



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

**Facultad de Letras y Ciencias Humanas**

**Escuela Profesional de Comunicación Social**

**Diseño e implementación de una web interna como  
herramienta info-comunicativa para colaboradores de  
Aris Industrial**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Comunicación  
Social

**AUTOR**

Gabriela Guadalupe ASHCALLAY SAMANIEGO

**ASESOR**

Dr. Jesús Miguel FLORES VIVAR

Lima, Perú

2023



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Ashcally, G. (2023). *Diseño e implementación de una web interna como herramienta info-comunicativa para colaboradores de Aris Industrial* [Trabajo de suficiencia profesional de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Escuela Profesional de Comunicación Social]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

## Metadatos complementarios

<b>Datos de autor</b>	
Nombres y apellidos	Gabriela Guadalupe Ashcallay Samaniego
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	48164679
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0009-9418-6208">https://orcid.org/0009-0009-9418-6208</a>
<b>Datos de asesor</b>	
Nombres y apellidos	Jesús Miguel Flores Vivar
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	07259942
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0003-1849-5315">https://orcid.org/0000-0003-1849-5315</a>
<b>Datos del jurado</b>	
<b>Presidente del jurado</b>	
Nombres y apellidos	Carlos Ricardo Gonzales Garcia
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	07534446
<b>Miembro del jurado 1</b>	
Nombres y apellidos	Carlos Enrique Fernández García
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	07609813
<b>Miembro del jurado 2</b>	
Nombres y apellidos	Dick Ronald Cáceres Navarro
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40124031
<b>Datos de investigación</b>	
Línea de investigación	Comunicación, planificación y desarrollo en las organizaciones
Grupo de investigación	Comunicación interna

Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Distrito: Cercado de Lima Latitud: - Longitud: -
Año o rango de años en que se realizó la investigación	20
URL de disciplinas OCDE	Medios de comunicación, Comunicación socio-cultural <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.08.04">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.08.04</a>

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Reunido en sesión presencial el día 02 de noviembre del 2023 a las 12:00 horas, el Jurado Evaluador integrado por el Mg. Carlos Ricardo Gonzales Garcia (presidente), Mg. Carlos Enrique Fernández García (miembro), Mg. Dick Ronald Cáceres Navarro (miembro), Dr. Jesús Miguel Flores Vivar (asesor), dio inicio a la sustentación del Trabajo de Suficiencia Profesional, TSP, titulado **Diseño e implementación de una web interna como herramienta info-comunicativa para colaboradores de Aris Industrial** presentado por la bachiller Gabriela Guadalupe Ashcallay Samaniego, para optar al Título Profesional de Licenciada en Comunicación Social.

Concluida la sustentación, el jurado procedió a la calificación con el siguiente resultado:

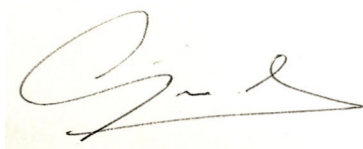
**Aprobado con 18**  
(Muy bueno)

18  
(Nota en números)

Dieciocho  
(Nota en letras)

Luego del proceso de sustentación y la calificación correspondiente, se le comunicó a la graduanda el resultado obtenido y el Jurado recomienda a la Facultad que se le otorgue el título profesional de Licenciada en Comunicación Social

Siendo las 13:00 horas, se concluyó el acto. Los miembros del jurado dan fe de lo actuado firmando la presente Acta.



Mg. Carlos Ricardo Gonzales Garcia  
Presidente (Asociado)



Mg. Carlos Enrique Fernández García  
Miembro (Asociado)



Mg. Dick Ronald Cáceres Navarro  
Miembro (Auxiliar)



Dr. Jesús Miguel Flores Vivar  
Asesor (Principal)

**Fe de erratas:** el acta ha sido modificada el 18 de diciembre de 2023 en los siguientes términos:

Acta original decía: ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Acta modificada dice: ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA  
PROFESIONAL

FIRMA DE RESPONSABLE:



UNMSM

Firmado digitalmente por OYARCE  
CRUZ María.Jacqueline FAU  
20148092282 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 18.12.2023 07:04:57 -05:00

## CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo JESÚS MIGUEL FLORES VIVAR, en mi condición de asesor acreditado con la Resolución Directoral N° 011/EPCS-FLCH/2023 (de fecha 24 de abril de 2023) del Trabajo de Suficiencia Profesional (TSP) cuyo título es: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA WEB INTERNA COMO HERRAMIENTA INFO-COMUNICATIVA PARA COLABORADORES DE ARIS INDUSTRIAL, presentado por la bachiller GABRIELA GUADALUPE ASHCALLAY SAMANIEGO para optar al título de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

CERTIFICO que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante el software de similitud textual, el documento evaluado cuenta con el porcentaje de 13 % de similitud, nivel PERMITIDO para continuar con los trámites correspondientes y para su publicación en el repositorio institucional.

Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del título correspondiente.

FLORES VIVAR  
Jesus Miguel  
FAU  
20148092282  
soft

Firmado digitalmente  
por FLORES VIVAR  
Jesus Miguel FAU  
20148092282 soft  
Fecha: 2023.11.02  
12:35:58 -05'00'

Firma del Asesor

DNI: 07259942

Nombres y apellidos del asesor:

DR. JESUS MIGUEL FLORES VIVAR



## **DEDICATORIA**

A mi querido esposo Marcos Ipanaqué por su apoyo incondicional y sus mensajes de aliento en cada momento para no rendirme y conseguir mis metas.

Gabriela

### **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento especial a Aris Industrial, una organización que me permitió crecer desde que inicié mis labores. A mi líder, quien me dejó muchas enseñanzas para mi vida profesional y personal. Asimismo, un agradecimiento a mis compañeros de trabajo, quienes me brindaron la información que se requirió para desarrollar el contenido del presente informe de Trabajo de Suficiencia Profesional.

## RESUMEN

La gestión de la comunicación interna es un proceso clave para la organización, ya que, a través de ella, la empresa puede relacionarse con todos los trabajadores de forma transversal. Para lograr una óptima comunicación, el primer paso es transmitir información clara, precisa y de interés utilizando un estilo de lenguaje estándar tomando en cuenta el tipo de público objetivo; y como segundo paso se encuentra la retroalimentación del receptor, lo que confirma la comprensión de los mensajes. En el marco de la crisis sanitaria por la COVID-19 que se presentó en el año 2020, muchas empresas del mundo y de Perú sufrieron cambios repentinos en sus operaciones y con ello se crearon nuevas necesidades de comunicación entre los trabajadores y la empresa. De acuerdo con estos acontecimientos, se presentó la oportunidad de generar nuevos espacios de comunicación con una inclinación al aspecto digital. Por tal motivo, se realiza una investigación sobre plataformas web y móviles con la finalidad de diseñar e implementar una versión personalizada, la cual permitió lograr que los trabajadores tuvieran acceso a contenidos dinámicos con información relevante para sus procesos desde cualquier dispositivo como laptop, PC, tablet o celular. Además, permitió el acceso sin restricciones de horario ni de locación.

**Palabras clave:** Comunicación interna, info-comunicación, web interna e intranet.

## ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.1 Planteamiento del problema	6
1.2 Objetivos	12
1.2.1 <i>Objetivo general</i>	12
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	12
1.3 Justificación e importancia	12
CAPÍTULO II	15
MARCO DESCRIPTIVO REFERENCIAL	15
2.1 Descripción de la organización	15
2.2 Antecedentes de la organización	18
2.3 Áreas de desarrollo profesional	22
CAPÍTULO III	25
DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL	25
3.1. Actividades profesionales	25
3.2. Competencias profesionales adquiridas	28
CAPÍTULO IV	31
PROPUESTA	31
4.1 Plan de mejora de la organización	31
4.2 Factibilidad de la propuesta	39
4.2.1 <i>Factibilidad operativa</i>	39
4.2.2 <i>Factibilidad técnica</i>	39
4.2.3 <i>Factibilidad económica</i>	40
CAPÍTULO V	41
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
5.1 Conclusiones	41
5.2 Recomendaciones	42
ANEXOS	46

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura organizacional de Aris Industrial S.A.	21
Figura 2: Organigrama de la Gerencia de Desarrollo Organizacional y Calidad	23

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales públicos de interés de Aris Industrial	16
Tabla 2: Cronograma de actividades para la web interna	30
Tabla 3: Etapas del proyecto e inversión según Cubo Rojo	33
Tabla 4: Programación de la campaña de comunicación	36

## INTRODUCCIÓN

El presente informe de Trabajo de Suficiencia Profesional (TSP) correspondiente a la línea de investigación relacionada a la comunicación, planificación y desarrollo en las organizaciones, busca describir y explicar el proceso de diseño e implementación de la web interna como herramienta info-comunicativa en Aris industrial en un contexto de crisis sanitaria por COVID-19.

Por tal motivo, se analizó la situación del país como primera instancia y cómo las decisiones del gobierno afectaron a las empresas, es decir, todos los cambios y medidas que los empleadores incluyeron en sus operaciones regulares para asegurar que la propagación del virus no se extendiera en el territorio peruano y prevenir el incremento de contagios en las propias instalaciones de las compañías.

Lo antes expuesto resultó en un nuevo reto para la comunicación interna, es por ello que, luego de una revisión de autores expertos en comunicación se identifica a la web interna como una posible alternativa para lograr los objetivos comunicacionales de la empresa. Además, se analiza el aspecto de info-comunicación para reconocer qué aspectos necesitaba incluir la web interna, tomando en cuenta las necesidades y expectativas del colaborador.

Sin embargo, para lograr cubrir esos requerimientos, era imprescindible conocer a detalle a la empresa Aris Industrial, por ello, se explica con detenimiento la estructura, las operaciones y la evolución del negocio desde su fundación hasta la actualidad. Por otro lado, se menciona el proceso de desarrollo de las actividades de comunicación interna y cuáles son los campos de desempeño de un profesional en comunicación.

Es así como, se establece la propuesta final de implementación de la web interna a través de un cronograma establecido, luego de realizar una revisión de buenas prácticas en otras empresas, un análisis de proveedores y la presentación del proyecto ante el Comité Directivo, para proceder finalmente a diseñar la campaña de comunicación interna.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del problema

En el año 2020, suscitan dificultades de comunicación interna en la empresa Aris Industrial como consecuencia de la presencia de la crisis sanitaria frente al COVID-19. Debido a esta situación mundial, el gobierno peruano proclamó a través del Decreto Supremo N° 044-2020-PCM lo siguiente:

“[...] ha previsto que el ejercicio del derecho a la propiedad, a la inviolabilidad del domicilio, al libre tránsito, a la libertad de trabajo, empresa, comercio e industria, así como el ejercicio del derecho de reunión, están sujetos a las limitaciones que establece la ley en resguardo de la salud pública.”

La promulgación de este decreto afectó a las diversas organizaciones tanto en el sector privado como en el público, debido a que se limitaron las actividades laborales, profesionales y empresariales en todo el territorio peruano, ya que lo que buscaba el gobierno era disminuir el tránsito de personas y así lograr la reducción de las probabilidades de contagio. Sin embargo, se aseguró el abastecimiento de alimentos, medicinas, servicios de agua, saneamiento, energía eléctrica, gas, combustible, telecomunicaciones, limpieza, recojo de residuos sólidos, servicios funerarios, entre otros. Con lo anterior mencionado, se permitió que las empresas que estuvieran involucradas en esos procesos podían continuar con sus operaciones, considerando medidas de salud y seguridad.

Por otro lado, a través del Decreto de Urgencia N° 026-2020 se establecieron disposiciones que permitirían aplicar el trabajo remoto para el sector privado y público, como opción alterna para que las empresas e instituciones puedan continuar operando. Asimismo, para la realización de esta nueva modalidad de trabajo, se debía considerar que los trabajadores



cuenten con los medios informáticos, de telecomunicaciones u análogos suficientes para realización de sus actividades sin necesidad de la presencialidad.

