



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta de plan de mejora para la comunicación interna en Butik.AI, 2025”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Dirección de Negocios Globales

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

Bachiller en Diseño Estratégico e Innovación

PRESENTADO POR:

Herrera Aguirre, Rosa Yesenia - Administración y Dirección de Negocios

Neyra Alva, Gianella Edith - Dirección de Negocios Globales

Valverde Peralta, Jaime Alexis - Diseño Estratégico e Innovación

ASESOR

Sam Anlas, Carlos Antonio

LIMA, PERÚ

2025

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Sam Anlas, Carlos Antonio

MIEMBROS DEL JURADO

Cerna Hernández, Jorge Alberto

Bedon López, Yaymi

Rodríguez Cornejo, Guido Dionicio

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Gianella Edith Neyra Alva**, Identificado(a) con DNI N° 76178449 perteneciente al Programa de Dirección de Negocios Globales, siendo mi asesor el Sr. Carlos Antonio Sam Anlas, identificado con DNI N°: 40789757, y cuyo código ORCID es 0000-0003-1632-7131

Yo, **Jaime Alexis Valverde Peralta**, Identificado(a) con DNI N° 72878528 perteneciente al Programa de Diseño Estratégico e Innovación, siendo mi asesor el Sr. Carlos Antonio Sam Anlas, identificado con DNI N°: 40789757, y cuyo código ORCID es 0000-0003-1632-7131

Yo, **Rosa Yesenia Herrera Aguirre**, Identificado(a) con DNI N° 40024879, perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr. Carlos Antonio Sam Anlas, identificado con DNI N°: 40789757, y cuyo código ORCID es 0000-0003-1632-7131

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Somos los autores del documento académico titulado "Propuesta de plan de mejora para la comunicación interna en Butik.AI, 2025".
- b) El trabajo 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 trabajo 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 trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 25% de similitud.

e) Declaro 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 el 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: 18 de Julio de 2025, Lima, Perú.

Firma de autores

Nombres	Apellidos	Dni	Firma	Huella
Rosa Yesenia	Herrera Aguirre	40024879		
Gianella Edith	Neyra Alva	76178449		
Jaime Alexis	Valverde Peralta	72878528		

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma	Huella
Carlos Antonio	Sam Anlas	40789757		

DEDICATORIA

A nuestras familias, por su amor, paciencia y constante respaldo a lo largo de este camino.

A todas aquellas personas que, de una u otra forma, nos ofrecieron su ayuda, motivación y confianza para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de este proyecto.

A nuestras familias, por su apoyo incondicional. A los amigos y profesores que nos acompañaron con su guía, palabras de aliento y confianza.

A nuestro asesor, por su acompañamiento constante y por brindarnos orientaciones clave a lo largo del curso.

Este trabajo es el reflejo del esfuerzo compartido y del compromiso de quienes creyeron en nosotros.

ÍNDICE

Asesor y miembros del jurado.....	2
Declaración jurada de originalidad.....	3
Dedicatoria.....	5
Agradecimiento.....	6
Índice.....	7
Índice de tablas.....	10
Índice de figuras.....	12
Resumen.....	14
Abstract.....	16
Introducción.....	17
I. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Título del Proyecto.....	19
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario.....	19
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada.....	19
1.4 Localización o Alcance de la solución.....	19
II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN	
2.1. Planteamiento del problema.....	21
2.1.1. Problemas de investigación.....	21
2.1.1.1. Problema general.....	25
2.1.1.2. Problemas específicos.....	25
2.2. Objetivo general y específicos: propósito del plan de mejora.....	25
2.2.1. Objetivo general.....	25

2.2.2. Objetivos específicos.....25

2.3. Justificación de la investigación.....26

2.3.1. Justificación teórica.....26

2.3.2. Justificación metodológica.....27

2.4. Metodología del proyecto.....28

2.4.1 Enfoque de investigación.....28

2.4.2 Tipo de investigación.....29

2.4.3 Diseño de investigación.....29

2.4.4 Nivel de investigación.....30

2.4.5 Población.....30

2.4.6 Muestreo y muestra.....31

2.4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....31

2.5. Marco referencial.....32

2.5.1. Antecedentes de investigación32

2.5.1.1. Antecedentes nacionales.....32

2.5.1.2. Antecedentes internacionales.....34

2.5.1.3. Análisis crítico de los antecedentes.....36

2.5.2. Marco teórico.....38

2.5.2.1. Estrategia de mejora en la comunicación interna.....38

2.6. Glosario de términos.....44

III. RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

3.1 Diagnóstico.....46

3.1.1 Diagnóstico situacional.....46

3.1.2 Análisis Foda.....47

3.2. Análisis de resultados descriptivos.....49

IV. PLAN DE MEJORA

4.1 Componentes del plan.....75

4.1.1 Justificación del plan de mejora.....75

4.1.2 Objetivo general del plan.....76

4.1.3 Acciones.....76

4.1.4 Cronograma tentativo.....88

4.1.5 Evaluación del impacto del plan.....89

4.1.6. Análisis y Conclusiones de los indicadores.....90

4.2 Características del plan de mejora.....91

4.3 Estimación de costos.....93

4.4 Monitoreo y Ajuste Continuo del Plan.....94

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.....96

5.2. Recomendaciones.....96

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

6.1. Referencias bibliográficas.....98

VII. ANEXOS

7.1. Anexo 1 - Informe Turnitin.....101

7.2. Anexo 2 - Registro de impacto y resultados.....102

7.3. Anexo 3 - Matriz de consistencia.....104

7.4. Anexo 4 - Matriz de operacionalización de variables.....105

7.5. Anexo 5 - Instrumentos de recolección de datos.....108

7.6. Anexo 6 - Validación de expertos.....110

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis FODA de la comunicación interna en Butik.AI.....47

Tabla 2: Los canales oficiales de comunicación interna en Butik.ai están claramente definido.....49

Tabla 3: Sé en qué canal debo comunicarme según el tipo de mensaje o urgencia.....50

Tabla 4: Las herramientas digitales utilizadas para la comunicación diaria (Slack, correo, Notion, etc.) son efectivas.....51

Tabla 5: Los mensajes importantes son priorizados adecuadamente en los canales internos.....52

Tabla 6: Recibo información relevante de la empresa de manera oportuna.....53

Tabla 7: Recibo actualizaciones frecuentes sobre los proyectos en los que participo.....55

Tabla 8: La comunicación interna se adapta bien al ritmo rápido del entorno eCommerce....56

Tabla 9: Los mensajes institucionales que recibo son claros y comprensibles.....57

Tabla 10: Recibo instrucciones específicas y fáciles de entender para realizar mis tareas....58

Tabla 11: La terminología utilizada en la comunicación interna es adecuada para todos los equipos.....59

Tabla 12: Necesito pedir aclaraciones con frecuencia sobre los mensajes que recibo.....60

Tabla 13: Mi líder directo se comunica de forma clara y constante con el equipo.....61

Tabla 14: Recibo retroalimentación oportuna sobre mi desempeño o tareas asignadas.....62

Tabla 15: Puedo expresar dudas o inquietudes directamente con mi líder sin dificultades....63

Tabla 16: Mi líder fomenta un ambiente de comunicación abierta y respetuosa.....64

Tabla 17: Existe una buena coordinación y comunicación entre mi equipo y otras áreas de la empresa.....65



Tabla 18: La modalidad de trabajo (remoto o híbrido) afecta negativamente la comunicación entre equipos.....66

Tabla 19: Los objetivos en proyectos que involucran a varias áreas se comunican con claridad.....67

Tabla 20: Recibo respuestas ágiles y efectivas al colaborar con otros departamentos.....68

Tabla 21: Me siento informado sobre lo que ocurre en la empresa más allá de mi rol específico.....69

Tabla 22: La comunicación interna me ayuda a trabajar de forma más eficiente.....70

Tabla 23: Me gustaría que se usarán formatos más visuales o dinámicos para comunicar mensajes internos.....72

Tabla 24: Considero importante que la empresa invierta en mejorar la comunicación interna.....73

Tabla 25: Indicadores de seguimiento actividad 1.....78

Tabla 26: Indicadores de seguimiento actividad 2.....81

Tabla 27: Indicadores de seguimiento actividad 3.....84

Tabla 28: Indicadores de seguimiento actividad 4.....87

Tabla 29: Cronograma de actividades.....88

Tabla 30: Indicadores de evaluación del impacto del plan.....89

Tabla 31: Estimación de costos.....93

Tabla 32: Indicador de la evaluación y seguimiento del plan.....94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Los canales oficiales de comunicación interna en Butik.ai están claramente definidos.....49

Figura 2: Sé en qué canal debo comunicarme según el tipo de mensaje o urgencia.....50

Figura 3: Las herramientas digitales utilizadas para la comunicación diaria (Slack, correo, Notion, etc.) son efectivas.....51

Figura 4: Los mensajes importantes son priorizados adecuadamente en los canales internos.....52

Figura 5: Recibo información relevante de la empresa de manera oportuna.....53

Figura 6: Recibo actualizaciones frecuentes sobre los proyectos en los que participo.....55

Figura 7: La comunicación interna se adapta bien al ritmo rápido del entorno eCommerce..56

Figura 8: Los mensajes institucionales que recibo son claros y comprensibles.....57

Figura 9: Recibo instrucciones específicas y fáciles de entender para realizar mis tareas....58

Figura 10: La terminología utilizada en la comunicación interna es adecuada para todos los equipos.....59

Figura 11: Necesito pedir aclaraciones con frecuencia sobre los mensajes que recibo.....60

Figura 12: Mi líder directo se comunica de forma clara y constante con el equipo.....61

Figura 13: Recibo retroalimentación oportuna sobre mi desempeño o tareas asignadas.....62

Figura 14: Puedo expresar dudas o inquietudes directamente con mi líder sin dificultades...63

Figura 15: Mi líder fomenta un ambiente de comunicación abierta y respetuosa.....64

Figura 16: Existe una buena coordinación y comunicación entre mi equipo y otras áreas de la empresa.....65

Figura 17: La modalidad de trabajo (remoto o híbrido) afecta negativamente la comunicación

entre equipos.....66

Figura 18: Los objetivos en proyectos que involucran a varias áreas se comunican con claridad.....67

Figura 19: Recibo respuestas ágiles y efectivas al colaborar con otros departamentos.....68

Figura 20: Me siento informado sobre lo que ocurre en la empresa más allá de mi rol específico.....70

Figura 21: La comunicación interna me ayuda a trabajar de forma más eficiente.....71

Figura 22: Me gustaría que se usarán formatos más visuales o dinámicos para comunicar mensajes internos.....72

Figura 23: Considero importante que la empresa invierta en mejorar la comunicación interna.....73

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo principal diseñar una propuesta de plan de mejora para optimizar la comunicación interna en la empresa Butik.AI, una organización del rubro tecnológico que opera con equipos digitales y distribuidos. La investigación se enmarca en el año académico 2025 y responde a la necesidad de fortalecer los procesos comunicacionales entre los colaboradores, con el fin de mejorar la coordinación entre áreas, la eficiencia organizacional y el clima laboral.

En la realización de este estudio se adoptó un enfoque cuantitativo y se utilizó como técnica de recolección de datos una encuesta estructurada dirigida a todos los colaboradores de Butik.AI, conformada por 15 personas. Los resultados obtenidos por medio de la encuesta evidenciaron barreras significativas en la comunicación interna de la empresa, entre ellas: el uso inadecuado de canales oficiales por parte de los colaboradores, falta de retroalimentación por parte de los líderes de los equipos de trabajo, y terminologías poco claras en los mensajes organizacionales.

Estas carencias en la comunicación dentro de la empresa han generado consecuencias visibles en la dinámica de trabajo, como la duplicidad de las funciones, la necesidad constante de aclaración cuando le asignan alguna tarea a un equipo, la pérdida de información importante y una deficiencia en el compromiso del equipo de trabajo. Ante este problema, el estudio plantea una propuesta de plan de mejora basada en el rediseño de estos canales, el fortalecimiento de la cultura de retroalimentación por parte de los líderes de los equipos y la implementación de buenas prácticas comunicacionales. La propuesta busca ser adaptable, sostenible y alineada con el entorno digital y colaborativo en el que se desarrolla la empresa.

Palabras clave: comunicación interna, plan de mejora, clima laboral, herramientas digitales, cultura organizacional.

ABSTRACT

The primary objective of this study is to design a proposed improvement plan aimed at optimizing internal communication within Butik.AI, a technology company operating with digital and distributed teams. This research, conducted during the 2025 academic year, addresses the critical need to strengthen communication processes among employees, ultimately aiming to enhance interdepartmental coordination, organizational efficiency, and workplace climate.

A quantitative approach was employed for this study, utilizing a structured survey administered to all 15 employees of Butik.AI. The survey results revealed significant barriers in the company's internal communication, specifically identifying: improper use of official channels, insufficient feedback from team leaders, and unclear terminology in organizational messages.

These communication deficiencies have led to visible consequences in the work dynamic, including role duplication, a constant need for clarification during task assignments, loss of important information, and decreased team engagement. To address these issues, the study proposes an improvement plan focus

ed on redesigning communication channels, strengthening feedback culture among team leaders, and implementing best communication practices. The proposed plan is designed to be adaptable, sustainable, and well-aligned with Butik.AI's digital and collaborative operational environment.

Keywords: internal communication, improvement plan, work climate, digital tools, organizational culture.

INTRODUCCIÓN

Este estudio se enmarca en la línea de gestión y emprendimiento, ya que busca analizar y perfeccionar las dinámicas comunicacionales internas de la empresa Butik.AI, con el fin de fortalecer su cultura organizacional, mejorar la productividad de los equipos de trabajo y promover el bienestar colectivo en entornos digitales.

En este contexto, la empresa Butik.AI se dedica al desarrollo de soluciones digitales de comercio electrónico basadas en inteligencia artificial, dentro de esta se identificó una problemática relacionada con la falta de claridad en los mensajes internos por parte de los equipos de trabajo, una coordinación interdepartamental poco clara y el uso limitado de herramientas digitales colaborativas. Estas deficiencias afectan significativamente la eficiencia operativa, generan malentendidos entre los colaboradores de distintas áreas y reducen la cohesión entre los equipos de trabajo.

Frente a esta situación, nos enfocaremos en crear una propuesta de plan de mejora para la comunicación interna en Butik.AI. La meta es lograr un intercambio de información más eficaz, impulsar la colaboración interdepartamental y establecer una cultura organizacional cimentada en la transparencia y la confianza.

Esta investigación adopta un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo-aplicado y diseño no experimental. Para el levantamiento de toda la información, se aplicó una encuesta estructurada a la totalidad de trabajadores de la empresa (15 trabajadores), abarcando todas las áreas de la empresa como el área de desarrollo, marketing, soporte técnico y atención al cliente.

Este estudio tiene lugar en la sede principal de la empresa Butik.AI, en el año 2025, y se orienta a proponer soluciones totalmente viables y sostenibles que respondan a las necesidades existentes de comunicación interna identificadas en esta empresa.

I. Información General

1.1. Título del Proyecto

Propuesta de plan de mejora para la comunicación interna en la empresa Butik.AI,2025

1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario

Este estudio se cataloga en la línea de gestión y emprendimiento. El objetivo de este estudio es analizar y optimizar los procesos de la comunicación interna en entornos digitales dentro de la empresa, con el fin de consolidar la cultura organizacional y mejorar la productividad de los equipos de trabajo, potenciando así el bienestar general de los colaboradores.

1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada

Butik.AI pertenece al sector de tecnologías de la información y comunicación (TIC), enfocado en el desarrollo de soluciones digitales basadas en inteligencia artificial para el comercio electrónico. Su actividad económica principal es la programación informática y la prestación de servicios digitales para la creación y gestión de tiendas online.

1.4. Localización o alcance de la solución

La investigación se lleva a cabo durante el año académico 2025 y se enfocará en el entorno organizacional interno de la empresa Butik.AI, la sede central de la entidad se ubica en la ciudad de Lima Metropolitana. El alcance es organizacional y local, abarcando tanto a los colaboradores que van de manera presencial como a los equipos de trabajo que se conectan de manera remota a nivel nacional.

Esta propuesta busca mejorar la comunicación interna de Butik.AI mediante el uso de buenas prácticas de comunicación organizacional y herramientas digitales colaborativas avanzadas. Esto permitirá mejorar el flujo de la información dentro de la empresa, optimizar la coordinación entre áreas y la eficiencia operativa, contribuyendo de esta manera al posicionamiento competitivo de la empresa en el ambiente digital.

Unidad de análisis: Los colaboradores de Butik.AI y el entorno interno organizacional. Se tomará como muestra al equipo multidisciplinario de la empresa, conformado por las áreas de desarrollo, marketing, atención al cliente y dirección general, quienes serán evaluados mediante encuestas, considerando sus roles, niveles de interacción y necesidades comunicacionales.

II. Descripción de la investigación aplicada

2.1. Planteamiento del problema

2.1.1. Problemas de investigación

a) Contexto internacional

Dentro del contexto internacional, la comunicación interna ha adquirido una relevancia significativa, posicionándose como un elemento esencial para optimizar la satisfacción laboral y consolidar un clima de trabajo favorable. Diversas investigaciones han demostrado que la eficacia de la comunicación interna incide directamente en la facilidad de integración del personal, propiciando un ambiente laboral positivo y contribuyendo al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Un claro ejemplo es la investigación realizada por, Ramos et al. (2025) en la cual se analizó una Unidad Educativa Fiscal de Puyo, Ecuador. Este estudio se centró en analizar cómo se vinculan la comunicación interna y el clima organizacional. Para ello, se empleó un enfoque mixto, recabando información a través de encuestas y entrevistas con el personal docente y administrativo. Los hallazgos señalaron problemas con la claridad, accesibilidad y retroalimentación de la información en los equipos, lo cual mermaba el sentido de pertenencia y la congruencia interna.

Por otro lado, (López y Alonso, 2019) elaboraron una propuesta de optimización para la comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil. La investigación que llevaron a cabo reveló numerosas carencias en los canales y medios empleados para la transmisión de información, así como en la poca participación activa del personal en los procesos comunicacionales. Como resultado de ese diagnóstico, diseñaron un plan de acciones concretas para robustecer el flujo comunicativo, promoviendo tanto la

interacción horizontal como la vertical, y perfeccionando el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas en dicho entorno.

