



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional de la empresa
Economi S.A Ubicada en la ciudad de Guayaquil”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Administración de
Empresas

Autor (a):

Jasson Adonis Alvarado Mosquera

Tutor:

Ing. Lesly Johanna Benítez Pincay

. Guayaquil - Ecuador

2022



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional de la empresa
Economi S.A Ubicada en la ciudad de Guayaquil”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Administración de
Empresas

Autor:

Jasson Adonis Alvarado Mosquera

Tutor:

Ing. Lesly Johanna Benítez Pincay

Guayaquil - Ecuador

2022

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, Jasson Adonis Alvarado Mosquera, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, titulado: **“Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional de la empresa Economi S.A Ubicada en la ciudad de Guayaquil”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

Jasson Adonis Alvarado Mosquera

C.C.:0927061531

Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

Lesly Johanna Benítez Pincay, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, cuyo tema es: **“Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional de la empresa Economi S.A Ubicada en la ciudad de Guayaquil”**, fue elaborado por el señor Jasson Adonis Alvarado Mosquera, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....
Lesly Johanna Benítez Pincay

Ingeniera Comercial

Lesly Johanna Benítez Pincay

Dedicatoria

Mi tesis la dedico con mucho amor y cariño.

A mi madre: Por todo su esfuerzo, por ser el ejemplo para salir adelante, por estar junto a mí en todo momento, por ser mi apoyo.

A mi Abuela: Por estar siempre en los momentos más importantes de mi vida, por los consejos que fueron de gran ayuda para mi vida y para mi crecimiento como persona.

Agradecimiento

Al Instituto Universitario de Formación Profesional Administrativa y Comercial, autoridades, personal docente y administrativo y a mis maestros quienes con sus enseñanzas a lo largo de mi ciclo como estudiante hicieron posible el desarrollo de mis competencias y habilidades de la forma adecuada para poder desenvolverme en diversas situaciones de la sociedad.

A mi novia por su cariño, comprensión y su apoyo incondicional que tuvo conmigo en el transcurso de mi actividad como estudiante y finalmente a la empresa Economi S.A. Por la apertura y facilidades previstas para el desarrollo del proyecto de investigación.

Índice

Capítulo I	6
1. Fundamentación	6
1.1 Marco Histórico	6
1.1.2 Historia del Clima Organizacional	6
1.1.3 Reseña de la empresa Economi S.A.	7
1.1.3.1 Misión, visión.	7
1.1.3.2 Ubicación	8
1.2 Marco teórico	10
1.2.1 Clima Organizacional	10
1.2.2 Importancia del Clima Organizacional	10
1.2.3 Tipos de Clima Organizacional	11
1.2.4 La Comunicación	13
1.2.5 Comunicación Interna	14
1.2.6 Tipos de comunicación Interna	14
1.2.6.1 Comunicación Ascendente	15
1.2.6.2 Comunicación Descendente	15
1.2.6.3 Comunicación Horizontal	16
1.2.7 Herramientas de la comunicación	16
1.3 Marco Conceptual	20
1.4 Marco Jurídico	22
1.4.2 Código de Trabajo	23
1.4.3 Ley de Propiedad intelectual	23
1.4.4 Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador.	24
1.4.5 Ley de compañías.	25
1.4.6 Ley de comunicación.	26
Capítulo II	28
2.1 Enfoque de la investigación	28
2.1.1 Enfoque Mixto	28
2.1.2 Descriptivo y explicativo	28
2.2 Métodos de investigación	29
2.2.1 Método Teórico	29
2.2.2 Método Empírico.	30
2.2.3 Método Estadístico.	31
	VI

2.3 Técnicas de recolección de datos y herramientas de investigación.	31
2.4 Análisis de Resultados	32
2.4.1 Análisis de la encuesta	33
2.4.2 Análisis de la entrevista.	44
2.4.3 Análisis D.A. F.O.	46
2.4.4 Análisis C.A.P.A.	47
Capitulo III	49
3.1 Desarrollo de la propuesta	49
3.1.1 Título de la propuesta	49
3.1.2 Objetivo de la propuesta	49
3.1.3 Descripción de la propuesta	49
3.1.4 Factibilidad de la propuesta	49
3.1.5 Propuesta	50
3.1.5.1 Herramientas de comunicación interna.	51
3.1.5.2 Estrategia de comunicación – Comunicación interna.	54
3.1.6 Resultados esperados en la aplicación de la propuesta	57
3.2 Conclusiones	58
3.3 Recomendaciones	59
Bibliografía	60

Índice de tablas

Tabla 1 Genero de personas encuestadas	33
Tabla 2 Edad de personas encuestadas	34
Tabla 3: Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?	35
Tabla 4: ¿Está contento de venir a trabajar todos los días?	36
Tabla 5: ¿Han cambiado con el tiempo, sus sentimientos sobre venir al trabajo?.....	37
Tabla 6: ¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?.....	38
Tabla 7: ¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?.....	39
Tabla 8: ¿Tu jefe te brinda la atención adecuada cuando te diriges hacia él o ella para tratar algún tema?	40
Tabla 9: ¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores?.....	41
Tabla 10: ¿Considera que tiene acceso a buenas oportunidades de aprendizaje y desarrollo?	42
Tabla 11: ¿Ha pensado en buscar otro trabajo?	43
Tabla 12: Presupuesto de propuesta.....	50
Tabla 13: Cronograma.....	56