Luego de la promulgación del decreto supremo y el decreto de urgencia por el gobierno, Aris Industrial tuvo la obligación de establecer nuevos mecanismos de trabajo. Para el caso de los trabajadores de producción, su trabajo se mantuvo en modalidad presencial añadiendo diversas medidas de prevención de salud y seguridad. Sin embargo, para el caso de los trabajadores administrativos, existió un alto porcentaje que tuvo que trabajar desde casa. Con la finalidad de prevenir la propagación de la crisis sanitaria y mantener la productividad laboral, el trabajo remoto fue considerado una opción apropiada que la empresa debía implementar en puestos de trabajo específicos (considerando la naturaleza de las actividades y funciones). En consecuencia, el área de comunicación interna se enfrentó a un nuevo reto: mantener a todos los trabajadores conectados y correctamente informados.

Debido a la implementación del trabajo remoto, los trabajadores se encontraron apartados físicamente entre sí. Por ello, era necesario que el área de comunicación interna realizara una investigación y así ejecutar acciones que permitieran que todos los trabajadores de Aris Industrial sin excepciones puedan acceder a la información de interés a través de una comunicación breve, veraz, concisa e inmediata.

Este proceso de investigación incluyó el análisis de los mensajes que recibían tanto los trabajadores administrativos como los de producción, es por ello que se identificó que se enviaba una gran cantidad de información por diversos canales como correos del área de Comunicación Interna, Recursos Humanos, Bienestar Social, Salud Ocupacional, Capacitación, entre otros. Así también, se enviaban continuamente mensajes por WhatsApp con documentos e imágenes, los cuales corrían el riesgo de no ser leídos o ser eliminados por condiciones de memoria en los celulares de los trabajadores.

Por otro lado, solo aquellos trabajadores administrativos que laboraban de manera presencial en las instalaciones de la empresa contaban con el acceso a un portal interno, el cual contenía poca información de aspectos relevantes, además, esta solo podía ser revisada al abrir enlaces o hipervínculos a carpetas compartidas. A partir de ello, se analizaron diversos autores para identificar qué acción o acciones debían ser implementadas por el área de comunicación interna para lograr que los colaboradores accedieran a la información de una forma fácil, rápida y dinámica.

Desde la década del 90 ya se escuchaba el término intranet en las compañías transnacionales. Jiménez (1998) sostiene que la tecnología llamada intranet permitía facilitar el acceso a la información sobre la empresa a cualquier persona que esté físicamente en las instalaciones de la empresa o que manejen las claves para ingresar al sistema de manera segura. Además, desde aquellos años indicaba que la tecnología de la intranet era económica porque permitía conectar a cualquier tipo de computadora solo a través de una configuración.

Desde la perspectiva de López-Hermoso y otros (2000) describen a la intranet como un conjunto de ordenadores que están interconectados entre sí y dentro de una empresa, es decir, es una versión privada de internet a la que solo tienen acceso las personas de la misma organización, ya que generalmente contiene diversa información sensible y confidencial. Sin embargo, es con Bansler (2000) que esta definición finalmente evoluciona y detalla que todos los colaboradores de una organización pueden conectarse con la información empresarial sin importar límites funcionales ni geográficos a través de la construcción de una intranet.

No obstante, Lafrance (2001) afirma que una definición sencilla y concisa de lo que es una intranet: “(...) no es más que una Internet privada, [al] interior de una organización y protegida de las miradas indiscretas por una barrera (firewall) que impide a cualquier intruso conocer su red informática interna” (p.17). Esta red privada o intranet según Flores y Miguel

(2004) es un canal útil para desarrollar: “la captación de información sobre el conocimiento de los empleados, la divulgación de información y compartición de experiencias, la reutilización e incremento del capital intelectual de la empresa que permita acceder a fuentes externas cuando es necesario adquirir o actualizar el conocimiento acumulado” (p.35).

En tal sentido, una de las principales ideas iniciales fue el diseño e implementación de una intranet, ya que su objetivo principal es el compartir información de la empresa y recursos informáticos entre los empleados (Bajpai, 2008). Esta propuesta se reforzó aún más cuando se consultó a Tudor (2016), quien explicó que la principal ventaja de tener una intranet es la velocidad en la difusión de archivos de información, procedimientos, decisiones, soluciones tanto para los colaboradores como para los directivos de los diferentes niveles jerárquicos.

Así también, va de la mano la concepción de Intranet de Arribas (2018), quien evidencia una tendencia que crece de manera exponencial, ya que en el mundo actual el sector empresarial tiene una necesidad fundamental de incluir a esta plataforma como canal de comunicación interna, esto se debe a que todos los trabajadores de la empresa pueden producir, encontrar y utilizar la información, es decir, es el resultado de un cambio de perspectiva: el trabajador pasa de ser un espectador a ser parte de una comunicación bidireccional.

Por tal motivo, y luego de un análisis de la situación se determinó que, para el contexto de Aris Industrial, había una necesidad muy clara en la cual se requería de una centralización y democratización de la información, es decir, que todos los trabajadores tengan acceso a documentos, imágenes, videos y animaciones de las distintas áreas de la empresa a través de un solo canal. Era necesario una herramienta que centralizara toda la información y que permitiera el uso a través de diversos dispositivos (celulares, laptops y PCs). Estas características se plantearon con la intención que el colaborador pueda acceder a la información que requiera para sus procesos o gestiones individuales de manera autónoma.

Asimismo, esta herramienta debía incluir información actualizada que se visualizara a través de publicaciones dinámicas y de impacto, con la finalidad que el trabajador pueda estar al tanto de las últimas noticias y acciones de la empresa. Este era un reto añadido, ya que en la actualidad las áreas de comunicación interna se enfrentan a diversos contenidos innovadores en el internet. Es por ello que, una parte fundamental era considerar productos dinámicos y de interés con la finalidad de mantener a los trabajadores involucrados, y así también reflejar en el diseño y diagramación la cultura organizacional de la empresa incluyendo comunicaciones audiovisuales y gráficas.

Finalmente, la implementación de una intranet en Aris Industrial debía dejar de lado el esquema del uso de la herramienta solo dentro de las instalaciones y permitir un ingreso desde cualquier parte del mundo sin importar el horario. Por esta razón, se toma la decisión de utilizar el término web interna en lugar de intranet, tomando de referencia a Toala (2021) quien indicó que una empresa que cuente con una web interna obtendrá diversos beneficios como la capacidad de encontrar información relevante, la escalabilidad, tener usuarios simultáneos ilimitados, contar con comunicaciones privadas seguras, y poder acceder desde cualquier parte del mundo sin considerar horarios ni locaciones.

No obstante, esta web interna debía ser una herramienta de consulta de información de interés de la empresa para los trabajadores. Sin embargo, al ser una implementación del área de comunicación interna era necesario considerar que esta plataforma también incluyera un espacio de comunicación bidireccional, es decir que los trabajadores pudieran comunicarse indicando sus consultas, reclamos o sugerencias de diversos aspectos de la empresa. Es por ello que, en el presente trabajo se consideró pertinente identificar una definición o conceptualización de la info-comunicación, puesto que el objetivo no era solo informar sino comunicar.

La definición de la info-comunicación de Saldrigas y Linares (2017) señala que ambas funcionan de manera armónica y son complementarias. Debido a que de la primera se extraen todos los datos para luego proceder con la interpretación según un análisis individual, y la segunda sirve para que todos puedan alinearse con el mismo mensaje. Un acercamiento más exacto es el de Pirela (2021), quien afirmó que:

“La noción de info-comunicación pudiese parecer tautológica porque ciertamente no es posible plantear la comunicación sin la información; sin embargo, no toda información llega a comunicarse porque se pueden crear contenidos informativos que no llegan a ser comunicados. En sí misma, la información no es comunicación, a pesar de que esta última existe gracias a la información. Reconociendo la visión de la información como producto cognitivo; es decir, como resultado de integrar datos y darles sentido; y también destacando la idea de que la comunicación es un proceso que plantea bidireccionalidad a partir de acciones de mediación y reconocimiento de emisores y receptores como interlocutores activos, entonces parece que el concepto de info-comunicación hace alusión a la producción informativa (su intencionalidad, naturaleza y estructura) y, al mismo tiempo, a la comunicación que ha estado inundando, tal vez como nunca antes, la totalidad de los escenarios humanos y sociales”.

Básicamente, se puede concluir que la info-comunicación se relaciona a los procesos de crear los contenidos y difundirlos para que otros puedan leerlos y entenderlos, pero sin excluir que luego los individuos que recibieron la información puedan expresar sus ideas u opiniones y tener una retroalimentación, solo así se produciría una verdadera comunicación. Lo anterior también se afirma con relación al estudio realizado por Lopes (2022) quien indicó que entendamos el campo de la info-comunicación como un nuevo campo de conocimiento que une procesos, análisis y métodos tanto de la información como de la comunicación.

## **1.2 Objetivos**

A continuación, se presenta el objetivo general del TSP, seguido de los objetivos específicos que contribuirán con la creación e implementación de una web interna.

### ***1.2.1 Objetivo general***

Diseñar e implementar una web interna como herramienta info-comunicativa para los colaboradores de Aris Industrial.

### ***1.2.2 Objetivos específicos***

- Centralizar y organizar la información de interés sobre las diversas áreas de la empresa en un solo canal.
- Proporcionar acceso a la información y comunicaciones de la empresa a los colaboradores en cualquier momento y lugar.
- Desarrollar contenidos comunicacionales interactivos sobre la información de interés de la empresa.

## **1.3 Justificación e importancia**

El presente TSP se realizó con la finalidad de comprobar que la comunicación interna constituye uno de los más importantes procesos que se desarrollan en una empresa, y que se reconozca el impacto que ejerce la comunicación interna en una situación de crisis sanitaria, en donde la información debe llegar con mayor rapidez para mantener a todos los colaboradores alineados e informados de las decisiones organizacionales. Asimismo, esta investigación es relevante porque permitirá que los colaboradores comprendan el grado de importancia que ejerce la comunicación interna dentro de la empresa Aris Industrial.

Además, se implementa esta iniciativa de comunicación con la finalidad de identificar un canal que sirva como medio universal descentralizado de transmisión de información y comunicación para todos los colaboradores de Aris Industrial. Para tal efecto, se contrastaron diversos canales y herramientas existentes y se tomaron como referencia buenas prácticas de

otras organizaciones peruanas, es por ello que, a través de esta investigación se propone el diseño e implementación de la web interna info-comunicativa accesible sin restricción de horario ni locación, que busca acercar y facilitar toda la información pertinente de la empresa al trabajador, con el objetivo de que pueda consultarla de manera autónoma e independiente, de una forma más intuitiva, amigable y oportuna según sus necesidades. Este proyecto no solo beneficiará a los trabajadores de la empresa Aris Industrial S.A., sino que también podrá ser un ejemplo de buena iniciativa para otras organizaciones públicas o privadas que requieran implementar una herramienta de comunicación integradora.

Para lograr los objetivos propuestos y como lo mencionó Hernández (2014), para determinar qué metodología se utilizaría fue necesario tener en cuenta el nivel de conocimiento actual que se tiene del tema, basado en la revisión bibliográfica y la perspectiva o punto de vista del investigador. Por esta razón, para el presente informe se utilizará una metodología de investigación cualitativa descriptiva y explicativa. Según Muñoz (2018), una investigación descriptiva se enfoca en descubrir todas las características y propiedades de los grupos o fenómenos, con ello es posible identificar sus comportamientos o atributos específicos. Asimismo, se considera explicativa dado que se utiliza información de distintas fuentes para encontrar las posibles causas y/o dificultades presentadas.

Por otro lado, Muñoz (2018) también describió que la investigación cualitativa toma como punto central hechos documentados a través de observaciones de las costumbres y/o acciones presentadas. Es por ello que, este trabajo se enfoca en la situación de la comunicación interna de los colaboradores de Aris Industrial durante la crisis sanitaria por COVID-19. Además, se utilizan técnicas de investigación cualitativas como las entrevistas a profundidad con gerentes, jefes, coordinadores y usuarios de las áreas clave de la empresa, lo que contribuyó al análisis y síntesis de la información de interés para todos los colaboradores.

Finalmente, se incluye toda la información en los módulos creados en la web interna, y se considera la capacitación de los usuarios clave (colaboradores en puestos estratégicos que tienen contacto directo y diario con los demás trabajadores) para luego iniciar con las pruebas de verificación que una vez concluidas permitieron los ajustes respectivos con la finalidad de lograr una mejor experiencia de usuario dentro de la nueva herramienta digital.