En conjunto, estos estudios permiten inferir que una comunicación interna eficaz, gestionada adecuadamente por los equipos, potencia la confianza, el compromiso y la coordinación dentro de las organizaciones. De lo contrario, una comunicación interna deficiente podría generar desinformación, incertidumbre y desmotivación entre los miembros del equipo.

b) Contexto nacional

En el Perú, múltiples estudios corroboran la vinculación entre una comunicación interna eficaz y el incremento en el índice de satisfacción entre trabajadores. En estudios como el de (Ocrosopoma y Ochoa, 2023) se demostró una vinculación favorable significativa entre esas dos variables, lo que da a entender que una mayor transparencia en la información y la utilización eficaz de los medios comunicativos, favorecen el bienestar del personal. De igual forma, la investigación de (Inca y Perez, 2023) en el Grupo Reylaos S.A.C. Mostró una relación aún más fuerte, concluyendo que una comunicación fluida es esencial en contextos de transformación digital post-COVID como en nuestro país. En regiones como Cajamarca, Cueva (2022) se evidenció que las estrategias de comunicación también influyen directamente en el sentido de pertenencia y cohesión organizacional, indicando que la comunicación interna no es solo un recurso de gestión, sino un apoyo fundamental de la cultura empresarial.

c) Contexto local

En Lima Metropolitana, estudios de los últimos años determinan cómo la comunicación interna influye de manera directa en aspectos como el compromiso dentro de las empresas, la cultura y el rendimiento laboral. Por ejemplo, Huamán (2021), en una empresa del sector producción, evidenció mediante encuestas que una comunicación interna clara y constante fortalecía el

compromiso de los colaboradores hacia la organización. En Ate Vitarte, Vargas (2024) llevó a cabo un estudio cuantitativo en una empresa comercial, donde determinó estadísticamente que una comunicación interna óptima influye de manera significativa en la cultura corporativa ($p < 0.001$), resaltando su papel estructural en la construcción de equipos cohesionados. Asimismo, en la empresa GSI, ubicada en el distrito de Los Olivos, Villanueva (2021) concluyó que la falta de comunicación efectiva entre la gerencia de una empresa y los trabajadores afectaba negativamente el desempeño de estos, proponiendo como solución un plan de mejora de la comunicación interna. Todos estos estudios confirman que en la ciudad de Lima, mejorar la comunicación interna es necesaria para fortalecer las dinámicas de trabajo en entornos competitivos y tecnológicos, como es el caso de Butik.ai.

Esta propuesta de mejora se orienta a crear un plan integral que aproveche al máximo las dinámicas comunicativas dentro de los equipos de trabajo, garantizando que la información se presente de forma transparente y pertinente. La integración de adecuadas herramientas digitales y la capacitación constante en habilidades comunicacionales serán fundamentales para garantizar una administración de proyectos mucho más efectiva y alineada con los objetivos que tiene la empresa Butik.ai.

d) Diagnóstico local en Butik.AI

Durante el primer semestre del año académico 2025, se identificó un grave problema comunicacional en el entorno organizacional interno de la empresa Butik.AI, la sede de esta empresa se encuentra en Lima Metropolitana y trabaja bajo una modalidad digital y distribuida a nivel nacional. A partir de los resultados que se obtuvieron mediante encuestas estructuradas aplicadas a los 15 colaboradores correspondientes a distintas áreas de la empresa, se

evidenciaron múltiples deficiencias muy significativas en los procesos de comunicación interna. Entre los hallazgos más relevantes de la encuesta se encontraron los siguientes:

- El 86.67% de los encuestados considera que la terminología utilizada en los mensajes de la empresa no son los adecuados, lo que genera confusión entre equipos de trabajo.
- El 53.3% de los encuestados señalan que deben pedir aclaraciones con frecuencia, esto refleja una redacción ambigua o poco precisa entre los equipos.
- Solo el 33.3% de los encuestados afirma que recibe información relevante de manera oportuna, lo que evidencia una falta de claridad en los canales oficiales de comunicación.

Estas debilidades impactan negativamente en la coordinación entre áreas de la empresa, la fluidez del trabajo en equipo y la motivación de los colaboradores. La evidencia de estas encuestas no solo revela una vulnerabilidad en el flujo de información, sino también una necesidad urgente de reestructurar la estrategia de comunicación interna para garantizar de esta manera la eficiencia operativa de esta empresa que depende mucho del trabajo remoto y la interacción constante de forma digital.

e) Síntesis del problema

A pesar de que la empresa cuenta con herramientas como Slack o Notion, Butik.AI no cuenta con una estrategia para su comunicación interna de forma estructurada, clara ni transversal. Las vulnerabilidades identificadas anteriormente no solo impactan en la eficiencia de los equipos, sino que limitan el desarrollo de la organización en un sector con tanto dinamismo como es el eCommerce. La actual situación de la empresa justifica sin lugar a dudas la necesidad de investigar y proponer soluciones específicas para resolver esta situación.

2.1.1.1. Problema general

¿Qué factores están afectando la eficacia de la comunicación interna en Butik.ai y cómo estos inciden en la colaboración entre equipos y la eficiencia organizacional?

2.1.1.2. Problemas específicos

- ¿Cuáles son las debilidades y oportunidades de mejora en las actuales prácticas de comunicación interna en Butik.ai?
- ¿Qué canales, herramientas y dinámicas comunicacionales de Butik.ai pueden ser optimizados o incorporados para mejorar la comunicación interna?
- ¿Cómo se puede diseñar una propuesta estructurada de comunicación interna que responda a las necesidades actuales de Butik.ai y mejore la colaboración entre sus equipos de trabajo?

2.2. Objetivo general y específicos:

2.2.1. Objetivo general

Diagnosticar los factores que afectan la eficacia de la comunicación interna en Butik.ai para proponer estrategias que optimicen la colaboración y mejoren la eficiencia organizacional.

2.2.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar las debilidades y oportunidades de mejora en las actuales prácticas de comunicación interna en Butik.ai.
- Identificar los canales, herramientas y dinámicas comunicacionales que pueden ser optimizados o incorporados en la propuesta de mejora.

- Diseñar una propuesta estructurada de comunicación interna que responda a las necesidades actuales de Butik.ai y mejore la colaboración entre sus equipos de trabajo.

2.3. Justificación de la investigación

2.3.1. Justificación teórica

La investigación sobre Butik.AI se justifica plenamente debido a la imperante necesidad de comprender y examinar minuciosamente sus mecanismos de comunicación interna y la gestión de proyectos. El objetivo primordial es optimizar la productividad de sus colaboradores, especialmente en contextos digitales y colaborativos.

Según Flores y Romero (2024), una comunicación interna bien ejecutada puede incidir directamente en el rendimiento laboral del personal. De igual forma, Enciso y Uculmana (2024) argumentan que potenciar los conductos de comunicación mejora el ambiente laboral y la coordinación entre departamentos. Por ende, la implementación de tácticas comunicacionales específicas para el ámbito de una firma tecnológica como Butik.AI podría impulsar la colaboración eficaz entre los equipos y facilitar la consecución de las metas corporativas.

En conclusión, mejorar la comunicación interna para la empresa Butik.AI mediante una propuesta elaborada estratégicamente no solo aportará valor a la empresa, sino que también servirá como referencia para otras empresas del mismo rubro u otros, que afrontan retos en la coordinación de sus equipos de trabajo y en la gestión de proyectos dentro de entornos digitales.

2.3.2. Justificación metodológica

La presente investigación posee un enfoque cuantitativo, lo cual posibilitará la medición y el análisis objetivo de la percepción de los colaboradores respecto a los canales de comunicación empleados por la empresa, mediante encuestas estructuradas.

Para la ejecución de este estudio, se seleccionó un nivel de investigación descriptivo-aplicado. Esto nos permite, en primer lugar, describir la situación actual de la comunicación interna en la organización y, en segundo lugar, formular una propuesta de mejora específica para la problemática identificada durante la aplicación de las encuestas. El diseño metodológico es no experimental, dado que se analizará la comunicación en su contexto natural, absteniéndonos de manipular cualquier variable.

Esta investigación contará con una aplicación práctica de carácter inmediato, ya que su propósito central es la formulación de una propuesta de plan destinado a optimizar eficientemente la comunicación interna en la empresa. Ello, consecuentemente, busca perfeccionar la coordinación de los equipos de trabajo y la gestión de proyectos tecnológicos en entornos digitales.

Los resultados de la encuesta que se llevó a cabo pueden permitir a la empresa implementar acciones específicas y basadas en evidencia clara. Esto fortalecerá la colaboración entre las diferentes áreas y mejorará significativamente el flujo de información. Además, la propuesta contribuirá a reducir errores constantes por falta de alineación, agilizará la toma de decisiones en los equipos y fomentará un ambiente de trabajo más consistente para todos.

Dado que Butik.AI se comunica principalmente en un entorno digital y remoto, la implementación de esta propuesta será esencial para adaptar sus procesos de comunicación a las nuevas dinámicas del trabajo colaborativo.

Por su carácter aplicado, los hallazgos de esta investigación podrán servir como referencia valiosa para otras empresas que enfrenten desafíos similares en la gestión de su comunicación interna y la coordinación entre sus áreas.

2.4. Metodología del proyecto

2.4.1 Enfoque de investigación

Para este proyecto, se optó por un **enfoque cuantitativo**. Esto nos permitirá medir y analizar los datos obtenidos de manera objetiva y estadística.

Este enfoque se complementa con un **diseño descriptivo**, lo cual nos facilitará observar y determinar el estado actual de la comunicación interna en los equipos de trabajo de Butik.AI. Así, podremos identificar sus principales características, las dinámicas empleadas, los medios digitales utilizados, la frecuencia de la comunicación y la percepción que tiene el personal al respecto

Como señalan Hernández, et al. (2014), “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para responder preguntas de investigación y probar hipótesis previamente establecidas, confiando en la medición numérica y el análisis estadístico” (p. 4). En esta situación, el estudio busca proporcionar un diagnóstico claro dentro de la empresa que sirva como base para futuras estrategias de mejora en otras organizaciones con relación a la comunicación interna.

2.4.2 Tipo de investigación

La presente investigación posee un carácter aplicado, dado que su propósito es abordar una problemática específica dentro de Butik.AI. Mediante la implementación de encuestas estructuradas, se analizará la correlación entre la calidad de la comunicación y el desempeño de los proyectos.

Este enfoque metodológico nos posibilitará la identificación de patrones, la evaluación de relaciones y la obtención de métricas explícitas. La totalidad de esta información resultará fundamental para la formulación de estrategias que perfeccionen los procesos de gestión y fortalezcan la colaboración interdepartamental.

Además, el estudio propondrá un plan de mejora para la comunicación efectiva entre los equipos de trabajo. Este tipo de investigación tiene por objetivo producir conocimientos aplicables de forma práctica en contextos reales.

Como señalan Hernández-Sampieri et al. (2014), “la investigación aplicada está dirigida a encontrar soluciones a problemas específicos, con la intención de intervenir o mejorar una situación concreta en un entorno determinado” (p. 36).

2.4.3 Diseño de investigación

La investigación presenta un diseño no experimental y transversal, esto es porque el propósito es describir cómo se desarrolla la comunicación interna entre los distintos equipos de trabajo de Butik.ai, e identificar la relación con el desempeño en la gestión de los proyectos, sin intervenir ni manipular las variables. Al tratarse de un estudio transversal, la recolección de datos se realizará en un único momento del tiempo, permitiendo de esta manera obtener una

visión general del estado actual de la empresa. Este diseño facilita considerablemente la obtención de datos cuantificables mediante las encuestas estructuradas, que serán aplicadas a todo el personal de Butik.ai. La información que será recolectada nos permitirá identificar patrones y tendencias en torno a la calidad de la comunicación y los resultados alcanzados por los distintos equipos de trabajo.

2.4.4 Nivel de investigación

El nivel de investigación adoptado en este estudio es descriptivo, ya que se orienta a identificar y caracterizar las principales dimensiones de la comunicación interna dentro de los equipos de trabajo en la empresa Butik.ai. El propósito es ofrecer una visión clara y detallada del estado actual de este proceso comunicacional, entendiendo cómo se percibe, cuáles son sus canales predominantes, su frecuencia, fluidez y posibles barreras, sin establecer relaciones estadísticas con otras variables ni proponer explicaciones causales.

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), el nivel descriptivo se utiliza para “detallar las características de un fenómeno y sus componentes, sin abordar los factores que puedan haber provocado esos resultados” (p. 108). En este estudio, dicho nivel se relaciona con el objetivo de diagnosticar la situación actual de la comunicación interna en la organización, para a partir de esta caracterización, formular propuestas de mejora que respondan a las necesidades reales identificadas en el entorno laboral.

2.4.5 Población

La población total del estudio está conformada por **15 empleados** de Butik.ai involucrados directamente en la gestión de los proyectos de la empresa, entre estos se encuentran los

equipos de desarrollo, marketing, soporte técnico y atención al cliente. Esta población representa al equipo interno de la empresa, siendo su participación clave para evaluar y proponer las mejoras en la comunicación efectiva dentro del entorno laboral.

2.4.6 Muestreo y muestra

En este estudio se trabajará con la población total de la empresa Butik.AI, conformada por 15 colaboradores de las áreas de marketing, soporte y atención al cliente. Debido al pequeño tamaño de la población, no se realizará un muestreo, sino que se aplicará un censo, lo que nos permitirá recolectar datos de todos los integrantes que conforman el equipo de trabajo.

Este enfoque nos garantizará una representación precisa de las percepciones internas sobre la comunicación organizacional por parte de los colaboradores , lo cual es sumamente fundamental para el diseño del plan de mejora ajustado a la realidad que tiene la empresa.

2.4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación utilizará la encuesta como técnica principal para la recolección de datos, enfocada exclusivamente en la comunicación interna de la empresa Butik.ai. El instrumento será una encuesta digital estructurada, realizado mediante un Google Forms. Este cuestionario contendrá únicamente preguntas cerradas, organizadas en escalas de valoración de tipo Likert, lo cual permite obtener datos cuantificables y objetivos.

La aplicación de la encuesta se hará de forma digital y estará dirigida a todo el personal de la organización, aplicando un muestreo censal, con el fin de obtener una visión completa y representativa del estado actual en el cual se encuentra la comunicación interna de Butik.AI.

2.5 Marco referencial

2.5.1 Antecedentes de investigación

2.5.1.1 Antecedentes nacionales

La comunicación interna ha adquirido un rol esencial en el funcionamiento de las organizaciones, ya que su implementación estratégica promueve transformaciones significativas en los equipos de trabajo y, a su vez, genera ventajas para la empresa en su conjunto. En ese marco, se han identificado antecedentes nacionales vinculados con las variables analizadas en esta investigación. A continuación, se presentan los más relevantes:

Según Flores y Romero (2024), realizaron un análisis de la relación entre la comunicación interna de una empresa distribuidora y el desempeño del personal en el entorno laboral. Para ello, se aplicó una metodología de enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo-correlacional y no experimental de tipo transversal. Se diseñaron y utilizaron dos cuestionarios como instrumentos de recolección de datos: uno enfocado en comunicación interna y otro en desempeño laboral. La población estuvo conformada por 185 colaboradores, de los cuales se seleccionó una muestra de 125. Los cuestionarios presentaron un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0,904 para la variable de comunicación interna y 0,820 para desempeño laboral, lo que demuestra que los instrumentos utilizados son válidos y confiables para medir las variables. Los resultados obtenidos, con un valor p de 0,000, confirmaron una relación positiva alta entre ambas variables, con un coeficiente de correlación Rho de 0,714. La investigación concluye que una adecuada comunicación interna está estrechamente vinculada a un mayor rendimiento y compromiso por parte de los colaboradores, favoreciendo así su desempeño laboral.

Linares et al. (2023), en su investigación titulada: “Implementación de tácticas de comunicación interna para la mejora del ambiente laboral en una firma de publicidad de la ciudad de Lima”, identificaron serias deficiencias en la comunicación interna de la entidad. Estas complicaban la adecuada difusión de información y repercutían negativamente en la percepción de los servicios ofrecidos. El propósito central de este estudio fue analizar cómo la comunicación interna influye en el fortalecimiento del clima laboral dentro de la empresa. Para este estudio se adoptó un enfoque metodológico cuantitativo y aplicado, utilizando un cuestionario estructurado de 24 preguntas cerradas aplicado a una muestra de 40 empleados de distintas áreas.

Los resultados revelaron un nivel de insatisfacción entre colaboradores debido a fallos comunicacionales, lo que repercutía directamente en su motivación y desempeño. La investigación concluye que una comunicación interna inadecuada menoscaba el clima organizacional, haciendo indispensable la implementación de estrategias que impulsen la dinámica interna, mejoren la satisfacción laboral y promuevan la permanencia del talento humano.

Enciso y Uculmana (2024), en su estudio titulado: “Relación de la comunicación interna en el clima organizacional del personal del área de operaciones ANTALIS TFM S.A. en Lima, 2023”. El propósito principal de las autoras fue examinar la relación entre la comunicación interna y el clima organizacional en la empresa ANTALIS TFM S.A. El estudio se llevó a cabo con un enfoque cuantitativo, de carácter aplicado, con un alcance correlacional y un diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 50 colaboradores del área de operaciones de las sedes de Callao y San Isidro. Se emplearon dos cuestionarios como instrumentos de recolección de datos: uno sobre comunicación interna, adaptado de

Blanco (2018), y otro sobre clima organizacional, basado en el modelo de Litwin y Stringer (1968), la validación de ambos se realizó por juicio a expertos. Los hallazgos evidenciaron que existía una relación significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional, obteniéndose un valor de Chi cuadrado de 918,889. Se llegó a la conclusión de que el fortalecimiento de la comunicación interna tenía un impacto positivo directo sobre el clima organizacional en el área de operaciones de ANTALIS TFM S.A.

2.5.1.2 Antecedentes internacionales

Jami et al. (2025), en su estudio titulado “Gestión de comunicación interna y su relación con el clima organizacional”, realizado en la Unidad Educativa Fiscal de la ciudad de Puyo, Ecuador, analizó cómo la gestión de la comunicación interna influía en el clima organizacional. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, con un diseño descriptivo y transversal. Para obtener las percepciones del personal docente y administrativo sobre la **claridad, efectividad y accesibilidad de la comunicación interna**, utilizamos **encuestas y entrevistas**.