Índice de gráficos

Grafico 1: Género de personas encuestadas.....	33
Grafico 2: Edad de personas encuestadas	34
Grafico 3: Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?.....	35
Grafico 4: ¿Está contento de venir a trabajar todos los días?	36
Grafico 5: ¿Han cambiado con el tiempo, sus sentimientos sobre venir al trabajo?	37
Grafico 6: ¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?.....	38
Grafico 7: ¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?.....	39
Grafico 8: ¿Tu jefe te brinda la atención adecuada cuando te diriges hacia él o ella para tratar algún tema?.....	40
Grafico 9: ¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores?.....	41
Grafico 10: ¿Considera que tiene acceso a buenas oportunidades de aprendizaje y desarrollo?.....	42
Grafico 11: ¿Ha pensado en buscar otro trabajo?	43

Índice de figuras

Figura 2: Estructura Jerárquica de la compañía.....	9
Figura 3. Propuesta de Buzón de sugerencias.....	51
Figura 4: Sala de reuniones Diarias.....	52
Figura 5: Sala de reuniones Quincenales.....	53
Figura 6: Sala de reuniones mensuales.....	53

Índice de anexos

3.5 Anexos.....	63
-----------------	----



CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación **“Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional de la empresa Economi S.A Ubicada en la ciudad de Guayaquil”**

CERTIFICO

Que el trabajo del estudiante **ALVARADO MOSQUERA JASSON ADONIS** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **COPYLEAKS**. Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa

Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

Resumen

Este proyecto está dirigido a las diferentes áreas de la empresa Economi S.A. ubicada en la ciudad de Guayaquil, actualmente presenta problemas de comunicación interna, generando así un mal ambiente laboral y disconformidad entre los colaboradores de la empresa. Para dar solución al problema se han aplicado tipos de investigación como la descriptiva y explicativa y los métodos teórico, experimental y estadístico. El objetivo principal de este proyecto es desarrollar herramientas de comunicación que mejoren la comunicación interna y el clima laboral. Para desarrollar este estudio se utilizó una encuesta y entrevista al director de talento de la empresa. Como resultado de estas técnicas de adopción, puede ser necesario adoptar nuevas herramientas de comunicación interna como: capacitaciones, tableros de anuncios, buzones de sugerencias para mantener informados a los empleados, actualizarse y crear sentido de pertenencia dentro de la empresa y así mejorar la producción. en el interior.

Palabras claves: Comunicación interna, ambiente laboral, herramientas de comunicación

Abstract

This project is aimed at the different areas of the company Economi S.A. located in the city of Guayaquil, currently has internal communication problems, thus generating a bad working environment and dissatisfaction among employees of the company. In order to solve the problem, descriptive and explanatory types of research have been applied, as well as theoretical, experimental and statistical methods. The main objective of this project is to develop communication tools to improve internal communication and the work environment. In order to develop this study, a survey and interview with the company's talent manager were used. As a result of these adoption techniques, it may be necessary to adopt new internal communication tools such as: trainings, bulletin boards, suggestion boxes to keep employees informed, update and create a sense of belonging within the company and thus improve production. inside.

Keywords: Internal communication, work environment, communication tools

Introducción

La misión de las organizaciones es construir un ambiente de trabajo ideal para cambiar el ambiente de trabajo, y lo que determina un buen ambiente de trabajo son tres factores básicos: la relación entre colegas, la relación de los supervisores y sus empleados con sus puestos de trabajo y las relaciones con las diferentes áreas de la empresa.

Mediante el diagnóstico del entorno empresarial se identifican amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades, brindando así medidas o Acciones específicas para mejorarlo y esta calibración registra todos los problemas que ocurrieron durante el diagnóstico del entorno de trabajo.

La comunicación es esencial para el ser humano, cada persona debe interactuar con otras personas y dentro de una organización no es la excepción, Hoy en día, la comunicación interna dentro de una empresa es fundamental para el buen funcionamiento de las operaciones, las relaciones personales, el clima laboral y la productividad general de la empresa.; ya que, si se tiene un correcto manejo de la información de la organización, podemos transmitir a los colaboradores los valores y objetivos con los que cuenta la empresa y logramos motivarlos a que tengan un sentido de pertenencia hacia la empresa, fidelidad y compromiso para mejorarla.

