo y la ausencia de herramientas formales para la gestión de tareas. Estos factores afectan el desempeño y la eficiencia en los procesos de admisión, generando desorganización y retrasos en la atención a los postulantes.

Como solución, se plantea la implementación de estrategias orientadas a fortalecer el clima organizacional, optimizar los flujos de información y fomentar un mayor compromiso del equipo. Entre las acciones propuestas destacan la creación de canales de comunicación efectivos, reuniones periódicas de alineación y herramientas digitales que faciliten la gestión del trabajo. Con estos cambios, se espera mejorar la eficiencia operativa, la satisfacción de los colaboradores y, en última instancia, la experiencia de los postulantes en su proceso de admisión.

Palabras clave:

Comunicación estratégica, productividad laboral, Comunicación interna, Clima organizacional, Gestión de la información, Estrategias de comunicación, Universidad del Callao, Admisión universitaria, Trabajo en equipo, Optimización de procesos.

ABSTRACT

The present study proposes a strategic communication plan to improve work productivity among the admission department staff at the Universidad Nacional del Callao. Through a qualitative approach, communication barriers, lack of team integration, and the absence of formal task management tools were identified. These factors negatively impact performance and efficiency in the admission process, causing disorganization and delays in applicant support.

As a solution, the study suggests implementing strategies focused on strengthening organizational climate, optimizing information flows, and fostering greater team commitment. Key actions include the creation of effective communication channels, periodic alignment meetings, and digital tools to streamline task management. These improvements aim to enhance operational efficiency, increase employee satisfaction, and ultimately improve the applicant experience during the admission process.

Keywords:

Strategic communication, work productivity, internal communication, organizational climate, information management, communication strategies, Universidad Nacional del Callao, National University of Callao, university admission, teamwork, process optimization.

INTRODUCCIÓN

Este estudio propone un plan de Comunicación Estratégica para mejorar la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao. A partir de un enfoque cualitativo, se identificaron diversas problemáticas en la dinámica interna del equipo, como la falta de canales formales de comunicación, una distribución poco clara de funciones y una carga laboral que impacta en el bienestar emocional de los trabajadores.

La investigación busca brindar soluciones prácticas y sostenibles que ayuden a fortalecer el compromiso del equipo, mejorar la gestión del tiempo y optimizar los procesos administrativos. Se plantea, además, la incorporación de herramientas digitales, reuniones periódicas de alineación y actividades de integración que favorezcan un mejor clima organizacional. El propósito central es elevar el desempeño del área y, con ello, contribuir a una experiencia más satisfactoria para los postulantes que interactúan con este departamento clave en la UNAC.

Capítulo I: Información general

Se presentan los datos principales del proyecto, como el título, el área estratégica, la actividad económica y el alcance territorial de la propuesta.

Capítulo II: Descripción de la investigación aplicada

Incluye la justificación del estudio, el marco referencial, los objetivos, la viabilidad, las limitaciones y la metodología empleada para el desarrollo del proyecto.

Capítulo III: Estimación del costo del proyecto

Detalla los recursos económicos y humanos necesarios para implementar las estrategias propuestas, así como el presupuesto estimado para herramientas digitales y actividades complementarias.

Capítulo IV: Conclusiones y recomendaciones

Resume los hallazgos más relevantes de la investigación y brinda recomendaciones clave para poner en marcha el plan de comunicación estratégica, con énfasis en la mejora continua y el bienestar del equipo.

Capítulo 1: Información general

1.1. Título del Proyecto

Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025.

1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario

El presente estudio se inscribe en la línea de Mejora de Procesos y Operaciones, orientado a la propuesta de implementación de un plan de comunicación estratégica como herramienta para elevar la productividad laboral del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, en adelante UNAC, abordando un análisis situacional de los actuales procesos y canales internos. La alternativa que se plantea contempla la perspectiva del colaborador ante el clima laboral y las barreras de comunicación que podrían influir en el desempeño colectivo de la entidad.

1.3. Actividad económica en la que se aplicaría

La investigación se aplica en el contexto de la prestación de servicios educativos, actividad principal de la UNAC. Esta institución pública se dedica a la formación profesional, la investigación científica y la proyección social, teniendo en el área de admisión un eje estratégico para gestionar el ingreso de nuevos estudiantes.

Esta área específica no solo coordina procesos de selección y matrícula, sino que también es clave en la proyección de una imagen institucional sólida y en la experiencia inicial de los futuros estudiantes. Mejorar la productividad laboral en este ámbito contribuirá a optimizar los servicios administrativos, fortalecer la calidad del servicio y consolidar el posicionamiento de la universidad en el sector educativo.

1.4. Localización o alcance de la solución

La presente investigación se centra en el personal del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, ubicada en la provincia constitucional del Callao, Perú.

El estudio abarca las perspectivas de los colaboradores que desempeñan funciones clave dentro de esta área, incluyendo los siguientes cargos: Director Ejecutivo de la Dirección de Admisión, Especialista en Gestión de Procesos Administrativos, Apoyo de Gestión Administrativa, Asistente Administrativo, Personal de Marketing Promocional, Secretaría y Apoyo en Diseño.

Capítulo 2: Descripción de la investigación aplicada

2.1. Justificación

2.1.1. Justificación teórica

La presente investigación se fundamenta en las teorías de la comunicación estratégica, el diseño organizacional y la gestión del talento humano, aplicadas específicamente al área de admisión de la Universidad Nacional del Callao. Estas disciplinas proporcionan herramientas para analizar las dinámicas de comunicación interna, identificar barreras en los procesos informativos y establecer estrategias que impacten directamente en la productividad laboral.

Desde la comunicación estratégica, se examina cómo optimizar los flujos de información y la coordinación interna para mejorar en la gestión de admisión. Por otro lado, el diseño organizacional permite replantear la estructura del trabajo, promoviendo una distribución de funciones más eficiente y reduciendo la sobrecarga laboral. Finalmente, desde la gestión del talento humano, se analiza el impacto de una comunicación clara en la motivación, el compromiso y el desempeño de los colaboradores, factores clave para garantizar un ambiente laboral productivo.

2.1.2. Justificación metodológica

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, dado que el objetivo principal es comprender a profundidad las percepciones, experiencias y opiniones de los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao. Este enfoque resulta particularmente adecuado, ya que permite explorar las dinámicas internas, identificar las barreras en la comunicación y analizar cómo estas afectan la productividad laboral, la eficiencia operativa y el bienestar del equipo.

El método principal para la recolección de datos será un *focus group*, en el cual participarán los 8 colaboradores del área de admisión. Al tratarse de un grupo reducido y

altamente especializado, esta técnica facilita el intercambio de ideas y la identificación de soluciones alineadas con la realidad laboral. Se analizarán tanto las dificultades en la gestión de la información como las oportunidades para mejorar la distribución de tareas y la coordinación interna, con el fin de optimizar el desempeño del equipo.

La elección de este método cualitativo responde a la necesidad de generar propuestas de mejora fundamentales en las experiencias directas de los colaboradores, garantizando que las soluciones sean prácticas y viables. Además, permite evaluar cómo una mejor comunicación interna puede reducir la sobrecarga laboral, minimizar tiempos improductivos y fomentar un clima organizacional más colaborativo.

Este enfoque no solo posibilita un análisis detallado de los problemas existentes, sino que también promueve la participación activa del equipo en la construcción de soluciones. Al involucrarse directamente en el proceso de diagnóstico, los colaboradores desarrollarán un mayor sentido de pertenencia y compromiso con las mejores propuestas, lo que contribuirá a una implementación más efectiva del plan de comunicación estratégica y a un incremento en la productividad laboral del área de admisión.

2.1.3. Justificación práctica

El presente estudio responde a la necesidad de mejorar la productividad laboral de los colaboradores del área de admisión mediante un plan de comunicación estratégica que facilite la coordinación interna, optimice la asignación de tareas y reduzca tiempos muertos en los procesos administrativos.

La falta de canales de comunicación eficientes ha generado desorganización, sobrecarga laboral y estrés en los colaboradores, afectando su desempeño y motivación. Implementar estrategias como reuniones periódicas de alineación, herramientas digitales de gestión y protocolos de comunicación permitirá mejorar la eficiencia operativa y reducir la carga de trabajo innecesaria.

Al centrarse en la experiencia y necesidades del equipo, este estudio plantea soluciones prácticas y aplicables, que no sólo impactarán en la mejora de la productividad, sino que también contribuirán a un mejor clima laboral y a un servicio más eficiente para los postulantes.

2.2. Marco referencial

2.2.1. Antecedentes de la investigación

Antecedentes internacionales

En Nigeria, Ify (2024), en su artículo para la revista *Global Journal of Social Sciences*, titulado “Estrategias de comunicación y productividad de los empleados”, la autora destaca la importancia de la comunicación efectiva en el lugar de trabajo para poder fomentar un entorno laboral productivo y exitoso. La investigadora argumenta como un análisis de las estrategias de comunicación influye en el rendimiento de cada empleado como también de qué manera las políticas de puertas abiertas, reuniones planificadas del equipo y plataformas digitales pueden mejorar el compromiso, la colaboración y la productividad general de los empleados. Finalmente, obtiene como resultado que las organizaciones resaltan un papel fundamental del liderazgo en la promoción de canales de comunicación y el fomento de la cultura y retroalimentación. Esto sugiere que la implementación de estrategias de comunicación efectiva es muy importante para mejorar el rendimiento organizacional. El trabajo proporciona un punto de vista valioso sobre la importancia de la comunicación efectiva en los centros de labores y ofrece recomendaciones sencillas para mejorar la productividad laboral.

En España, Castro-Martínez y Díaz-Morilla (2021), en su investigación titulada “La comunicación interna como área estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional”, destacan la importancia de analizar habilidades sociales dentro de entorno laboral recalcan la importancia de analizar las habilidades

sociales dentro del entorno laboral, resaltando la relevancia para establecer relaciones profesionales que sean efectivas y se enfocan en la asertividad y en el entrenamiento para mejorar la comunicación en el trabajo. Por esa razón, se basaron en revisar ciertos modelos teóricos y principios como las propuestas por Cialdini, esto para aplicarlos al contexto laboral para mejorar la influencia y las interacciones diarias del equipo. Por último, ambos autores concluyen que el desarrollo de habilidades sociales y el uso efectivo de técnicas son fundamentales para mejorar la comunicación y las relaciones en el ámbito laboral. Los resultados obtenidos sugieren que estas habilidades sociales son elementos claves en el entorno laboral, y como también el estudio de esta puede incluir una evidencia más práctica para sustentar mejor esta teoría lo que finalmente ayuda a contribuir al éxito de la organización.

En España, León-Rubio et al. (2024), en su investigación “Comunicación en el ámbito laboral: habilidades sociales y persuasión” destacan la importancia de desarrollar habilidades sociales y de comunicación en un entorno laboral. Es por ello que los autores indican que una comunicación efectiva es fundamental para poder establecer vínculos profesionales que sean duraderos y que las habilidades sociales van más allá de ser simples competencias. Asimismo, optan por la metodología de aplicar los principios de persuasión y ciertos modelos teóricos como el de la elaboración de la probabilidad para mejorar la influencia y la interacción diaria en el trabajo. Además, destacan la importancia de la asertividad y las técnicas de entrenamiento en habilidades sociales para mejorar la comunicación en los equipos de trabajo. Finalmente se concluye, que esta investigación proporciona un enfoque para entender la importancia y lo valioso de la comunicación efectiva y de habilidades sociales en el entorno laboral y cómo estas pueden ser aplicadas para mejorar la productividad laboral.