Aplicamos cuestionarios con escala Likert a **92 participantes**, y complementamos esto con entrevistas estructuradas. Estas últimas nos permitieron explorar a fondo los aspectos cualitativos. La información recolectada fue analizada mediante técnicas de estadística descriptiva, utilizando los programas **Microsoft Excel y SPSS**.

Los resultados revelaron que, si bien los canales de comunicación eran valorados positivamente en general, había **oportunidades de mejora** en la **claridad, accesibilidad y retroalimentación**.

Un número considerable de colaboradores sintió que sus opiniones no eran tomadas en cuenta lo suficiente. Esto afectó la **cohesión y el sentido de pertenencia** dentro de la institución.

Si bien el clima organizacional presentaba un enfoque predominantemente colaborativo, se detectaron áreas de mejora en cuanto a la integración entre departamentos y los canales de participación del personal. Finalmente, se concluyó que una adecuada gestión de la comunicación interna fortalecía la confianza, el compromiso y la coordinación dentro de la organización, mientras que su ausencia o ineficiencia provocaba incertidumbre y desánimo. Como propuesta, se sugirió establecer un sistema de gestión de información más organizado, desarrollar mecanismos eficaces de retroalimentación y fomentar espacios de diálogo entre distintas áreas.

Noguera (2023), en su estudio titulado “Influencia de la comunicación interna en el clima laboral del personal administrativo de una empresa importadora de Guayaquil”, tuvo como objetivo principal establecer el vínculo entre la comunicación interna y el clima laboral del personal administrativo. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con un diseño transeccional. La muestra estuvo conformada por 45 trabajadores administrativos de una empresa importadora en la ciudad de Guayaquil. La herramienta utilizada para la recolección de datos fue un cuestionario estructurado con opciones valoradas en escala de Likert. Entre los resultados más relevantes, se identificaron dificultades en la comunicación descendente, especialmente por parte de jefes y supervisores, quienes no generaban confianza suficiente, afectando de manera negativa el ambiente laboral. Se concluyó que la falta de una comunicación organizacional efectiva, atribuida a la actitud de los altos mandos, perjudica directamente el clima laboral.

Llanos y Tomalá (2024), en su investigación llamada “La comunicación interna, clave

para el desarrollo organizacional de empresas del sector industrial manufacturero ecuatoriano”. El objetivo principal del estudio fue analizar cómo influye la comunicación interna en el desarrollo organizacional de las empresas industriales del sector manufacturero ubicadas en el Cantón Durán, Ecuador. La investigación se abordó desde un enfoque mixto, con un alcance descriptivo y correlacional. La muestra incluyó empresas del rubro industrial manufacturero de la zona mencionada. Para la recolección de datos, se aplicaron encuestas y entrevistas estructuradas. Los resultados de la investigación revelaron que existen deficiencias en los procesos de comunicación interna entre los colaboradores de la empresa y sus jefes directos, lo que afecta desfavorablemente la planificación y el cumplimiento de los objetivos por parte de la institución, debido a esta ausencia de políticas claras en el área. Se concluyó que desarrollar habilidades comunicativas eficientes tanto en los líderes de la empresa como en los colaboradores es esencial para fortalecer el trabajo en equipo, mejorar la productividad y alcanzar el desarrollo organizacional que se desea.

Análisis crítico de los antecedentes

Los antecedentes revisados a nivel nacional como internacional, destacan mucho que la importancia de la comunicación interna es un aspecto clave como el clima laboral, el desempeño de los colaboradores y el desarrollo dentro de la organización.

Sin embargo, la mayor parte de estos estudios se centran en establecer relaciones asociadas entre la comunicación y otras variables (como el desempeño o el clima organizacional). Esto evidencia un vacío en un análisis descriptivo más detallado del funcionamiento de los canales de comunicación como tema principal.

Además, varios estudios utilizan metodologías mixtas o correlacionales, pero no avanzan hacia la propuesta concreta de estrategias de mejora, como lo hace el presente estudio. Por ejemplo:

- A diferencia de Flores y Romero (2024), quienes realizaron un estudio correlacional para analizar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral en una empresa distribuidora de productos tecnológicos, o de Enciso y Uculmana (2024), que se centraron en medir la influencia de la en la satisfacción laboral mediante instrumentos estadísticos, este estudio no se limita en correlacionar variables. En cambio, busca describir detalladamente el estado actual de la comunicación interna en Butik.AI y proponer mejoras específicas adaptadas a su entorno digital, lo cual responde a un enfoque descriptivo-aplicado que permite generar soluciones concretas y viables.
- Cabe señalar que, aunque algunos estudios emplean enfoques híbridos, no profundizan en el análisis detallado de los medios y herramientas digitales utilizados en los procesos comunicacionales. Este es un aspecto crucial en organizaciones tecnológicas como Butik.AI.
- El contexto organizacional de Butik.ai (una empresa tecnológica) también marca una diferencia importante, ya que la mayoría de estudios previos se desarrollan en empresas distribuidoras, publicitarias, educativas o industriales, donde la dinámica interna y los canales de comunicación pueden variar significativamente.

Por lo tanto, el presente estudio aporta un enfoque centrado exclusivamente en la comunicación interna como fenómeno central, utilizando herramientas cuantitativas y

recomendando acciones de mejora específicas, lo cual responde a un vacío metodológico y práctico identificado en los antecedentes analizados.

2.5.2. Marco teórico

2.5.2.1. Estrategia de mejora en la comunicación interna.

Comunicación organizacional

Definición y características.

La comunicación organizacional se refiere a la forma en que se transmiten los mensajes dentro de una organización, tanto entre los diferentes niveles jerárquicos como entre los equipos de trabajo. Esta comunicación es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa, ya que permite coordinar esfuerzos, compartir información y alinearse hacia los objetivos estratégicos.

Características:

- **Interactividad:** Implica tanto la emisión como la recepción de mensajes.
- **Multidireccionalidad:** Abarca comunicación vertical, horizontal y diagonal.
- **Formalidad e informalidad:** La comunicación organizacional puede ser tanto formal (procesos establecidos y documentados) como informal (interacciones espontáneas entre empleados).

Tipos: comunicación interna vs. externa

comunicación interna: Hace referencia al flujo de información dentro de la organización, cuyo propósito esencial es mantener informados a todos los integrantes y alinearlos con los objetivos corporativos. Esta comunicación abarca todos los niveles jerárquicos, desde la alta dirección hasta el personal operativo.

Comunicación externa: Se refiere a los mensajes que la organización emite hacia el exterior, ya sea con clientes, proveedores, socios, o la comunidad en general. Tiene un enfoque hacia la imagen y relaciones públicas de la organización.

Funciones dentro de la cultura y gestión organizacional.

La comunicación organizacional es clave para construir y mantener la cultura organizacional. Facilita la alineación de los valores y objetivos de la empresa con las acciones diarias de los empleados, y es fundamental en la gestión de equipos y recursos humanos.

comunicación interna

Concepto y objetivos.

La comunicación interna es el proceso mediante el cual los miembros de una organización intercambian información relevante para el funcionamiento y la consecución de objetivos de la empresa. Los principales objetivos de la comunicación interna son:

- Informar: Asegurar que toda la organización cuente con información oportuna, pertinente y actualizada.
- Motivar: Impulsar la motivación y el sentido de compromiso del personal a través de una comunicación interna clara y eficaz.

- Facilitar la colaboración: Promover la interacción y cooperación entre diferentes áreas y equipos de trabajo.
- Mejorar el clima laboral: Contribuir con la construcción de un entorno laboral positivo, basado en la transparencia y el respeto mutuo entre los participantes.

Canales formales e informales.

Canales formales: Son canales oficiales elegidos por parte de la empresa para comunicar mensajes de manera oficial. Por ejemplo: reuniones, correos electrónicos, boletines internos, intranet.

Canales Informales: Son todos canales no oficializados por la empresa que surgen de manera espontánea entre los colaboradores en su día a día. Por ejemplo: Mensajes mediante grupos de WhatsApp, conversaciones en los pasillos de la empresa, mensajes de Facebook, Telegram o Instagram.

Elementos clave: claridad, oportunidad, bidireccionalidad.

Claridad: Los mensajes deben ser comprensibles y directos.

Oportunidad: La información debe ser entregada en el momento oportuno para que resulte útil y relevante para las personas.

Bidireccionalidad: Fomentar la retroalimentación entre los encargados y los colaboradores, asegurando que no solo se transmita la información, sino que también se reciban las opiniones, sugerencias e inquietudes.

Importancia en la motivación, clima laboral y productividad.

La comunicación interna tiene un impacto significativo en la motivación de los colaboradores de una empresa, el clima laboral y su rendimiento. Una comunicación clara y efectiva puede ayudar a reducir malos entendidos, mejora el estado de ánimo de los colaboradores y aumentar su eficiencia.

Problemas comunes en la comunicación interna

Barreras comunicacionales: físicas, psicológicas y estructurales.

Las barreras que afectan la comunicación interna pueden ser:

- Físicas: Espacios de trabajo mal organizados o tecnológicos inadecuados que dificultan el acceso a la información.
- Psicológicas: Estigmas, actitudes negativas o falta de confianza entre empleados que dificultan el intercambio abierto de ideas.
- Estructurales: Falta de una estructura organizacional clara, que crea confusión sobre quién debe comunicar qué información y a quién.

Ruido organizacional, falta de retroalimentación, verticalismo comunicativo.

- Ruido organizacional: Factores que distorsionan el mensaje, como mal uso de herramientas o falta de formación para utilizarlas.
- Falta de retroalimentación: Cuando los empleados no reciben respuestas o clarificación sobre los mensajes enviados, se pierde el propósito comunicacional.
- Verticalismo comunicativo: Cuando la comunicación es exclusivamente de arriba hacia abajo, limitando la participación de los empleados en el proceso comunicativo.

Impacto de la mala comunicación en los equipos de trabajo.

La mala comunicación interna puede resultar en desinformación, falta de alineación en los objetivos, reducción de la productividad, conflictos internos y desmotivación de los empleados.

Estrategias de mejora en la comunicación interna

Diagnóstico y evaluación de canales existentes.

Es fundamental realizar una evaluación de los canales de comunicación actuales para identificar sus fortalezas y debilidades. Esto puede incluir encuestas a los empleados, análisis de las herramientas utilizadas y revisión de las prácticas actuales.

Diseño de estrategias: lineamientos, objetivos, públicos internos.

Las estrategias deben incluir lineamientos claros sobre cómo se va a mejorar la comunicación, los objetivos específicos a alcanzar y la identificación de los públicos internos (equipos, departamentos, alta dirección).

Herramientas y soportes tecnológicos: newsletters, intranet, chats corporativos, reuniones eficaces.

Algunas herramientas útiles para mejorar la comunicación interna incluyen:

- Newsletters: Boletines informativos periódicos con novedades importantes.
- Intranet: Plataforma interna para compartir recursos, noticias y documentos relevantes.
- Chats Corporativos: Plataformas como Slack o Microsoft Teams para facilitar la comunicación en tiempo real.

- Reuniones Eficaces: Fomentar reuniones bien estructuradas y enfocadas en la toma de decisiones, con una clara agenda y objetivos.

Gestión del cambio y cultura comunicacional

Rol del liderazgo y la alta dirección.

La alta dirección debe ser un modelo de comunicación abierta, transparentemente transmitiendo los valores organizacionales y la importancia de la comunicación interna. Los líderes deben fomentar una cultura que valore el intercambio de ideas y la retroalimentación.

Promoción de una cultura de comunicación abierta.

Se debe incentivar a todos los niveles de la organización a practicar una comunicación abierta, donde las ideas, comentarios y sugerencias sean bienvenidas y consideradas.

Capacitación y participación del personal.

Es necesario capacitar a los empleados sobre las mejores prácticas de comunicación y proporcionarles las herramientas necesarias para una interacción efectiva.

Indicadores de evaluación

Nivel de satisfacción comunicacional.

Medir cómo los empleados perciben la calidad de la comunicación interna a través de encuestas de satisfacción.

Tiempo de respuesta y claridad de mensajes.

Evaluar qué tan rápido se responden los mensajes y si la información proporcionada es clara y completa.

Participación en canales de comunicación interna.

Analizar la participación activa de los empleados en los canales de comunicación establecidos, como reuniones, chats y plataformas de colaboración.

2.6. Glosario de términos

- **Comunicación efectiva:** Proceso mediante el cual la información es transmitida de manera clara, comprensible y precisa entre las partes involucradas, garantizando que la información sea comprendida por el destinatario y que se logre la acción o respuesta deseada. Implica no solo la claridad en el mensaje, sino también la adaptación al contexto y la disposición para escuchar y retroalimentar, promoviendo así una interacción productiva dentro de la organización.
- **Escucha activa:** Habilidad comunicativa que implica prestar atención plena a lo que dice otra persona, interpretando correctamente su mensaje verbal y no verbal, y respondiendo de forma empática y constructiva.
- **Estrategias Internas:** Conjunto de decisiones y acciones planificadas dentro de una organización para mejorar su funcionamiento y alcanzar los objetivos a nivel interno. Estas estrategias están enfocadas en optimizar procesos, mejorar la comunicación entre equipos, gestionar recursos humanos, y asegurar que todos los miembros de la organización estén alineados con la visión y los valores de la empresa.
- **Eficiencia operativa:** Capacidad de una empresa para optimizar el uso de sus recursos y procesos internos, logrando los objetivos establecidos con el menor desperdicio de tiempo, esfuerzo y costos.

- Feedback (retroalimentación): Es el intercambio de opiniones sobre una tarea realizada, conducta o proceso dentro de la empresa, con el fin de reforzar los aciertos y poder corregir errores, promoviendo la mejora continua de la organización.
- Mejora organizacional: Es el proceso por el cual una empresa identifica, analiza y optimiza sus procesos internos con el objetivo de mejorar su eficiencia, productividad y clima laboral. En el caso de Butik.ai, esta iniciativa se orienta a reforzar la comunicación dentro de la empresa y la coordinación entre los distintos equipos de trabajo en entornos digitales.
- Transformación digital: Es el proceso consiste en implementar tecnologías digitales en todos los procesos de una empresa. Esto no solo mejora su operación y la forma en que entrega valor agregado a sus clientes, sino que también significa una evolución profunda en su cultura organizacional.

III. Resultado de investigación

3.1 Diagnóstico

3.1.1 Diagnóstico de la situación actual

- **Canales Confusos:** Se cuenta con una falta de claridad en los canales de comunicación oficiales dentro de la empresa, lo que genera confusión y duplicación de los mensajes.
- **Baja Retroalimentación:** Los líderes no brindan una correcta retroalimentación a sus equipos, por lo cual limita la mejora continua.
- **Desafíos Híbridos:** Tener una combinación de trabajo remoto y presencial obstaculiza significativamente un flujo de comunicación fluido entre los equipos de trabajo.
- **Saturación Digital:** La excesiva carga de mensajes y la desorganización en las herramientas digitales dan por resultado una saturación de la información, lo que reduce la efectividad de la comunicación y genera confusión.
- **Carencia de Capacitación:** La empresa no ha implementado formación a sus colaboradores sobre las buenas prácticas de comunicación ni sobre el uso eficiente de las herramientas colaborativas.
- **Oportunidades Tecnológicas Ignoradas:** A pesar de contar con herramientas colaborativas, como Slack y Notion, está faltando un proceso estandarizado y una cultura del uso eficiente de estas herramientas.
- **Compromiso Impactado:** La ausencia de una correcta comunicación entre los equipos de trabajo afecta negativamente el compromiso laboral, aumentando el riesgo de rotación del personal en la empresa.

Estos hallazgos subrayan la **necesidad imperante de reorganizar y reforzar la**

comunicación interna con un enfoque integral que combine tecnología, liderazgo y cultura organizacional.

3.2.2 Análisis FODA

A continuación, presentamos el análisis FODA, esta herramienta nos permite visualizar de forma estructurada y clara las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que hemos podido identificar en la comunicación interna de la empresa [Butik.AI](#).

Tabla 1: Análisis FODA de la comunicación interna en Butik.AI

DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de claridad en los canales oficiales.	Saturación digital que puede generar confusión si no se gestiona.
Retroalimentación insuficiente de líderes.	
Dificultad en comunicación en modalidad híbrida.	Cambios constantes en e-commerce que exigen respuestas rápidas.
Riesgo de rotación por falta de compromiso o mal clima laboral.	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Uso de herramientas modernas (Slack, Notion)	Herramientas tecnológicas accesibles para mejorar la comunicación (IA, dashboards, etc.).
Cultura organizacional orientada a la innovación.	Tendencia global a fortalecer la comunicación interna en entornos digitales
Capacidad de respuesta rápida ante cambios tecnológicos.	Mayor valorización del clima laboral como ventaja competitiva.

Síntesis del Análisis FODA

El análisis realizado demuestra que, si bien Butik.AI posee fortalezas considerables, como el uso de herramientas digitales avanzadas y una cultura pro-innovación, también presenta debilidades estructurales que limitan la efectividad de su comunicación interna.

Aspectos como la deficiente de claridad en los canales de comunicación, la escasa retroalimentación por parte de los líderes, los desafíos naturales del modelo de trabajo híbrido y los riesgos de rotación de personal por la falta de compromiso o mal clima laboral exigen una atención prioritaria. Sumado a esto, amenazas externas como el acelerado ritmo de cambio en el sector del e-commerce incrementan la urgencia de establecer un sistema de comunicación interna que sea ágil, cohesivo y estratégicamente alineado a las necesidades de la empresa.

En consecuencia, se justifica completamente la implementación de una propuesta de plan de mejora. Este plan debe potenciar las capacidades existentes de la empresa, capitalizar las oportunidades tecnológicas y, simultáneamente, mitigar las debilidades y los riesgos identificados en el FODA.