(Elías & Mascaray, 2003) mencionan que la organización jerárquica y burocrática está siendo reemplazada por otra más real, no jerárquica basada en las relaciones interpersonales que refleja el flujo de información que se genera en ella y adopta forma de red. Es decir, la organización es representada como una red de relaciones y contactos entre personas y grupos de trabajo

El bajo rendimiento de un colaborador dentro de una organización muchas veces se debe a la falta de comunicación interna, ya que las instrucciones dadas por dirección no se comunican de manera correcta. Esto conlleva a deteriorar las relaciones dentro del equipo de trabajo ocasionando muchas veces desmotivación, falta de compromiso dentro de la empresa.

En la actualidad, en las organizaciones públicas y privadas es fundamental que se esfuercen por mejorar el clima laboral porque tiene un fuerte impacto en el desempeño de los colaboradores en su entorno laboral ya que a través del diagnóstico y análisis se pretende estudiar su comportamiento para establecer estrategias de comunicación interna ayudar a predecir y prevenir problemas, porque esto es importante entender que el mejor clima laboral se traduce en productividad.

Según (Andrade, 2005) La comunicación interna son todas las actividades que realiza la empresa con el fin de crear una buena relación entre los colaboradores a través de diversos medios de comunicación, manteniéndolos informados, motivados y activos, para contribuir al logro de los objetivos de la organización.

Para (Giraldo, 2018) “La motivación puede entenderse como la voluntad de un individuo de realizar esfuerzos para alcanzar las metas organizacionales”. Es un factor clave en el comportamiento del jefe o del superior en su desempeño si es emocionalmente solidario o distante, y aquí es donde el valor del empleado y su trabajo soy yo y el motivo que el superior transmite a los subordinados para lograr el objetivo.

La empresa ECONOMI S.A. Se encuentra ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil Actualmente sector Pascuales, tiene más de 15 años en el mercado ecuatoriano con experiencia en el área de importación y distribución, Dedicada a la comercialización de productos para el sector de la automoción. El negocio principal de la empresa es lubricante y filtros para automóviles, bujías, refrigerantes, aditivos e iluminación.

El motivo de este proyecto de investigación surge de la falta de comunicación interna y la necesidad de crear una perspectiva en los empleados que los motive a sentirse parte de la empresa. Asimismo, lograr un alto nivel de identidad en la empresa.

Se han identificado dentro de la organización falta de comunicación en las diferentes áreas de la misma, esto se refleja en el mal desempeño de los empleados, lo que afecta el entorno laboral y los procesos que deben implementarse para la facturación., distribución del producto al cliente interno y externo.

Dado a que en las áreas del trabajo existen conflictos de comunicación el volumen de casos bien atendidos ha disminuido causando desconfianza en los consumidores recurrentes y nuevos prospectos a clientes ya que no se cumple con la promesa establecida por la empresa y esto hace que el cliente opte por realizar sus cotizaciones y compras con la competencia.

Lo que motiva al autor de este proyecto a indagar y a proponer estrategias de comunicación interna para mejorar no solo el clima laboral sino también mejorar la calidad con la que se llevan a cabo los procesos dentro de la empresa, lo que permitirá al personal desempeñar su trabajo de manera eficiente y eficaz con el fin de cumplir con los objetivos y la promesa de servicio de la empresa.

Analizar la comunicación interna, mejorar el clima organizacional y laboral de los trabajadores de ECONOMI S.A., propiciar un cambio de comportamiento en todos los que la incorporan y permitirles desempeñar sus funciones funcionales dentro de la empresa con mayor responsabilidad; Expresando su satisfacción laboral de manera efectiva y leal.

Para esto se tomará en cuenta una inducción sobre comunicación interna y clima organizacional se realizará a los colaboradores de las distintas áreas de la empresa para fortalecer los lazos entre sí con el fin de erradicar los conflictos que existen entre ella y mejorar la calidad de los procesos que ejercen cada uno en sus diferentes áreas.

Escuchar las opiniones de los empleados y tener en cuenta sus aportes permitirá que los empleados de la empresa se sientan incluidos ya que participa en el proceso de manera motivada y con ganas de cumplir con sus tareas diarias con excelente actitud y compromiso.

Empleando reuniones semanales para identificar los problemas y tomar acciones oportunas se logrará evitar errores en los procesos mejorando la comunicación entre colaboradores, teniendo compromiso con las metas y objetivos marcados por la empresa para asegurar un buen servicio a los clientes internos y externos.

La información, visión, historia y valores ayudarán a conocer más sobre la empresa, sus objetivos y núcleo. Debido a la falta de correlación entre estos elementos de la cultura organizacional, pocos de ellos conocen la existencia de estos elementos.

Como consecuencia, son menos conscientes de su negocio y no obtienen un alto nivel de identidad y fidelización de la primera audiencia, es decir, de sus empleados.

Por ello este trabajo de investigación está dirigido a ECONOMI S.A. en la ciudad de Guayaquil y a sus colaboradores quienes son los encargados de llevar a cabo las tareas diarias de la empresa que se han visto afectadas por la falta de comunicación interna entre áreas encargadas del manejo de información y sus procesos.

Problema General

¿Cómo mejorar la comunicación interna y el clima laboral de la empresa Economi S.A. Ubicada en la ciudad de Guayaquil?