Antecedentes de alcance regional

En México, Holguín-Moreno (2020) en su artículo de investigación “La comunicación como estrategia para aumentar la productividad en las organizaciones”, analizó la necesidad de utilizar la comunicación como una herramienta estratégica para aumentar la productividad en el rubro empresarial mexicano. El autor ejecutó una metodología exploratoria, documentando la influencia de la comunicación estratégica en dos ambientes: interno y externo, concluyendo en la importancia de partir de un análisis situacional para identificar los factores que limitan la productividad, el sentido de pertenencia y, por consiguiente, la rentabilidad. Seguido, propuso implementar un modelo estratégico de técnicas y estrategias de comunicación en el proceso estratégico de la empresa, para conectar a los actores internos, mejorar la gestión de la información y facilitar la toma de decisiones informadas. Las recomendaciones expuestas destacan la variable comunicación estratégica como componente clave para fortalecer el flujo organizacional empresarial.

Siguiendo en el contexto mexicano, Piedra-Mayorga et al. (2021) en su artículo de investigación “La comunicación organizacional: Un factor para elevar la productividad en las organizaciones” plantearon como objetivo identificar los agentes que influyen en las dimensiones de la comunicación dentro de las entidades, para establecer una línea eficaz hacia el empoderamiento de productividad. Los autores, mediante un estudio descriptivo-relacional analítico, concluyeron que la comunicación organizacional requiere ser directa y comprensible, priorizando la orientación constante al colaborador, para catalizar el crecimiento de la organización mediante la claridad de los objetivos y el compromiso por medio de la motivación.

En Colombia, Builes et al. (2023) en su artículo de investigación “La comunicación como recurso para optimizar relaciones laborales e incrementar la productividad” centraron

como objetivo plantear estrategias en base a la comunicación para la mejora del desempeño empresarial. El ensayo, de naturaleza descriptiva, concluye identificando características cruciales como la comunicación abierta, la retroalimentación y la disponibilidad de medios para la formación continua como las buenas prácticas que influyen en la razón para permanecer en una empresa y cumplir un rendimiento óptimo. Los resultados subrayan la trascendencia del bienestar emocional en la productividad del colectivo interno. Al sentir que la organización brinda las herramientas y el apoyo necesarios para comprender sus estrategias y metas, los empleados se sienten orientados, motivados para crecer profesionalmente y en capacidad para transmitir de manera efectiva los mensajes de la empresa a su público.

En Ecuador, Ruiz Muñoz y Santos Tomalá (2024) en su artículo titulado "Eficiencia administrativa y procesos de matriculación en instituciones de educación superior" analizaron la gestión de los procesos de matrícula de la Universidad de Guayaquil. A través de una metodología mixta, mencionan y concluyen que la eficiencia y satisfacción percibidas son moderadas, y destacan la necesidad de perfeccionar o potenciar los recursos humanos y tecnológicos; además de la comunicación y atención al estudiante implementando sistemas en línea. Finalmente, nos dicen que una gestión administrativa es clave, pero requiere de estrategias integrales para mejorar los procesos de matrícula.

Antecedentes de ámbito local

Bernedo-Moreira et al. (2023) en su artículo de título "Diversidad generacional y productividad laboral, un problema acuciante en las instituciones públicas peruanas" analizan la relación que existe entre la diversidad generacional y la productividad laboral y cómo esto significa un problema en las instituciones públicas peruanas. A través de un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-correlacional, con una muestra de 147 colaboradores de una institución pública, la cual no mencionan. Los autores concluyen que

una gestión adecuada de la diversidad generacional puede mejorar la productividad y, por ende, el clima laboral.

Paredes (2024) en su “Propuesta de plan de comunicación interna para el fortalecimiento de la cultura corporativa de la empresa SC Ingeniería y Construcción” mencionó que desarrollar un óptimo plan de comunicación interna puede mejorar y reforzar la cultura corporativa de la empresa SC, principalmente, a través del reconocimiento para cada uno de los colaboradores; para ello, el autor, optó por un método mixto y no experimental con el que analizó directamente la cultura de la empresa. Finalmente, concluye que la empresa SC se preocupa más por plantear objetivos de mejora para la comunicación con sus clientes externos e internamente solo se enfoca en el uso de canales internos de comunicación y no en cómo recompensar a sus colaboradores.

2.2.2. Marco teórico

Categoría 1: Plan de comunicación estratégica

Comunicación interna

Amaro (2021) define la comunicación interna como el mecanismo que permite que fluya la información y la interacción dentro de una organización, para alcanzar objetivos organizacionales. Una comunicación inadecuada puede perjudicar el desarrollo y la administración eficaz de recursos, por lo que el autor recomienda el integrar a todos los colaboradores como transmisores activos de la comunicación para mejorar el funcionamiento organizacional.

Por otro lado, Sandoval (2017) revela en su investigación sobre la comunicación interna en la Municipalidad de Comas que, aunque la comunicación no es mala, existen deficiencias como la falta de claridad en los mensajes, la carencia de canales de comunicación efectivos y la ausencia de una retroalimentación adecuada entre empleados

y directivos; también menciona que, mejorar estos aspectos contribuiría a crear un ambiente más productivo y a tener empleados con mejor rendimiento.

Clima organizacional

Según Taber y Quispe (2021), el concepto de clima organizacional se refiere a aquel ambiente que se genera dentro de un espacio laboral, el cual está influenciado por las relaciones entre los colaboradores, la estabilidad laboral y las condiciones del entorno. Un clima laboral positivo fomenta la mejora del desempeño de los empleados, mientras que uno negativo afecta la motivación y productividad, tanto a nivel individual como colectivo.

Por su parte, Tamayo y Correa (2019) destacan la importancia de centrarse en la comunicación organizacional y en el trabajo en equipo. Ponen énfasis en ejecutar reuniones para identificar y abordar los puntos de mejora, así como el uso de correos electrónicos y la adecuada disposición del personal, considerando aquellos como los elementos para garantizar un clima organizacional en constante evolución.

Comunicación productiva

Según Reátegui (2021) la comunicación estratégica ha ganado relevancia en el ámbito organizacional, integrando aportes de la comunicación y la estrategia, y considera que es un proceso clave para interactuar, crear significados y gestionar relaciones; por lo que menciona que ha evolucionado más allá de la simple transmisión de información, sino que se ha convertido en una herramienta para la creación e implementación de estrategias organizacionales.

Por otro lado, Barroso y Pérez (2023) en su publicación de la importancia de la comunicación productiva en las organizaciones explica cómo esta puede apoyar a la efectividad de la gestión en instituciones públicas como en empresas. Los autores

concluyen que la información juega un rol importante en el desarrollo de habilidades para mejorar la producción.

Tras analizar los conceptos descritos, se puede inferir que la comunicación juega un papel fundamental en la productividad de los equipos de trabajo, así como en garantizar que la información llegue sin distorsiones.

Categoría 2: Productividad laboral

Clima laboral

Flores (2021) revela en su análisis que la creación de un clima organizacional influye significativamente en el desempeño de los colaboradores de la empresa Cynkat, impulsando la integración, el desempeño y la colaboración entre los trabajadores.

En cuanto a Taber y Quispe (2021), describen cómo el clima laboral está asociado con el clima social familiar. El estudio buscó comprender la relación entre ambos aspectos y su impacto en el desempeño de los colaboradores del personal administrativo de una institución educativa. A través de una prueba de clima laboral aplicado, los autores comprobaron que no existe una relación significativa que pueda influir de manera directa en el rendimiento de los trabajadores.

Tomando en cuenta ambos conceptos, es interpretado que el clima laboral está determinado por variables propias del centro de labores.

Sentido de pertenencia

Daruich et al. (2023) manifiestan que el sentido de pertenencia se refiere al compromiso que un individuo siente hacia el centro laboral donde se desempeña. Dicho sentimiento se fortalece en los lazos efectivos, la participación activa con los compañeros de trabajo y con las experiencias vividas, al generar un gran ambiente de armonía para el trabajador y la misma organización, contribuyendo en la comunicación interna y externa.

Por otro lado, Varela y Marín (2021) mencionan que dicha identificación subjetiva vista desde el panorama social, implica “participar en buscar ambientes que proporcionen una mejor calidad de vida de los empleados al entender los símbolos que les dan pertenencia y seguridad en sus empleos”.

Ambos autores coinciden en la relevancia de un ambiente de trabajo ideal en el cual los empleados se sientan valorados, seguros y parte del impacto positivo en la organización.

Empleado proactivo

Caro (2006) explora cómo la proactividad de los empleados afecta el clima organizacional, especialmente en una multinacional; encontrando que al promover un comportamiento proactivo, como proponer nuevas ideas y asignar tareas individuales, se incrementa la creatividad, la aceptación al cambio y el compromiso. Menciona, también, que con este enfoque los empleados muestran un mayor sentido de responsabilidad, lo que impacta positivamente en la productividad y en el desarrollo de su organización.

Según Arce y Rojas (2020), los empleados proactivos se destacan por su capacidad de anticiparse a problemas, tomar la iniciativa y proponer soluciones. Este tipo de actitudes no solo mejoran la eficiencia y efectividad en su labor diaria, sino que también contribuyen positivamente al ambiente de su organización. Por último, concluyen que los empleados proactivos, al mostrar responsabilidad y autonomía, se convierten en un factor esencial para el éxito organizacional.

2.3. Objetivo general y específicos

2.3.1. Objetivo general

Proponer un plan de comunicación estratégica para mejorar la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao.

2.3.2. Objetivos específicos

OE 1: Fortalecer la motivación y el compromiso del equipo.

OE 2: Consolidar la gestión de recursos para el equipo.

2.4. Viabilidad

La viabilidad de esta investigación se afirmó en la disponibilidad de información de la gestión dentro de la entidad para el desarrollo teórico y evaluativo. Asimismo, se dispuso de conocimientos en procesos de análisis corporativos, mejora de flujos y estrategias de comunicación interna, correspondientes a los ejes temáticos asociados a los campos profesionales de los investigadores de este estudio, asegurando un enfoque profesional adecuado al desarrollo práctico del plan estratégico en estudio.

2.5. Limitaciones

La restringida accesibilidad a fuentes de información de contexto internacional impidió la obtención de determinados datos comparativos, mientras que la variada disponibilidad de la muestra, debido a imprevistos y otros compromisos laborales-personales representó un desafío menor en la coordinación del *focus group*. Las limitantes se lograron resolver en su momento mediante la búsqueda de fuentes alternativas y la adaptación de los horarios para acomodar a los participantes.

2.6. Metodología del proyecto

Se sustenta, principalmente, a partir de los conceptos de la obra de Hernández et al. (2010) titulada “Metodología de la investigación”, la cual comprende los diversos enfoques y procesos que permiten el desarrollo de una investigación científica.