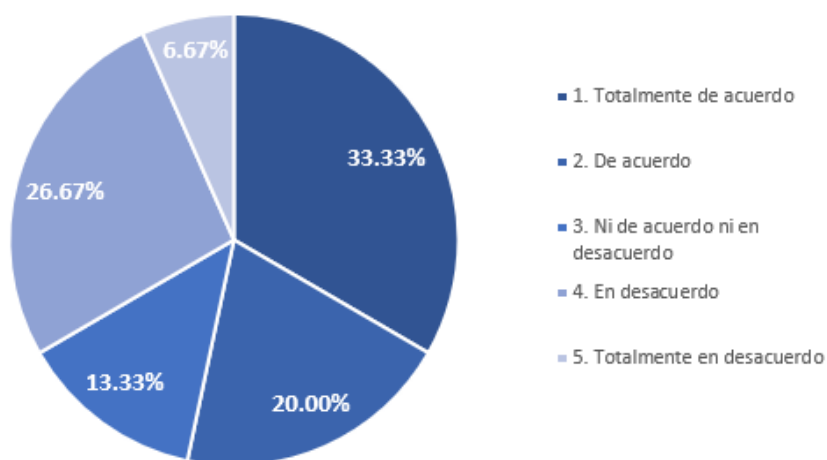
3.2. Análisis de resultados descriptivos

Tabla 2: Los canales oficiales de comunicación interna en Butik.ai están claramente definidos.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	5	33.33%
De acuerdo	3	20%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	2	13.33%
En desacuerdo	4	26.67%
Totalmente en desacuerdo	1	6.67%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 1: Los canales oficiales de comunicación interna en Butik.ai están claramente definidos.



Nota: De los participantes encuestados, el 53.33% (8 de 15) estuvo de acuerdo o estuvo muy de acuerdo en que los canales oficiales están claramente definidos, mientras que un cierto nivel de desacuerdo proviene del 33.34% (5 de 15). Este resultado muestra que, aunque se cumple con un cierto nivel de claridad para la mayoría, aún un número considerable de empleados percibe una falta de suficiencia o claridad en los canales de comunicación

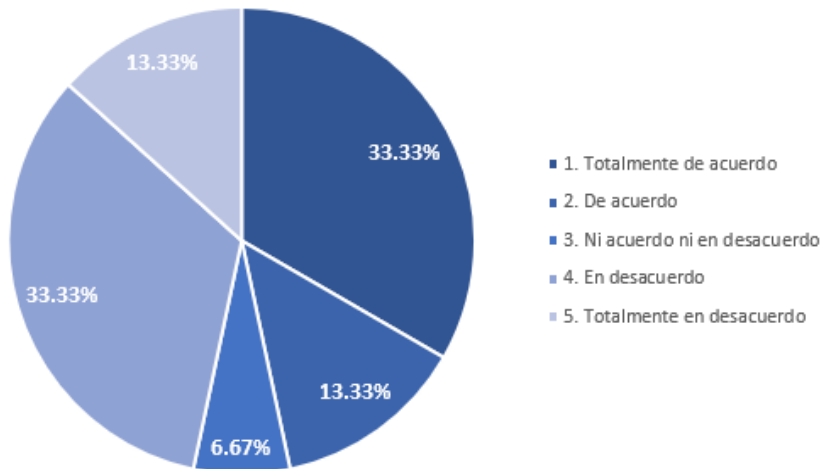
proporcionados. Por lo tanto, esta área requiere atención como parte de los esfuerzos para mejorar la comunicación interna de la organización.

Tabla 3: Sé en qué canal debo comunicarme según el tipo de mensaje o urgencia.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	5	33.33%
De acuerdo	2	13.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	1	6.68%
En desacuerdo	5	33.33%
Totalmente en desacuerdo	2	13.33%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 2: Sé en qué canal debo comunicarme según el tipo de mensaje o urgencia.



Nota: El 46.66 % de los encuestados, 7 de 15 personas, estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo en saber qué canal usar. El mismo porcentaje manifestó su desacuerdo o total desacuerdo. Tal polaridad puede indicar una falta de claridad o capacitación. Podría ser que el personal desconozca cómo elegir el canal de comunicación correcto dependiendo del tipo de comunicado. Como resultado, la eficiencia de la comunicación de la empresa puede verse

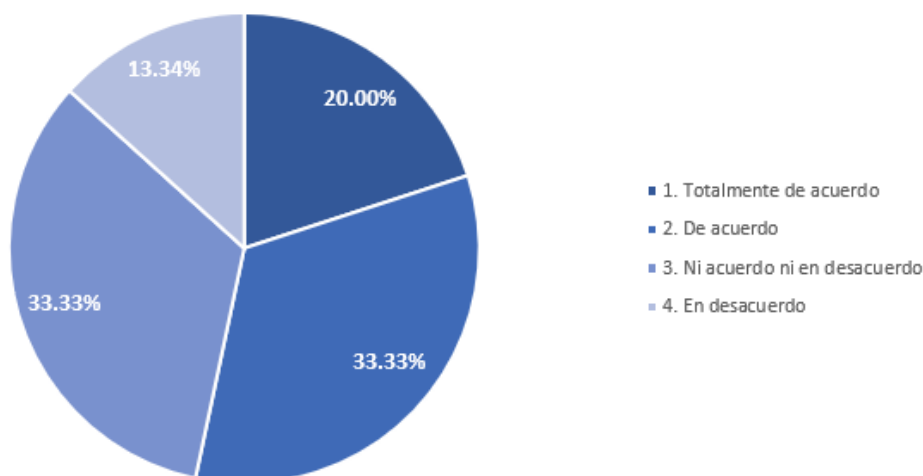
afectada negativamente. Por lo tanto, sería beneficioso revisar las políticas de comunicación interna y educar más a los trabajadores sobre la adecuación de la selección del canal.

Tabla 4: Las herramientas digitales utilizadas para la comunicación diaria (Slack, correo, Notion, etc.) son efectivas.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	3	20%
De acuerdo	5	33.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	5	33.33%
En desacuerdo	2	13.34%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 3: Las herramientas digitales utilizadas para la comunicación diaria (Slack, correo, Notion, etc.) son efectivas



Nota: El 53,33% de las personas encuestadas (8 sobre 15) coinciden o coinciden totalmente sobre la eficacia de las herramientas digitales utilizadas; por otro lado, un 33,33% ocupan una posición neutra y solo un 13,34% están en desacuerdo, mientras que no hay respuestas en

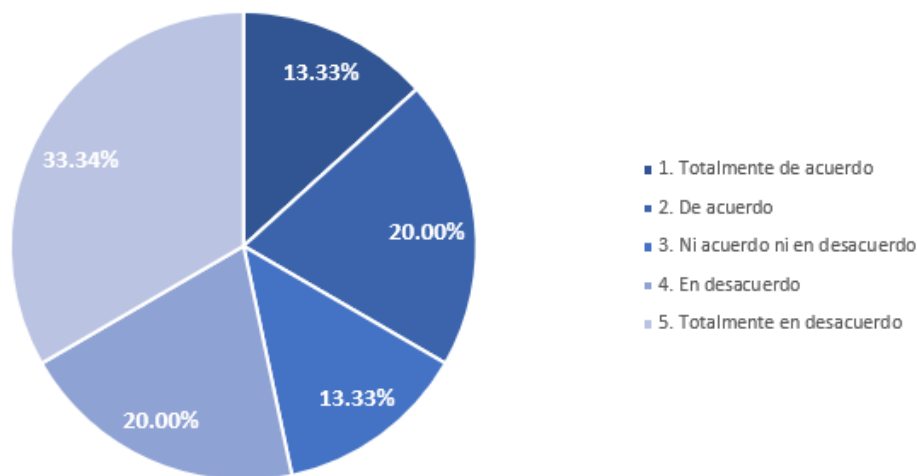
total desacuerdo. Todo ello pone de manifiesto una percepción global positiva, aunque la proporción de respuestas neutras sugiere que queda todavía margen para optimizar la experiencia de uso o impulsar la integración de tales herramientas en los flujos de trabajo cotidianos.

Tabla 5: Los mensajes importantes son priorizados adecuadamente en los canales internos.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	2	13.33%
De acuerdo	3	20%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	2	13.33%
En desacuerdo	3	20%
Totalmente en desacuerdo	5	33.34%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 4: Los mensajes importantes son priorizados adecuadamente en los canales internos.



Nota: Apenas un 33.33% de los encuestados (5 de un total de 15) están de acuerdo en que los mensajes internos son correctamente priorizados, frente a un 53.34% (8 de 15) que

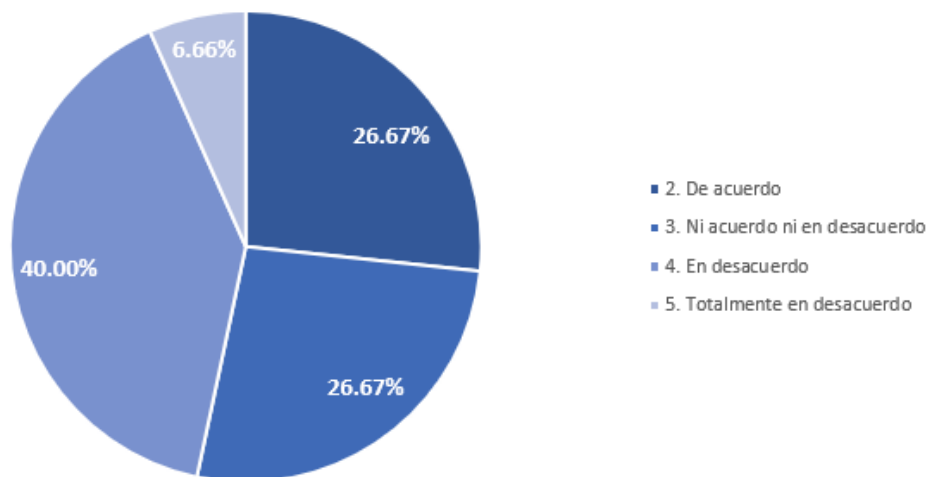
manifestaba estar en desacuerdo o en desacuerdo absoluto. Este resultado se traduce en una clara debilidad de la que adolece el sistema de gestión de la comunicación interna, especialmente en el ámbito de la jerarquización de la información relevante. Esta debilidad podría llevar a la desinformación, a la pérdida de atención o a la confusión de los equipos. Se recomienda una serie de protocolos básicos del sistema de priorización comunicacional, así como la correcta aplicación de los mismos a través de los canales de comunicación oficiales.

Tabla 6: Recibo información relevante de la empresa de manera oportuna.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	4	26.67%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	4	26.67%
En desacuerdo	6	40%
Totalmente en desacuerdo	1	6.66%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 5: Recibo información relevante de la empresa de manera oportuna.



Únicamente un 33.33% (5 sobre 15) de los encuestados piensa que los mensajes internos se

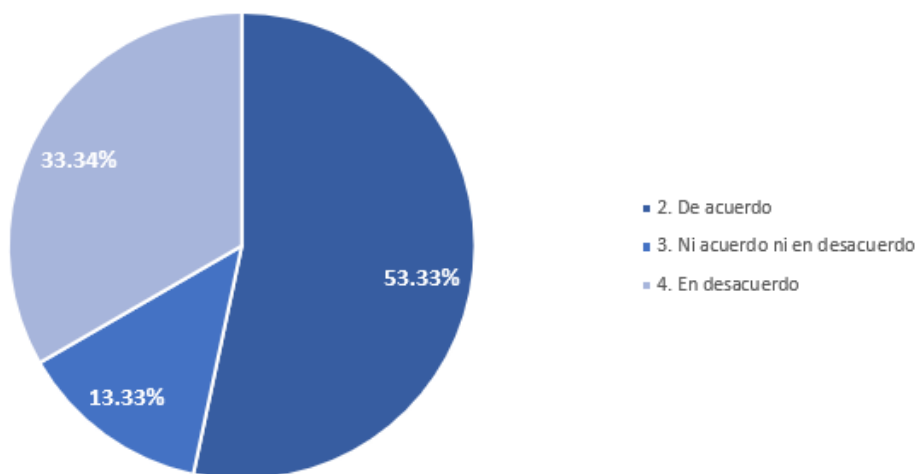
priorizan de forma correcta, mientras que un 53.34% (8 sobre 15) expresan estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo; esto pone de manifiesto las carencias de la gestión de la comunicación interna, muy especialmente, la jerarquización de la información imprescindible. Dicha carencia puede hacer que se genere desinformación, que se pierda el punto de mira y también que se genere confusión en los diferentes equipos. Por ello, se recomienda establecer protocolos de jerarquización de los mensajes que sean claros y que ayuden a la buena práctica de estos protocolos en un canal de difusión oficial.

Tabla 7: Recibo actualizaciones frecuentes sobre los proyectos en los que participo.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	8	53.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	2	13.33%
En desacuerdo	5	33.34%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 6: Recibo actualizaciones frecuentes sobre los proyectos en los que participo.

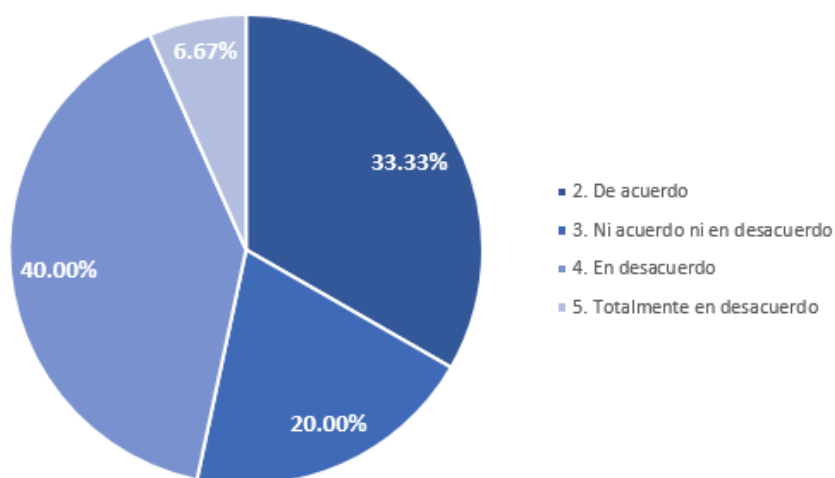


Nota: Aunque una mayoría relativa de los colaboradores (53.33%) afirman recibir actualizaciones frecuentes sobre los proyectos en los que participa, el 33.34% manifiesta el desacuerdo y el 13.33% permanece neutral. Si bien la opinión común es favorable, la cantidad notable de comentarios desfavorables muestra que todavía hay áreas en las que la información sobre el progreso o las actualizaciones en los proyectos no está clara. Esto indica el requisito de mejorar las verificaciones regulares y los sistemas de respuesta, asegurándose de que cada miembro del equipo se actualice siempre y de inmediato.

Tabla 8: La comunicación interna se adapta bien al ritmo rápido del entorno eCommerce.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	5	33.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	3	20%
En desacuerdo	6	40%
Totalmente en desacuerdo	1	6.67%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 7: La comunicación interna se adapta bien al ritmo rápido del entorno eCommerce.

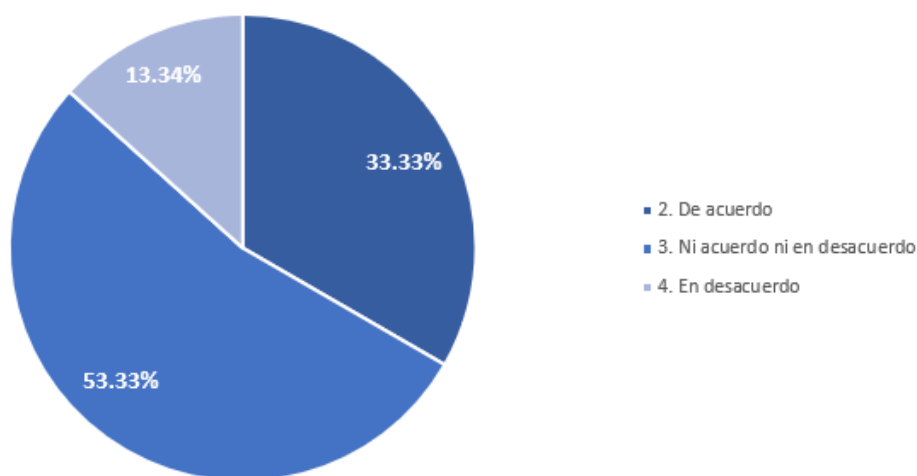
El 46,67% (7 de 15) se opone o se opone fuertemente a esta afirmación, mientras que el 33,33% está a favor. Además, el 20% mantiene una postura equilibrada. Estas cifras implican que la flexibilidad de comunicación actual no satisface las necesidades del sector, potencialmente dañando el trabajo en equipo y las opciones en situaciones cambiantes. Por lo tanto, se recomienda examinar los métodos y dispositivos de conversación para mejorar su rapidez, lucidez y capacidad de reacción.

Tabla 9: Los mensajes institucionales que recibo son claros y comprensibles.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	5	33.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	8	53.33%
En desacuerdo	2	13.34%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 8: Los mensajes institucionales que recibo son claros y comprensibles.

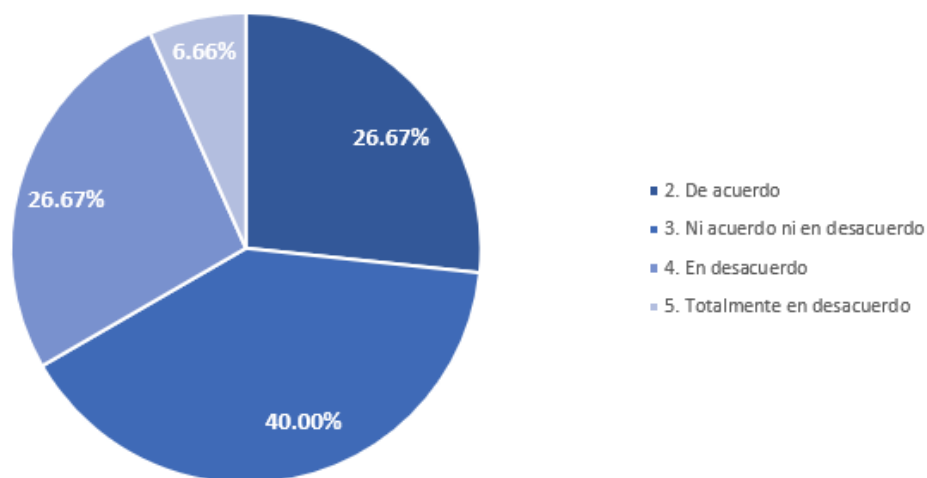


Nota: Si bien un tercio de los participantes (33.33%) opina que los comunicados son comprensibles, la mayor parte (53.33%) prefiere no definirse, lo cual podría indicar cierta duda o variabilidad en cómo se transmiten tales comunicados. Apenas un 13.34% manifiesta no estar de acuerdo, sin que haya opiniones extremas. Esta repartición señala la conveniencia de refinar la forma, organización y orientación de los comunicados corporativos, buscando una comunicación más simple, fácil y eficaz para todos los empleados.