## CAPÍTULO II

### MARCO DESCRIPTIVO REFERENCIAL

#### 2.1 Descripción de la organización

Aris Industrial S.A. es una empresa privada peruana con más de 80 años en el rubro de la manufactura, se dedica especialmente a fabricar productos con altos estándares de calidad con la finalidad de lograr la satisfacción de sus clientes. La compañía se caracteriza por mantener una estrategia de diversificación a lo largo de los años. Por tal motivo, actualmente cuenta con tres unidades de negocio las cuales se denominan: Textil, Químicos y Cerámicos, y cuenta con sedes ubicadas en las ciudades de Lima y Lurín.

La Unidad de Negocio Textil (UN Textil) es la más reconocida en el mercado a través de su marca bandera Barrington, la cual se ha convertido en una auténtica tradición, signo de refinamiento, calidad y elegancia. Los tejidos son elaborados con lana y la materia prima es extraída de diversos países entre los principales se encuentran Australia y Argentina, sus productos son elaborados con lana al 100% como el casimir súper 150's, 140's, 120's y 100's, y otros artículos como baby alpaca, paño, tweed, lanillas y denim (Aris Industrial, 2019a).

Por otro lado, la Unidad de Negocio Químicos (UN Químicos) fue creada luego de más de 40 años desde la fundación de la empresa, su creación se debió a la estrategia de diversificación que implementó el Comité Directivo. Esta unidad es una de las principales productoras de químicos en el Perú y está organizada en tres divisiones de negocio: Agrícola, Tratamiento de agua e Industria, las cuales ofrecen más de 750 productos con calidad garantizada. La división Agrícola, cuenta con la marca ARISagro y abarca productos como fertilizantes, herbicidas, adyuvantes, insecticidas, bactericidas, fungicidas, reguladores, semillas, entre otros.

La división Tratamiento de agua está representada por las marcas ARISagua y Aquapool, que engloban productos para el tratamiento de agua potable y la limpieza de piscinas respectivamente. Entre sus principales artículos se incluyen policloruros, sulfato férrico, polímeros, hipoclorito de calcio y sulfato de aluminio. Finalmente, la división Industria se enfoca en la producción de ácidos sulfónicos y azufre industrial con la marca Pantera, la primera marca creada en la UN Químicos (Aris Industrial, 2019b).

La Unidad de Negocio Cerámicos (UN Cerámicos) es la más joven, fue creada en el 2012, la cual lanzó al mercado la marca Cerámicos Gala ofreciendo diversos diseños contemporáneos y una selección exclusiva de esmaltes de procedencia extranjera. Los productos de la unidad comprenden las más recientes tendencias mundiales en decoración de espacios. Entre los productos que presenta en su portafolio se encuentran cerámicos de líneas como piedra, rústico, liso, madera y mármol. Asimismo, la producción abarca varios tipos de formatos que incluyen tamaños de 60 x 60, 46 x 46, 30 x 46 y 27 x 46 (Aris Industrial, 2019c).

Además de las tres unidades de negocio, Aris Industrial cuenta con dos unidades de apoyo que trabajan de manera transversal para toda la organización. La Unidad de Apoyo Administración y Finanzas que engloba las áreas de: Finanzas, Contabilidad, Costos, Sistemas y Legal, las cuales se encargan de que las unidades de negocio cumplan con las normativas y cuenten con los recursos económicos, informáticos y financieros necesarios para desarrollar sus actividades con regularidad y lograr la satisfacción de sus clientes. Por otro lado, la Unidad de Apoyo Operaciones engloba áreas como: Recursos Humanos, Logística, Servicios Generales y Seguridad, y Desarrollo Organizacional y Calidad. Estas áreas tienen como función principal el proporcionar el talento humano especializado y los materiales, además de velar por la salud, seguridad y bienestar de todos los trabajadores de Aris Industrial.

Finalmente, es importante conocer quiénes son principales públicos objetivos con los que se relaciona Aris Industrial S.A. como se muestra en la Tabla 1.

**Tabla 1***Principales públicos de interés de Aris Industrial*

<b>Público Objetivo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Colaboradores</b>	Más de 1000 personas, quienes se distribuyen en las tres unidades de negocio y en las dos unidades de apoyo.
<b>Clientes UN Textil</b>	Confeccionistas, sastres, retailers y usuarios finales. Clientes destacados: Arturo Calle y Sandro Paris.
<b>Clientes UN Químicos</b>	Empresas industriales públicas y privadas. Clientes destacados: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Camposol y Beta Complejo Agroindustrial (división agrícola)</li> <li>• Sedapal y Pesquera Diamante (división tratamiento de agua)</li> <li>• Gloria, Alicorp, Procter &amp; Gamble y Pedregal (división industria)</li> </ul>
<b>Clientes UN Cerámicos</b>	Consumidores finales, constructoras y retailers. Clientes destacados: Promart, Sodimac y Maestro.
<b>Accionistas</b>	Son los ejecutivos de la empresa que tienen el cargo de director en las áreas de Administración y Finanzas, Textil, Químicos y Cerámicos, y tienen la responsabilidad de tomar decisiones para lograr los objetivos estratégicos establecidos.
<b>Sociedad Nacional de Industrias (SNI)</b>	Gremio enfocado en el desarrollo de la economía e industria peruana. Director ejecutivo de Aris Industrial es el segundo vicepresidente del Comité Ejecutivo SNI y es parte del Comité de la Industria Agroquímica (Sociedad Nacional de Industrias, 2022).

*Nota.* Elaboración propia.

## 2.2 Antecedentes de la organización

El 6 de abril de 1943, Alfonso Barrios Domínguez funda la empresa “Fábrica de Hilados y Tejidos San Miguel”, hoy Aris Industrial S.A., ubicada en el Cercado de Lima. En esa época, el principal producto de comercialización fue la madeja de lana para tejer a mano bajo la marca "La Cigüeña", que logró obtener significativo éxito en el mercado.

Luego de tres años desde el inicio de sus operaciones, en 1946, la firma comenzó con la fabricación de hilado de lana peinada para la producción de casimires. De igual manera, los casimires fueron considerados productos de excelente calidad, lo que conllevó a que la compañía incursionara en la elaboración de tejidos (Aris Industrial, 2019d). En 1953, se crea la marca de tejidos “Barrington”, la cual fue altamente valorada por sus finas características y diseño. Por tal motivo, logra posicionarse como símbolo de elegancia y garantía de calidad; diferenciándose de otros productos en el mercado. Este liderazgo es ocupado desde mediados de la década de los cincuenta y se mantiene firmemente hasta la actualidad (Aris Industrial, 2019d).

Como resultado de la reputación que la empresa había logrado alcanzar, se decide invertir en recursos y expandirse a través de la estrategia de diversificación. De esta manera, en 1984 se adquiere una empresa dedicada a la fabricación de productos químicos llamada “Rayón y Celenese Peruana”. Así, se inicia la historia de consolidación de la segunda unidad de negocio ubicada en Aris Lima con representantes técnicos comerciales alrededor del país (Aris Industrial, 2019b). Con más de 65 años de éxito comercial, en el 2008, los socios accionistas, quienes eran hijos de Alfonso Barrios Domínguez: Javier Barrios Teixidor, Enrique Barrios Teixidor y Mario Barrios Marca, deciden dividir sus patrimonios y negocios; surgiendo así el nuevo nombre de la compañía: Aris Industrial S.A., empresa conformada hasta ese momento por dos unidades de negocio: Textil y Químicos.

Sin embargo, en el 2012, Aris Industrial apuesta por la incursión de una nueva unidad de negocio enfocada a la producción y comercialización de cerámicos y acabados de construcción. Es así como, se crea la tercera unidad de negocio bajo la marca “Cerámicos Gala”. Esta nueva unidad permite también la ampliación del espacio físico de la organización, por lo que se crea la segunda sede de Aris Industrial en el distrito de Lurín (Aris Industrial, 2019c).

Siguiendo con la estrategia de diversificación, en el 2015, Aris Industrial S.A. expande sus horizontes a mercados internacionales, realizando la compra de la empresa Proquiandinos S.A. en Ecuador. No obstante, la empresa ecuatoriana fue renombrada como Aris Ecuador, iniciando la fabricación de productos químicos como silicatos de sodio, sólidos y líquidos; y sulfato de aluminio (Aris Ecuador, 2019).

Continuando con las acciones de expansión, en diciembre del 2020, Aris Industrial S.A. adquirió a la compañía Solvesa Ecuador, la cual cuenta con una planta en la ciudad Milagro en la que se produce ácido, silicato sólido y líquido. Además, en su oficina matriz se comercializan productos de diferentes unidades de negocio como la línea industrial, nutrición y salud. Esta adquisición fue estratégica, debido a que es la líder del mercado, y se destaca por la importación y comercialización de insumos y materias primas para los sectores agrícola, alimentario e industriales. En el 2022, inició la fusión entre las empresas Aris Ecuador y Solvesa Ecuador, actualmente la unión conversa el segundo nombre.

Hoy, Aris Industrial es una empresa peruana con 80 años de experiencia en el mercado que gracias a sus tres unidades de negocio: Textil, Químicos y Cerámicos, las cuales generan empleo para más de 1000 colaboradores. Además, posee dos sedes en Ecuador dedicadas a la elaboración de productos químicos. Así también, la firma está presente en diferentes partes del mundo, debido a sus exportaciones en países de América Latina como: Argentina, Bolivia,

Brasil, Chile, Colombia, Ecuador y Venezuela. También, está presente en países de Europa como Francia y España; y en Asia en países como China y Dubái (Aris Industrial, 2019e).

Asimismo, y de acuerdo con los objetivos establecidos en el presente TSP, es necesario describir cuál era la situación de la comunicación interna dentro de la organización antes de la aparición de la crisis sanitaria debido a la COVID-19 con la finalidad de entender su evolución en el tiempo, sus características y los actores principales que participaron.

Desde los inicios de la fundación de Aris Industrial, el responsable de escribir y emitir cualquier comunicación hacia toda la empresa era el Director Ejecutivo, él se encargaba de la redacción de los comunicados, y se apoyaba en los jefes de cada área para trasladar la información a los colaboradores de la empresa. Estas comunicaciones eran unidireccionales en su totalidad, es decir, la organización informaba de sucesos y/o noticias importantes y los trabajadores seguían las instrucciones señaladas en los comunicados.

La responsabilidad de la comunicación interna comenzó a expandirse más con la creación del área de calidad, la cual tenía como una de sus funciones principales: realizar el seguimiento de las auditorías externas y certificaciones nacionales e internacionales. Dentro de los conceptos a evaluar en las auditorías, se exhortaba que todos los colaboradores estuvieran informados sobre las capacitaciones, implementaciones y nuevas metodologías de trabajo. Por esta razón, era necesario evidenciar que efectivamente las comunicaciones respectivas habían sido realizadas de manera oportuna. Esas evidencias se mostraban a través de las publicaciones en las vitrinas de planta (también llamados periódicos murales) para las áreas de producción y por correos electrónicos para el personal administrativo.

Sin embargo, años después se creó la gerencia de desarrollo organizacional y calidad, la cual estaba a cargo de todas las iniciativas de comunicación interna de la empresa. En sus inicios, el área contaba con especialistas en contabilidad, calidad y psicología. Es por esta razón que, las funciones de comunicación fueron atribuidas a los profesionales de psicología que

junto con el gerente realizaban las comunicaciones a través de las vitrinas y correos electrónicos, insertando aspectos de formatos y estándares de redacción. Luego, estas funciones fueron asignadas al especialista de calidad quien agregó mayor contenido con las publicaciones de los reportes mensuales de mejora continua y reportes trimestrales del programa 5s-soled.

La comunicación interna en Aris Industrial continuó evolucionando y para el año 2017, se contrató por primera vez a una profesional en comunicación que junto con la diseñadora gráfica perteneciente a la UN Químicos iniciaron la implementación de nuevas prácticas como el mini periódico llamado “El Informativo”, los boletines mensuales para los temas de salud, seguridad y bienestar, los comunicados dinámicos, los conceptos gráficos para los días festivos como aniversario, fiestas patrias, navidad, entre otros. No obstante, debido a la falta de alineamiento del estilo de comunicación interna con la cultura organizacional, el puesto de trabajo de encargado de la comunicación interna quedó vacante.