2.6.1. Tipo de investigación

La investigación se desarrolló bajo los lineamientos de la **investigación aplicada**, a fin de diseñar un plan de mejora estratégica integral que contribuya a superar los desafíos internos vinculados a la comunicación en un área administrativa específica de la Universidad Nacional del Callao, lo que se espera redunde en un mayor rendimiento del personal al proporcionarles herramientas para un mejor clima laboral.

Para Vargas (2009), el proceso de la investigación aplicada busca exponer “experiencias de investigación con propósitos de resolver o mejorar una situación específica o particular, para comprobar un método o modelo mediante la aplicación innovadora y creativa de una propuesta de intervención” (p. 162).

2.6.2. Enfoque de investigación

Se optó por una metodología de **investigación cualitativa**, dado a que se quiso comprender en profundidad las dinámicas de comunicación, el clima laboral y las experiencias del personal del área de admisión de la UNAC, a través de un grupo focal y análisis situacional.

Hernández et al. (2010) consideran que “la investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto” (p. 364).

2.6.3. Diseño de la investigación

Este trabajo de investigación tomó como base el criterio **no experimental transversal**, cuyo propósito se centró en analizar la relación entre las categorías plan de comunicación estratégica y productividad laboral, obteniendo la recopilación de información en un lapso comprendido de enero a marzo del año 2025, sin intervenir en la problemática estudiada.

Los autores definen la investigación de característica no experimental como “sistemática y empírica en las que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido ... y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural” (p. 150). Asimismo, describen el propósito del diseño transeccional como un evento cuyo propósito es “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p. 151).

2.6.4. Nivel de la investigación

Los niveles en este trabajo de investigación se perciben como alcances, pues, “más que ser una clasificación, constituyen un continuo de “causalidad” que puede tener un estudio” (p. 78).

Alcance descriptivo

El nivel de la investigación del estudio fue de **alcance descriptivo**, buscando describir el contexto situacional relacionado a la comunicación interna en el área de admisión de la UNAC, identificando las herramientas, canales, barreras existentes y patrones del personal.

Acorde Hernández et al. (2010), este alcance se limita a “únicamente ... medir o recoger información ... sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, ... su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (p. 80), por lo que resultó un eje fundamental para comprender cabalmente diversos aspectos de la situación.

Alcance correlacional

En complemento, el estudio fue de **alcance correlacional**, con el objeto de “conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos ... variables en un contexto en particular” (p. 81), respondiendo al cómo se relacionan las dos categorías planteadas.

Los investigadores Hernández et al. (2010) señalan que el alcance correlacional proporciona cierta capacidad explicativa, aunque limitado, “ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa” (p. 83). Esta capacidad explicativa comprendió el por qué se relacionan las dos categorías planteadas y bajo qué circunstancias.

2.7. Diseño muestral

2.7.1. Población

El universo de este estudio estuvo conformado por la crucial área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, departamento multidisciplinario responsable de gestionar los procesos relacionados con el ingreso de estudiantes y estrategias de difusión de material informativo publicitario.

2.7.2. Muestra

La muestra de este estudio comprendió a 4 de los 7 trabajadores que conforman el área de admisión de la UNAC, incluyendo 2 colaboradores administrativos, 1 especialista en programación y 1 miembro del equipo de diseño. Los participantes fueron seleccionados tomando en cuenta su disponibilidad y disposición.

Cabe mencionar que, si bien la muestra fue pequeña, se consideró representativa por la diversidad de roles presentes, lo que permitió obtener una visión general de las dinámicas de comunicación interna desde diferentes perspectivas.

2.7.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recopilación de datos se realizó mediante la técnica del *focus group* organizado en 16 preguntas, en el cual participaron cuatro colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, con el propósito de comprender en profundidad las percepciones, experiencias y desafíos del personal en relación con los procesos de

comunicación interna para el diseño de un plan estratégico de comunicación que contribuya a mejorar la productividad laboral del área en mención. Previo al desarrollo de la sesión, cada uno de los participantes brindó su consentimiento informado de manera voluntaria, autorizando también la grabación de la reunión para su posterior análisis.

El encuentro remoto se llevó a cabo a través de la herramienta de videochat *Zoom*, con una duración aproximada de 45 minutos. Durante la sesión, los investigadores responsables del estudio asumieron el rol de moderadores, garantizando el orden y promoviendo un diálogo activo entre los participantes.

Tabla 1

Perfil de los participantes del grupo focal

Participantes	Cargo	Tiempo de servicio
Colaborador 1	Especialista en gestión de procesos administrativos	2 años
Colaborador 2	Apoyo administrativo en diseño gráfico	5 meses

Colaborador 3	Apoyo administrativo en programación	3 años
Colaborador 4	Apoyo en gestión administrativa	6 meses

2.7.4. Categorías de estudios apriorísticas

Categoría 1: Plan de comunicación estratégica

- Subcategoría emergente 1: Barreras de la comunicación
- Subcategoría emergente 2: Comunicación interna
- Subcategoría emergente 3: Nivel de confianza
- Subcategoría emergente 4: Comunicación externa

Categoría 2: Productividad laboral

- Subcategoría emergente 5: Bienestar emocional
- Subcategoría emergente 6: Empleado proactivo
- Subcategoría emergente 7: Identidad corporativa
- Subcategoría emergente 8: Clima laboral

2.7.5. Sistemas de Registros

- Transcripción de las sesiones del *Focus Group*.
- Análisis del contenido de los testimonios recopilados.
- Registro de percepciones y hallazgos en matrices de categorización.

2.8. Análisis de resultados

Tabla 2

Matriz de análisis del grupo focal sobre la categoría 1: Plan de comunicación estratégica.

Subcategoría	Colaborador 1	Colaborador 2	Colaborador 3	Colaborador 4
<p>Barreras de la comunicación</p> <p>¿Cuáles consideras que son los principales obstáculos en el área en torno a la comunicación?</p>	<p>“... no compartir el conocimiento, la experiencia que uno tiene, esperar que, eh, las acciones traigan ciertas consecuencias para poder ser partícipe y decir esto no era así, debió ser así ...”</p>	<p>“... deberíamos ser más abiertos en lo que son las ideas que cada uno debe o puede proponer para que tengamos en sí un conjunto y ver cuál podría ser empleada de mejor manera ...”</p>	<p>“... uno se puede cerrar en la información ... capaz uno puede tener una idea, pero no la comparte ...”</p>	<p>“... no hay reuniones consecutivas como para poder aclarar los objetivos del área ¿no?, creo que sería bueno tener una reunión con nuestro jefe inmediato para ver el avance de los objetivos.”</p>
<p>Análisis</p>	<p>Existe una inclinación, no necesariamente intencional, hacia una comunicación reactiva, la cual tiende a prolongar en lugar de resolver.</p>	<p>Surge la necesidad de alentar la apertura de ideación para no limitar la diversidad de perspectivas y afectar el trabajo en equipo.</p>	<p>Se identifican características de inseguridad y/o desmotivación al momento de intercambiar conocimientos, afectando el flujo de información.</p>	<p>La ausencia de reuniones regulares afecta la claridad de los objetivos internos. Se destaca la importancia de coordinar con el jefe inmediato para una retroalimentación continua.</p>

<p>Comunicación interna</p> <p>¿Cómo describirías la efectividad de los canales de comunicación dentro del área de admisión?</p> <p>¿Cuál incluirías?</p>	<p>“... es de mucha ayuda el <i>WhatsApp</i> ... y las reuniones presenciales ... el horario del almuerzo también pues ahí compartimos ya un poco más en lo personal como un medio de relajo ...”</p> <p>“... yo considero el <i>Gmail</i> ... sí se debería de usar para las coordinaciones ... siempre es bueno dejar un antecedente, un medio de prueba ...”</p>	<p>“... nosotros utilizamos lo que es el canal de <i>WhatsApp</i>, ahí vemos más lo que es la coordinación ... aunque <i>Gmail</i> es un canal también formal, no se utiliza ... cuando estamos coordinando, es mejor hacerlo en persona ... uno da sus ideas en el momento y no tenemos que estar esperando una respuesta o una respuesta media.”</p>	<p>“... como generalmente estamos presencial, todos en la misma oficina, es una comunicación muy directa ... en ocasiones en el que la mayoría está ocupado se hace más factible el uso del <i>WhatsApp</i>.”</p> <p>“... concuerdo con mis compañeros, el correo.”</p>	<p>“Los defino factibles, ... <i>WhatsApp</i> y si no se puede hacemos llamadas grupales ... Bien, eh, un canal que no usamos y podríamos, el correo.”</p>
<p>Análisis</p>	<p>Para el colaborador 1, <i>WhatsApp</i> resulta ser un canal práctico para la comunicación en el área, así como las reuniones presenciales para la interacción directa y el horario de almuerzo como espacio de integración. También, recalca el provecho de los canales</p>	<p>El colaborador 2 considera <i>WhatsApp</i> como el canal principal para la coordinación diaria y reconoce que <i>Gmail</i> no se emplea, a pesar de ser un medio formal. Prefiere la comunicación presencial, ya que permite una interacción directa e</p>	<p>El participante 3 coincide plenamente con sus compañeros. Menciona que el área regularmente trabaja en modalidad presencial y que se utiliza <i>WhatsApp</i> como alternativa cuando el equipo tiene la agenda apretada. Concuerda en que <i>Gmail</i> debería</p>	<p>Al igual que sus colegas, el participante 4 valora la practicidad de la mensajería instantánea para la comunicación diaria en la oficina, recurriendo a videollamadas cuando es necesario. Igualmente, sugiere implementar el uso del correo electrónico</p>

	formales para dejar un registro de las coordinaciones.	inmediata, evitando retrasos en las respuestas.	incorporarse como canal interno de comunicación.	para fortalecer la comunicación formal en el equipo de admisión.
Nivel de confianza ¿Te sientes cómodo expresando tus ideas o preocupaciones en el equipo? ¿Por qué sí o por qué no?	“... si consideramos y respetamos mucho las ideas de nuestros compañeros ... me gusta que ellos aprendan porque así también ya no me cargo laboralmente ...”	“... sí, sí me siento cómoda expresando mis ideas ...puede fomentar más nuestra participación y nos puede ayudar tanto personalmente como en el grupo.”	“Gran parte sí, sí me siento cómodo, ... si todos van a estar de acuerdo en plasmar una sola idea o corregirme, tengo que acatar, este, lo que diga el grupo para estar en comunión ...”	“Si me siento cómoda, eh, porque los compañeros son abiertos a escucharte ... si estoy en confianza.”
Análisis	El colaborador 1 siente respeto y consideración hacia las opiniones de todos en el área. Valora que sus compañeros aprendan, lo que, desde su perspectiva, sugiere un clima laboral de apoyo y colaboración.	El colaborador 2 manifiesta que se siente a gusto compartiendo sus ideas. Además, hace hincapié en la importancia del enfoque colaborativo y su contribución al crecimiento individual y colectivo.	El colaborador 3 expresa cierta reserva al compartir sus ideas. Aunque le resulta difícil aceptar que sus propuestas sean objetadas, está dispuesto a priorizar la armonía y el consenso del equipo.	El colaborador percibe que sus compañeros son receptivos. Pone en relieve la importancia de un entorno seguro para expresarse abiertamente.
Comunicación externa ¿Qué dificultades encuentras al comunicarte con otras áreas o con los	“... sí tengo muchas dificultades para la comunicación con otras áreas ... por órdenes de jerarquía es que retrasan las documentaciones de	“Es la misma cosa con lo que es el tema con los postulantes ... tanto en el <i>Facebook</i> como en el <i>WhatsApp</i> ... les respondamos esa	“... Colaborador 1 es quien ve todo ese proceso. Sé que es muy difícil comunicarse con las áreas. Debe estar ahí atrás, atrás de ellos.”	“... con los postulantes, el tema que comentaron mis compañeras es el tema de que ellos no leen. Siempre piden la misma información y eso también