Objetivo General

Diseñar estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional de la empresa Economi S.A Ubicada en la ciudad de Guayaquil.

El presente trabajo de investigación se llevará a cabo en tres capítulos.

Capítulo I. Fundamentación, está compuesto por Marco Histórico en donde relata el origen y actualidad del tema de investigación y a su vez se refiere información acerca del lugar donde se realizó el estudio; como lo es su actividad económica, los productos que venden y a quienes lo ofrecen, Marco teórico: La esencia de este epígrafe radica en la exposición de los principales fundamentos teóricos que sustentan el trabajo. Marco conceptual: Se describirán brevemente los principales conceptos que sustentan el objeto de estudio y toda la investigación en general. Marco Jurídico: Se deberá indicar las normas nacionales e internacionales empleadas en la construcción la de investigación.

Capítulo II. Metodología Empleada, está compuesta por el enfoque de la investigación donde se analizaron dos tipos de investigación cualitativa y cuantitativa, se llevará a cabo uno de los siguientes tipos de investigación descriptiva explicativa se

resaltaron los métodos de la investigación inductivo-deductivo, se aplica la técnica de investigación de encuestas para la recopilación de la información y se analizaron los resultados de la técnica, aplicando un análisis DAFO y CAPA.

Capítulo III. Desarrollo de la propuesta, contiene la solución de la problemática de la empresa ECONOMI S.A. que consisten en elaborar estrategias de comunicación interna para mejorar el clima laboral de la empresa. Conclusiones y recomendaciones

Capítulo I

1. Fundamentación

1.1 Marco Histórico

1.1.1 Historia de Comunicación interna

"Comunicación proviene del latín Communis que significa común. Palabras comunes a los términos comunicación y comunidad. Esto ilustra a nivel etimológico la relación entre comunicación y existencia social. (Montenegro, 2012)

Según el autor, la función principal de la comunicación es comprender las relaciones en la sociedad y desarrollar la comunicación porque esta interacción es muy importante para su trabajo. Por eso, la comunicación está siempre presente porque en toda organización debe haber comunicación para lograr sus metas y objetivos.

Para el autor, la historia de la organización comienza a mediados de los noventa, debido a los duros y exigentes cambios culturales. Ante estos cambios, las comunicaciones internas están ocupando cada vez más espacio en las empresas y su enorme importancia ha hecho que sigan desarrollándose activamente en el tiempo.

1.1.2 Historia del Clima Organizacional

Para, (Sosa, 2004) señala que "se contempla la realización de organizaciones complejas mediante la realización de una investigación en la que la retroalimentación tanto del campo de investigación como del campo aplicado es importante. Peso significativo". (pág.15).

Este criterio se suma al criterio de (Betzhold, 2006), que establece que Stone investiga el entorno regulatorio "a partir del experimento concebido por Lewin, Lippit y White en 1939, para estudiar el efecto que tienen varios estilos de liderazgo (democrático, liberal y autoritario) sobre el clima ". (pág.78). Finalmente, mostró que los diferentes tipos de liderazgo conducen a climas sociales muy diferentes.

Para el autor el clima organizacional inicio alrededor de la década de 1940 cuando se iniciaron los primeros estudios climáticos. En ese momento, fue creado por Kurt Lewin, quien acuñó el fenómeno: atmósfera psicológica.

1.1.3 Reseña de la empresa Economi S.A.

ECONOMI SA es una empresa fundada en Guayaquil el 15 de mayo de 2000, encabezada por el señor Justo González, especializada en la comercialización y venta de lubricantes y filtros para vehículos livianos y pesados. Mantenimiento de vehículos como bujías, refrigerante, líquido de frenos, bombillas, silicona y fluidos.

Inicialmente, la atención y cobertura de la empresa se centró únicamente en la ciudad de Guayaquil y sus suburbios, y para el 2008 la empresa comenzó a expandir su interés hacia la zona sur del país, así como las provincias costeras, con excepción de Esmeraldas. En junio del mismo año, ECONOMI S.A se convirtió en distribuidor exclusivo de productos fabricados por la petrolera estadounidense CONOCOPHILLIPS en territorio ecuatoriano, entre ellos Phillips 66, Conoco, 76 Lubricants y Kendall.

Desde 2010 ha ampliado su cobertura con la apertura de una oficina de ventas en la ciudad de Quito, con el objetivo de mantener un mejor servicio en la zona norte del país, ya sea en la Sierra, el Oriente o en la provincia de Esmeraldas.

1.1.3.1 Misión, visión.

ECONOMI SA forma parte del consorcio de empresas propiedad de D. Justo González y comparte la misma misión y visión con INVERNEG SA, por lo que lo primero es nutrir la profesión de servicio, comprometida en brindar a sus empleados, clientes y proveedores un marco de negocios. transparencia que los distingue de prácticas respetuosas, éticas y honestas. Y verlos es ser el mejor, además de fingir ser el primero.

