

Título-- La comunicación interna en el Hotel Tryp Península Varadero y su influencia en el sentido de pertenencia, la motivación laboral, el clima organizacional y la comunicación externa

Tesis (diploma, diurno, EDA)-- trabajo de diploma

Fecha de defensa—2011

Autor-- Yasel Delgado Pérez

Tutor -- MSc. Rebeca Milenys Jaquinet Espinosa

Resumen-- Actualmente la comunicación es subvalorada por muchos directivos en el ámbito empresarial, sin embargo esta forma parte ineludible de las relaciones humanas dentro de la organización. Si una entidad, en especial la turística quiere posicionarse en el mercado, debe necesariamente aprovechar al máximo las ventajas que brinda la comunicación interna/externa como instrumento de enlace entre los procesos empresariales y su entorno. En el presente Trabajo de Diploma se presenta una metodología propia elaborada para determinar el estado actual comunicativo de la empresa ya sea interno como externo, vinculado con el clima organizacional, la motivación laboral, el sentido de pertenencia, la satisfacción del cliente externo y la imagen e identidad del Hotel Tryp Península Varadero. Se aplican diferentes métodos tanto empíricos como teóricos entre los que se destacan la revisión bibliográfica, la observación directa, los cuestionarios, la síntesis y análisis de documentos, la tormenta de ideas y el triángulo de Füller. Se emplean además métodos estadísticos como el diagrama de Pareto, herramientas informáticas como Microsoft Excel y el software profesional SPSS, acompañados de gráficos, tablas y esquemas que facilitan una mejor comprensión de la información que se expone.

Problema científico-- ¿La comunicación interna en el Hotel Tryp Península Varadero ejerce influencia sobre el sentido de pertenencia, la motivación laboral, el clima organizacional y la comunicación externa?

Objetivo general.. Evaluar la comunicación interna y su influencia en el sentido de pertenencia, la motivación laboral, el clima organizacional y la comunicación externa.

Objetivo específicos—

- Establecer las bases teóricas de la comunicación organizacional, el sentido de pertenencia, la motivación laboral, el clima organizacional y la comunicación externa.
- Analizar las metodologías desarrolladas para evaluar si la comunicación interna influye en el sentido de pertenencia, la motivación laboral, el clima organizacional y la comunicación externa.
- Diagnosticar el comportamiento de la comunicación interna y su relación con el sentido de pertenencia, la motivación laboral, el clima organizacional y la comunicación externa.

Conclusiones—

1. Se valida la hipótesis dado que la comunicación interna influye positivamente en el sentido de pertenencia, la motivación laboral, el clima organizacional y la comunicación externa en el Hotel Tryp Península Varadero.
2. En el análisis de las metodologías precedentes se puede apreciar la existencia de varias metodologías para evaluar el proceso de comunicación interna en la organización, aunque se comprueba la carencia de metodologías para la evaluación de la comunicación externa de las empresas, así como la relación entre ambos tipos de comunicación.
3. La comunicación interna en la organización es buena.
4. Los grupos analizados demuestran que poseen buen sentido de pertenencia hacia la organización.
5. La motivación laboral de los clientes internos es satisfactoria a pesar de que se detectaron algunos problemas con la valoración de los trabajadores respecto a los directivos.
6. Por lo general en los departamentos objetos de estudio se destaca el nivel de cooperación entre sus miembros, el trabajo en equipo y la aceptación del resto del colectivo.
7. La comunicación de la empresa con sus clientes externos es favorable.
8. En la empresa los trabajadores se encuentran motivados en un entorno laboral positivo, lo cual genera un fuerte sentido de pertenencia. La percepción que posee el cliente externo sobre la instalación es buena, correspondiéndose con su satisfacción.

Recomendaciones—

1. Expandir la investigación al resto de los departamentos de hotel así como el rigor de la misma.
2. Solucionar los problemas que inciden directamente en la comunicación referenciados en la investigación.
3. Incrementar el número de canales por los que fluye la información dentro de la organización, pues repercuten en la mejora del proceso de comunicación interna, aportando mayor valor al sentido de pertenencia, la motivación laboral y el clima organizacional de los clientes internos y la comunicación externa.
4. Implementar la metodología utilizada en la investigación en otras empresas, dada la utilidad que representa en el diagnóstico del proceso de comunicación interna y su relación con el sentido de pertenencia, la motivación laboral, el clima organizacional y la comunicación externa.