<p>postulantes?</p>	<p>admisión.”</p> <p>“Y con el tema de los postulantes, bueno, todos sabemos acá que los postulantes no leen la información que uno le da ... tenemos que estar repite, repite, repite ...”</p>	<p>pregunta cuando ya la habíamos tanto publicado como conversado ...”</p> <p>“En lo que es el tema de otras áreas, yo no estoy tan familiarizada, ya que yo me quedo más en lo que es nuestra oficina.”</p>		<p>es, para nosotros, agotado. Estar volviendo a dar la misma información que ya les dimos, nos retrasa, son horas muertas.”</p>
<p>Análisis</p>	<p>La comunicación con otras áreas se ve obstaculizada por una estructura burocrática que ralentiza la obtención de documentación.</p> <p>Externamente, la indiferencia del público objetivo ante la información ofrecida provoca frustración y un desgaste emocional considerable en el equipo.</p>	<p>El colaborador 2 coincide en que la reiteración de consultas previamente respondidas a un mismo postulante representa un problema recurrente en la mayoría de canales de comunicación.</p> <p>Debido a que su rol se centra principalmente en las actividades del área de admisión, no está familiarizada con la dinámica de comunicación con otras áreas de la universidad.</p>	<p>El colaborador 3, cuya función se limita a procesos internos, observa que la comunicación con otras áreas es compleja y requiere un esfuerzo adicional.</p>	<p>Alineándose con las observaciones de la mayoría del equipo, el colaborador 4 enfatiza que la repetición constante de consultas redundantes impacta directamente en la productividad, al consumir tiempo valioso en horas improductivas.</p> <p>El participante desempeña un rol interno, por lo que no se involucra en la comunicación directa con otras áreas</p>

Tabla 3

Matriz de análisis del grupo focal sobre la categoría 2: productividad laboral.

Subcategoría	Colaborador 1	Colaborador 2	Colaborador 3	Colaborador 4
<p>Bienestar emocional</p> <p>¿Cómo influye el ambiente de trabajo en tu bienestar emocional y motivación diaria?</p>	<p>“... el estado emocional cambia cuando tenemos carga, tenemos alta demanda. Creo que cada uno nos estresamos.”</p> <p>“... al menos tenemos la confianza de poder decir que es lo que nos fastidia y que es lo que nos molesta.”</p>	<p>“El ambiente que he encontrado aquí en la universidad ha sido un buen ambiente.”</p> <p>“Sí, siento que me dan apoyo cuando tengo alguna consulta o no tengo el conocimiento sobre un tema ...”</p>	<p>“... Me gusta estar ahí en el trabajo, el clima, como anima. Aunque hay épocas en que hay full estrés, pero igual, todo con buen ánimo.”</p>	<p>“... te ayudan a crecer porque te dan esa confianza y personalmente uno tiene la confianza también de comentar ciertas inquietudes personales que tenga ...”</p>
<p>Análisis</p>	<p>La alta carga laboral incide directamente en el bienestar emocional del equipo, generando estrés y situaciones de alta presión. No obstante, la posibilidad de una comunicación abierta mitiga su impacto.</p>	<p>El colaborador 2 describe un entorno laboral favorable, basado en la colaboración y el aprendizaje profesional continuo.</p>	<p>El colaborador 3 manifiesta mantener una actitud optimista, incluso en entornos laborales altamente demandantes y percibe el ambiente laboral como motivador.</p>	<p>El colaborador 4 identifica un ambiente de confianza que no solo favorece su desarrollo profesional, sino que también le permite abordar inquietudes de índole personal.</p>

<p>Empleado proactivo</p> <p>¿Qué tan fácil o difícil es para ti proponer iniciativas o cambios en tus funciones diarias?</p>	<p>“Bueno, proponer iniciativas es fácil, ya que hay disposición para escuchar nuevas ideas.”</p>	<p>“... es fácil proponerlas, lo que tenemos que ver más bien es si realizarlas o no.”</p>	<p>“Sí, de manera fácil las iniciativas. Tengo ideas para proponer ...”</p>	<p>“... es súper fácil proponer ideas, nuevas propuestas.”</p>
<p>Análisis</p>	<p>El colaborador 1 percibe un entorno laboral receptivo donde existe una apertura genuina hacia la innovación.</p>	<p>El colaborador 2 reconoce la facilidad para presentar iniciativas pero señala la brecha entre la propuesta y la ejecución.</p>	<p>En línea con sus colegas, el colaborador 3 enfatiza la facilidad para presentar mejoras y manifiesta una disposición proactiva.</p>	<p>El participante 4 emplea un tono enfático para destacar la simplicidad en la presentación de propuestas.</p>
<p>Identidad corporativa</p> <p>¿Sientes que el equipo de admisión está alineado con los valores y la identidad institucional de la UNAC?</p>	<p>“... en general el equipo actúa en concordancia con los valores de la UNAC. Especialmente pues en lo relacionado con la transparencia y el servicio al usuario.”</p> <p>“... deberíamos trabajar un poco más en la responsabilidad.”</p>	<p>“Sí, trabajamos con los mismos valores.”</p>	<p>“Igualmente. No puedo agregar algo más porque ya lo han dicho todos. Es lo mismo.”</p>	<p>“... hay compromiso entre todos, estamos comprometidos con los valores ... paciencia y empatía, personalmente.”</p>
<p>Análisis</p>	<p>El colaborador 1 demuestra un compromiso sólido con la identidad institucional e</p>	<p>El colaborador 2 confirma que existe una alineación general con los valores institucionales, indicando</p>	<p>El tercer colaborador comparte la opinión de sus compañeros. Coincide en que el equipo</p>	<p>El cuarto participante hace mención del compromiso colectivo en el área de admisión y</p>

	identifica una debilidad en la responsabilidad sugiriendo priorizar este valor como equipo.	una cohesión interna.	se encuentra alineado con los valores institucionales.	detalla la integración de valores como la paciencia y la empatía en su enfoque profesional.
Clima laboral ¿Qué aspectos mejorarías en el ambiente de trabajo para hacerlo más colaborativo y productivo? Menciona 2.	<p>“... la mayor planificación en la distribución de tareas, a efecto de evitar sobrecargas en algunos miembros del equipo ... la fomentación de las reuniones breves, pero efectivas, para coordinar tareas ... valorar el tiempo.”</p> <p>“En el almuerzo siempre tratamos de identificar ciertos defectos ... “</p>	<p>“Sería más lo que es la comunicación, para que podamos agilizarlo más. Estudiar lo que es más rápido o mejor en una cierta área ...”</p> <p>“... Sería más lo que es mejorar la comunicación, es decir, hablar más entre nosotros, no solamente en las reuniones, más como personales.”</p>	<p>“Tener un mismo lenguaje y siempre en las reuniones cortas, lluvia de ideas. “</p>	<p>“Bueno, a veces el trabajo de oficina genera estrés, el mismo hecho de que estamos sentados en una máquina. Tal vez podría ser tener unas horas de break, horas donde uno viene y hace estiramientos para que pueda un ratito despejarse y volver a la rutina.”</p>
Análisis	El colaborador plantea la necesidad de optimizar la distribución equitativa de cargas laborales e implementar reuniones concisas para maximizar la productividad.	Para el colaborador 2, resulta primario identificar aquellos factores críticos en la comunicación del área y recomienda inducir interacciones más directas.	El colaborador 3 propone estandarizar los términos técnicos. De igual modo, recomienda agregar sesiones de <i>brainstorming</i> durante las reuniones.	El colaborador 4 sugiere la implementación de pausas activas programadas como estrategia clave para contribuir al bienestar físico y mental del equipo.

2.9. Discusión de los resultados

La información recopilada en el *focus group* permitió analizar a detalle las diversas perspectivas y dinámicas de interacción entre los miembros del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao (UNAC). Los colaboradores, con distintos cargos y experiencia profesional, compartieron tanto los aspectos positivos que valoran en la comunicación interna actual como aquellos que requieren mejoras.

2.9.1. Barreras de la comunicación

En la primera subcategoría, se reconocieron los principales obstáculos de comunicación existentes en el área. Uno de ellos, la identificación de comportamientos o actitudes dentro del área que generan respuestas impulsivas o emocionales y que interrumpen el flujo de información, retrasando la resolución de problemas en lugar de facilitarlos. Factores como inseguridad y desmotivación surgieron como elementos que dificultan el intercambio de experiencias.

Por otro lado, la falta de reuniones periódicas impacta negativamente en la claridad de objetivos internos, remarcando la importancia de establecer una coordinación constante con los responsables del área para garantizar una retroalimentación continua y alineada con las metas del equipo.

Además, la falta de reuniones periódicas dificulta la claridad de los objetivos internos, subrayando la necesidad de establecer una coordinación constante con los superiores (Sandoval, 2017).

2.9.2. Comunicación interna

En la segunda subcategoría, se contempló la eficiencia de los canales de comunicación interna en el área de admisión. El aplicativo multiplataforma de mensajería gratuita *WhatsApp*, las reuniones presenciales y las videoconferencias, esta última herramienta empleada sólo en casos específicos, representan los diversos medios de

comunicación interna que el equipo mencionó utiliza, dada la practicidad e instantaneidad que ofrecen. Sin embargo, el incorporar un servicio de correo electrónico como *Gmail* fue propuesto de manera unánime por los colaboradores presentes en el *focus group*, resaltando el valor formal que aporta y la ventaja de mantener un registro organizado de las coordinaciones realizadas.

Esto sugiere que, si bien la comunicación es funcional en términos de inmediatez, carece de formalidad y trazabilidad, lo que podría optimizarse con herramientas adecuadas (Amaro, 2021).

2.9.3. Nivel de confianza

La tercera subcategoría evaluó la comodidad de los integrantes al expresar sus ideas. El nivel de confianza en el equipo de admisión es mayormente positivo, ya que los colaboradores expresan sentirse cómodos compartiendo sus ideas y valoran el respeto y la apertura en el grupo. Sin embargo; se identifican ciertas reservas en algunos miembros, quienes prefieren alinearse con la mayoría para evitar discrepancias.

Si bien el clima laboral no parece ser un obstáculo, la falta de intercambio de conocimientos podría estar vinculado a inseguridades o desmotivación personal. Esto sugiere la necesidad de fortalecer la confianza interna para optimizar la comunicación y el flujo de información dentro del área.

Como sugiere Reátegui (2021), la necesidad de fortalecer la seguridad psicológica dentro del área para incentivar una mayor participación activa y fluidez en la transmisión de conocimientos.