En consecuencia, para el año 2019, se contrató a una nueva profesional de comunicación, quien tuvo el puesto de asistente de comunicación interna, este fue el inicio de la centralización de las funciones en una sola persona desde la redacción, el diseño hasta la publicación de todos los contenidos. Durante el primer semestre se crearon por primera vez materiales audiovisuales *inhouse* como videos y animaciones. Uno de los aspectos a considerar es que aún el área de comunicación interna no utilizaba plataformas que aperturaran la bidireccionalidad, es decir que solo producía información, pero no info-comunicación. Debido a ello, se realizó el lanzamiento del WhatsApp Corporativo como la finalidad que a través de este canal los trabajadores pudieran comunicarse con la empresa de manera rápida, fácil y directa.

A finales del año 2019, se implementó el primer grupo cerrado en Facebook, el cual permitió crear una comunidad con los trabajadores, en la cual podían revisar las publicaciones de todos los eventos corporativos que se realizaban durante el año, además de disfrutar de las

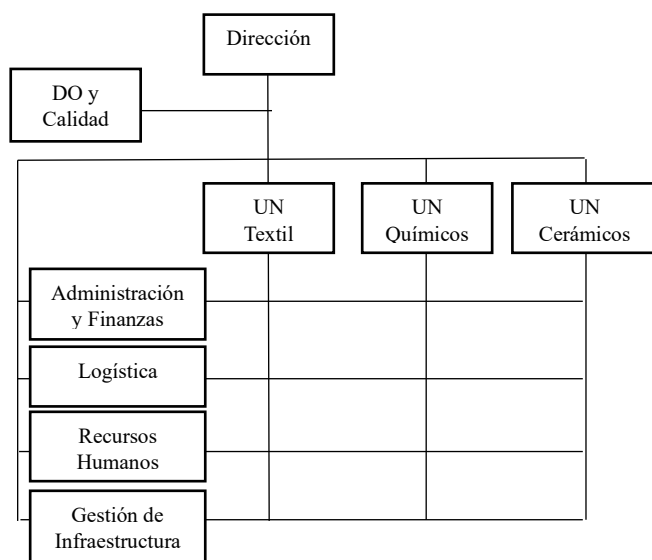
galerías fotográficas y las animaciones de los contenidos educativos elaborados. Con estas nuevas implementaciones el área de comunicación interna se enfrentó a la nueva realidad que se instauró con la llegada de la crisis sanitaria por el COVID-19 en todo el mundo.

### 2.3 Áreas de desarrollo profesional

Aris Industrial S.A. presenta una estructura organizacional semi matricial, ya que combina estructuras verticales y horizontales. Las unidades de apoyo son transversales a toda la empresa, las cuales incluyen áreas como: administración y finanzas, logística, recursos humanos y gestión de infraestructura. De manera vertical, se representan las unidades de negocio Textil, Químicos y Cerámicos, que tienen estructuras internas diferenciadas; comprendiendo las gerencias comerciales, producción, mantenimiento, laboratorio, ventas, entre otras. Cabe resaltar que el área de Desarrollo Organizacional y Calidad, reporta directamente a la Dirección Ejecutiva; es así que se considera como un departamento estratégico de asesoramiento para toda la compañía, como se aprecia en la Figura 1.

**Figura 1**

*Estructura organizacional de Aris Industrial S.A.*



*Nota.* Tomado de Aris Industrial (2022), Folleto corporativo: Cultura organizacional.

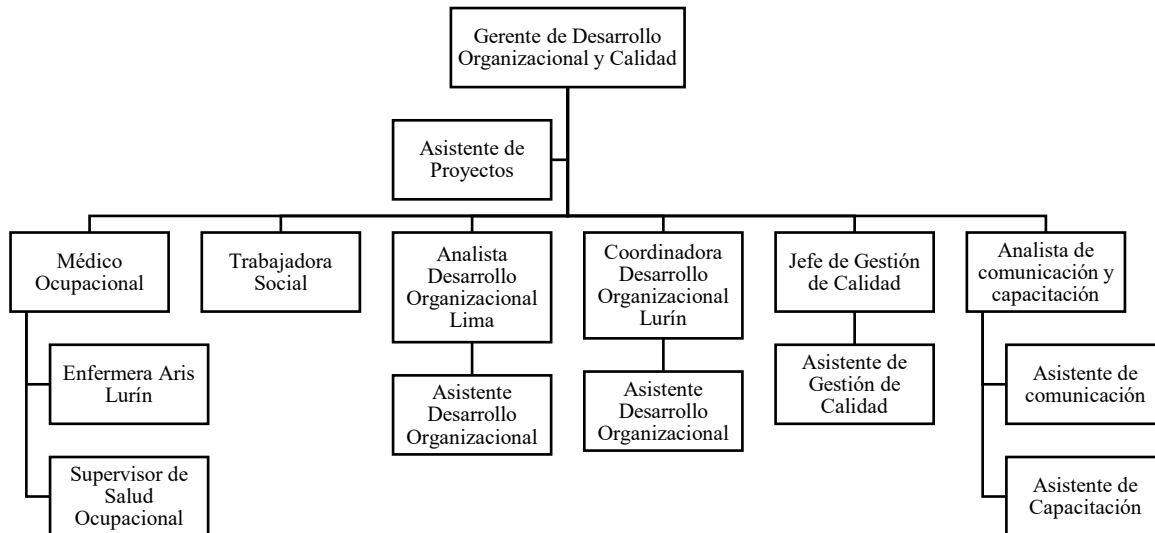


Tras una descripción detallada del diseño organizacional de Aris Industrial S.A., se evidencia que es una compañía única en su naturaleza, debido a que no existen empresas peruanas que cuenten con tres unidades de negocio tan diferentes y diversas; las cuales trabajan a través de una estructura mixta debido a que las actividades de las unidades de apoyo impactan transversalmente a la UN Textil, UN Químicos y UN Cerámicos.

En consecuencia, se deduce que combina una organización por producto y matricial, como indica Porto y Angarita (2017), el primer tipo de estructura distribuye las áreas de acuerdo con la producción y comercialización de una línea de productos relacionados para un cliente específico. Asimismo, es matricial debido a su estructura gráfica ya que cuenta con una cadena de mando de divisiones más una disposición horizontal de departamentos que trabajan en forma transversal.

Dentro de las áreas de desarrollo profesional en comunicación, se encuentra el departamento de comunicación interna, la cual está comprendida dentro de la gerencia de Desarrollo Organizacional y Calidad, como se ve en la Figura 2. Esta localización en el organigrama central evidencia la cercanía con la Dirección Ejecutiva, quien es el área final de aprobación para cualquier iniciativa corporativa. Además, desde su posición organizacional se denota que toda implementación que se realice tendrá impacto en todos los colaboradores desde mandos ejecutivos, personal administrativo y de producción. Es por ello que, dicha área es considerada de vital importancia, puesto que su rol es el de mantener debidamente informados e involucrados a todos los colaboradores con las acciones de la empresa.

Durante el desarrollo del presente informe de TSP, el área de comunicación interna estuvo conformada por dos perfiles profesionales: una analista de comunicación y capacitación, y un asistente de comunicación. El primer integrante con una especialización en comunicación organizacional y el segundo con especialidad en relaciones públicas.

**Figura 2***Organigrama de la Gerencia de Desarrollo Organizacional y Calidad*

*Nota.* Tomado de Aris Industrial (2022), Organigramas Aris – Gerencia DO y Calidad.

El área de comunicación interna está encargada de la gestión de los canales físicos y digitales de comunicación. Asimismo, es responsable de la elaboración de campañas y proyectos de comunicación considerando a todos los diferentes públicos objetivos que existen en la organización. Por otro lado, y de manera rutinaria tiene como función la redacción de contenidos como los comunicados formales y dinámicos, el mini periódico, boletines, afiches de información, entre otros. Finalmente, tiene una intervención directa en las celebraciones de la empresa a través de la elaboración de los conceptos gráficos, mensajes y videos que se elaboran para los trabajadores de la empresa.

## CAPÍTULO III

### DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

#### 3.1. Actividades profesionales

Durante el año 2019, se desempeñó el puesto de asistente de comunicación interna, el cual comprendió las funciones de planificación y ejecución del plan de comunicación interna, la gestión de los canales de comunicación interna, redacción y diseño de boletines de salud, seguridad y bienestar, la publicación de comunicados oficiales de la empresa, la organización de eventos corporativos, la toma fotográfica, la edición de videos corporativos y la elaboración de animaciones instruccionales para las sesiones de capacitación.

En tal sentido, para la presentación de un plan de comunicación interna anual, se establecía una secuencia de pasos a realizar, los cuales incluían la investigación de las necesidades de comunicación de la empresa, para lo cual se realizaban entrevistas a profundidad con los líderes de cada unidad de negocio y apoyo de Aris Industrial. Como mencionó Brandolini (2008): “Todo comunicador abocado a la comunicación interna tiene como rol desarrollar estrategias integrales y detectar problemas en la comunicación entre los miembros de una organización, las áreas y entre los diferentes niveles de mando” (p23). En consecuencia, se identificaban las actividades a desarrollar, se elaboraban ideas o mensajes claves, además se escogían los medios de comunicación ya sea físicos o digitales, el cronograma y el presupuesto a utilizar.

Con respecto a la redacción de boletines de salud, se agendaban reuniones con el Médico Ocupacional para identificar el tema a tratar, de acuerdo con los últimas novedades, enfermedades recurrentes o de acuerdo con la estación en la que el boletín sería publicado. Por otro lado, los boletines de seguridad se coordinaban con el Jefe de Servicios Generales y Seguridad, quien utilizaba como insumo los accidentes de trabajo más recurrentes, para así

establecer recomendaciones de prevención. Finalmente, para la elaboración del boletín de bienestar se contaba con la participación de la Trabajadora Social con quien se definían los temas relacionados a la familia, la planificación financiera, entre otros.

Además, durante esta etapa de trabajo como asistente de comunicación interna, se formularon diversos comunicados de la empresa relacionados a aspectos legales, nuevas metodologías de trabajo, implementaciones tecnológicas, acontecimientos importantes, lanzamientos de nuevos productos, entre otros. La redacción de estos comunicados incluía una investigación a través de entrevistas a profundidad con los actores involucrados, además de un registro fotográfico con la intención de complementar la información de manera gráfica.

Así también, la organización de eventos corporativos consistía en recoger las necesidades y expectativas de los trabajadores para considerar acciones que tengan un alto impacto. Es por ello que, se extraía información relevante a través de encuestas cortas a un integrante por área con la intención de elaborar el concepto gráfico, escoger los canales más idóneos y definir los mensajes claves que se utilizarían para el antes, durante y después. Una de las tareas indispensables durante la realización de los eventos era el registro fotográfico y audiovisual con la finalidad de crear materiales como galerías de fotos y video corporativos.

Finalmente, el desarrollo de animaciones instruccionales implicaba la asesoría de un especialista con la finalidad de considerar el diseño de libros, lecturas y sesiones virtuales que se incluirían de acuerdo con los temas establecidos por el área de Capacitación para el desarrollo del plan anual de capacitaciones de los altos directivos, mandos medios y personal administrativo de la organización.

Luego de un año y medio en el desarrollo de las funciones mencionadas, la organización mejoró la posición de asistente a analista de comunicación interna, el cual comprendía nuevas responsabilidades como la gestión de los canales digitales de comunicación, la ejecución de

proyectos de comunicación, la elaboración de campañas y capacitaciones internas, y la gestión de la cultura organizacional. Además, durante el periodo de estancia en la posición se lograron diversos proyectos como la implementación del correo masivo para todos los colaboradores, la instalación de pantallas digitales en los comedores de las plantas de producción y la creación de la primera sala de videoconferencia para sesiones híbridas de capacitación.

El correo masivo permitió que durante la crisis sanitaria se pudiera enviar información de índole legal a todos los colaboradores que trabajaban de manera presencial en la empresa, referentes a las medidas de prevención de salud y seguridad por el COVID-19. Por otro lado, para los colaboradores administrativos que trabajaban desde casa, se compartieron documentos acerca de los lineamientos y nuevos reglamentos para el desarrollo de las operaciones de manera remota.