1.1.3.2 Ubicación

ECONOMI S.A. Actualmente se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil en el Km 14 ½ vía a Daule. (Briones, 2021, 1)



Figura 1: Tomada de Google Maps (2021)

1.1.3.3 Estructura de la compañía

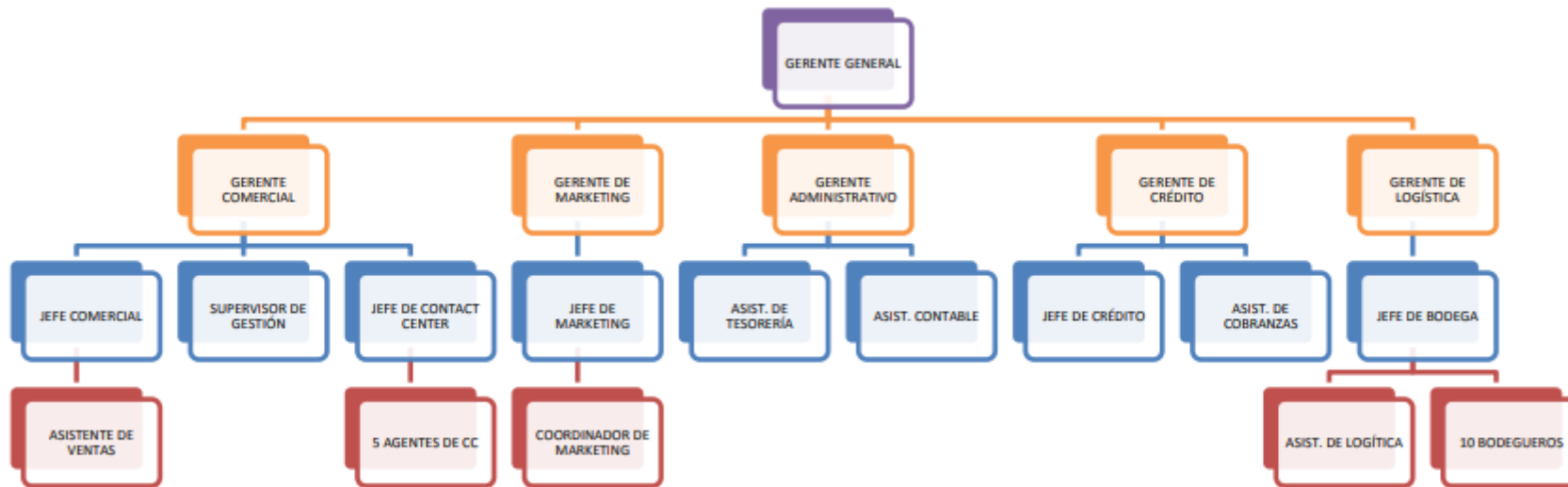


Figura 2: Estructura Jerárquica de la compañía

1.2 Marco teórico

1.2.1 Clima Organizacional

Para evaluar el clima organizacional, se debe comenzar con una evaluación de la percepción del empleado sobre la forma en que se desarrollan las actitudes organizacionales, sentimientos positivos o negativos, clima laboral. (Pérez, 2017)

Para (Giraldo, 2018) “La motivación puede entenderse como la voluntad de un individuo de realizar esfuerzos para alcanzar las metas organizacionales”. Es un factor clave en el comportamiento del jefe o del superior en su desempeño si es emocionalmente solidario o distante, y aquí es donde el valor del empleado y su trabajo soy yo y el motivo que el superior transmite a los subordinados para lograr el objetivo.

Por otro lado, el clima organizacional es la cualidad o característica del ambiente organizacional que los miembros de la organización perciben o experimentan que influye en su comportamiento. Es útil cuando satisface las necesidades individuales; Cuando estas necesidades no pueden estar satisfechas, ese es el inconveniente. (Nina, 2019)

Para el autor, el ambiente organizacional se da en las organizaciones, por lo que es necesario definir este concepto, porque constituye todos los factores que interfieren y afectan el logro de sus metas, así como las de otras organizaciones que cooperan con él. Son muchos los conceptos de ambiente organizacional, también conocidos como ambiente, atmósfera, ambiente psicológico, satisfacción laboral y otros conceptos que se confunden con “cultura organizacional”.

1.2.2 Importancia del Clima Organizacional

Para (Matos, 2017) son importantes los siguientes puntos:

- Hacer que los empleados de la organización se sientan motivados, encontrar necesidades y satisfacerlas muy bien.
- Brindar soluciones a diversos problemas descubiertos en el lugar de trabajo.

- Facilitar el desarrollo de las actividades comerciales mediante la formación de grupos e interacciones adecuadas dentro de la empresa.
- A través de la misión de la organización, une a los empleados a través de las metas que la organización busca alcanzar.

Estas propuestas de estrategias de comunicación interna quieren dejar claro que es necesario orientar los esfuerzos de cada miembro de la organización hacia un objetivo común que satisfaga todas las necesidades y objetivos de la empresa, así como las necesidades de la empresa objetivo.