2.9.4. Dificultades en la comunicación externa

La cuarta subcategoría, contemplando la comunicación externa, examinó la dinámica de coordinación entre el equipo del área de admisión y las demás dependencias

administrativas de la Universidad Nacional del Callao (UNAC), así como las interacciones con su público objetivo compuesto por potenciales postulantes.

En lo que respecta a la coordinación interna, solo un colaborador, cuyas funciones incluyen la interacción entre las distintas áreas de la UNAC, pudo compartir su experiencia, evidenciando una barrera organizativa entre áreas. El grupo focal presentó un mayor enfoque en los comentarios respecto a la comunicación externa con los postulantes, identificando un impacto significativo en el bienestar emocional y la eficiencia operativa del equipo, ya que la reiteración de consultas repetitivas por parte del público demandaba un tiempo considerable, generando baja productividad laboral, estrés y frustración en la mayoría de los entrevistados.

Esto resalta la importancia de implementar soluciones automatizadas para optimizar la gestión de consultas frecuentes (Barroso y Pérez, 2023).

2.9.5. Bienestar emocional

La quinta subcategoría sugiere que el bienestar emocional del equipo de admisión está directamente influenciado por la carga laboral y el estrés asociado a los periodos de alta demanda. Sin embargo; los colaboradores destacan la confianza en el equipo como un factor positivo que les permite expresar sus inquietudes y recibir apoyo.

Y, si bien el ambiente laboral es percibido como motivador y colaborativo, el estrés prolongado puede afectar la productividad y el estado anímico del área.

Por ello, es importante reforzar estrategias que equilibren la carga de trabajo y fomentar espacios de integración y pausas activas para mejorar el bienestar general del área de admisión de la UNAC.

Sobre ello, Taber y Quispe (2021) nos dicen que el estrés laboral en épocas de alta demanda impacta el bienestar del equipo, aunque también la confianza mutua ayuda a sobrellevarlo.

2.9.6. Proactividad

El área de admisión muestra una actitud proactiva y apertura para proponer iniciativas. Sin embargo; algunos colaboradores identifican una brecha entre la generación de ideas y su ejecución, lo que sugiere la necesidad de optimizar los procesos para que las propuestas sean implementadas de manera efectiva. Además, la alta carga laboral en determinados momentos puede impactar el rendimiento, lo que refuerza la importancia de una mejor planificación y distribución de tareas.

Esto indica la necesidad de optimizar los procesos de evaluación y aplicación de propuestas, asegurando que las ideas viables sean implementadas de manera efectiva (Caro, 2006).

2.9.7. Identidad corporativa

En esta subcategoría, los colaboradores perciben que el área de admisión está alineada con los valores institucionales de la Universidad Nacional del Callao (UNAC), especialmente en aspectos como la transparencia y el compromiso con el servicio al usuario. No obstante, se menciona que la responsabilidad podría fortalecerse, lo que indica una oportunidad para reforzar este valor a través de acciones concretas dentro del área.

Andrea (2023), identificó la necesidad de reforzar la responsabilidad del equipo, lo que podría lograrse mediante acciones concretas que fortalezcan la identidad corporativa.

2.9.8. Aspectos por mejorar en el clima laboral

Por último, los colaboradores identifican la necesidad de mejorar la planificación y distribución de tareas para evitar sobrecargas y promover reuniones breves pero efectivas que mejoren la organización del trabajo. También se destaca la importancia de fortalecer la comunicación interna, no solo en reuniones formales, sino en interacciones más fluidas dentro del área. Adicionalmente, se propone la implementación de pausas activas para reducir el impacto del estrés y mejorar el bienestar general.

Además, se sugirió fortalecer la comunicación interna mediante interacciones más fluidas y la implementación de pausas activas para reducir el impacto del estrés laboral (Villanueva y Flores, 2021).

2.10. Plan de comunicación estratégica

2.10.1. Etapa 1 - OE 1: Fortalecer la motivación y el compromiso del equipo

Pilar 1: Establecer un cronograma de reuniones periódicas

En el primer pilar del plan estratégico, se propone establecer un cronograma de reuniones breves y de frecuencia definida, contemplando la participación del jefe inmediato y, en ocasiones determinadas, del jefe del área de admisión. Las sesiones se centrarán en la revisión de avances y resultados, el alineamiento de los objetivos de cada miembro según rol, la promoción de iniciativas y la entrega de retroalimentación por parte del superior correspondiente.

Este componente del plan de comunicación surge para abordar las barreras comunicacionales identificadas al establecer espacios orientados a la generación de ideas, la expresión de inquietudes y la aclaración de interrogantes. De esta manera, se busca mejorar el grado de confianza y el bienestar emocional del personal de admisión y, por consiguiente, aportar al desempeño productivo del equipo.

Figura 1

Cronograma tentativo de reuniones del equipo para el mes de Febrero



Pilar 2: Incorporar dinámicas de integración

En el segundo pilar de la planificación propuesta, se propone la incorporación de dinámicas específicas en la agenda corporativa, con el objeto de fortalecer el sentido de pertenencia, la motivación y el bienestar del equipo.

a) Mención al colaborador destacado. En esta primera iniciativa, de frecuencia mensual, se busca apreciar el esfuerzo y compromiso de los trabajadores, impulsando un ambiente motivador y productivo al asignar una meta que estimula el desempeño.

b) Pausas activas. La iniciativa, dirigida por el jefe inmediato asignado quien cuenta con conocimiento en el rol de guía de estas actividades breves, representaría una dinámica estratégica para la mejora del bienestar general del área administrativa al tomar en cuenta los condiciones estrés y sedentarismo comentadas por los participantes.

c) Taller de integración. Esta última iniciativa, de regularidad quincenal, se sugiere sea liderada por un especialista en Educación Física de la Universidad Nacional del Callao

dado a la experiencia y disponibilidad del profesional. La rutina se presenta como medida para fomentar espacios de interacción directa entre el equipo.

Figura 2

Cronograma tentativo de dinámicas de integración para el mes de Febrero



Figura 3

Modelo de constancia de reconocimiento al colaborador destacado del mes de Febrero



Figura 4

Ilustración de ejercicios de pausas activas en un espacio de oficina



Nota: Tomado de *¡Actívate! Cambia el sedentarismo en la oficina* [Ilustración], por el Dr. José Antonio Espinosa, 2019, Clínica INDISA (<https://www.indisa.cl/blog/activate-cambia-el-sedentarismo-en-la-oficina>).

Pilar 3: Diseñar un manual de cultura corporativa

En el tercer pilar, se establece la creación de un manual de cultura corporativa que plasme los valores, principios y objetivos tanto del área de admisión como de la UNAC. Este recurso de índole institucional servirá como guía de referencia para que todos los colaboradores, tanto actuales como futuros, comprendan y adopten una visión compartida de la institución. A su vez, se plantea que el manual sea presentado en formato digital, alineándose a la política ambiental de la Universidad Nacional del Callao y contribuyendo a la disminución del uso de papel. (Véase Anexo 7)

Tabla 4

Propuesta de contenidos para el manual de cultura corporativa

Sección	Descripción
Misión y Visión	Declaración de los propósitos y metas institucionales.
Valores institucionales	Principios éticos y culturales que rigen a la organización educativa.
Estructura organizacional	Descripción de los roles y responsabilidades dentro de la UNAC, incluyendo el área administrativa de admisión.
Políticas y normas	Reglas y procedimientos internos para garantizar un ambiente laboral óptimo.
Comunicación interna	Canales y protocolos para una comunicación efectiva.
Bienestar laboral	Programas y beneficios que fomentan el bienestar del colaborador.

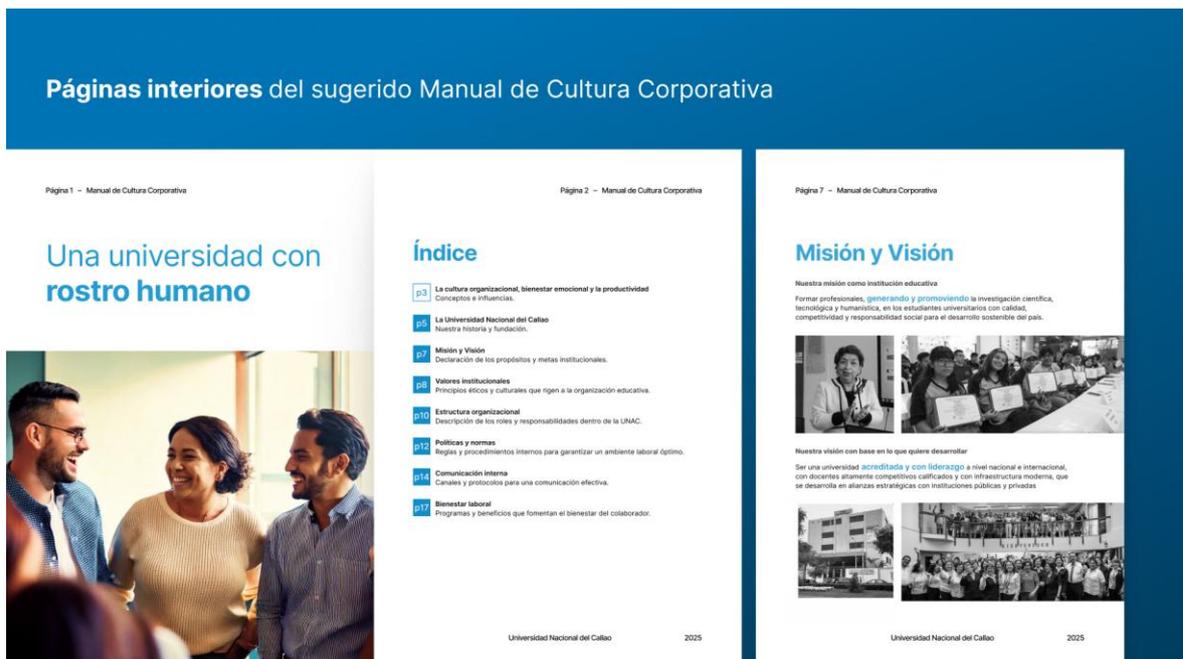
Figura 5

Portada y contraportada del sugerido Manual de Cultura Corporativa



Figura 6

Vista previa de las páginas interiores del sugerido Manual de Cultura Corporativa



Este eje del plan estratégico busca fortalecer la identidad corporativa desde una perspectiva interna, promoviendo un entorno laboral cohesionado, alineado con los pilares estratégicos de la universidad y enfocado en la eficiencia operativa. Al promover una cultura organizacional se mejora la claridad en los roles y responsabilidades, reduciendo la incertidumbre y contribuyendo a un incremento en la productividad.

2.10.2. Etapa 2 - OE 2: Consolidar la gestión de recursos para el equipo

Pilar 4: Integrar canales formales de comunicación interna

En el cuarto pilar del plan estratégico, se plantea optimizar y estandarizar los procesos de comunicación del área mediante la incorporación de herramientas digitales gratuitas como *Google Workspace* y la plataforma de pago *Trello*, esta última especializada en la planificación y seguimiento de objetivos.