Además, se implementó el proyecto de instalación de pantallas digitales en los comedores, lo que permitió la elaboración de materiales audiovisuales para la sensibilización y concientización de los trabajadores que acudían de manera presencial a las instalaciones de la empresa en ambas sedes de Aris Lima y Aris Lurín. Los principales contenidos estuvieron enfocados en recomendaciones para la prevención y cuidado ante la crisis sanitaria por COVID-19.

Por otro lado, el tercer proyecto se enfocó en la creación de la primera sala de videoconferencia, la cual trajo consigo nuevas posibilidades de capacitación, rompiendo barreras de distancia nacional e internacional con la finalidad que todos los líderes de la organización pudieran desarrollar el programa de capacitación con respecto a la cultura organizacional de la empresa, que fue afectada por el distanciamiento social entre los colaboradores de producción y administrativos.

Luego de este periodo, desde enero del 2022 a la actualidad, se desarrolla el puesto de analista de comunicación y capacitación con responsabilidades referentes a la gestión de canales de comunicación físicos y digitales, la planificación de campañas de comunicación, el desarrollo de proyectos de comunicación digital, la gestión de la información física y virtual de capacitación y el seguimiento y soporte de las actividades de capacitación. Uno de los logros obtenidos fue el desarrollo de talleres de cultura organizacional llamados Nuestra Cultura Aris.

La elaboración y ejecución de los talleres de cultura organizacional incluyeron un programa de ocho sesiones de capacitación virtuales y presenciales en las cuáles se interiorizaban los contenidos de las lecturas en las que se basa la filosofía empresarial y los elementos de la cultura, estas capacitaciones estuvieron dirigidas a los líderes de la organización. Al finalizar, el Comité Directivo recomendó que se realizara el mismo taller dos veces al año para todos los nuevos colaboradores con puestos estratégicos en la empresa, lo cual se cumple desde el 2022 hasta el día de hoy.

El segundo logro obtenido fue el lanzamiento de la web interna denominada Zona Aris para toda la organización, el presente TSP hace referencia al desarrollo del proyecto, el cual siguió una planificación definida. Así como lo mencionó Beceruelo (2014): “Toda comunicación interna bien gestionada tiene que ajustarse a un calendario de actuación definido y correctamente ejecutado en sus plazos” (p.82). Se describirán todas las acciones realizadas con mayor detalle en el capítulo IV.

### **3.2. Competencias profesionales adquiridas**

Durante los 4 años de trabajo dentro en Aris Industrial se han adquirido diversas competencias profesionales relacionadas a la comunicación organizacional, para clasificarlas se tomó como referencia a Pacheco (2005) quien indicó que existen 3 competencias clave que

todo comunicador interno debe cultivar, las cuales son: el liderazgo, el trabajo en equipo y el manejo de conflictos.

En cuanto al liderazgo y debido a la responsabilidad de dirigir diversos proyectos de comunicación, se ha desarrollado un alto nivel de persuasión con los equipos de trabajo con el fin de lograr los objetivos comunes trazados, para ello se debe comprender los estilos de comunicación, motivación y trabajo que tiene cada persona. Con respecto al trabajo en equipo, se incrementó la habilidad de identificar las fortalezas de los miembros para lograr una mayor productividad. Asimismo, el manejo de conflictos permitió solucionar problemas a través de la negociación y la comunicación asertiva, y así convertirlos en oportunidades de mejora.

Por otro lado, se utilizó como referencia las capacidades del profesional de comunicación mencionadas por Velasco (2018), la primera es el alineamiento de las estrategias de comunicación con la cultura de la empresa, lo que comprende que los objetivos de comunicación contribuyan con el logro de los objetivos de negocio. Además, la habilidad para identificar y gestionar los problemas de comunicación a través de contenidos de sensibilización y concientización para los diversos públicos objetivos diferenciando sus preferencias y entornos de trabajo.

De igual manera, se desarrolló la capacidad para realizar investigaciones con la intención de redactar planes de comunicación para fortalecer las relaciones de los trabajadores con la organización, con sus líderes y en los equipos de trabajo. También, se destaca la competencia para recoger información sobre novedades o nuevas implementaciones dentro de la empresa con el fin de comunicar desde un punto de vista objetivo, y así brindar información concisa y de calidad. Adicionalmente, se cultivó la capacidad de planificación, diseño y utilización de los medios digitales y las plataformas apropiadas para la difusión de mensajes, gráficas, videos, entre otros, con la intención de generar un mejor reconocimiento y retención de la información proporcionada.

Por lo que se refiere a las capacidades profesionales vinculadas a las relaciones interpersonales dentro de la organización descritas por Esan (2022), se practicaron diversas técnicas para facilitar las relaciones entre los miembros de Aris Industrial, como las reuniones de integración, talleres de cultura y sesiones de capacitación. Asimismo, se construyó y fortaleció la comunicación interna de adentro hacia afuera a través del manejo de contenidos para las redes sociales como Facebook y LinkedIn.

Por otra parte, para proyectos que implicaron la instalación de nueva tecnología se requirió el dominio de softwares de comunicación digital, lo que se logró a través de capacitaciones constantes con expertos y el uso diario de las herramientas. Otra habilidad importante relacionada, fue la recolección de datos a través de información documentada y entrevistas a profundidad para alimentar los softwares que se necesitaban implementar. Finalmente, se necesitó del entrenamiento en el manejo y gestión de bases de datos para lograr un control y seguimiento de las funcionalidades de los sistemas utilizados por el área de comunicación interna.



## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA

#### 4.1 Plan de mejora de la organización

Para realizar el siguiente TSP se utilizó la metodología cualitativa de tipo descriptiva explicativa debido a que los principales métodos de recolección de información utilizados fueron los casos de éxito en otras organizaciones, la investigación documental, el análisis de contenido y las entrevistas individuales.

Los participantes del proyecto fueron ocho personas de Aris Industrial con los puestos de trabajo: analista de comunicación y capacitación, asistente de comunicación, asistente de proyectos, analista de calidad, jefe de sistemas, analista de redes y asistente de sistemas; y 4 personas de la agencia contratada que incluían un ejecutivo de cuenta, un desarrollador, un diseñador front line y un diseñador gráfico. Asimismo, se siguió un cronograma en donde se detallaban todas acciones a realizar para lograr el diseño e implementación de la web interna para todos los colaboradores de Aris Industrial como se ve en la tabla 2.

**Tabla 2**

*Cronograma de actividades para la web interna*

Actividad	Responsable	Fecha Inicio	Fecha Final
Investigación y benchmarking	Comunicaciones Internas	20/12/2020	15/03/2021
Firma de contrato y entrega del manual de marca	Comunicaciones Internas	21/4/2021	28/4/2021
Análisis de la solución a desarrollar	Comunicaciones Internas y Cubo Rojo	29/4/2021	18/5/2021
Elaboración de la propuesta visual	Cubo Rojo	20/5/2021	3/6/2021

Desarrollo de la diagramación de la solución	Cubo Rojo	7/6/2021	7/7/2021
Desarrollo del diseño de Módulos y Secciones	Cubo Rojo	12/7/2021	16/8/2021
Recopilación de información para Módulos y Secciones	Comunicaciones Internas	16/8/2021	16/9/2021
Desarrollo de Administrador Web y Servicios Web	Cubo Rojo y Sistemas	16/9/2021	26/9/2021
Desarrollo de App Web	Cubo Rojo	20/9/2021	30/9/2021
Desarrollo de Aplicaciones Móviles	Cubo Rojo	30/9/2021	15/10/2021
Control de Calidad	Comunicaciones internas y Calidad	15/10/2021	20/10/2021
Despliegue de Administrador, App Web y Subida de Apps al servidor	Comunicaciones Internas y Sistemas	20/10/2021	30/10/2021
Pruebas de Verificación	Comunicaciones Internas	13/01/2022	17/01/2022
Capacitación de Administrador Total	Cubo Rojo	17/01/2022	17/01/2022
Capacitación Usuarios Administradores - Web y Administrador	Cubo Rojo	24/01/2022	28/01/2022
Capacitación Usuarios Claves - Web	Comunicaciones Internas	24/01/2022	28/01/2022

Desarrollo del Concepto gráfico	Comunicaciones	12/01/2022	14/01/2022
- Zona Aris	Internas		
Página de inicio Chrome - Zona Aris	Sistemas	31/01/2022	31/01/2022
Desarrollo de Contenidos de Comunicación	Comunicaciones Internas	17/01/2022	21/01/2022
Aprobaciones de Contenidos de Comunicación	Comunicaciones Internas	24/01/2022	28/01/2022
Semana de Lanzamiento de Web Interna	Comunicaciones Internas	01/04/2022	4/04/2022

*Nota.* Elaboración propia.

El primer método aplicado fue el análisis de plataformas o web internas que existían en otras empresas peruanas, es decir, se realizó un benchmarking de las buenas prácticas realizadas con la finalidad de comprender todos los beneficios adquiridos, además de identificar qué aspectos se debían considerar dentro de la plataforma de acuerdo con los *insights* recibidos por los trabajadores de la empresa. Uno de los ejemplos que se investigó fue “Conexión FP” que es la web interna de cultura y comunicación interna de los trabajadores de la empresa Farmacias Peruanas, la cual provee de información actualizada y los alcances de los beneficios laborales (ver anexo 1).

Por otro lado, se revisó la experiencia de otras compañías como Química Suiza, la cual implementó su aplicación corporativa denominada “Conectados”, esta permitía que los trabajadores puedan conocer el alcance de los beneficios laborales e interactuar directamente con los sistemas de la compañía. Química Suiza se enfocó en compartir información sobre las áreas de bienestar y recursos humanos principalmente con el objetivo que los trabajadores pudieran resolver sus dudas de manera rápida y oportuna sin necesidad de tener a algún especialista (ver anexo 2).

Con lo antes expuesto, se decidió la realización de una web corporativa responsive, es decir que sea adaptable tanto a PC, laptop, tablet y celular. Luego de ello, se procedió con la investigación documental de proveedores de softwares peruanos o extranjeros que tuvieran los conocimientos y habilidades para hacer realidad el diseño e implementación de la web interna.

Al tener toda esta recopilación de información se continuó con el segundo método aplicado que incluyó la elaboración de un análisis comparativo entre las soluciones digitales que se encontraron para determinar que proveedor era el más óptimo para el proyecto. Por tal motivo, se definió contar con los servicios del Cubo Rojo, empresa de comunicaciones y soluciones digitales, el cual estableció siete etapas dentro de sus procesos internos considerando una inversión total de \$12,270 (ver tabla 3).

**Tabla 3**

*Etapas del proyecto e inversión según Cubo Rojo*

Etapa	Duración	Inversión
Análisis y Arquitectura	Abril 2021	\$ 1,350.00
Diseño	Mayo – Junio 2021	\$ 1,100.00
Administrador y servicios	Junio – Set 2021	\$4,150.00
App Web	Setiembre 2021	\$2,775.00
App Android y iOS	Setiembre 2021	\$2,625.00
Control de Calidad	Octubre 2021	Incluido
Despliegue	Octubre 2021	\$270.00
	Total	\$12,270.00

*Nota.* Elaboración propia.

Después de definir el proveedor con el cual se trabajaría, se realizaron reuniones de alineamiento para perfilar la solución seleccionada de acuerdo con los estándares de calidad que Aris Industrial S.A. requería en términos de funcionalidad, seguridad de información y versatilidad, además que la diagramación y el diseño de la web interna debía seguir a la cultura

organizacional. Con todos estos conocimientos se realizó una presentación del proyecto al Comité Directivo de la empresa, el cual fue aprobó el proyecto en su totalidad. Es por ello que, se realiza la firma del contrato y el envío del manual de marca al proveedor para iniciar con el desarrollo de actividades según el cronograma establecido.

El tercer método aplicado fue el análisis de contenido de acuerdo con todo lo que se compartía con el trabajador de producción y con el personal administrativo, en consecuencia, se identificaron los módulos de información que contemplaría la web interna, definiéndose así seis macromódulos denominados Nosotros, Te Cuidamos, Aprendiendo, Calidad, Soporte y + Conectados. A partir de ello, se construyeron los módulos, secciones y subsecciones que implicaría la solución. Luego de ello, se realizaron las entrevistas individuales con los líderes de áreas estratégicas como Calidad, Recursos Humanos, Seguridad, Salud Ocupacional, Bienestar, Sistemas, Contabilidad, Logística y Desarrollo Organizacional, con ánimos de alimentar la web interna de información actualizada y dinámica, y así obtener la data correspondiente o en su defecto guiarlos para el armado y redacción de la información relevante para cada módulo (ver anexo 3 y 4).