Tabla 10: Recibo instrucciones específicas y fáciles de entender para realizar mis tareas.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	4	26.67%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	6	40%
En desacuerdo	4	26.67%
Totalmente en desacuerdo	1	6.66%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 9: Recibo instrucciones específicas y fáciles de entender para realizar mis tareas.

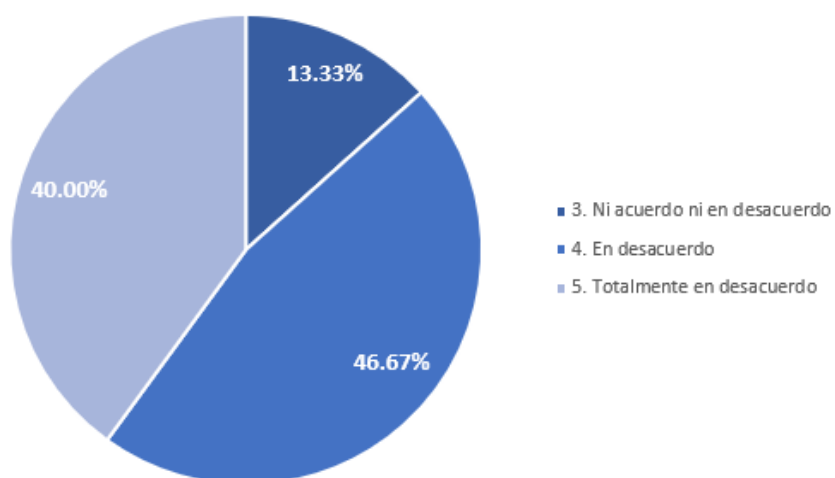
Nota: Apenas un 26.67% de las personas que respondieron sienten que las directrices que reciben son nítidas, en tanto que otro 26.67% expresa su disconformidad y un 6.66% se muestra completamente en desacuerdo. Sumado a esto, un 40% permanece indeciso, lo que podría indicar cierta falta de claridad o variaciones en la forma en que se transmiten las órdenes. Este panorama podría estar influyendo negativamente en la eficacia del trabajo y en la independencia de los empleados.

Tabla 11: La terminología utilizada en la comunicación interna es adecuada para todos los equipos.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	2	13.33%
En desacuerdo	7	46.67%
Totalmente en desacuerdo	6	40%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 10: La terminología utilizada en la comunicación interna es adecuada para todos los equipos.



Nota: Una gran mayoría, específicamente el 86.67% de las personas consultadas (13 de 15), expresó su desacuerdo o total desacuerdo; ninguna respuesta fue favorable. Un pequeño 13.33% prefirió no definirse. Este resultado pone de manifiesto un importante problema de comunicación, que quizás tenga su origen en el uso de jerga técnica, imprecisiones o falta de coherencia lingüística entre departamentos. En consecuencia, se sugiere revisar y estandarizar el vocabulario corporativo. El objetivo es fomentar un lenguaje transparente,

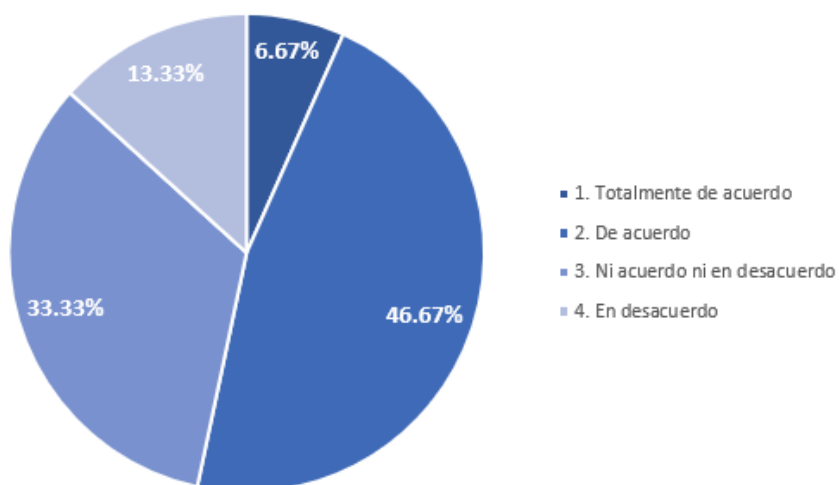
accesible y fácil de entender para todos los grupos, optimizando así la eficiencia y la armonía en la comunicación interna.

Tabla 12: Necesito pedir aclaraciones con frecuencia sobre los mensajes que recibo.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	1	6.67%
De acuerdo	7	46.67%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	5	33.33%
En desacuerdo	2	13.33%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 11: Necesito pedir aclaraciones con frecuencia sobre los mensajes que recibo.



Nota: La afirmación cuenta con el acuerdo o total acuerdo del 53.34% (8 de 15) del personal, un 33.33% se declara neutral y solo un 13.33% en desacuerdo.

Esta inclinación indica problemas en la claridad y exactitud de la comunicación interna, con el riesgo de provocar confusión, demoras o errores en la ejecución de tareas. Por tanto, es

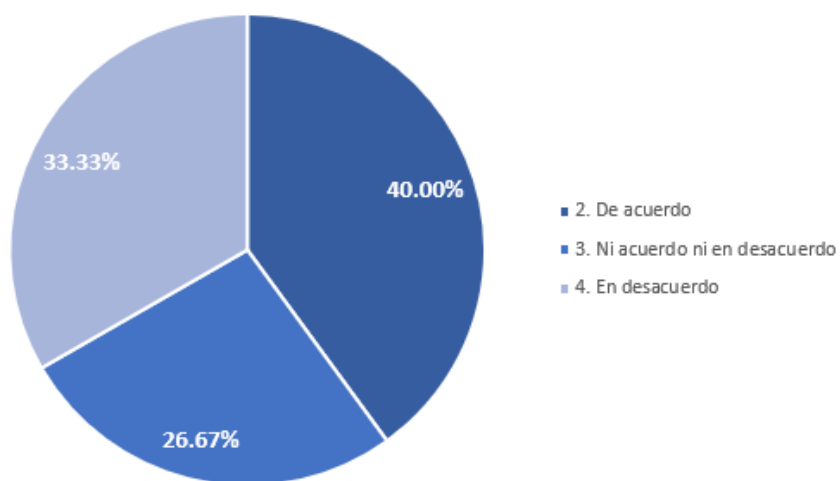
fundamental perfeccionar la elaboración de los mensajes. Se aconseja utilizar un lenguaje conciso, organizado y pertinente al contexto para disminuir las solicitudes de información adicional y favorecer una comprensión más ágil y efectiva.

Tabla 13: Mi líder directo se comunica de forma clara y constante con el equipo.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	6	40%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	4	26.67%
En desacuerdo	5	33.33%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 12: Mi líder directo se comunica de forma clara y constante con el equipo.



Nota: Un 40% de los colaboradores afirma que su líder se comunica de forma clara y constante. Sin embargo, un 33.33% expresa desacuerdo, y un 26.67% se mantiene neutral. Aunque existe una valoración inicial favorable, la suma de percepciones neutras y negativas (60%) evidencia un área de mejora en cuanto a la frecuencia y claridad de la comunicación

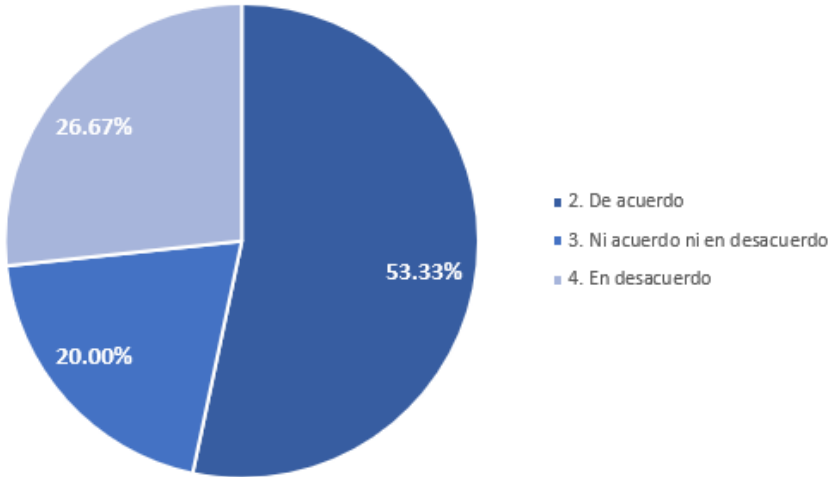
por parte de los líderes. Se recomienda fortalecer las habilidades comunicativas del liderazgo y fomentar una cultura de comunicación proactiva, cercana y continua con los equipos.

Tabla 14: Recibo retroalimentación oportuna sobre mi desempeño o tareas asignadas.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	8	53.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	3	20%
En desacuerdo	4	26.67%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 13: Recibo retroalimentación oportuna sobre mi desempeño o tareas asignadas.



Nota: Un 53.33% de los participantes, específicamente 8 de 15, coinciden en que sí reciben esta clase de "feedback", mientras que un 20% prefiere no definirse y un 26.67% expresa su desacuerdo. A pesar de que la mayoría siente que sí hay retroalimentación, la cantidad de personas que no están de acuerdo no es para nada baja. Esto nos da a entender que, si bien hay ciertos equipos que lo están haciendo bien, sería bueno unificar y hacer más fuertes los

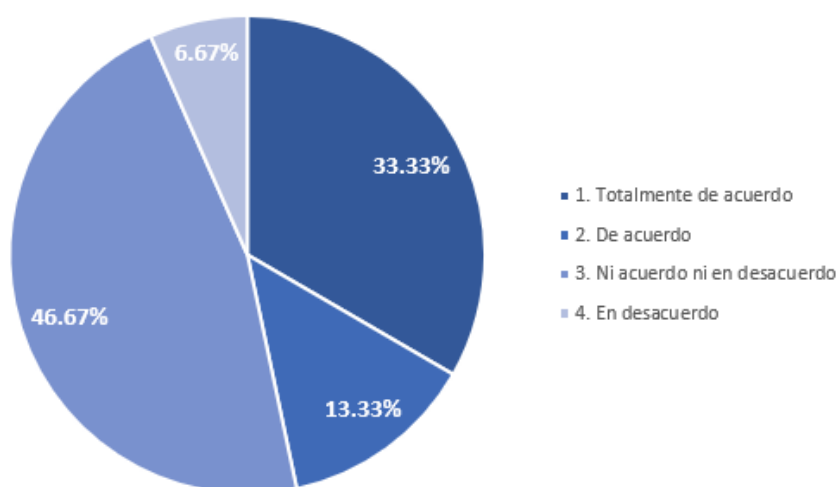
métodos para dar retroalimentación a tiempo en toda la empresa, con el objetivo de siempre ir mejorando y que todos tengan las mismas expectativas.

Tabla 15: Puedo expresar dudas o inquietudes directamente con mi líder sin dificultades.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	5	33.33%
De acuerdo	2	13.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	7	46.67%
En desacuerdo	1	6.67%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 14: Puedo expresar dudas o inquietudes directamente con mi líder sin dificultades.



Nota: Un 46.66% de las personas que respondieron (siete de quince) se inclinan a estar de acuerdo, o completamente de acuerdo, con lo que se plantea aquí, mientras que otro 46.67% prefiere no tomar partido. Apenas un 6.67% muestra su desacuerdo. Si bien el desacuerdo no es muy común, la cantidad considerable de respuestas neutrales podría indicar cierta incertidumbre o experiencias variadas en cuanto a qué tan abiertos son los líderes a

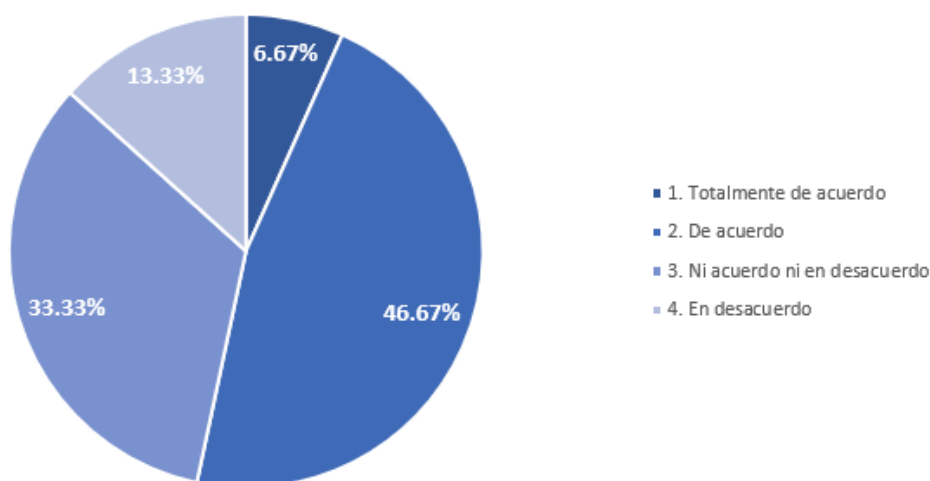
comunicarse. Sería bueno crear ambientes de conversación sin riesgos y hacer más fuerte la comunicación en ambos sentidos para que los líderes y sus equipos se entiendan mejor y haya más confianza en el ambiente.

Tabla 16: Mi líder fomenta un ambiente de comunicación abierta y respetuosa.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	1	6.67%
De acuerdo	7	46.67%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	5	33.33%
En desacuerdo	2	13.33%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 15: Mi líder fomenta un ambiente de comunicación abierta y respetuosa.



Nota: El 53.33% de los encuestados (8 de 15) está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que su líder fomenta una comunicación abierta y respetuosa, mientras que un 33.33% mantiene una posición neutral y solo un 13.33% está en desacuerdo. Aunque la valoración general es favorable, el número significativo de respuestas neutrales sugiere que aún hay

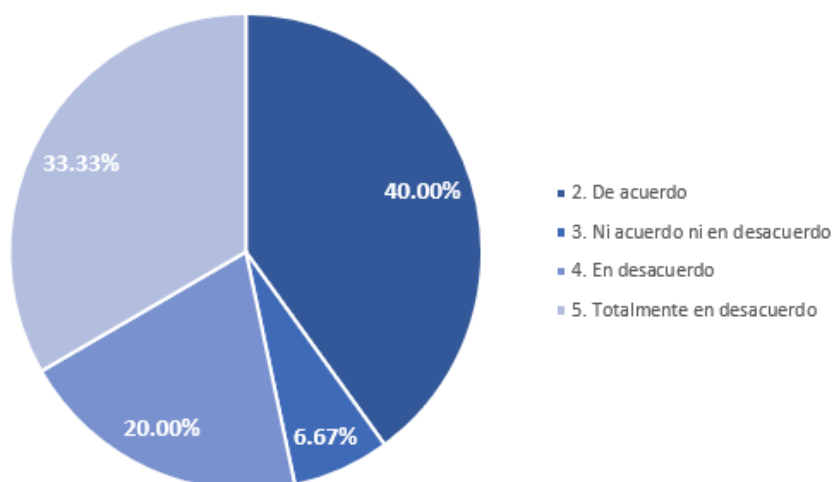
margen para reforzar prácticas que consoliden este tipo de ambiente en todos los equipos. Se recomienda continuar fortaleciendo el liderazgo empático, la escucha activa y la apertura al diálogo para consolidar una cultura organizacional basada en la confianza y el respeto.

Tabla 17: Existe una buena coordinación y comunicación entre mi equipo y otras áreas de la empresa.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	6	40%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	1	6.67%
En desacuerdo	3	20%
Totalmente en desacuerdo	5	33.33%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 16: Existe una buena coordinación y comunicación entre mi equipo y otras áreas de la empresa.



Nota: Aunque el 40% de los encuestados (6 de 15) está de acuerdo con que existe una buena coordinación, un 53.33% manifiesta algún nivel de desacuerdo (33.33% totalmente en

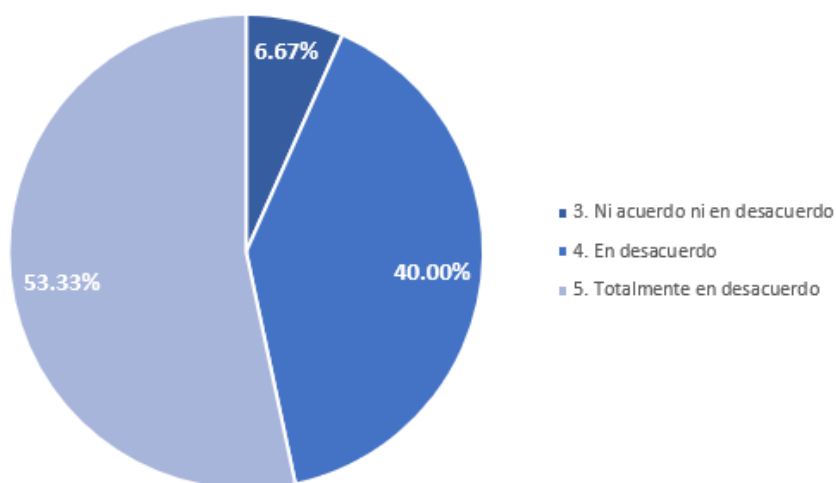
desacuerdo y 20% en desacuerdo). Solo un 6.67% se mantiene neutral. Esta situación sugiere que hay fallas importantes en la colaboración interáreas, lo que puede generar fricciones operativas, duplicidad de esfuerzos o pérdida de información clave. Se recomienda revisar los flujos de comunicación entre departamentos, establecer canales transversales efectivos y fomentar espacios de trabajo colaborativo para mejorar la integración organizacional.

Tabla 18: La modalidad de trabajo (remoto o híbrido) afecta negativamente la comunicación entre equipos.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	1	6.67%
En desacuerdo	6	40%
Totalmente en desacuerdo	8	53.33%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 17: La modalidad de trabajo (remoto o híbrido) afecta negativamente la comunicación entre equipos.