1.2.3 Tipos de Clima Organizacional

Entre los tipos de climas organizacionales estudiados por parte de (Minchan, 2020), define cuatro tipos de entornos regulatorios orientados a la actividad, que surgen de los climas centrales, son:

Clima estancado: Este tipo de clima es el resultado de la pérdida direccional tanto de actividades como de relaciones en un entorno donde, de manera insuficiente, conduce al desarrollo de un entorno en el que las personas y su estado de desempeño se mantienen en un nivel muy bajo lo que provoca consecuencias efectivas independientemente. Valor de impacto, que produce individuos con actitudes que se resisten al cambio, tienen poca voluntad y, a menudo, son incapaces de ser creativos, lo que dificulta el trabajo.

Clima de sumisión: se refiere a la orientación que pierde el valor de la actividad, pero la orientación a las relaciones, en un entorno en el que estas orientaciones son insuficientes, por lo que no se desarrolla el concepto de orientación a la acción. Insignia eficaz. Aquí no hay iniciativa y hay una gestión muy imprecisa que no se preocupa mucho por el desempeño y los estándares de desempeño.

Clima autoritario: refleja una buena orientación al proceso, pero la orientación pierde su valor en las relaciones en un entorno en el que estas orientaciones son inapropiadas, creando así un entorno en el que prevalece la connotación autoritaria que no contribuye a un alto nivel de eficiencia. Surge como un entorno amenazante en el que las personas actúan sin consultar, exhiben falta de comunicación y los gerentes son percibidos como intimidantes y mediocres, donde los niveles de amor y desempeño sustentable se mantienen a través de amenazas constantes.

Clima ambiguo: La evidencia de un alto grado de orientación hacia actividades y relaciones, en un ambiente que requiere sólo una de ellas, conduce a un ambiente de ambigüedad donde la participación ya no es efectiva. En este entorno, la aprobación de la decisión es automática, ya que hay poco compromiso con la idea y un alto nivel de implementación.

Por otro lado, los cuatro tipos de clima organizacional centrado en resultados, que de igual forma son originarios de los climas básicos son:

Clima de equidad: Muestra un bajo grado de orientación empresarial y relacional, en un entorno donde tiene un impacto positivo en el desempeño. Se destaca como un entorno preocupado por el cumplimiento de normas y procedimientos, en un sistema de seguimiento continuo, donde se privilegia el diálogo escrito.

Clima Humanitario: se refiere a una orientación de actividad de bajo nivel, pero muy correlacionada, en un entorno en el que las orientaciones anteriores son suficientes y, por tanto, un escenario de confianza y respeto mutuo. Con la creación de colaboradores. Está representado por un alto grado de compatibilidad y cooperación, donde prima la confianza a través de canales de comunicación abiertos, y un alto grado de compromiso y planificación entre las personas.

Clima productivo: si bien muestra un alto grado de orientación a la diligencia, muestra un menor grado de orientación relacional, por lo que cuando las orientaciones mencionadas son suficientes, se percibe cierto grado de iniciativa. Alto nivel de conocimiento, el compromiso con la consecución de los resultados deseados, lo que conduce a la eficiencia y productividad.

Clima de desafío: demostrando un alto grado de orientación en las actividades y relaciones, en un entorno adecuado y en un entorno adecuado. Esfuerzo y compromiso a través de puestos de alto desempeño. Un entorno que valora el logro mutuo, la motivación a través del empoderamiento y un alto nivel de desempeño.

Dada la investigación se entiende como clima organizacional al ambiente que se crea y vive a diario en la organización, es creado por los sentimientos de los empleados con respecto a lo que hacen y tiene su raíz en la motivación que lleva a las personas a hacer su trabajo y a ellos mismos en la organización.

El clima organizacional refleja la percepción que tiene el individuo de él. En otras palabras, el entorno organizacional se refiere al entorno o atmósfera dentro de una empresa y se relaciona con cómo los empleados perciben la organización.

1.2.4 La Comunicación

La palabra comunicación proviene del latín *comunicare* o *communicatio*, -ōnis que se traduce como: “Poner en común, compartir algo”.

Según el Diccionario (RAE (Real Academia Española), 2014), la palabra "comunicación" tiene nueve significados, y los tres primeros son los más relevantes para nuestro tema. La comunicación es “el acto y efecto de comunicar o comunicar”, “el procesamiento e intercambio de correspondencia entre dos o más personas” y “la transmisión de una señal a través de un código compartido por el remitente y el receptor”.