Tras la recolección de toda la información necesaria se dio inicio al desarrollo del diseño gráfico y diagramación de la web interna o intranet. Este proceso debía incluir aspectos como el uso de colores, tipografía, distribución, relevancia de la información tomando en cuenta la frecuencia del uso y la accesibilidad. Se tomó como referencia inicial al portal interno que albergaba contenido de las carpetas compartidas y enlaces con hipervínculos a pdfs que los usuarios consultaban, por lo que se requirieron reuniones con el área de Sistemas para definir las integraciones. Asimismo, la web interna debía comprender espacios para compartir los elementos de la cultura organizacional de Aris Industrial, y es así como se crea la primera muestra borrador de la web interna (ver anexo 5).

Luego de una serie de reuniones con el proveedor para consolidar el diseño y la diagramación de la web interna, se realizaron algunos cambios para optimizar el espacio y mejorar la experiencia del usuario. Es así como se presenta la versión final a las gerencias involucradas para obtener la aprobación; sin embargo, antes de dar por concluido el producto se realizaron pruebas de verificación y los ajustes respectivos. Luego de este proceso y contando con el respaldo del Comité Directivo de la empresa, se procedió a la elaboración del manual del usuario, el cual incluía los pasos para el inicio de la sesión, actualización de contraseña, el cierre de sesión, la explicación de cada módulo y una breve descripción de los botones y opciones con los que contaba la web interna (ver anexo 6).

Antes del lanzamiento, se realizó la capacitación a los usuarios administradores, quienes realizarían las actualizaciones de los productos comunicacionales y/o información de interés de los trabajadores, estos incluyeron personal de las áreas de comunicación interna, calidad y sistemas. Asimismo, se estableció que si alguna otra área no mencionada requiriera actualizar algún contenido debía realizarlo a través del área de comunicación interna, quien apoyaría con la diagramación de la información y la publicación de la misma, estas solicitudes se recibirían a través del correo electrónico para ser atendidas en un máximo de uno a cinco días útiles.

Por otro lado, se consideró pertinente capacitar a los usuarios clave de la organización, es decir, el personal que tenía contacto diario con los trabajadores, los cuales incluyeron a los equipos de trabajo de las áreas de Recursos Humanos, Desarrollo Organizacional y Calidad y Sistemas. Se realizó una sesión de capacitación virtual, en la cual se explicó sobre el problema que existía en la empresa, los objetivos de la implementación, el detalle de las partes de la web interna incluyendo los macromódulos, módulos, secciones y subsecciones, y algunas preguntas frecuentes que los trabajadores de Aris Industrial podrían consultar.

Luego que se capacitaron a los usuarios administradores y usuarios clave de la web interna, se inició con el proceso de elaboración del concepto gráfico para el lanzamiento de la campaña de comunicación, el cual incluyó la creación del nombre Zona Aris junto con el mensaje “Cada vez más digitales”, debido a que la empresa buscaba establecer que esta nueva plataforma web la accesibilidad de los espacios digitales de la organización a todos los trabajadores sin ninguna distinción de por medio (ver anexo 7).

Tras la aprobación del concepto gráfico y el mensaje de acompañamiento, se preparó una campaña de comunicación para todos los trabajadores, la cual duró alrededor de un mes y utilizó las distintas plataformas de comunicación pre-existentes como las vitrinas de planta, televisores digitales en los comedores, WhatsApp y la comunidad de Facebook. A continuación, en la tabla 4, se muestra el detalle de los mensajes utilizados, los productos elaborados y el tiempo de publicación.

**Tabla 4**

*Programación de la campaña de comunicación*

Tema	Mensaje	Públicos	Productos	Canales	Tiempo
Intriga (ver anexo 8)	Muy Pronto / Algo nuevo llega...	Producción	Afiche intriga A4 intriga	Vitrinas Principales	3 días
			Animación Horizontal intriga	TV	3 días
		Administrativo	<i>Wallpaper</i> intriga	Laptops y Computadoras	3 días
		Todos	Animación Vertical intriga	WhatsApp	1 día
			Animación Horizontal intriga	Facebook	Permanente
Web + Ingreso (ver anexo 9)	Zona Aris Pasos para ingresar	Producción	Afiche A4 lanzamiento	Vitrinas Principales	2 semanas
			Animación Horizontal lanzamiento	TV	1 día
		Administrativo	<i>Wallpaper</i> Lanzamiento	Laptops y Computadoras	1 mes
			Manual de Uso	Correo	1 envío

		Todos	Animación Vertical lanzamiento	WhatsApp	1 día
			Catálogo Digital	WhatsApp	Permanente
			Portada	Facebook	1 mes
			Foto de Perfil	WhatsApp y Facebook	2 semanas
Web + Ingreso + HOME (ver anexo 10)	Nueva Zona Aris Pasos para ingresar HOME	Producción	Afiche A4	Vitrinas Principales	2 semanas
			Animación Horizontal	TV	1 día
		Todos	Animación Vertical	WhatsApp	1 envío
			Animación Horizontal	Facebook	Permanente
Web + Ingreso + Módulos (ver anexo 11)	Nueva Zona Aris Pasos para ingresar Módulos	Producción	Afiche A4	Vitrinas Principales	2 semanas
			Animación Horizontal	TV	1 día
		Todos	Animación Vertical	WhatsApp	1 envío
			Animación Horizontal	Facebook	Permanente
Web + Ingreso + Botones Superior (ver anexo 12)	Nueva Zona Aris Pasos para ingresar Módulos	Producción	Afiche A4	Vitrinas Principales	2 semanas
			Animación Horizontal	TV	1 día
		Todos	Animación Vertical	WhatsApp	1 envío
			Animación Horizontal	Facebook	Permanente
Web + Ingreso + Botones Izquierda (ver anexo 13)	Nueva Zona Aris Pasos para ingresar Módulos	Producción	Afiche A4	Vitrinas Principales	2 semanas
			Animación Horizontal	TV	1 día
		Todos	Animación Vertical	WhatsApp	1 envío
			Animación Horizontal	Facebook	Permanente

*Nota.* Elaboración propia.

Después del lanzamiento de la Zona Aris, se realizaron algunas acciones para brindar sostenibilidad al uso de la web interna. La primera está relacionada a la inclusión de la explicación de la afiliación dentro de la inducción corporativa que todo nuevo trabajador de



la empresa recibe en su primer día de trabajo. La segunda se basa en una difusión periódica a través de los televisores digitales que se encuentran en los comedores de ambas sedes, en la que se comentan sobre todas las propiedades, ventajas y secciones. Finalmente, la Zona Aris es considerada como un canal de comunicación imprescindible en cualquier campaña de difusión de nuevas iniciativas que se presenten en la empresa (ver anexo 14).

Como valor agregado la implementación de la web interna o Zona Aris también consideró la creación paralela de una aplicación móvil (ver anexo 15), con la finalidad de brindar mayores facilidades al trabajador, ya que no tendría que ingresar al buscador cada vez que quisiera utilizar la web interna, por el contrario, se descargaría por única vez una aplicación que le permitiría ingresar de manera rápida y directa. Asimismo, la diagramación está diseñada para la pantalla de un celular y como resultado es más amigable e intuitivo.

## **4.2 Factibilidad de la propuesta**

### ***4.2.1 Factibilidad operativa***

Para constatar que el proyecto pueda desarrollarse se consideraron reuniones entre las áreas de comunicación interna y sistemas como primera instancia. Luego de ello, se procedió a tener reuniones con proveedores que reunían las características de experiencia, calidad y recomendación necesarias para seleccionarlos como posibles candidatos. Después de realizar un análisis comparativo de cada proveedor para seleccionar a la mejor opción, se presentó el plan a la Comité Directivo incluyendo la duración, los recursos humanos, técnicos y económicos que se necesitarían; el cual tomó la decisión de aprobar el proyecto del diseño e implementación de una web interna para Aris Industrial.

### ***4.2.2 Factibilidad técnica***

Al presentar el proyecto de diseño e implementación de la web interna se solicitó una reunión con el área de sistemas para considerar la posibilidad de realizar el desarrollo utilizando los recursos internos de la organización. Sin embargo, luego de la conversación con el Jefe de

Sistemas se determinó que los recursos humanos no contaban con la especialización ni la disponibilidad para ser los desarrolladores o programadores de la web interna. A pesar de ello, el proyecto si contó con la participación de los especialistas del departamento de sistemas durante la diagramación y programación de la web actuando como asesores y verificadores de la calidad en aspectos como la seguridad de la información y las integraciones con otros sistemas informáticos internos.

#### ***4.2.3 Factibilidad económica***

La inversión total fue de 12, 600 dólares, que sería el único pago a realizar, este pago se dividió en 50% antes de iniciar el proyecto, 25% con la entrega de la web interna y 25% con la entrega de la aplicación móvil, este precio incluía todo el proceso de diagramación, desarrollo e implementación. Además, un aspecto importante fue que una vez que estuviera publicado en los servidores de la empresa, la gestión y actualización de la información la realizaría el área de comunicación interna, sin necesidad de requerir los servicios del proveedor de manera recurrente. Otro aspecto relevante fue que no contaría con inversiones extras asociadas a membresías mensuales o anuales, lo cual significaría que sería un solo único momento de inversión con beneficios continuos y permanentes.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

El diseño e implementación de la web interna denominada Zona Aris que fue realizado en el marco de una crisis sanitaria por la COVID-19, trajo consigo la creación de un nuevo espacio de comunicación digital que facilitó la experiencia del trabajador con la comunicación interna. A continuación se describe el cumplimiento de los objetivos específicos establecidos:

- **Objetivo específico 1:** Se logró centralizar y organizar la información de interés sobre las diversas áreas de la empresa en un solo canal, debido a que se crearon macromódulos, módulos, secciones y subsecciones para organizar los documentos de las áreas como Recursos Humanos, Bienestar, Salud Ocupacional, Seguridad industrial, Calidad, Comunicación, Capacitación, entre otros.
- **Objetivo específico 2:** Se logró que el 100% de los trabajadores de la empresa de las distintas unidades de negocio y de apoyo, tuvieran el acceso a las comunicaciones a través de un proceso de afiliación desde el primer día de trabajo. Además, se logró que cualquier trabajador de producción y administrativo solo contando con una señal de internet pudiera acceder a la información de la web sin restricciones de locación ni de horario, ya que la web interna y la aplicación móvil pueden ser revisadas o descargadas desde cualquier parte del mundo y a cualquier hora.
- **Objetivo específico 3:** Se crearon nuevas plantillas de contenidos dinámicos gráficos y audiovisuales interactivos especialmente diseñadas para la web interna. Los espacios más resaltantes se encuentran en la página de inicio son los pop-ups (comunicados que aparecen al iniciar a la Zona Aris), los cumpleaños con datos específicos como el puesto y área del trabajador, la sección de “Siempre informado” con enlaces y pequeños resúmenes de las noticias, los banners principales que muestran información estándar

y/o de acuerdo con las celebraciones internas, los elementos de la cultura organizacional en la página de inicio y en el macromódulo de Nosotros, entre otros.

## **5.2 Recomendaciones**

La principal recomendación está relacionada a realizar una retroalimentación periódica aleatoria con los trabajadores de las distintas secciones a través de la realización de entrevistas a profundidad o grupos focales para recabar preferencias, opiniones y sugerencias sobre la Zona Aris, ya que el objetivo principal de la web interna es crear un espacio de comunicación útil para el colaborador en sus procesos y gestiones diarias relacionadas al trabajo en Aris Industrial.