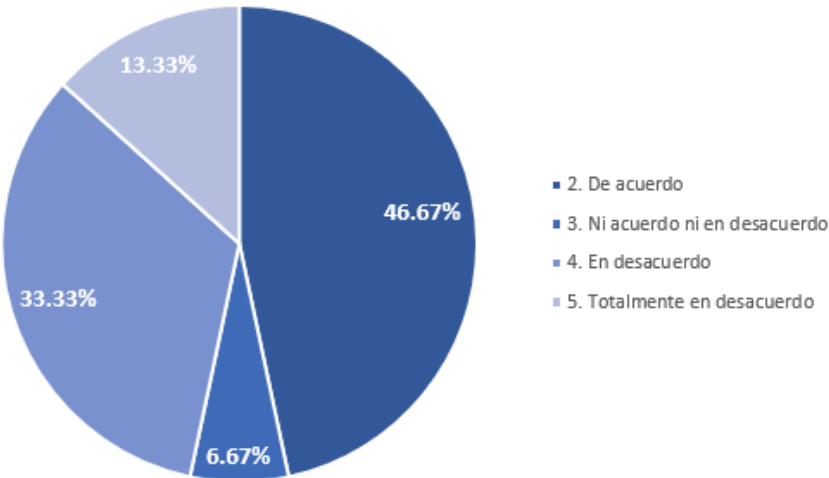
Nota: Un 93.33% (14 de 15) del personal está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con esta afirmación, mientras que solo un 6.67% se mantiene neutral y no se registraron respuestas afirmativas. Esta percepción sugiere que los mecanismos y canales de comunicación en entornos remotos o híbridos están operando con efectividad, facilitando una interacción adecuada entre los equipos. Por ello, recomendamos seguir fortaleciendo estas prácticas y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Tabla 19: Los objetivos en proyectos que involucran a varias áreas se comunican con claridad.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	7	46.67%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	1	6.67%
En desacuerdo	5	33.33%
Totalmente en desacuerdo	2	13.33%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 18: Los objetivos en proyectos que involucran a varias áreas se comunican con claridad.



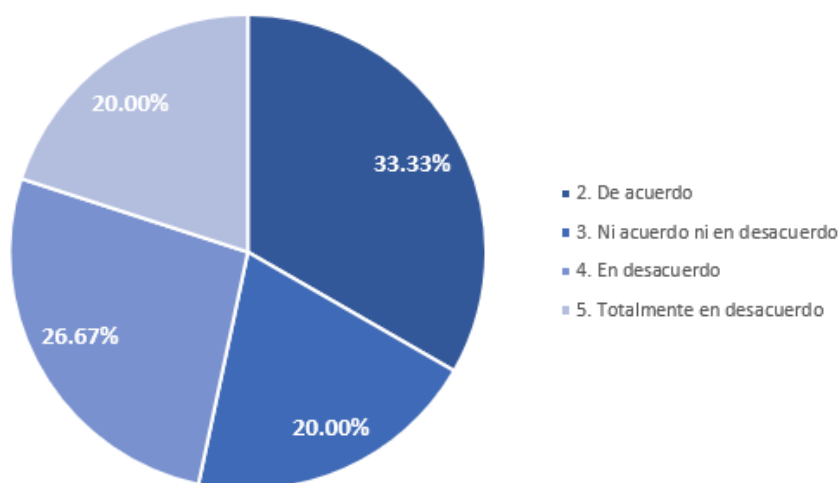
Nota: Si bien el 46.67% de los encuestados (7 de 15) está de acuerdo con que estos objetivos son comunicados con claridad, un 46.66% (sumando desacuerdo y total desacuerdo) tiene una opinión contraria. Solo un 6.67% se mantiene neutral. Esta distribución evidencia que, aunque casi la mitad del equipo percibe una buena comunicación, la otra mitad encuentra deficiencias que podrían afectar la coordinación interdepartamental. Se recomienda reforzar la comunicación transversal en los proyectos, estableciendo objetivos claros, compartidos y validados por todas las áreas involucradas.

Tabla 20: Recibo respuestas ágiles y efectivas al colaborar con otros departamentos.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	5	33.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	3	20%
En desacuerdo	4	26.67%
Totalmente en desacuerdo	3	20%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 19: Recibo respuestas ágiles y efectivas al colaborar con otros departamentos.



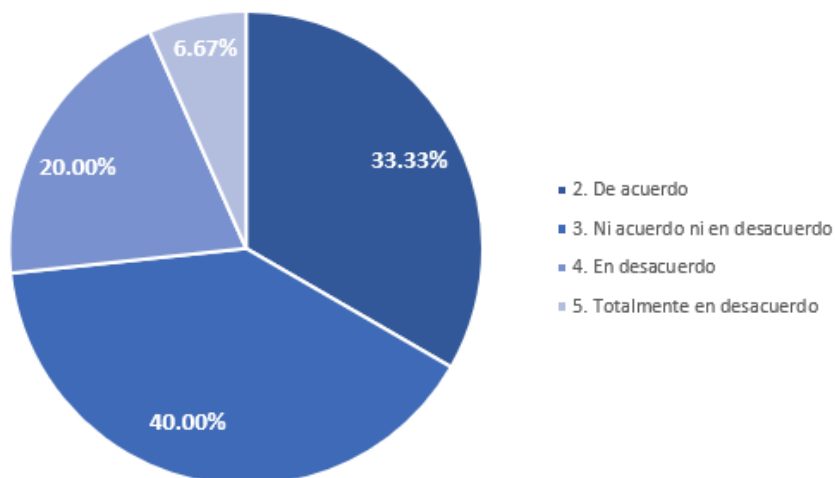
Nota: Solo el 33.33% de los encuestados (5 de 15) considera que recibe respuestas ágiles y efectivas, mientras que un 46.67% manifiesta algún nivel de desacuerdo (26.67% en desacuerdo y 20% totalmente en desacuerdo). El 20% restante se mantiene neutral. Esta distribución revela una brecha significativa en la colaboración interdepartamental, lo que puede afectar la eficiencia operativa y los tiempos de respuesta. Por ello, se recomienda implementar acuerdos de nivel de servicio internos (SLAs), clarificar responsabilidades y fomentar una cultura de colaboración proactiva entre las áreas.

Tabla 21: Me siento informado sobre lo que ocurre en la empresa más allá de mi rol específico.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	5	33.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	6	40%
En desacuerdo	3	20%
Totalmente en desacuerdo	1	6.67%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 20: Me siento informado sobre lo que ocurre en la empresa más allá de mi rol específico.



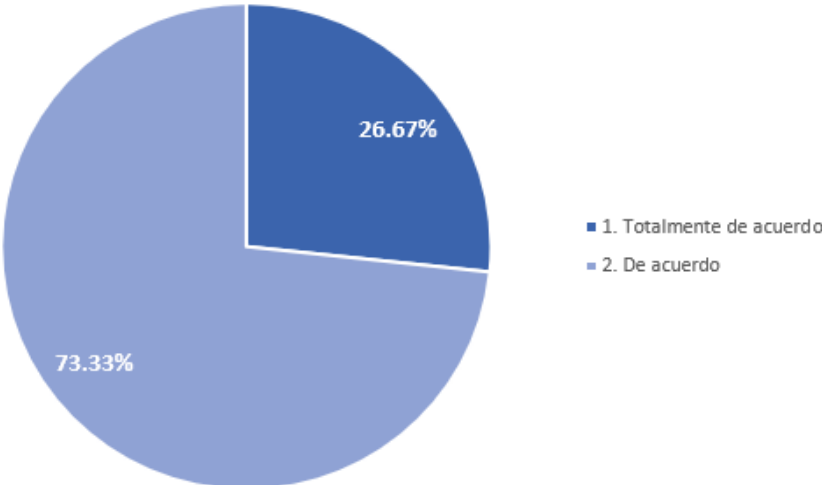
Nota: Solo un 33.33% está de acuerdo con sentirse informado, mientras que un 40% se mantiene en una postura neutral y un 26.67% expresa algún nivel de desacuerdo. Esta distribución sugiere que muchos colaboradores no perciben una comunicación transversal clara o suficiente sobre la situación general de la organización, lo cual puede afectar el sentido de pertenencia y alineación con los objetivos globales. Se recomienda implementar boletines internos, reuniones informativas o canales de actualización que refuercen la visibilidad de decisiones, avances y logros organizacionales para todo el personal.

Tabla 22: La comunicación interna me ayuda a trabajar de forma más eficiente.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	4	26.67%
De acuerdo	11	73.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 21: La comunicación interna me ayuda a trabajar de forma más eficiente.



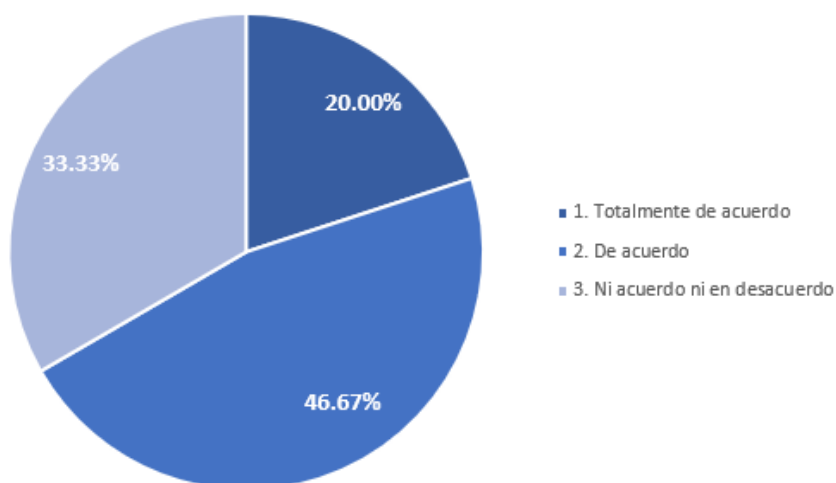
Nota: La totalidad de los encuestados expresa su acuerdo o total acuerdo respecto a que la comunicación interna contribuye a una mayor eficiencia en sus labores, sin que se hayan reportado opiniones neutrales o negativas. Este resultado corrobora que los canales, contenidos y dinámicas comunicacionales vigentes desempeñan eficazmente su función de soporte operativo. Por consiguiente, se aconseja sostener y consolidar estas prácticas exitosas, asegurando su uniformidad y flexibilidad ante eventuales modificaciones organizacionales o contextuales.

Tabla 23: Me gustaría que se usarán formatos más visuales o dinámicos para comunicar mensajes internos.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	3	20%
De acuerdo	7	46.67%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	5	33.33%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 22: Me gustaría que se usarán formatos más visuales o dinámicos para comunicar mensajes internos.



Nota: El 66.67% de los encuestados (10 de 15) está de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta preferencia, mientras que el 33.33% se mantiene neutral y no se registraron respuestas en desacuerdo. Esta tendencia evidencia una clara oportunidad para optimizar los métodos de comunicación interna. Sugerimos incorporar recursos visuales como infografías, videos breves o presentaciones interactivas. Esto no solo facilitará la comprensión y retención del mensaje,

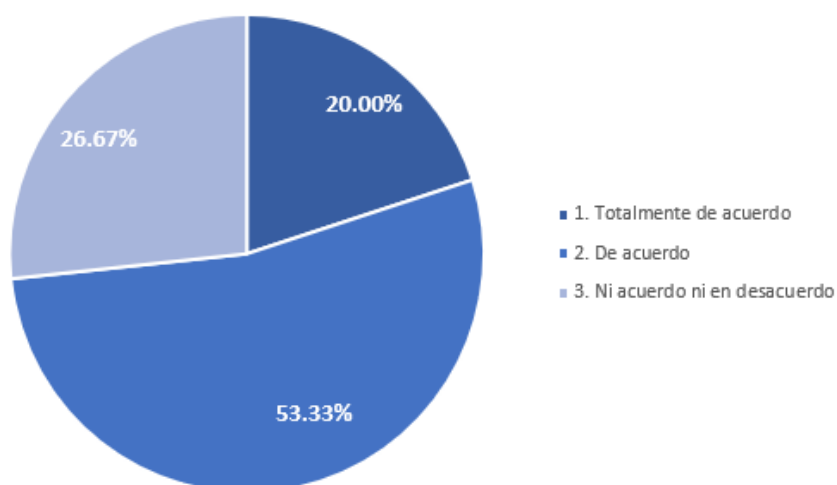
sino que también lo hará más atractivo. Adoptar estos formatos puede fortalecer el *engagement* y la efectividad de la comunicación en la organización.

Tabla 24: Considero importante que la empresa invierta en mejorar la comunicación interna.

Nivel	n	%
Totalmente de acuerdo	3	20%
De acuerdo	8	53.33%
Ni acuerdo ni en desacuerdo	4	26.67%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 23: Considero importante que la empresa invierta en mejorar la comunicación interna.



Nota: Un 73.33% de los encuestados (11 de 15) está de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta afirmación, y el 26.67% se mantiene neutral, sin registrarse opiniones en desacuerdo.

Esta respuesta demuestra un reconocimiento colectivo del valor estratégico de la comunicación interna, así como una clara apertura hacia iniciativas de mejora en este ámbito. Por lo tanto, recomendamos aprovechar este fuerte respaldo para implementar acciones

concretas. Esto podría incluir capacitación en comunicación, la adopción de nuevas herramientas o el rediseño de canales, todo con el fin de contribuir al fortalecimiento organizacional.

IV. Propuesta de mejora del plan de comunicación interna

Los resultados del análisis cuantitativo del capítulo anterior revelan deficiencias significativas en la comunicación interna de Butik.AI. Entre los principales hallazgos, destacan la falta de claridad en los mensajes, el uso inadecuado de los canales de comunicación y la escasa retroalimentación por parte de los líderes. Estas problemáticas han generado consecuencias como la descoordinación entre áreas, la repetición innecesaria de tareas y una disminución en la eficiencia del trabajo colaborativo.

Sobre la base de este diagnóstico, se ha elaborado un plan de mejora estructurado con el objetivo de subsanar las debilidades principales identificadas. Esta propuesta persigue optimizar la utilización de los canales internos, homogeneizar el lenguaje organizacional, incentivar los espacios de retroalimentación y propiciar una cultura comunicacional más transparente, eficaz y en sintonía con la dinámica digital de la organización.

4.1 Componentes del plan

4.1.1 Justificación del plan de mejora

La comunicación interna es un pilar fundamental para potenciar el clima organizacional, optimizar la colaboración interdepartamental y alinear a los colaboradores con la estrategia empresarial. Sin embargo, el diagnóstico de Butik.AI evidenció problemas como el uso inadecuado de canales formales, información desactualizada y la ausencia de espacios regulares para la retroalimentación.

Para abordar esta situación, planteamos un plan integral que busca reorganizar los procesos de comunicación, maximizar el aprovechamiento de herramientas digitales y consolidar una

sólida cultura de comunicación interna. Con esto, pretendemos mejorar el flujo de información y robustecer el compromiso de los equipos.

4.1.2 Objetivo general del plan

El propósito es diseñar e implementar un plan de mejora para la comunicación interna en Butik.AI que promueva eficazmente la transparencia, el trabajo colaborativo y el bienestar laboral. Esto implicará el uso estratégico de herramientas digitales y la integración de buenas prácticas comunicacionales, ajustadas al contexto organizacional.

4.1.3 Acciones

Actividad 1: Rediseño del flujo de comunicación interna

Objetivo específico de la actividad: Optimizar el flujo de comunicación interna en Butik.AI mediante la definición clara de funciones, responsabilidades y canales formales de información, asegurando una circulación efectiva y oportuna de mensajes entre todos los niveles organizacionales.

Contenido de la actividad:

1. Levantamiento de información organizacional
 - Entrevistas semiestructuradas a líderes de área.
 - Revisión de organigramas y descripciones de puesto.
2. Mapeo del flujo actual de comunicación
 - Identificación de canales utilizados, responsables de envío, frecuencia y tipo de mensaje.

- Detección de cuellos de botella, duplicidades o zonas sin cobertura comunicacional.
3. Diseño del nuevo flujo comunicacional
- Definición de rutas de comunicación por tipo de mensaje (urgente, informativo, operativo, estratégico).
 - Asignación de roles comunicacionales por nivel jerárquico.
 - Estandarización de canales según funciones (Slack para operativo, Notion para informativo, correo para estratégico).
4. Validación del nuevo flujo
- Revisión con jefaturas y personal clave.
 - Ajustes según retroalimentación.
5. Difusión e implementación
- Presentación gráfica del flujo (infografía).
 - Explicación del nuevo protocolo mediante sesión grupal.

Duración estimada en cronograma:

- 3 semanas:
 - Semana 1: Diagnóstico del flujo actual.
 - Semana 2: Diseño del nuevo flujo.
 - Semana 3: Validación, ajuste y socialización.

Recursos tecnológicos:

- Google Workspace (Docs, Sheets, Drive).
- Miro o Lucidchart (para diagramar el flujo).

- Slack y correo electrónico (para pruebas piloto).
- Zoom o Google Meet (para validación con equipos remotos).

Recursos materiales:

- Manual digital del nuevo flujo.
- Infografías digitales.
- Formulario de entrevistas.
- Presentación explicativa (PowerPoint).

Responsables de ejecución:

- Responsable de comunicación interna: Coordinación general y redacción del nuevo flujo.
- Área de Recursos Humanos: Apoyo en levantamiento de información y validación con personal.
- Líderes de área: Facilitadores clave para identificar procesos y validar propuestas.