Gestión de comunicaciones corporativas: Consideraciones para el enfoque y la práctica de la investigación enfatiza lo siguiente:

"La conexión ha sido uno de los pilares de la acción colaborativa: desde entonces, se ha potenciado mediante la construcción de conexiones, emociones y experiencias. Los seres humanos como entidades sociales se forman en la vida cotidiana, a partir de sus experiencias, tramas y contextos" (Apolo, 2017, pág. 523)

Para la periodista (Sánchez, 2020), existen algunos lenguajes no verbales que bloquean el flujo de la comunicación, lo que significa que lo que decimos con nuestros gestos, tono de voz y la posición de nuestros brazos y piernas afecta las reacciones de quienes nos rodean cuando recibimos un mensaje. Afirma que la mayoría de estos mensajes se envían de forma inconsciente, y esto también puede tener un impacto negativo en las relaciones con los demás y sus interpretaciones.

Para el autor la comunicación ejecutada de manera efectiva es un recurso que permite a los miembros de una organización formar vínculos a través de sus interacciones del día a día, las cuales a su vez enfocan todos sus esfuerzos en lograr las diversas metas establecidas como organización mediante el desempeño de una función.

1.2.5 Comunicación Interna

Para el autor se entiende por comunicación interna los canales y mecanismos de información existentes dentro de una determinada organización y el destino son los mismos empleados que allí trabajan, en diferentes departamentos o patrones de organización. Una de las cosas más importantes en la organización, ya que el llamado cliente interno, es decir, el empleado, refleja en su entorno el entorno interno de la organización, por lo que es necesario motivar a los empleados para que obtengan mejores resultados en su trabajo y así lograr los objetivos organizacionales.

Esta es la razón para estudiar el fenómeno de la comunicación en todos sus campos. A través de procesos, se reconoce la competencia de cada individuo y se asignan y delegan puestos de trabajo de acuerdo con su campo y especialización. Obligaciones y metas establecidas como organización para lograrlas.

Según el axioma de Watzlawick, que es "todo comunica" desde un punto de vista más holístico dirigido directamente a la organización: "Se trata de todo lo que ha sucedido, dicho y hecho" dentro de "una organización" (Fernández, 2017)

Conjunto de actividades de comunicación desarrolladas por una organización con el propósito de establecer y mantener buenas relaciones entre sus miembros, mediante el uso de diversas técnicas y herramientas de comunicación que les ayuden a mantenerse informados, integrados y motivados, contribuyendo así al logro de los objetivos de la organización. (Cuenca & Verazzi, 2018, Pág. 20)

Para el autor esta propuesta de estrategias de comunicación interna quiere dejar claro que es necesario orientar los esfuerzos de cada miembro de la organización hacia un objetivo común que satisfaga todas las necesidades y objetivos de la empresa, así como las necesidades de la empresa objetivo.

1.2.6 Tipos de comunicación Interna

Para el autor (Fernández, 2017) La comunicación interna en la organización se puede dividir en tres tipos, teniendo en cuenta la dirección que toman los mensajes en la interacción en el grupo de trabajo, estos mensajes pueden ser:

- Ascendente
- Descendente
- Horizontal

1.2.6.1 Comunicación Ascendente

Nacida de los niveles inferiores de la empresa (empleados y colaboradores) en relación a sus superiores, superiores y direcciones generales, permite a la organización conocer las percepciones y opiniones de los empleados, c 'es también una herramienta que los integrantes del equipo realizan para desarrollar el proyecto en el que están involucrados y por lo tanto cómo se sienten al participar en el proyecto.

Beneficios de la comunicación ascendente

Los beneficios de un buen manejo de comunicación entre los empleados y sus superiores son:

- Permite conocer el clima laboral
- Estimula la creatividad de los colaboradores
- Favorece el desarrollo profesional
- Reduce las situaciones de tensión en las relaciones interpersonales dentro de la empresa.
- Aumenta el trabajo en equipo y la colaboración

1.2.6.2 Comunicación Descendente

La comunicación descendente se presenta de arriba hacia abajo en la jerarquía de liderazgo formal de la organización, y los anuncios fluyen hacia abajo cuando se da un anuncio, instrucciones o información importante a colaboradores y empleados.

Beneficios de la comunicación descendente

Una buena retroalimentación y manejo de los mensajes de arriba hacia abajo en la jerarquización interna de una organización permite:

- Controlar y evaluar el desempeño
- Transmitir cultura organizacional
- Mantener informados a los empleados
- indicar políticas organizacionales y metas

1.2.6.3 Comunicación Horizontal

Este contacto comienza con las relaciones sociales que tienen el superior y los subordinados, fuera de los límites de la organización, intereses comunes, clubes deportivos e incluso simples amistades. Este mensaje, por su carácter íntimo, se comparte en eventos sociales, fiestas y cuando los empleados hacen sugerencias u opiniones a sus superiores sobre la gestión interna de la empresa y su relación.

1.2.7 Herramientas de la comunicación

Hay una serie de herramientas de comunicación que permiten una comunicación eficaz dentro de una organización.