Por otro lado, al tener una sede en otro país denominada Solvesa Ecuador, se recomienda replicar o extender este proyecto también para los colaboradores de la mencionada subsidiaria y/o otras posibles sedes que puedan abrirse en el tiempo, tomando en cuenta la cultura organizacional, el estilo de comunicación y los contenidos específicos de las actividades que se desarrollan diariamente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

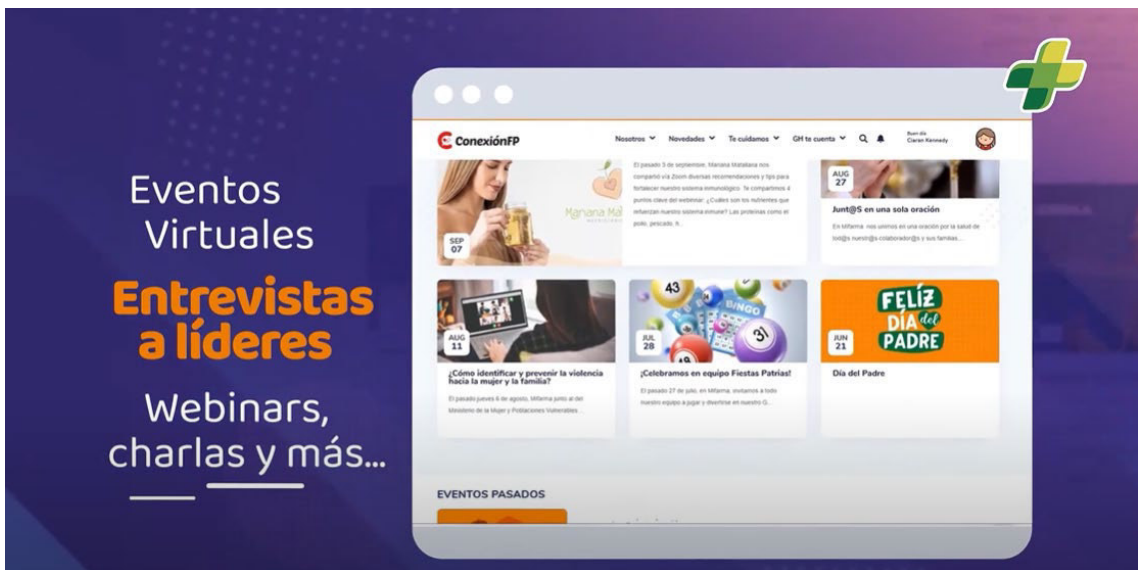
- Aris Ecuador (2019) Página web de Aris Ecuador. <https://www.aris.com.ec/>
- Aris Industrial (2019a) Página web de Aris Industrial. *Sección Unidad de Negocio Textil*.  
<https://www.aris.com.pe/unidad-de-negocio/textil>
- Aris Industrial (2019b) Página web de Aris Industrial. *Sección Unidad de Negocio Químicos*.  
<https://www.aris.com.pe/unidad-de-negocio/quimicos>
- Aris Industrial (2019c) Página web de Aris Industrial. *Sección Unidad de Negocio Cerámicos*.  
<https://www.aris.com.pe/unidad-de-negocio/ceramicos>
- Aris Industrial (2019d) Página web de Aris Industrial. *Sección Nosotros Historia*.  
<https://www.aris.com.pe/nosotros/historia>
- Aris Industrial (2019e) Página web de Aris Industrial. *Sección Nosotros Presencia en el mundo*.  
<https://www.aris.com.pe/nosotros/presencia-en-el-mundo>
- Aris Industrial (2022). Folleto Corporativo de Cultura organizacional.
- Aris Industrial (2022), Organigramas Aris – Gerencia DO y Calidad.
- Arribas, A. (2018). Intranet para la Gestión del Conocimiento y la Comunicación Interna. *Razón y Palabra*. 1(100), 406-413.
- Bajpai, B. (2008). Knowledge Management: Information and Knowledge Sharing through Intranet. *Journal of Library & Information Technology*. 28(5), 2-3.
- Bansler, J. & Damsgaard, J. & Scheepers, R. & Havn, E. & Thommesen, J. (2000). Corporate Intranet Implementation: Managing Emergent Technologies and Organizational Practices. *Journal of the Association for Information Systems*, 1(10), 2.  
<https://doi.org/10.17705/1jais.00010>
- Berceruelo. B. (2014). Nueva Comunicación Interna en la Empresa (1ª ed.). Estudio de Comunicación S.A.

- Brandolini, A. (2008). *Comunicación interna: recomendaciones y errores frecuentes* (1ª ed.) La Crujía.
- Decreto Supremo N° 044-2020-PCM. (15 de marzo de 2020). Normas Legales, N° 1864948-2. Diario Oficial El Peruano, 15 de marzo de 2020.
- Decreto de Urgencia N° 026-2020. (15 de marzo de 2020). Normas Legales, N° 1864948-1. Diario Oficial El Peruano, 15 de marzo de 2020.
- Esan (2022). *Competencias interpersonales: ¿Cuáles son las más valoradas por las empresas?* Conexión Esan. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/competencias-interpersonales-cuales-son-las-mas-valoradas-por-las-empresas>
- Flores, J. & Miguel, A. (2004). *Gestión del conocimiento en los medios de comunicación*. Editorial Fragua. <https://www.fragua.es/producto/gestion-del-conocimiento-en-losmedios-de-comunicacion/>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Jiménez, J. (1998). *La comunicación interna* (1.ª ed.). Ediciones Díaz de Santos.
- Lafrance, J. (2001). *Intranet Ilustrada: Uso e impactos organizacionales de intranet en las empresas*. (2.ª ed.). Ediciones Trilce Durazno 1888.
- Lopes Sales Nascimento, F. (2022). *Posverdad: una crítica desde la perspectiva de la Infocomunicación*.
- López-Hermoso, J. & Montero, A. & Martín-Romo, S. & De Pablos, C. & Izquierdo, V. & Nájera, J. (2000). *Informática aplicada a la gestión de empresas*. (1.ª ed.). Editorial ESIC.
- Muñoz Rocha, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Editorial Progreso S.A. de C.V.
- Pacheco, R. (2005). Competencias claves para la comunicación organizacional. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. 90,70-75.

- Pirela Morillo, J. E. (2021). Info-comunicación educativa para contrarrestar la desinformación.
- Porto Solano, A. & Angarita Álvarez, L. (2017). Estructuras Organizacionales: Nuevas Tendencias. *Ad-Gnosis*, 6(6), 77-83.  
<https://publicaciones.americana.edu.co/index.php/adgnosis/article/view/192/763>
- Saladrigas, H. & Linares, R. (2017). La infocomunicación. *Revista Cubana de Información y Comunicación*. 6(14), 133-144.
- Sociedad Nacional de Industrias (2022) Conócenos. <https://sni.org.pe/quienes-somos/>
- Toala, F & Maldonado, K. & Toala, M. & Alava, J. (2021). Impacto de la intranet y extranet en el desarrollo empresarial. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*. 14(9), 28-41.
- Tudor, R. (2016). The influence of the intranet on Managerial Communication Style. *Professional Communication and Translation Studies*, (9), 35-46.
- Velasco, J. (2018). *Las once capacidades que debe tener o desarrollar un profesional de la comunicación*. Llorente y Cuenca. <https://actualidad.llorenteycuenca.com/articulos/las-once-capacidades-que-debe-tener-o-desarrollar-un-profesional-de-la-comunicacion>

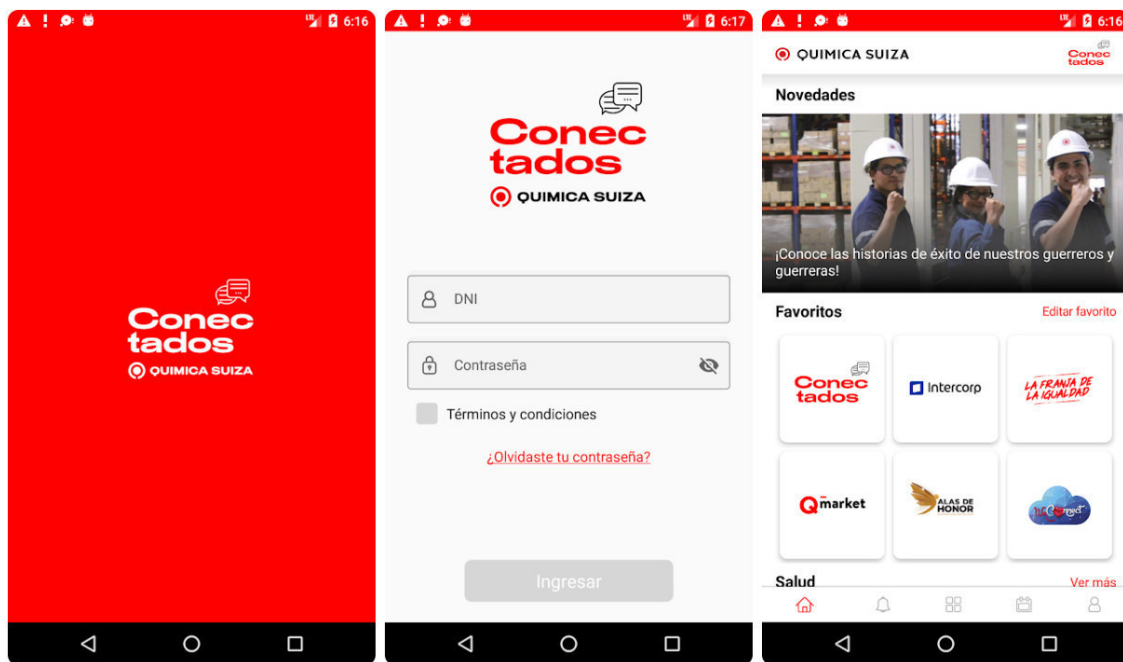
# ANEXOS

## Anexo 1: Conexión FP

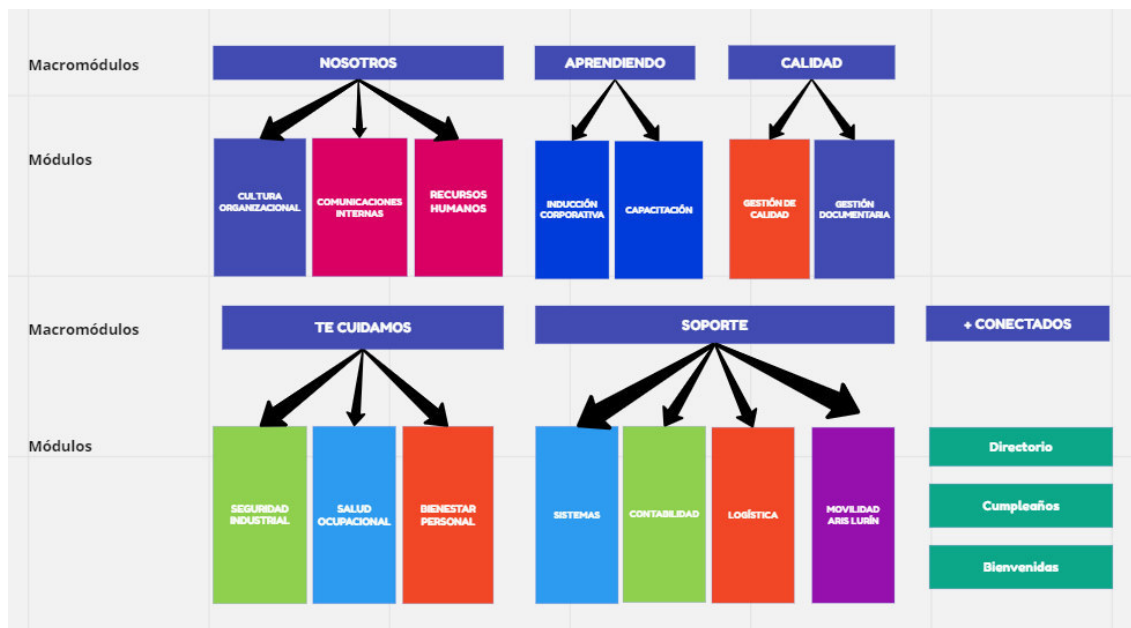




Anexo 2: Conectados Química Suiza



Anexo 3: Macromódulos y módulos de la web interna



Anexo 4: Secciones y Subsecciones de la web interna



Anexo 5: Primera muestra de la web interna

**ARIS** NOSOTROS ▾ TE CUIDAMOS ▾ APRENDIENDO ▾ CALIDAD ▾ SOPORTE ▾ + CONECTADOS WhatsApp Facebook LinkedIn Correo | Aaron Perez

**¡Bienvid@!** En Aris todos formamos parte de un equipo que practica la responsabilidad, productividad, proactividad y creatividad en el trabajo.