Indicadores de seguimiento:

Tabla 25: Indicadores de seguimiento actividad 1

Actividad	Indicador	Meta esperada	Medio de verificación	Frecuencia	Responsables
Levantamiento de información	% de líderes entrevistados / información funcional recolectada	100% de líderes entrevistados y organigramas revisados	Formulario de entrevistas / Acta de reuniones	Durante la semana 1	RRHH / Responsable de comunicación interna

Mapeo del flujo actual	% de líderes entrevistados / información funcional recolectada	Documento completo con hallazgos y observaciones	Informe de diagnóstico del flujo	Fin de semana 1	Responsable de comunicación interna / RRHH
Diseño del nuevo flujo	Documento de flujo propuesto y esquema visual	Documento final validado antes de semana 3	Diagrama / Presentación / Documento Word	Semana 2	Responsable de comunicación interna
Validación con líderes	% de líderes que validan sin observaciones sustanciales	80% mínimo de aceptación sin cambios importantes	Acta de validación / Retroalimentación registrada	Semana 3	Líderes de área / RRHH
Difusión e implementación	% de personal que comprende el nuevo flujo según encuesta	85% de comprensión del nuevo esquema	Encuesta interna post-sesión	Al final de semana 3	Responsable de comunicación interna / RRHH
Evaluación de uso post-implementación	% de mensajes que siguen el nuevo flujo / reducción de errores	90% de uso correcto en el primer mes / 30% menos errores	Auditoría de mensajes / Informe de RRHH	1 mes después de implementación	RRHH / Responsable de comunicación interna

Actividad 2: Implementación de herramientas tecnológicas adaptadas a los procesos comunicativos

Objetivo específico de la actividad: Integrar herramientas tecnológicas que faciliten la interacción, el trabajo colaborativo y el acceso centralizado a la información, adecuándolas a las necesidades comunicacionales y operativas de los equipos en Butik.AI.

Contenido de la actividad:

1. Diagnóstico de herramientas existentes
 - Revisión de las plataformas actuales (Slack, Notion, Gmail, etc.).
 - Encuesta interna para conocer dificultades y sugerencias de mejora.
2. Selección de herramientas tecnológicas clave
 - Slack: comunicación instantánea por canales temáticos.
 - Notion: gestión documental, tableros de proyectos.
 - Google Workspace: correo, Drive, Meet y Calendar.
 - Integraciones: Trello o Asana para gestión de tareas.
3. Configuración técnica e integración entre plataformas
 - Creación de estructuras por equipo y proyecto.
 - Definición de permisos y accesos por rol.
4. Difusión del protocolo de uso de cada herramienta
 - Manuales de buenas prácticas.
 - Sesiones de inducción por herramienta.

Duración estimada en cronograma:

- 2 semanas:
 - Semana 1: Diagnóstico y selección.
 - Semana 2: Configuración, prueba y lanzamiento.

Recursos tecnológicos:

- Licencias de Slack, Notion y Google Workspace.

- Plataforma de encuestas (Google Forms).
- Asana o Trello (versión gratuita o empresarial).

Recursos materiales:

- Manual digital de herramientas.
- Videos breves de introducción.
- Presentación de protocolo de uso.
- Plantillas de gestión (tableros, actas, listas de tareas).

Responsables de ejecución:

- Área de TI: Configuración técnica, soporte e integración.
- Responsable de comunicación interna: Redacción de protocolos y difusión.
- Área de Recursos Humanos: Capacitación y seguimiento del uso.

Indicadores de seguimiento:

Tabla 26: Indicadores de seguimiento actividad 2

Actividad	Indicador	Meta esperada	Medio de verificación	Frecuencia	Responsables
Diagnóstico de herramientas actuales	% de personal encuestado / herramientas evaluadas	100% del personal encuestado	Resultados de encuesta / Informe de diagnóstico	Semana 1	RRHH / Responsable de comunicación interna
Selección y validación de herramientas	Herramientas seleccionadas y aprobadas por dirección	Aprobación de al menos 3 herramientas clave	Acta de reunión / Lista de herramientas seleccionadas	Fin de semana 1	Área de TI / Responsable de comunicación interna

Configuración e integración técnica	% de herramientas operativas en el entorno de trabajo	100% configuradas antes del lanzamiento	Informe técnico de configuración / Verificación en sistemas	Semana 2	Área de TI
Difusión del protocolo de uso	Manuales y guías entregadas al 100% del personal	100% del personal con acceso	Manuales compartidos / Confirmación de recepción	Semana 2	Responsable de comunicación interna / RRHH
Sesiones de inducción por herramienta	% de participación en sesiones de inducción	Al menos 85% de asistencia general	Lista de asistencia / Registro de plataforma	Semana 2	RRHH / Responsable de comunicación interna / Líderes de área
Evaluación del uso inicial	% de uso correcto en el primer mes / nivel de satisfacción	90% de uso funcional / 85% de satisfacción	Auditoría de uso / Encuesta interna post-implementación	1 mes después de lanzamiento	Área de TI / RRHH / Responsable de comunicación interna

Actividad 3: Capacitación en buenas prácticas de comunicación digital y trabajo en equipo

Objetivo específico de la actividad: Fortalecer las competencias comunicativas del personal en el entorno digital, promoviendo una cultura organizacional colaborativa, clara y eficiente, que se refleje en la coordinación de tareas y relaciones laborales.

Contenido de la actividad:

Módulo 1: Comunicación digital efectiva

- Redacción profesional en entornos digitales.
- Gestión del tono, claridad y estructura del mensaje.

Módulo 2: Herramientas colaborativas aplicadas

- Uso avanzado de Notion, Google Drive, Slack
- Gestión de tareas en Trello o Asana
- Integración de herramientas en el flujo de trabajo

Módulo 3: Trabajo en equipo y cultura colaborativa

- Resolución de conflictos con comunicación asertiva
- Feedback constructivo y liderazgo horizontal
- Prácticas de escucha activa y reuniones efectivas

Metodología: Talleres participativos con simulaciones, casos reales de la empresa y sesiones prácticas.

Duración estimada en cronograma:

- 1 semana
 - 3 sesiones de 3 horas (total: 9 horas)
 - +1 semana de aplicación práctica supervisada

Recursos tecnológicos:

- Google Meet o Zoom (en caso de ser virtual)
- Plataformas utilizadas en la empresa (para práctica real)
- Módulo e-learning opcional (Google Classroom o Moodle)

Recursos materiales:

- Manual del participante (digital)
- Videos ilustrativos y plantillas de trabajo
- Cuestionario de autoevaluación
- Certificado interno de participación

Responsables de ejecución:

- **Área de Recursos Humanos:** Planificación, convocatoria, seguimiento
- **Consultores externos:** Diseño instruccional y facilitación de talleres
- **Líderes de área:** Apoyo en refuerzo posterior en el entorno real

Indicadores de seguimiento:

Tabla 27: Indicadores de seguimiento actividad 3

Actividad	Indicador	Meta esperada	Medio de verificación	Frecuencia	Responsables
Diagnóstico de necesidades de capacitación	% de personal evaluado	100% antes de iniciar	Informe de diagnóstico / Encuestas	Una vez (inicio del plan)	Área de Recursos Humanos / Consultores externos
Diseño del programa	Programa diseñado y aprobado	Validado antes del mes 1	Documento del programa	Una vez (previa a implementación)	Consultores externos / Recursos Humanos

Ejecución de talleres	% de participación en sesiones	Al menos 90% de asistencia promedio por sesión	Lista de asistencia / Registro en plataforma	Según cronograma	Recursos Humanos / Consultores externos / Líderes de área
Evaluación del aprendizaje	Mejora en puntaje entre test entrada y salida	Mejora del 30% en puntaje promedio	Resultados de evaluaciones	Al finalizar módulo	Recursos Humanos / Consultores
Seguimiento a la aplicación práctica	% de colaboradores que aplican buenas prácticas	80% al mes	Encuesta/ Auditoría de comunicación	1 mes y 3 meses después	RRHH / Responsable de Comunicación
Evaluación de satisfacción	Nivel de satisfacción	85% de satisfacción general	Encuestas post-capacitación	Al final de talleres	Recursos Humanos / Consultores

Actividad 4: Evaluación del impacto del plan mediante indicadores de percepción y eficiencia comunicacional

Objetivo específico de la actividad: Medir de forma continua y sistemática los efectos del plan de mejora en la comunicación interna de Butik.AI, identificando logros, brechas y oportunidades de ajuste para garantizar su sostenibilidad.

Contenido de la actividad (cómo se ejecutará):

1. Diseño de indicadores de evaluación
 - Percepción del personal (satisfacción, comprensión, claridad).

- Eficiencia (tiempo de respuesta, uso correcto de canales).
 - Coordinación interáreas y clima comunicacional.
2. Aplicación de instrumentos de medición
- Encuestas trimestrales (Google Forms)
 - Indicadores de uso de herramientas (reportes de Slack, Notion)
 - Observación de casos críticos (malentendidos, duplicidades)
3. Análisis de resultados y retroalimentación
- Informe con datos comparativos (antes / después)
 - Reunión de revisión con líderes y RR.HH.
 - Ajustes al plan si es necesario
4. Comunicación de resultados al equipo
- Presentación de avances en boletines internos
 - Reconocimiento a equipos con buenas prácticas

Duración estimada en cronograma:

- Continua a partir del mes 2 (mensual o trimestral)
- Evaluaciones principales en los meses 3 y 6

Recursos tecnológicos:

- Google Forms, Sheets y Data Studio (visualización de datos)
- Herramientas de analítica interna de Slack y Notion
- Excel o dashboards para seguimiento

Recursos materiales:

- Encuesta digital (cuestionario validado)
- Reportes visuales (PDF, infografías)
- Presentación de resultados por área

Responsables de ejecución:

- Responsable de comunicación interna: Coordinación del seguimiento
- Área de Recursos Humanos: Recolección y análisis de datos
- Dirección general: Evaluación estratégica del impacto

Indicadores de seguimiento:

Tabla 28: Indicadores de seguimiento actividad 4

Actividad	Indicador	Meta esperada	Medio de verificación	Frecuencia	Responsables
Evaluación de comprensión de mensajes	% de mejora en comprensión según encuesta	≥20% de mejora	Encuestas digitales / Google Forms	Mensual o trimestral	Responsable de comunicación interna / RRHH
Reducción de errores de comunicación	Incidencias comunicacionales detectadas	≥30% de reducción en el primer trimestre	Casos críticos observados / Informes internos	Trimestral	RRHH / Líderes de área
Participación en evaluaciones	% de colaboradores que responden instrumentos	≥80% de participación	Registros de respuestas en Google Forms	Mensual / Trimestral	Recursos Humanos / comunicación interna

Retroalimentación sobre el cambio	% de feedback positivo sobre mejoras	≥85% de valoración positiva	Encuestas de percepción / Boletines internos	Mes 3 y mes 6	Responsable de comunicación interna / Dirección General
-----------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	--	---------------	---

4.1.4 Cronograma tentativo

Tabla 29: Cronograma de actividades

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
Presentación del plan a Dirección General	X				
Conformación del equipo responsable	X				
Revisión de diagnóstico previo y funciones internas	X				
Rediseño del flujo de comunicación interna	X	X			
Mapeo de roles y responsabilidades	X				
Validación con líderes de área		X			
Selección e implementación de herramientas digitales (Slack, Notion, Teams, etc.)		X	X		
Diseño e inicio de talleres de capacitación en comunicación digital		X			
Sensibilización sobre trabajo colaborativo		X			
Continuación de capacitaciones			X		
Inicio del uso oficial de las herramientas implementadas			X		

Refuerzo del nuevo flujo de comunicación			X		
Evaluación del impacto del plan (encuestas, KPIs, feedback)				X	X
Informe de resultados y recomendaciones finales					X

4.1.5 Evaluación del impacto del plan

Tabla 30: Indicadores de evaluación del impacto del plan

Actividad	Indicador	Meta esperada	Medio de verificación	Frecuencia	Responsables
Encuestas post-plan	Nivel de satisfacción general	85% satisfechos o más	Resultados de encuesta	Al finalizar el plan	Área de Recursos Humanos / comunicación interna
Evaluación claridad de canales	% de colaboradores que perciben claridad en canales	Aumento del 30% en percepción positiva	Encuestas comparativas	1 y 3 meses después	Recursos Humanos / comunicación interna
Medición de eficiencia comunicacional	Reducción en tiempo de respuesta	Reducción del 20% en promedio	Auditoría de registros digitales	Mensual	comunicación interna / Soporte IT

Evaluación de alineamiento en mensajes	% comprensión efectiva de mensajes	90% de comprensión efectiva en evaluaciones	Resultados de pruebas o auditorías internas	Trimestral	Líderes de área / RRHH
Mejora en la coordinación interdepartamental	% de líderes que reportan mejor coordinación	75% de líderes reconoce mejora	Entrevistas / Encuesta de líderes	Trimestral	RRHH / Dirección
Seguimiento de lineamientos	% de cumplimiento de nuevos protocolos	85% de cumplimiento	Revisión de mensajes y uso de herramientas	Bimestral	comunicación interna / Líderes de área

4.1.6. Análisis y Conclusiones de los indicadores

Los planes de acción, detallados anteriormente, se centran en la formación del personal y en evaluar el impacto de las estrategias implementadas. Para ello, se han seleccionado indicadores clave que medirán la percepción de los colaboradores sobre la comunicación interna y la eficiencia de los procesos comunicativos. Esta evaluación holística es crucial para [Butik.AI](#), ya que facilita la toma de decisiones del plan y alineación con los objetivos de la empresa.

El seguimiento continuo de los indicadores no solo permitirá ajustes rápidos y precisos, sino también garantizará que la comunicación interna se adapte a las necesidades cambiantes de la organización y la tecnología, fomentando una verdadera cultura de mejora continua en Butik.AI.

4.2 Características del plan de mejora

- **Viabilidad técnica:**

La solidez técnica es un aspecto destacado de este plan. Disponemos de un equipo de TI competente, el cual está listo para integrar herramientas digitales accesibles, como Slack, Google Workspace o Notion. Adicionalmente, las capacitaciones propuestas no demandan infraestructura especializada y están plenamente alineadas con las competencias de nuestro personal.

- **Viabilidad económica:**

Desde una perspectiva económica, la implementación se considera altamente eficiente. No se proyectan grandes desembolsos; el presupuesto asignado es moderado y se destinará a la adquisición de licencias de software, la producción de materiales comunicacionales y, de ser necesario, honorarios para instructores externos. Cabe señalar que una parte considerable del trabajo se ejecutará utilizando los recursos humanos y tecnológicos internos ya disponibles en la empresa.

- **Sostenibilidad:**

El plan está diseñado para ser sostenible a largo plazo. Las herramientas digitales tienen un bajo costo de mantenimiento, y el conocimiento adquirido por el equipo mediante las capacitaciones puede ser fácilmente replicado y actualizado internamente. Asimismo, fortalecer nuestra cultura comunicacional generará beneficios continuos, sin requerir una inversión constante

- **Beneficios Anticipados:**

- Mejora en la colaboración y clima laboral.
- Reducción de errores por malentendidos o falta de información.

- Aumento de la eficiencia organizacional.
- Mayor satisfacción del equipo y sentido de pertenencia.
- Flujo de información más claro y ordenado entre áreas.

- **Alineación con el diagnóstico:**

El plan aborda directamente los resultados de nuestro diagnóstico. Dicho estudio reveló deficiencias en el flujo de comunicación, un uso subóptimo de las herramientas digitales y carencia de formación en comunicación organizacional. Cada objetivo del plan ha sido cuidadosamente diseñado para cerrar estas brechas de forma estructurada y progresiva, asegurando así su efectividad.

- **Grado de innovación:**

Si bien la implementación de herramientas digitales no constituye una novedad, nuestro plan introduce una integración vanguardista de tecnología, cultura organizacional y formación continua, ajustada al entorno particular de Butik.AI. Esta aproximación holística y personalizada representa una innovación interna de considerable magnitud para una PYME tecnológica.

4.3 Estimación de los costos

La implementación del plan de mejora incluye inversiones calculadas, priorizando el licenciamiento de software, la producción de contenido y la contratación específica de servicios de capacitación externos. A continuación, se presenta un desglose referencial de los costos:

Tabla 31: Estimación de costos

Actividad	Costo estimado (\$/.)	Observaciones
Presentación del plan y conformación del equipo	0.00	Actividad interna a cargo de Dirección y RR.HH.
Rediseño del flujo de comunicación interna	400.00	Incluye entrevistas, mapeo de funciones y validación con líderes de área
Implementación de herramientas digitales	800.00	Licencias de herramientas como Slack, Notion, Google Workspace (plan básico, 6 meses)
Talleres de capacitación para el personal	600.00	Facilitador interno o externo. Enfocado en buenas prácticas comunicativas y trabajo colaborativo
Desarrollo y distribución de materiales comunicacionales	200.00	Manuales, presentaciones, afiches digitales o impresos
Seguimiento y evaluación del plan	400.00	Encuestas de percepción, medición de eficiencia y análisis de resultados
Apoyo tecnológico / Soporte IT	0.00	Se asumirá con el personal interno ya disponible
Consultoría externa (opcional)	300.00	Asesoría puntual en cultura organizacional o evaluación de impacto
Incentivos simbólicos (opcional)	100.00	Reconocimiento o estímulos no monetarios para fomentar participación
Total estimado	2,800.00	

4.4 Monitoreo y Ajuste Continuo del Plan

La monitorización y evaluación del plan de mejora de la comunicación interna en Butik.AI resultan indispensables para garantizar el logro de los objetivos, posibilitar adaptaciones ágiles durante su implementación y asegurar la continuidad de las transformaciones. Para ello, se han establecido indicadores claros y cuantificables que facilitarán el seguimiento del progreso y la medición del impacto del plan, tanto en el corto como en el mediano plazo.

Tabla 32: Indicadores de evaluación y seguimiento del plan

Indicador	Tipo	Frecuencia de medición	Meta esperada
Nivel de satisfacción con la comunicación interna	Cualitativo	Final del plan (Mes 6)	80% del personal satisfecho o muy satisfecho
Nivel de uso de herramientas digitales (Slack, Notion, etc.)	Cuantitativo	Mensual	Al menos 70% de adopción activa por equipo
Participación en talleres de capacitación	Cuantitativo	Por evento	90% de asistencia del personal convocado
Percepción del liderazgo comunicacional	Cualitativo	Trimestral (Mes 3 y 6)	Incremento del 30% respecto al diagnóstico inicial
Número de errores operativos por malentendidos comunicacionales	Cuantitativo	Bimensual	Reducción del 40% respecto al punto de partida

Instrumentos de medición

- Encuestas de percepción internas.
- Registros de uso de herramientas digitales.
- Reportes de asistencia a talleres.
- Observaciones cualitativas de líderes de equipo.
- Focus group al final del proceso (opcional).

Responsables del seguimiento

- Área de Recursos Humanos.
- Responsable de comunicación interna.
- Líderes de área (como agentes de monitoreo y feedback).

Esta evaluación no solo permitirá validar los logros del plan, sino también generar recomendaciones para su mejora continua, promoviendo una cultura organizacional basada en la comunicación efectiva y el aprendizaje constante.

V. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

- El diagnóstico confirmó que las principales brechas en la comunicación interna de Butik.AI se centran en la ausencia de flujos formales claros, el uso disperso de herramientas digitales y la limitada capacitación del personal en buenas prácticas comunicacionales.
- El plan propuesto articula cuatro acciones estratégicas: rediseño del flujo, adopción tecnológica, capacitación y evaluación continua. Estas acciones abordan de forma integral las debilidades detectadas y promueven una cultura colaborativa y transparente.
- La viabilidad técnica, económica y de sostenibilidad del plan es sólida. Este aprovecha recursos ya existentes, mantiene los costos en un rango asequible y permite replicar internamente las competencias adquiridas.
- Los indicadores definidos permiten **monitorear el avance y realizar ajustes oportunos**, lo que favorece una mejora continua y alineada con los objetivos empresariales.

5.2 Recomendaciones

- Asignar patrocinio directivo: Es crucial asegurar el respaldo visible de la dirección general para facilitar la adopción de nuevas prácticas y resolver rápidamente cualquier obstáculo interdepartamental.

- Formalizar un comité de comunicación interna: Integrar representantes de TI, RR. HH. y líderes de área para dar seguimiento mensual a indicadores, retroalimentar acciones y garantizar coherencia en la ejecución.
- Mantener revisiones trimestrales de herramientas y procesos: Evaluar tasas de uso, satisfacción y eficiencia; actualizar protocolos y licencias según la evolución de necesidades y crecimiento de la empresa.
- Fomentar la cultura de feedback: Incluir espacios regulares de retroalimentación ascendente y entre pares que refuercen la transparencia y la mejora continua.
- Escalar progresivamente las capacitaciones: Convertir los talleres presenciales en micro-módulos e-learning para onboarding de nuevos colaboradores y refuerzo anual.
- Reconocer y difundir buenas prácticas: Publicar casos de éxito y premiar a los equipos que destaquen en uso correcto de los canales y herramientas, incentivando la participación y el sentido de pertenencia.

VI. Referencias bibliográficas

- Alarcón López, D. J., & Peñaherrera Alonso, D. E. (2019). Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil [Tesis de grado, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Psicológicas]. Repositorio institucional Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/reduq/45824>.
- Blanco Rodríguez, A. E. (2018). La comunicación interna y clima laboral en una institución educativa privada, Carapongo [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/39986>
- Cueva, L. A. (2022). Impacto de las estrategias de comunicación interna implementadas por el instituto Cersa para el desarrollo del sentido de pertenencia en sus colaboradores, Cajamarca 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/31904>
- Enciso y Uculmana (2024). Relación de la comunicación interna en el clima organizacional del personal del área de operaciones ANTALIS TFM S.A. en Lima, 2023. Lima 2024. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/14361>
- Flores, M. E., & Romero, D. L. (2024). comunicación interna y desempeño laboral del personal de una empresa distribuidora de productos tecnológicos, Lima 2024 [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/14718>
- Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA <https://bellasartes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.

https://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/981/Investigacion_sampliar_6a_ED.pdf

Huamán, M. D. (2021). comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/88884>

Inca, M., & Perez, N. A. (2023). La comunicación interna y la satisfacción laboral en la empresa Grupo Reylaos SAC, Lima [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/35293>

Jami Ramos, L. E., Meza Ordoñez, L. E., & Castillo Montúfar, C. R. (2025). La Gestión de comunicación interna y su relación con el clima organizacional en una Unidad Educativa Puyo, Ecuador. Espiritu Emprendedor TES, 9(2), 78–94. <https://doi.org/10.33970/eetes.v9.n2.2025.437>

Linares, Álvarez, Pagador y Rojas (2023) Implementación de estrategias de comunicación interna para la mejora del clima laboral en una empresa de publicidad de la ciudad de Lima, Lima 2023 <https://repositorio.isil.pe/handle/123456789/1026>

Llanos y Tomalá (2024) La comunicación interna, clave para el desarrollo organizacional de empresas del sector industrial manufacturero ecuatoriano https://www.researchgate.net/publication/382393780_La_comunicacion_interna_clave_para_el_desarrollo_organizacional_de_empresas_del_sector_industrial_manufacturero_ecuatoriano

Noguera Mora (2023), Influencia de la comunicación interna en el clima laboral del personal administrativo de una empresa importadora de Guayaquil <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/reduq/68443>

Ocrospoma, C. T., & Ochoa, M. D. (2023). comunicación interna y satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa Evolución Perú Outsourcing SAC de la ciudad de Lima en el año 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/38766>

Vargas, M. S. (2024). Comunicación interna en la cultura organizacional en colaboradores de una empresa privada de servicio, Ate Vitarte, Lima, 2024 [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/147820>

Villanueva, A. M. (2021). Gestión de comunicación interna y desempeño laboral en colaboradores de la empresa GSI, Los Olivos, Lima 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/78867>

VII. Anexos

7.1. Anexo 1 - Informe Turnitin

ANEXO 1: Informe turnitin

JAIME ALEXIS VALVERDE PERALTA

GRUPO 12 - VERSION FINAL.docx

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::30163:476177067

Fecha de entrega
24 jul 2025, 9:55 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 jul 2025, 10:47 a.m. GMT-5

Nombre de archivo
GRUPO 12 - VERSION FINAL.docx

Tamaño de archivo
1.6 MB

113 Páginas
17.730 Palabras
107.934 Caracteres

25% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

- 20% Fuentes de Internet
- 5% Publicaciones
- 20% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Rosa Yesenia
Herrera Aguirre (Autor)



Gianella Edith
Neyra Alva (Autor)



Jaime Alexis
Valverde Peralta (Autor)



Carlos Antonio Sam Anlas (Asesor)

7.2. Anexo 2 - Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de investigación

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Propuesta de plan de mejora para la comunicación interna en Butik.AI, 2025

Integrantes:

1. Herrera Aguirre, Rosa Yesenia - Administración y Dirección De Negocios
2. Neyra Alva, Gianella Edith - Dirección De Negocios Globales
3. Valverde Peralta, Jaime Alexis - Diseño Estratégico e Innovación

Asesor: Sam Anlas, Carlos Antonio

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.

El impacto de esta investigación se refleja en los ámbitos organizacional, tecnológico y social. A nivel organizacional, fortalece la comunicación interna en Butik.AI, optimizando la coordinación y reduciendo errores. Tecnológicamente, impulsa el uso eficiente de herramientas colaborativas como Slack y Notion, adaptadas al entorno digital de la empresa. En lo social, mejora el bienestar de los colaboradores al promover una comunicación más clara, retroalimentación constante y un ambiente participativo. Además, por su enfoque metodológico, puede servir como referencia para otras organizaciones con estructuras 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.

Los resultados de la investigación permitieron identificar con claridad los principales factores que afectan la comunicación interna en Butik.AI. A través de encuestas aplicadas a sus 15 colaboradores, se detectaron debilidades como la falta de claridad en los canales oficiales, el uso inadecuado de herramientas digitales, la ausencia de retroalimentación y una terminología confusa. Estas fallas han generado problemas como duplicación de funciones, pérdida de información y baja motivación. Destaca que el 86.67% considera inadecuada la terminología, el 53.3% necesita pedir aclaraciones frecuentemente y solo el 33.3% recibe información oportuna. Frente a ello, se propuso un plan de mejora con cuatro actividades: capacitación, rediseño de canales, cultura de feedback y uso de recursos visuales. Estos resultados responden a los objetivos del estudio y ofrecen una base sólida para mejorar la comunicación interna en la empresa.

7.3. Anexo 3 - Matriz de consistencia

Propuesta de plan de mejora para la comunicación interna en Butik.ai			
Formulación del problema	Objetivos	Variable y dimensiones	Metodología
Problema general	Objetivo general	comunicación interna 1. Accesibilidad y claridad de la información 2. Coordinación interdepartamental 3. Liderazgo comunicacional 4. Herramientas y canales digitales 5. Clima organizacional y percepción general	Tipo de investigación: Aplicada
¿Cómo mejorar la comunicación interna en Butik.ai para optimizar la colaboración entre equipos y aumentar la eficiencia organizacional?	Elaborar una propuesta de mejora para el desarrollo e implementación de estrategias que optimicen la comunicación interna en Butik.ai.		Enfoque: Cuantitativo
Problemas específicos	Objetivos específicos		Nivel: Descriptivo
P1: ¿Cuáles son las debilidades y oportunidades de mejora en las actuales prácticas de comunicación interna en Butik.ai?	O1: Diagnosticar las debilidades y oportunidades de mejora en las actuales prácticas de comunicación interna en Butik.ai.		Diseño: No experimental
P2: ¿Qué canales, herramientas y dinámicas comunicacionales de Butik.ai pueden ser optimizados o incorporados para mejorar la comunicación interna?	O2: Identificar los canales, herramientas y dinámicas comunicacionales que pueden ser optimizados o incorporados en la propuesta de mejora.		Población: 15 colaboradores de distintas áreas funcionales de Butik.ai que tienen participación directa en la gestión de proyectos digitales.
P3: ¿Cómo se puede diseñar una propuesta estructurada de comunicación interna que responda a las necesidades actuales de Butik.ai y mejore la colaboración entre sus equipos de trabajo?	O3: Diseñar una propuesta estructurada de comunicación interna que responda a las necesidades actuales de Butik.ai y mejore la colaboración entre sus equipos de trabajo.	Diseño muestral Censal: Debido al tamaño de la población se optó por un diseño muestral. Muestra: 15 colaboradores de distintas áreas funcionales de Butik.ai que tienen participación directa en la gestión de proyectos digitales.	
			Técnica: Encuesta Instrumento: El cuestionario estructurado.

7.4. Anexo 4 - Matriz de operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem (formulado en escala Likert)
comunicación interna	1. Accesibilidad y claridad de la información	Claridad en los canales oficiales	Están claramente definidos los canales oficiales de comunicación interna en Butik.AI.
		Acceso a información relevante y oportuna	Recibo información relevante de la empresa de manera oportuna.
		Claridad en instrucciones y mensajes institucionales	Recibo instrucciones específicas y fáciles de entender para realizar mis tareas.
		Necesidad de pedir aclaraciones frecuentes	Necesito pedir aclaraciones con frecuencia sobre los mensajes que recibo. (inversa)
	2. Coordinación interdepartamental	Coordinación entre áreas	Existe una buena coordinación y comunicación entre mi equipo y otras áreas de la empresa.
		Fluidez en colaboración entre departamentos	Recibo respuestas ágiles y efectivas al colaborar con otros departamentos.
		Comunicación en proyectos inter áreas	Se comunican con claridad los objetivos en proyectos que involucran a varias áreas.

		Impacto del trabajo remoto en la comunicación	Cree que la modalidad de trabajo (remoto o híbrido) afecta negativamente la comunicación entre equipos. (inversa)
3. Liderazgo comunicacional		Claridad y constancia del líder	Se comunica su líder directo de forma clara y constante con el equipo.
		Retroalimentación oportuna	Recibe retroalimentación oportuna sobre su desempeño o tareas asignadas.
		Facilidad para expresar dudas al líder	Puede expresar dudas o inquietudes directamente con su líder sin dificultades.
		Fomento del ambiente comunicacional	Su líder fomenta un ambiente de comunicación abierta y respetuosa.
4. Herramientas y canales digitales		Uso adecuado de los canales	Sabe usted en qué canal debe comunicarse según el tipo de mensaje o urgencia.
		Efectividad de herramientas digitales	Considera efectivas las herramientas digitales que se utilizan para la comunicación diaria (Slack, correo, Notion, etc.).
		Priorización de mensajes importantes	Se priorizan adecuadamente los mensajes importantes en los canales internos.

		Preferencia por formatos visuales	Le gustaría que se usaran formatos más visuales o dinámicos para comunicar mensajes internos.
	5. Clima organizacional y percepción general	Ambiente laboral	Considera que hay un buen ambiente laboral entre los compañeros.
		Identificación con la empresa	Se siente identificado con la empresa.
		Libertad para opinar	¿Es factible dar tu opinión o sugerencia con tu coordinador de área?
		comunicación interna mejora la eficiencia	Cree que la comunicación interna le ayuda a trabajar de forma más eficiente.

7.5. Anexo 5 - Instrumentos de recolección de datos

Encuesta Cuantitativa

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo / Ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Preguntas de Encuesta

1. Los canales oficiales de comunicación interna en Butik.ai están claramente definidos.
2. Sé en qué canal debo comunicarme según el tipo de mensaje o urgencia.
3. Las herramientas digitales utilizadas para la comunicación diaria (Slack, correo, Notion, etc.) son efectivas.
4. Los mensajes importantes son priorizados adecuadamente en los canales internos.
5. Recibo información relevante de la empresa de manera oportuna.
6. Recibo actualizaciones frecuentes sobre los proyectos en los que participo.
7. La comunicación interna se adapta bien al ritmo rápido del entorno eCommerce.
8. Los mensajes institucionales que recibo son claros y comprensibles.
9. Recibo instrucciones específicas y fáciles de entender para realizar mis tareas.
10. La terminología utilizada en la comunicación interna es adecuada para todos los equipos.

11. Necesito pedir aclaraciones con frecuencia sobre los mensajes que recibo.
12. Mi líder directo se comunica de forma clara y constante con el equipo.
13. Recibo retroalimentación oportuna sobre mi desempeño o tareas asignadas.
14. Puedo expresar dudas o inquietudes directamente con mi líder sin dificultades.
15. Mi líder fomenta un ambiente de comunicación abierta y respetuosa.
16. Existe una buena coordinación y comunicación entre mi equipo y otras áreas de la empresa.
17. La modalidad de trabajo (remoto o híbrido) afecta negativamente la comunicación entre equipos.
18. Los objetivos en proyectos que involucran a varias áreas se comunican con claridad.
19. Recibo respuestas ágiles y efectivas al colaborar con otros departamentos.
20. Me siento informado sobre lo que ocurre en la empresa más allá de mi rol específico.
21. La comunicación interna me ayuda a trabajar de forma más eficiente.
22. Me gustaría que se usaran formatos más visuales o dinámicos para comunicar mensajes internos.
23. Considero importante que la empresa invierta en mejorar la comunicación interna.

7.6. Anexo 6 - Validación de expertos



INFORME DE JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.1. Nombre y apellido del docente:	Mg. CARLOS ANTONIO SAMANLAS
1.2. Cargo e institución del experto:	DOCENTE ISIL
1.3. Nombre del instrumento:	Cuestionario
1.4. Autor del instrumento:	Herrera Aguirre, Rosa Yesenia Neyra Alva, Giselina Edith Valverde Porrala, Jaime Alexis
1.5. Título de la investigación:	"Propuesta de mejora para la Comunicación Interna en Butik.AI, 2025"

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	El ítem está redactado con un lenguaje preciso, comprensible y adecuado al nivel del encuestado.					x
2. OBJETIVIDAD	El ítem expresa conductas observables, medibles y no ambiguas.					x
3. ACTUALIDAD	El contenido es pertinente y se encuentra alineado con los avances actuales en ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	La secuencia de los ítems responde a una lógica interna clara y coherente.					x
5. SUFICIENCIA	El número de ítems cubre de forma adecuada la totalidad de dimensiones e indicadores definidos.					x
6. INTENCIONALIDAD	Cada ítem está formulado con un propósito claro que permite evaluar los aspectos clave de la variable.					x
7. CONSISTENCIA	Los ítems se fundamentan en teorías o evidencias científicas pertinentes y actualizadas.					x

b. COHERENCIA	Existe relación directa y lógica entre las dimensiones, indicadores e ítems.					x
b. METODOLOGÍA	El instrumento responde al enfoque, tipo y diseño metodológico planteado en el proyecto.					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es útil y funcional para recolectar los datos necesarios de acuerdo con los objetivos de investigación.					x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						90%

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

ÍTEMS		SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	Los canales oficiales de comunicación interna en Butik.ai están claramente definidos.	x		
Item 2	Sé en qué canal debo comunicarme según el tipo de mensaje o urgencia.	x		
Item 3	Las herramientas digitales utilizadas para la comunicación diaria (Slack, correo, Notion, etc.) son efectivas.	x		
Item 4	Los mensajes importantes son priorizados adecuadamente en los canales internos.	x		
Item 5	Recibo información relevante de la empresa de manera oportuna.	x		
Item 6	Recibo actualizaciones frecuentes sobre los proyectos en los que participo.	x		

Item 7	La comunicación interna se adapta bien al ritmo rápido del entorno eCommerce.	x		
Item 8	Los mensajes institucionales que recibo son claros y comprensibles.	x		
Item 9	Recibo instrucciones específicas y fáciles de entender para realizar mis tareas.	x		
Item 10	La terminología utilizada en la comunicación interna es adecuada para todos los equipos.	x		
Item 11	Necesito pedir aclaraciones con frecuencia sobre los mensajes que recibo.	x		
Item 12	Mi líder directo se comunica de forma clara y constante con el equipo.	x		
Item 13	Recibo retroalimentación oportuna sobre mi desempeño o tareas asignadas.	x		
Item 14	Puedo expresar dudas o inquietudes directamente con mi líder sin dificultades.	x		
Item 15	Mi líder fomenta un ambiente de comunicación abierta y respetuosa.	x		
Item 16	Existe una buena coordinación y comunicación entre mi equipo y otras áreas de la empresa.	x		
Item 17	La modalidad de trabajo (remoto o híbrido) afecta negativamente la comunicación entre equipos.	x		
Item 18	Los objetivos en proyectos que involucran a varias áreas se comunican con claridad.	x		

Item 19	Recibo respuestas ágiles y efectivas al colaborar con otros departamentos.	<input checked="" type="checkbox"/>		
Item 20	Me siento informado sobre lo que ocurre en la empresa más allá de mi rol específico.	<input checked="" type="checkbox"/>		
Item 21	La comunicación interna me ayuda a trabajar de forma más eficiente.	<input checked="" type="checkbox"/>		
Item 22	Me gustaría que se usaran formatos más visuales o dinámicos para comunicar mensajes internos.	<input checked="" type="checkbox"/>		
Item 23	Considero importante que la empresa invierta en mejorar la comunicación interna.	<input checked="" type="checkbox"/>		

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

IV. 90 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.



Mg. Carlos Antonio Sam Anlas

ORCID: 0000-0003-1632-7131

Escuela ISIL – Docente