Google Workspace

En un primer paso, se proyecta la creación de correos electrónicos institucionales que, aunque gratuitos, reflejen un valor profesional al utilizar un formato personalizado: “primerapellido.primernombre.UNAC@gmail.com”.

Estas direcciones de correos estructurados contemplarán el acceso a las aplicaciones gratuitas de *Google Workspace*, tales como *Google Docs*, *Google Sheets*, *Google Drive*, *Google Meet*, *Gmail* y *Google Chat*. Haciendo hincapié en *Google Chat*, dicha herramienta integral se propone como una alternativa idónea para reemplazar el uso inadecuado de *WhatsApp* en las coordinaciones, puesto ofrece una gran ventaja en términos de seguridad, registro de gestiones y organización, factores elementales para el intercambio eficaz de información interna.

Figura 7

Propuesta de uso de Gmail y configuración de dirección de correo electrónico

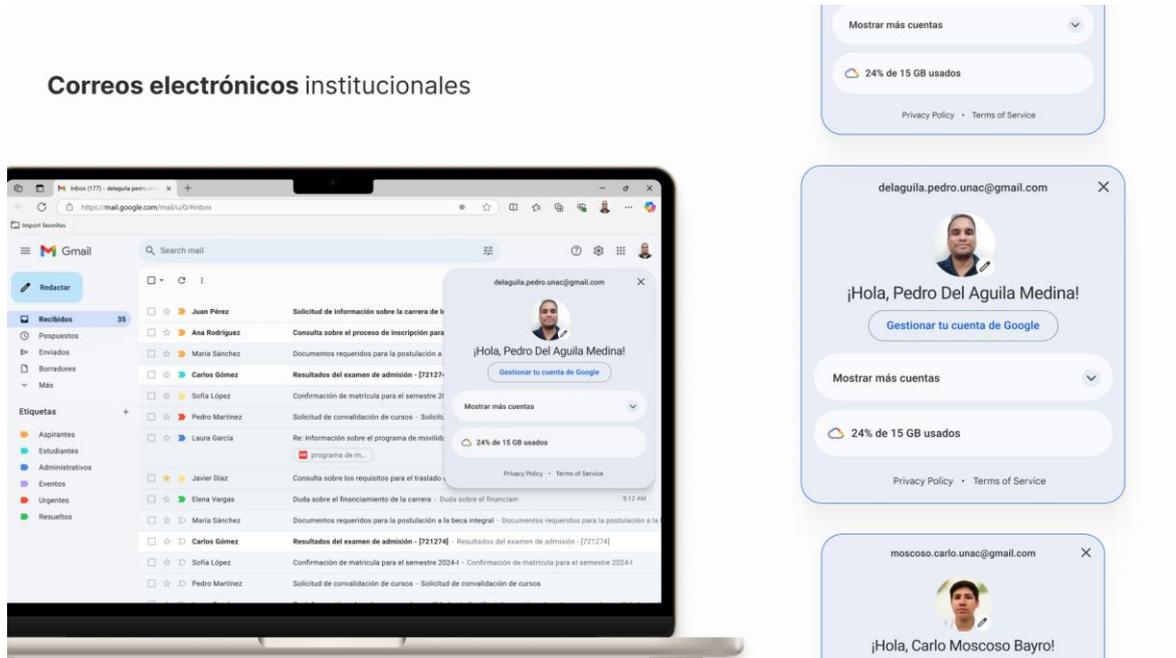


Figura 8

Propuesta de uso de Google Chat para la comunicación interna instantánea

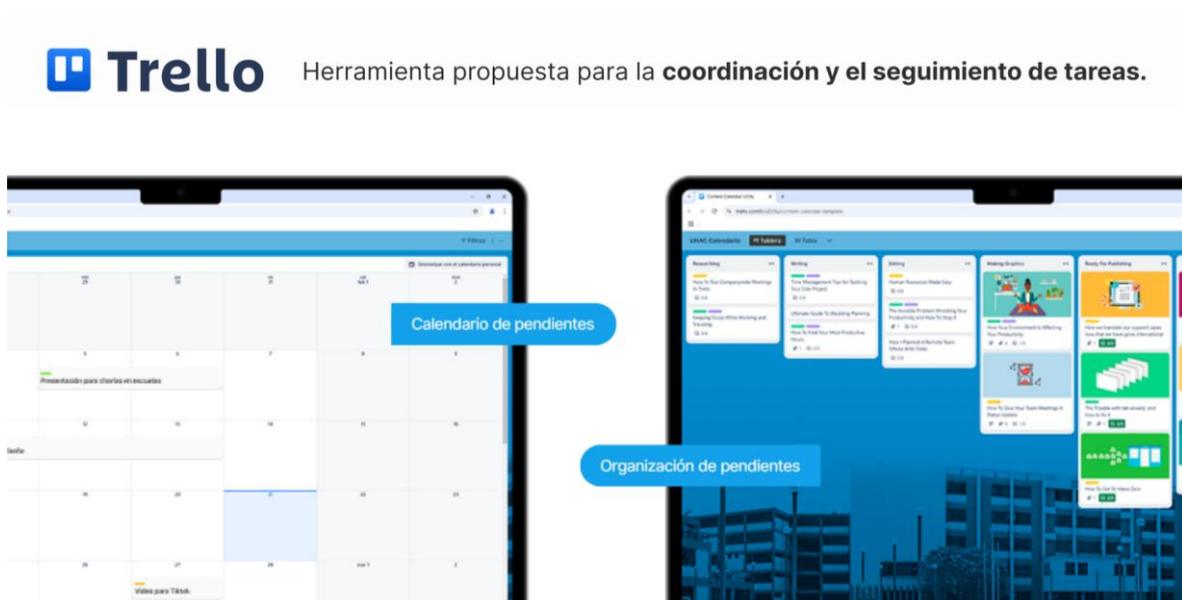


Trello

Asimismo, en la estrategia se considera la implementación de *Trello*, una herramienta diseñada para la coordinación y el seguimiento de tareas. Este recurso permitirá supervisar el progreso del equipo, distribuir responsabilidades equitativamente y asegurar un proceso de trabajo ordenado y transparente, previniendo sobrecargas laborales y reduciendo el estrés asociado a la desorganización.

Figura 9

Interfaz de vista de calendario y asignación de tareas en Trello



Pilar 5: Organizar la información clave para aspirantes

Folleto digital de carreras UNAC

En el quinto y último pilar, se plantea el diseño de un folleto digital para cada carrera profesional, el cual detalle la estructura curricular, la duración del ciclo formativo, las modalidades de estudio disponibles y los beneficios estudiantiles que brinda la universidad al ser administrada por el estado peruano, siendo este desglose de consultas, las más

frecuentes que recibe el área de admisión respecto a las facultades que forman parte de la institución educativa.

Figura 10

Vista previa de los folletos digitales de las carreras ofrecidas por la UNAC

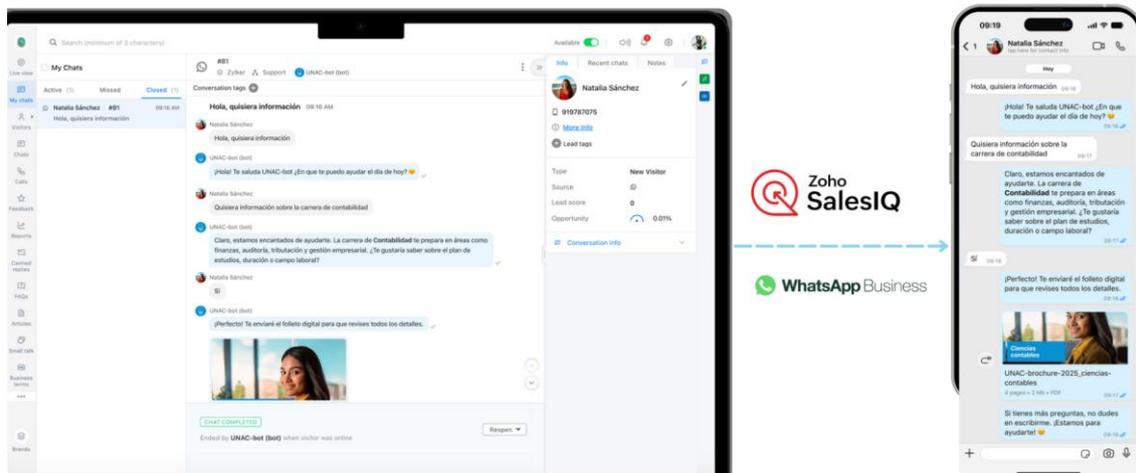


Sales IQ

Como elemento complementario dentro de este pilar de la estrategia, se plantea integrar *Sales IQ*, una extensión de *Zoho CRM*, como sistema inteligente de automatización de respuestas ágiles para gestionar las consultas recurrentes de los postulantes en relación con los procesos de inscripción, métodos de pago y otros aspectos administrativos que el *brochure* no atiende.

Figura 11

Simulación de la integración del WhatsApp Business de la UNAC con SalesIQ



Se recomienda poner en efecto ambas de estas herramientas informativas, con el fin de liberar al personal del área de admisión de la carga de responder manualmente a preguntas repetitivas, las cuales según lo identificado en el *focus group* generan gran estrés y consumen tiempo valioso que podría destinarse a tareas de mayor valor.

Capítulo 3: Estimación del costo del proyecto

3.1. Estimación de costos

La propuesta de acción se diseñó con el objetivo de utilizar el mínimo de recursos financieros, asegurando una solución realista y realizable para el área, sin requerir un financiamiento elevado.

Tabla 5

Estimación presupuestaria de las herramientas digitales propuestas

Herramienta	Descripción	Costo mensual (USD)
Trello	Software de asignación de tareas y seguimiento de objetivos	\$ 12.50 Plan Mensual Premium
Google Workspace	Servicio de alojamiento de correo y herramientas documentación	\$ 0.00 Plan Gratuito
Sales IQ	Plataforma para la recepción de leads con automatización de respuesta vía WhatsApp	\$ 10.00 Plan Mensual Básico

Se estimó un presupuesto de 22.50 dólares americanos mensuales, 270.00 dólares anuales, para la implementación de herramientas de optimización de procesos.

3.2. Recursos humanos

La puesta en marcha del plan de comunicación estratégica toma en cuenta la participación del personal interno del área de admisión, así como el apoyo de

colaboradores de otras áreas facultativas de la Universidad Nacional del Callao, permitiendo llevar a cabo las actividades propuestas aprovechando las habilidades y conocimientos ya existentes dentro de la institución.

Tabla 6

Participación del personal interno en las actividades propuestas

Cargo del personal	Actividad	Inversión (S/.)
Docente de Educación Física	Dirigir y supervisar las pausas activas para promover el bienestar físico y mental del equipo de admisión.	S/. 50.00 por mes
Personal de Diseño Gráfico	Diseñar los materiales gráficos institucionales, entre ellos, el manual de cultura corporativa y el folleto digital informativo para cada una de las 17 carreras lectivas al año 2025.	Sin costo al estar dentro de sus funciones
Personal de la Oficina de Tecnologías de la Información (OTI)	Brindar la introducción y soporte técnico de las herramientas digitales propuestas: Google Workspace y Trello.	Sin costo al estar dentro de sus funciones

Se calculó un presupuesto de 50.00 soles mensuales, equivalente a 600.00 soles anuales, para compensar al personal interno de la universidad que participará en la ejecución de las actividades propuestas.