**¡LOGRAMOS EL PREMIO NACIONAL 5S DE ORO Y DIAMANTE!**

**16 ABRIL**  
*¡Feliz Cumpleaños!*  
**RICHARD RUIZ**  
Cerámicos

**MANTENTE INFORMADO**

**PREVENCIÓN DE ACCIDENTES POR ATRAPAMIENTOS**  
Boletín de Seguridad

**HIPERTENSIÓN ARTERIAL**  
Boletín de Salud

**¡CELEBREMOS Virtualmente!**  
Boletín de Bienestar

**Directorio Telefónico**  
haz clic aquí

**MISIÓN**  
Producimos y comercializamos textiles, químicos y acabados de construcción, mejorando continuamente nuestros procesos para ser considerados la mejor propuesta de valor del mercado, brindando soluciones con productos de reconocida calidad, con el fin de aportar al desarrollo de nuestra gente, nuestros clientes y la sociedad.

**Programa 5S-SOLED** Ver más →

**Mejora Continua** Ver más →

**Festividades próximas:**

- Aniversario 78 Años** 12 de Abril
- Día del Trabajo** 1 de Mayo
- Día de La Madre** 9 de Mayo

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia" Tipo de cambio Compra: 3.45 Venta: 3.20

Anexo 6: Manual del Usuario de la Zona Aris



### ZONA ARIS

#### INICIAR SESIÓN

- 1 Ingrese al navegador de internet "Google Chrome".
- 2 En el navegador deberá digitar: **zona.aris.com.pe** y presionar "Enter".
- 3 El portal mostrará la ventana "Inicio de Sesión" (Figura 1).
- 4 Digite su "Usuario" ingresando su número de identidad.
- 5 Digite su "Contraseña" colocando 000 + código de trabajador.
- 6 Seleccione la opción "Ingresar" para poder acceder a la plataforma.

Figura 1. Inicio de Sesión

#### ACTUALIZAR CONTRASEÑA

- 1 Escriba su nueva contraseña con un mínimo de 5 caracteres (Figura 2).
- 2 Repita la nueva contraseña con un mínimo de 5 caracteres.
- 3 Haga clic en el botón "Actualizar", luego aparecerá un mensaje de confirmación.
- 4 Haga clic en el botón "Salir".
- 5 Ingrese a la Zona Aris con su nueva contraseña.

Figura 2. Actualizar contraseña

#### CERRAR SESIÓN

- 1 Esta opción permite finalizar la sesión del usuario.
- 2 Seleccione su "Nombre" y luego haga clic en "Cerrar Sesión" (Figura 3).

Figura 3. Cerrar Sesión

### ZONA ARIS

#### MÓDULOS

La Zona Aris cuenta con 6 módulos, cada uno con sus respectivas secciones. (Figura 4).

Figura 4. Módulos

- 1 En el módulo **Nosotros**, se presentan las secciones de Cultura Organizacional, Comunicaciones Internas y Recursos Humanos. (Figura 5).
- 2 En el módulo **Cuidémonos**, se presentan las secciones de Seguridad, Salud y Bienestar personal. (Figura 6).
- 3 En el módulo **Aprendiendo**, se presentan las secciones de Inducción Corporativa y Capacitación. (Figura 7).
- 4 En el módulo **Calidad**, se presentan las secciones de Gestión de Calidad y Gestión documental. (Figura 8).
- 5 En el módulo **Soporte**, se presenta la sección de Sistemas (Figura 9).
- 6 En el módulo **+ Conectados**, se presentan las secciones de Cumpleaños y Preguntas Frecuentes. (Figura 10).

Figura 5. Módulo Nosotros

Figura 6. Módulo Cuidémonos

Figura 7. Aprendiendo

Figura 8. Calidad

Figura 9. Módulo Soporte

Figura 10. + Conectados

### ZONA ARIS

#### BOTONES / OPCIONES

En esta sección, se listarán aquellas opciones que podrá utilizar en la Zona Aris:

OPCIÓN	DESCRIPCIÓN
	Permite acceder al portal.
	Permite contactar con el WhatsApp de Aris Comunicaciones.
	Permite búsquedas de información.
	Muestra las notificaciones de la página.
	Permite escribir al buzón de sugerencias.
	Link del Grupo de Facebook de Aris Industrial – colaboradores.
	Link del fan page de Aris Industrial – colaboradores.
	Permite acceder al canal de YouTube de Aris Industrial.
	El documento se encuentra en formato PDF.
	El documento se encuentra en formato Word.
	El documento se encuentra en formato Excel.
	El documento se encuentra en formato PPT.
	Muestra el video.

\* Si tienes alguna consulta acerca de la Zona Aris, comuníquese con:

- ♦ Gabriela Ashcallay - 955 074 688
- ♦ Rodrigo Morales - 947 537 337

Anexo 7: Conceptos gráficos de la Zona Aris



## Anexo 8: Mensaje de Intriga



**ZONA ARIS**

**CADA VEZ MÁS DIGITALES**

**MUY PRONTO**

The graphic features a central red banner with the text 'ZONA ARIS' in white. Below it, the text 'CADA VEZ MÁS DIGITALES' is in black, and 'MUY PRONTO' is in white on a red background. The background is a light gray with a halftone dot pattern, overlaid with white curved lines, red triangles, black circles, and plus signs. The ARIS INDUSTRIAL logo is in the top right corner.

## Anexo 9: Zona Aris, pasos para ingresar



# ZONA ARIS

**CADA VEZ MÁS DIGITALES**

En la Zona Aris encontrarás diversa información de nuestra empresa.

Podrás navegar por la Zona Aris en tu **celular, laptop o PC.**



**¡Que no te lo cuenten!** 😄

1. Ingresa a Google y escribe: **ZONA.ARIS.COM.PE** 

2. En usuario escribe tu DNI y en contraseña escribe 000+código de trabajador

**Bienvid@ a la Zona Aris**

Bienvenido al Portal Web de la Zona Aris, se desean resaltar toda la información que accedes de manera segura.

Usuario:

Contraseña (DNI + código de trabajador):

**Iniciar**

**Empieza a navegar y seguir conectado con la Zona Aris.**

Anexo 10: Zona Aris, ingreso + Home

**ARIS**

**ZONA ARIS**  
CADA VEZ MÁS DIGITALES

1. Ingresas a Google y escribes: **ZONA.ARIS.COM.PE**

2. En usuario escribe tu DNI y en contraseña escribe 000+código de trabajador

**Bienvenid@ a la Zona Aris**  
Este es el Portal Web de ARIS Industrial, es donde encontrarás toda la información que necesitas de nuestra empresa.

Usuario: 45612380  
Contraseña (000 + código del trabajador): \*\*\*\*\*  
Iniciar

En nuestra **HOME** encontrarás... 😊

**INFOARIS**  
**CUMPLEAÑOS**  
**BOLETINES**

**NUESTRA CULTURA ARIS**

RESPONSABILIDAD, VISIÓN, MISIÓN, PRODUCTIVIDAD, CREATIVIDAD, MEJORA CONTINUA, PROGRAMA SS + SOLED

**DIRECTORIO**  
**DÍAS FESTIVOS**

**DIRECTORIO**

Sede Regional	
Miraflores de la Villa	511 424 000
Callao	511 424 000
Callao	511 424 000

**DÍAS FESTIVOS**

Feliz AMISTAD  
ARIS INDUSTRIAL  
Año 2021



Anexo 11: Zona Aris, pasos para ingresar a los Módulos

**ARIS**

**Y TÚ, ¿YA SABES CÓMO INGRESAR A NUESTRA... ZONA ARIS**

**1. Ingresa a Google y escribe:** **ZONA.ARIS.COM.PE**

**2. En usuario escribe tu DNI y en contraseña escribe 000+código de trabajador**

**Bienvenid@ a la Zona Aris**  
 Este es el Portal Web de Aris Industrial, en donde encontrarás toda la información que necesitas de nuestra empresa.

Usuario: 45612389  
 Contraseña (000 + código del centro aris): .....

**¡Conoce nuestros módulos!**

**NOSOTROS**

- Cultura Organizacional
- Comunicaciones Internas
- Recursos Humanos

**CUIDÉMONOS**

- Seguridad
- Salud
- Bienestar Social

**APRENDIENDO**

- Inducción Corporativa
- Capacitación

**CALIDAD**

- Gestión de calidad
- Gestión documentaria

**+ CONECTADOS**

- Directorio
- cumpleaños
- Bienvenidas
- Preguntas Frecuentes

Anexo 12: Zona Aris, pasos para ingresar a los botones superiores

**ZONA ARIS**  
CADA VEZ MÁS DIGITALES

**1. Ingresa a Google y escribe:** **ZONA.ARIS.COM.PE**

**2. En usuario escribe tu DNI y en contraseña escribe 000+código de trabajador**

**¡Conoce más de la Zona Aris!**

- Comunícate con Aris **Comunicaciones** mediante Whatsapp.
- Realiza la **búsqueda** de información que necesites.
- Mantente **informado** de las últimas actualizaciones.
- Envíanos tus **sugerencias** para seguir mejorando.

Anexo 13: Zona Aris, pasos para ingresar a los botones de la izquierda

**ARIS**

**CONOCE NUESTRA**  
**ZONA ARIS**

**1. Ingresa a Google y escribe:** **ZONA.ARIS.COM.PE**

**2. En usuario escribe tu DNI y en contraseña escribe 000+código de trabajador**

**Bienvenid@ a la Zona Aris**

Este es el Portal Web de Aris Industrial, es donde encontraras toda la informacion que necesitas de nuestra empresa.

Usuario

45612389

Contraseña (000 + código del colaborador)

.....

Ingresar

**¡Conoce más de la Zona Aris!** 😄

**Ingresa a nuestro grupo cerrado de colaboradores de Aris Industrial**

**Conoce nuestra Fan Page de Facebook**

**Encuentra nuestros videos corporativos en Youtube**

Anexo 14: Vista Actual de la Zona Aris

Nosotros ▾ Cuidémonos ▾ Aprendiendo ▾ Calidad ▾ Soporte ▾ + Conectados

**MEJORA CONTINUA**

Este 2023, nuestra meta es de 9,000 mejoras y que el 20% sean innovadoras.

02 JUNIO

Feliz Cumpleaños

NELSON DEYVI REXI DOMINGUEZ

TEXTIL - ANALISTA DE LABORATORIO

**SIEMPRE INFORMADO**

**EL ESPACIO DE LA CREATIVIDAD**

CALIDAD  ENERO 2023

**REPORTE DE MEJORA CONTINUA**

CALIDAD  MAYO 2023

**REPORTE DE CUMPLIMIENTO 5S - SOLED**

CALIDAD  MARZO 2023

**NUESTRA CULTURA ARIS**

**RESPONSABILIDAD**

**PRODUCTIVIDAD**

**PROACTIVIDAD**

**CREATIVIDAD**

**DIRECTORIO**

**ADOLFO ENRIQUE GUILLEN RODRIGUEZ**

GERENTE DESARROLLO DE NEG AGUILLEN@ARIS.COM.PE

Químicos 13 de diciembre

978266710 / 5522

☆

**ENRIQUE ADOLFO BARRIOS TEIXIDOR**

DIRECTOR U.N. TEXTIL EBARRIOS@ARIS.COM.PE

Textil / 3530

☆

[Ver todos los contactos](#)

**MEJORA CONTINUA**

Acciones rápidas o programadas que cambian la forma de realizar una tarea, actividad, proceso o producto, permitiendo mejorar la calidad, eficiencia y seguridad.

Conoce más

**Programa 5S SOLED**

Metodología para lograr una mayor competitividad y servicio de calidad, que comprende 5 etapas: seleccionar, organizar, limpiar, estandarizar y disciplina.

Conoce más

**DÍAS FESTIVOS**

**Feliz día papá**  
18 de Junio

**Feliz día mamá**  
14 de Mayo

**Día del trabajo**  
1 de Mayo

"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo". Tipo de cambio Ayer: 3.63300 Hoy: 3.63300

Anexo 15: Vista Actual de la App móvil