Capítulo 4: Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusión en base al objetivo general

Se concluye que la comunicación es una parte fundamental en los equipos de trabajo para conseguir resultados alineados a los objetivos empresariales. Abre un panorama en el que un buen clima laboral tiene estrecha relación con la comunicación estratégica debido a que fomenta la mejora de procesos internos, lo que en consecuencia podría generar una mayor productividad laboral en áreas administrativas, especialmente en el departamento de admisión analizado en este estudio.

4.2. Conclusiones en base a los objetivos específicos

Establecer un cronograma de reuniones periódicas para analizar resultados y proponer mejoras fomentará la participación de los colaboradores, asegurando que sus ideas y aportes sean considerados. Esto, a su vez, optimizará a la productividad del área.

La gestión eficiente del tiempo es fundamental, tanto para agilizar las respuestas a los postulantes como para organizar la distribución de funciones dentro del equipo. Por ello, incorporar herramientas tecnológicas intuitivas de comunicación representa una valiosa ventaja para el equipo, ya que permite organizar tareas y objetivos de manera eficiente, aprovechando los recursos internos.

4.3. Recomendaciones

Se recomienda el uso de herramientas de automatización, como la extensión del CRM Zoho Sales IQ, para agilizar procesos, aprovechar el tiempo y fortalecer la comunicación entre los colaboradores.

Adicionalmente, es determinante contemplar la contratación de un especialista en psicología laboral, enfocado en bienestar motivacional y habilidades blandas, para abordar situaciones de estrés y promover un entorno laboral saludable.

Capítulo 5: Referencias bibliográficas

- Amaro Hidalgo, L. (2021). *La relación de la comunicación interna y el desarrollo organizacional de la empresa IMPOEXPO en el año 2017*. [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/9491>
- Arce Espinoza, L. y Rojas Sáurez, K. (2020). Satisfacción laboral y estrés en teletrabajadores y trabajadores presenciales de una universidad estatal de Costa Rica. *Cuadernos de Investigación UNED*, 12(2), 484-495. <https://dx.doi.org/10.22458/urj.v12i2.3141>
- Barroso Camiade, C. y Pérez Castrejón, E. M. (2023). La importancia de la comunicación productiva en las organizaciones. *Correspondencias & Análisis*, 17, 71-90. <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n17.03>
- Bernedo-Moreira, D. H., Papanicolau Denegri, J. N. A., Loayza-Apaza, Y. T., Pacompía Quispe, H. F. y Gonzales López, J. N. (2023). Generational diversity and labor productivity, a pressing problem in Peruvian public institutions. *Salud, Ciencia Y Tecnología - Serie De Conferencias*, 2, 381. <https://doi.org/10.56294/sctconf2023381>
- Builes Zapata, S. E., Aaron Zubiria, L. M., y Cujia Berrío, S. E. (2023). La comunicación como recurso para optimizar relaciones laborales e incrementar la productividad. Encuentros. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, (17), 184–195. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7527622>
- Caro Guevara, L. (2006). *Influencia de la proactividad en el clima organizacional*. [Tesis de licenciatura, Universidad de La Sabana]. <http://hdl.handle.net/10818/1850>
- Castro-Martínez, A. y Díaz-Morilla, P. (2021). La comunicación interna como área estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional. *Obra Digital*, (20). <https://doi.org/10.25029/od.2021.293.20>

- Daruich, J., Fernández Marinone, G. y Videla, A. (2022). Construyendo el sentido de pertenencia a la universidad en tiempos de pandemia. *Contextos de educación*, 33, 28–37. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7362088>
- Flores Villanueva, Y. (2021). *Clima Organizacional y desempeño laboral en la empresa CYNKAT S.A.C. Arequipa 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María]. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/10529>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5.º ed.). McGraw-Hill.
- Holguín-Moreno, M. A. O. (2023). La comunicación como estrategia para aumentar la productividad en las organizaciones. *Revista Ciencia e Innovación Agroalimentaria de la Universidad de Guanajuato*, 1(2),84-98. <https://doi.org/10.15174/cia.v1i2.30>
- Ify, I. (2024). Communication Strategies and Employee Productivity. *Global Journal of Social Sciences*, 23, 97-102. 10.4314/gjss.v23i1.8
- León-Rubio, J. M., Cantero Sánchez, F. J. y Leon-Perez, J. M. (2024). Comunicación en el ámbito laboral: Habilidades sociales y persuasión. *Bienestar y Seguridad Laboral: Un punto de vista psicosocial*. 10.13140/RG.2.2.32167.15524.
- Paredes Gordillo, M. (2024). *Propuesta de plan de comunicación interna para el fortalecimiento de la cultura corporativa de la empresa SC Ingeniería y Construcción (2024)*. [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola] <https://hdl.handle.net/20.500.14005/14912>
- Piedra-Mayorga, V. M., Granillo Macias, R., González-Romero, R. E., Rodríguez-Moreno, R. y Vázquez-Alamilla, M. A. (2022). La comunicación organizacional: Un factor para elevar la productividad en las organizaciones. *Ingenio y Conciencia Boletín Científico de la Escuela Superior Ciudad Sahagún*, 9(17), 23-29. <https://doi.org/10.29057/escs.v9i17.7886>

- Reátegui Reátegui, G. (2021). *Alcances de una revisión integradora de la literatura sobre comunicación estratégica (2011-2021)*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/659966>
- Ruiz Muñoz, G. F., y Santos Tomalá, J. I. (2024). Eficiencia administrativa y procesos de matriculación en instituciones de educación superior. *Revista Social Fronteriza*, 4 (2), e240. [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(2\)e240](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(2)e240)
- Sandoval Padilla, N. A. (2017). *Evaluación de la comunicación interna en la Municipalidad de Comas en mayo del 2017*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/2098>
- Taber Ramírez, C. A. y Quispe Laura, S. (2021). *Clima laboral y clima social familiar en profesores y personal administrativo de la Institución Educativa Pública 9 de Diciembre, Ayacucho, 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Ica]. <https://hdl.handle.net/20.500.14441/867>
- Tamayo Pacheco, C. M. y Correa Peralta, M. A. (2019). Estilos de la comunicación organizacional en la Universidad Estatal de Milagro, para el personal administrativo de la universidad. *RECIMUNDO*, 3(3), 121–144. [https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(3\).septiembre.2019.121-144](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(3).septiembre.2019.121-144)
- Varela Medina, N. D. y Marín Balcázar, G. (2021). El liderazgo transformacional y su influencia en el sentido de pertenencia laboral. Una revisión literaria en el contexto organizacional. *NovaRua: Revista Universitaria de Administración*, 13(22), 85-101. <https://doi.org/10.20983/novarua.2021.22.5>
- Vargas Cordero, Z. R., (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44015082010>

Capítulo 6: Anexos

Anexo 1: Informe Turnitin



Identificador de la entrega trn:oid::30163:436657671

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::30163:436657671

Fecha de entrega
5 mar 2025, 3:35 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
5 mar 2025, 3:58 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad laboral en los colab....docx

Tamaño de archivo
8.0 MB

66 Páginas

11,040 Palabras

63,317 Caracteres

18% Similitud general

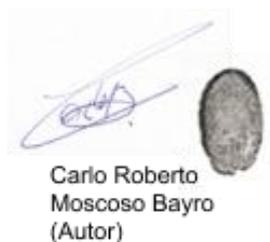
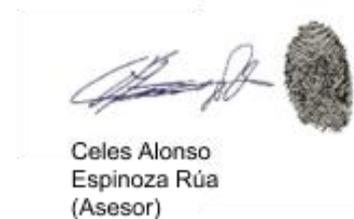
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Fuentes principales

- 16% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 14% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)



Anexo 2: Registro de impacto y resultados

Tipo de documento:

Proyecto de Investigación.

Título del Proyecto de Investigación o Tesis:

“Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025”.

Integrantes:

1. Del Águila Medina, Pedro Martín
2. Moscoso Bayro, Carlo Roberto
3. Porras Flores, María del Rosario
4. Salas Flores, María Elena

Asesor:

Espinoza Rúa, Celes Alonso

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

Se proyecta que el presente estudio beneficie al área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, dado a que plantea un plan de comunicación estratégica orientado a influir positivamente en el desempeño de los colaboradores, optimizando los flujos de comunicación interna y fortaleciendo la alineación de objetivos. De igual forma, se espera que esta investigación aplicada contribuya al conocimiento teórico, proveyendo un plan estratégico replicable y adaptable para otras áreas administrativas, instituciones educativas o entidades con necesidades de comunicación similares.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del

proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Se concluye que la comunicación es fundamental en el desempeño del equipo de admisión de la Universidad Nacional del Callao. Un clima laboral propicio está estrechamente relacionado con una comunicación estratégica, dado que fomenta la mejora de procesos internos y, en consecuencia, puede generar mayor productividad en áreas administrativas. En la investigación, se evaluaron factores como las herramientas de comunicación y el bienestar del personal, los cuales demostraron ser clave para fortalecer la cohesión del equipo y optimizar el enfoque de objetivos.

Anexo 3: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Categorías	Metodología	Población	Técnicas	Plan de acción
¿De qué manera un plan de comunicación estratégica ayuda a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025?	<p><u>General:</u> Proponer un plan de comunicación estratégica para mejorar la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025</p> <p><u>Específicos:</u> 1. Fortalecer la motivación y el compromiso del equipo. 2. Consolidar la gestión de recursos para el equipo.</p>	No consigna el planteamiento de hipótesis al ser un estudio de alcance descriptivo	<p><u>Categoría 1:</u> Plan de comunicación estratégica</p> <p><u>Categoría 2:</u> Productividad laboral</p>	<p><u>Tipo de investigación:</u> Investigación aplicada</p> <p><u>Enfoque de la investigación:</u> Enfoque cualitativo</p> <p><u>Diseño de la investigación:</u> No experimental transversal</p> <p><u>Nivel de la investigación:</u> De alcance descriptivo y correlacional</p>	<p>Colaboradores del área administrativa de admisión de la Universidad Nacional del Callao</p> <p>La muestra estuvo conformada por cuatro (4) especialistas de diferentes disciplinas y tiempos de experiencia en el área de admisión de la entidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Focus group virtual • Análisis de contenido • Mapeo de procesos de comunicación 	<p><u>Etapa 1, contemplando el objetivo específico 1:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pilar 1: Establecer un cronograma de reuniones periódicas • Pilar 2: Incorporar dinámicas de integración • Pilar 3: Diseñar un manual de cultura corporativa <p><u>Etapa 2, contemplando el objetivo específico 2:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pilar 4: Integrar canales formales de comunicación interna • Pilar 5: Organizar la información clave para aspirantes

Anexo 4: Matriz de categorización

Campo temático	Problema de investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías de estudios apriorísticas	Subcategorías emergentes	Instrumento	Constructo
Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025	¿De qué manera un plan de comunicación estratégica ayuda a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025?	Proponer un plan de comunicación estratégica para mejorar la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025.	Fortalecer la motivación y el compromiso del equipo.	<u>Categoría 1:</u> Plan de comunicación estratégica	Barreras de la comunicación	Focus Group virtual	¿Cuáles consideras que son los principales obstáculos en el área en torno a la comunicación?
			Consolidar la gestión de recursos para el equipo.		Comunicación interna		¿Cómo describirías la efectividad de los canales de comunicación dentro del área de admisión? ¿Cuál incluirías?
			Fortalecer la motivación y el compromiso del equipo.		Nivel de confianza		¿Te sientes cómodo expresando tus ideas o preocupaciones en el equipo? ¿Por qué sí o por qué no?
			Consolidar la gestión de recursos para el equipo.		Comunicación externa		¿Qué dificultades encuentras al comunicarte con otras áreas o con los postulantes?

			Fortalecer la motivación y el compromiso del equipo.	<u>Categoría 2:</u> Productividad laboral	Bienestar emocional	Focus Group virtual	¿Cómo influye el ambiente de trabajo en tu bienestar emocional y motivación diaria?
		Fortalecer la motivación y el compromiso del equipo.	Empleado proactivo		¿Qué tan fácil o difícil es para ti proponer iniciativas o cambios en tus funciones diarias?		
		Consolidar la gestión de recursos para el equipo.	Identidad corporativa		¿Sientes que el equipo de admisión está alineado con los valores y la identidad institucional de la UNAC?		
		Consolidar la gestión de recursos para el equipo.	Clima laboral		¿Qué aspectos mejorarías en el ambiente de trabajo para hacerlo más colaborativo y productivo? Menciona 2.		

Anexo 5: Validación de expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y nombres del experto: Celes Alonso Espinoza Rúa.

1.2 Cargo e institución donde labora: Docente – ISIL.

1.3 Nombre del instrumento: Guía de preguntas

1.4 Autores del instrumento:

Del Águila Medina, Pedro Martín – Comunicación Estratégica
 Moscoso Bayro, Carlo Roberto – Administración y Dirección de Negocios
 Porras Flores, María del Rosario – Diseño Gráfico Estratégico
 Salas Flores, María Elena – Comunicación Estratégica

II. Título de la investigación: VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.			X		
2. OBJETIVIDAD	Esta expresando en conductas observables.			X		
3. ACTUALIDAD	Adecuado el avance de la ciencia y tecnología.			X		
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógicas.			X		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las estrategias.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos técnicos – científicos.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	
	SUMATORIA PARCIAL			15	16	10
	SUMATORIA TOTAL					

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1 3.1 Valoración total cuantitativa: 41

3.2 Opinión

Favorable x_____

Debe mejorar _____

No favorable _____

3.3 Observaciones

El respectivo cuestionario cumplen con los parámetros para el desarrollo del
proyecto de investigación.

Lima, 05 de marzo del 2025.



CELES ALONSO

ESPINOZARUA

DNI N° 42750231

Anexo 6: Consentimiento firmado para los participantes del Focus Group



Consentimiento informado para los participantes del *Focus Group*

Título de la investigación: "Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025".

Investigadores:

Del Águila Medina, Pedro Martín – Comunicación Estratégica
Moscoso Bayro, Carlo Roberto – Administración y Dirección de Negocios
Porras Flores, María del Rosario – Diseño Gráfico Estratégico
Salas Flores, María Elena – Comunicación Estratégica

Estimado(a) participante:

La presente investigación académica tiene como meta describir un plan de comunicación estratégica, mediante un análisis situacional, para la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025

La participación en este *focus group* es completamente voluntaria e implica asistir a una sesión de aproximadamente cuarenta (40) minutos, en la que se abordarán preguntas relacionadas con la comunicación interna, bienestar emocional e identidad corporativa. La sesión será grabada con fines de análisis, garantizando la confidencialidad de las respuestas.

Toda información proporcionada será tratada con estricta reserva. Los datos obtenidos se utilizarán únicamente con fines de investigación y serán presentados de manera agregada, sin identificar a los participantes de manera individual.

Si usted tiene alguna pregunta o inquietud sobre el estudio, puede comunicarse con Pedro Martín Del Águila Medina a través del correo 44790728@mail.isil.pe.

Yo Dagoberto Antonio Salas Flores con DNI N° 76188909 declaro mi consentimiento libre y voluntario para participar en esta investigación académica, tras haber sido debidamente informado(a) sobre el objetivo y la temática que se abordará en la misma.

Comprendo y acepto que la información que proporcione será tratada con estricta confidencialidad y no será utilizada para ningún otro fin que no sea el de esta investigación, sin mi autorización expresa y por escrito.


Nombre del Participante
Salas Flores, Dagoberto Antonio
Fecha: Viernes 31 de Enero del 2025


Firma del Participante



Consentimiento informado para los participantes del *Focus Group*

Título de la investigación: "Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025".

Investigadores:

Del Águila Medina, Pedro Martín – Comunicación Estratégica
Moscoso Bayro, Carlo Roberto – Administración y Dirección de Negocios
Porrás Flores, María del Rosario – Diseño Gráfico Estratégico
Salas Flores, María Elena – Comunicación Estratégica

Estimado(a) participante:

La presente investigación académica tiene como meta describir un plan de comunicación estratégica, mediante un análisis situacional, para la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025

La participación en este *focus group* es completamente voluntaria e implica asistir a una sesión de aproximadamente cuarenta (40) minutos, en la que se abordarán preguntas relacionadas con la comunicación interna, bienestar emocional e identidad corporativa. La sesión será grabada con fines de análisis, garantizando la confidencialidad de las respuestas.

Toda información proporcionada será tratada con estricta reserva. Los datos obtenidos se utilizarán únicamente con fines de investigación y serán presentados de manera agregada, sin identificar a los participantes de manera individual.

Si usted tiene alguna pregunta o inquietud sobre el estudio, puede comunicarse con Pedro Martín Del Águila Medina a través del correo 44790728@mail.isil.pe.

Yo Jose Amadeo Torres Román con DNI N° 728671, declaro mi consentimiento libre y voluntario para participar en esta investigación académica, tras haber sido debidamente informado(a) sobre el objetivo y la temática que se abordará en la misma.

Comprendo y acepto que la información que proporcione será tratada con estricta confidencialidad y no será utilizada para ningún otro fin que no sea el de esta investigación, sin mi autorización expresa y por escrito.

Jose Amadeo Torres Román
Nombre del Participante


Firma del Participante

Fecha: Viernes 31 de Enero del 2025



Consentimiento informado para los participantes del *Focus Group*

Título de la investigación: “Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025”.

Investigadores:

Del Águila Medina, Pedro Martín – Comunicación Estratégica
Moscoso Bayro, Carlo Roberto – Administración y Dirección de Negocios
Porrás Flores, María del Rosario – Diseño Gráfico Estratégico
Salas Flores, María Elena – Comunicación Estratégica

Estimado(a) participante:

La presente investigación académica tiene como meta describir un plan de comunicación estratégica, mediante un análisis situacional, para la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025

La participación en este *focus group* es completamente voluntaria e implica asistir a una sesión de aproximadamente cuarenta (40) minutos, en la que se abordarán preguntas relacionadas con la comunicación interna, bienestar emocional e identidad corporativa. La sesión será grabada con fines de análisis, garantizando la confidencialidad de las respuestas.

Toda información proporcionada será tratada con estricta reserva. Los datos obtenidos se utilizarán únicamente con fines de investigación y serán presentados de manera agregada, sin identificar a los participantes de manera individual.

Si usted tiene alguna pregunta o inquietud sobre el estudio, puede comunicarse con Pedro Martín Del Águila Medina a través del correo 44790728@mail.isil.pe.

Yo Mariana Apóstoles Ravina con DNI N° 76588999, declaro mi consentimiento libre y voluntario para participar en esta investigación académica, tras haber sido debidamente informado(a) sobre el objetivo y la temática que se abordará en la misma.

Comprendo y acepto que la información que proporcione será tratada con estricta confidencialidad y no será utilizada para ningún otro fin que no sea el de esta investigación, sin mi autorización expresa y por escrito.

Mariana Apóstoles Ravina
Nombre del Participante

[Firma]
Firma del Participante

Fecha: Viernes 31 de Enero del 2025



Consentimiento informado para los participantes del *Focus Group*

Título de la investigación: "Plan de comunicación estratégica orientado a la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025".

Investigadores:

Del Águila Medina, Pedro Martín – Comunicación Estratégica
Moscoso Bayro, Carlo Roberto – Administración y Dirección de Negocios
Porras Flores, María del Rosario – Diseño Gráfico Estratégico
Salas Flores, María Elena – Comunicación Estratégica

Estimado(a) participante:

La presente investigación académica tiene como meta describir un plan de comunicación estratégica, mediante un análisis situacional, para la mejora de la productividad laboral en los colaboradores del área de admisión de la Universidad Nacional del Callao, 2025

La participación en este *focus group* es completamente voluntaria e implica asistir a una sesión de aproximadamente cuarenta (40) minutos, en la que se abordarán preguntas relacionadas con la comunicación interna, bienestar emocional e identidad corporativa. La sesión será grabada con fines de análisis, garantizando la confidencialidad de las respuestas.

Toda información proporcionada será tratada con estricta reserva. Los datos obtenidos se utilizarán únicamente con fines de investigación y serán presentados de manera agregada, sin identificar a los participantes de manera individual.

Si usted tiene alguna pregunta o inquietud sobre el estudio, puede comunicarse con Pedro Martín Del Águila Medina a través del correo 44790728@mail.isil.pe.

Yo Viviana Cerquin Valverde con DNI N° 70054151, declaro mi consentimiento libre y voluntario para participar en esta investigación académica, tras haber sido debidamente informado(a) sobre el objetivo y la temática que se abordará en la misma.

Comprendo y acepto que la información que proporcione será tratada con estricta confidencialidad y no será utilizada para ningún otro fin que no sea el de esta investigación, sin mi autorización expresa y por escrito.

Viviana Cerquin Valverde
Nombre del Participante


Firma del Participante

Fecha: Viernes 31 de Enero del 2025

Anexo 7: Política ambiental de la Universidad Nacional del Callao



POLÍTICA AMBIENTAL UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

La Universidad Nacional del Callao - UNAC, es una Institución Educativa Superior del Estado, que forma profesionales competentes científica, cultural y humanísticamente, que contribuyen al desarrollo sustentable de la región Callao y del país, y que tiene por objetivo que sus actividades se desarrollen bajo un enfoque de desarrollo sostenible.

Para alcanzar este objetivo la UNAC se compromete a:

- Prevenir y minimizar impactos ambientales negativos, derivados de nuestras actividades, instalaciones y servicios.
- Identificar los aspectos ambientales más significativos para mitigar los impactos generados al Medio Ambiente.
- Cumplir con la legislación vigente en materia de Medio Ambiente y otros requisitos en materia ambiental.
- Entregar a su personal docente, administrativos y alumnos las competencias necesarias para el cuidado y protección del medio ambiente en todos los procesos de la organización.
- Propiciar la mejora continua de nuestro desempeño, implementando y manteniendo nuestro Sistema de Gestión Medio Ambiental.

Bellavista, 18 de Octubre de 2016




Baldo Andrés Olivares Choque - Rector
Presidente del Consejo Universitario

UNAC-SGA-DOC-001 V.00