Para (Collado, 2002) en su libro La Comunicación en las Organizaciones Las herramientas tradicionales de intercomunicación utilizadas en la empresa son las siguientes:

- **Manuales corporativos:** Los manuales corporativos permiten que el trabajador sea eficiente y obtenga conocimiento sobre la empresa.
- **Convenciones anuales:** Sigue siendo una herramienta de comunicación estratégica, principalmente en los equipos de ventas.
- **Revista interna o news:** Es un medio dinámico en el cual va a estar especificada toda la información en general de la empresa.
- **Videoconferencias:** Es un medio eficaz para mantenerse comunicado con los trabajadores o encargados de las áreas. Obteniendo una respuesta rápida e interactiva.
- **Carta al Personal:** Se utilizan para difundir información importante tales como resultados, cambios en la organización.

- **Carteleras, Tableros de noticias y avisos:** Puede contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal.
- **Cuadernillo de Bienvenida:** Es una manera de incentivar a los trabajadores y sentirse importante en la misma, es por ello que se añade 8 al cuadernillo, información importante como lo es: una síntesis histórica, las normas internas, su organigrama, sus integrantes.
- **Manuales de estilo:** Son guías sistemáticas de los procedimientos institucionales para la recolección de información técnica, organizacional e histórica.
- **Folletos o Trípticos:** Sobre temas particulares de interés Publicación Institucional: Una revista interna informa, motiva y cohesiona al personal.
- **Reuniones:** Las reuniones son un espacio de comunicación para: informar, capacitar, reflexionar, tomar decisiones.
- **Línea abierta o Línea directa:** Esta es una línea telefónica a la que cualquiera puede llamar y dejar preguntas, sugerencias, inquietudes, etc. en el contestador automático.
- **Buzón de opiniones para los empleados y trabajadores:** Permite a todos los miembros de la organización expresarse libremente y transmitir sus sugerencias a los niveles superiores de la organización.
- **E-mail:** Sus ventajas son: rapidez, interactividad, multidifusión, facilidad de fijación del destinatario.
- **Tablón de Anuncios:** Lugar Dónde se puede encontrar información importante.
- **Entrevistas individuales:** Con cada uno del personal para aceptar sugerencias o recomendaciones.
- **Memorandos,** cartas e instrucciones por escrito Revistas y periódicos internos
- **Boletines informativos:** Dirigidos a toda la organización o a segmentos de ella (gerentes, trabajadores, secretarias, supervisores).
- **Instructivos y folletos internos,** así como otros documentos informativos. (Collado, 2002)

Las herramientas de intercomunicación mencionadas anteriormente se utilizan más en empresas menos conocidas y modernas, pero con un enfoque de comunicación eficaz. (Collado, 2002)

Además, existen más de 70 herramientas de comunicación interna que se pueden utilizar dentro de una organización tales como: plataformas, software, etc., que ayudarán a construir relaciones con los miembros.

- **Moxtra:** (www.moxtra.com) Este es un programa gratuito que se adapta a cualquier dispositivo, ya sea fijo o móvil. Permite hacer conferencias desde cualquier lugar con acceso a internet.
- **Microblogging:** Es un medio de comunicación que busca la interacción de los miembros de una organización de una forma dinámica en tiempo real. Los mensajes que se emiten y reciben en este medio son breves. Go to
- **meeting:** (www.gotomeeting.com) Este software permite mantener conferencias de una manera fácil y ahorrando costos de movilización. Es un medio audiovisual que permite una interacción en cualquier país del mundo en que se tenga acceso a internet.
- **Wunderlist:** (www.wunderlist.com/es) Su principal función es que permite agendar una lista de tareas al usuario.
- **Yammer:** (www.yammer.com) Es una plataforma web que permite que los colaboradores estén conectados entre sí. Funciona como una plataforma que envía y recibe mensajes, fotos y audios cortos, que dentro de una organización sirve de mucha utilidad.
- **Basecamp:** (www.basecamp.com) Es una herramienta colaborativa. Te permite enviar y recibir mensajes, calendarios y crear documentos en conjunto e incluye diferentes niveles de seguridad, de esta forma puedes compartir la herramienta con clientes internos y otorgar acceso externo.
- **WordPress:** (www.es.wordpress.com) Permite desarrollar un sistema de manera sencilla, gratuita y de fácil configuración.
- **Edublog:** (www.edublogs.org) Se utiliza con fines educativos para reforzar el aprendizaje de profesores y alumnos. Puede ser utilizado por cualquier tipo de institución para brindar una herramienta didáctica de comunicación y participación reforzando los objetivos de la institución. 10

- **Webex:** (www.webx.com) Permite la preparación de conferencias a través de presentaciones de audio y gestión de audiencias, que pueden incluir video ya que facilita la interacción.
- **Chat Interno:** Se lo puede colocar con una aplicación en el intranet, que facilite la comunicación dentro de la organización. La utilización adecuada de este medio permitirá el ahorro de dinero en llamadas telefónicas.
- **E- Book:** La publicación de documentos es importante para una organización, si no se tiene fondos para su impresión; se los puede diseñar para manejarlos digitalmente.
- **JotForm:** (www.spanish.jotform.com) Es una herramienta que permite crear encuestas o formularios de manera sencilla.
- **Sala de Prensa Virtual:** Es un espacio dentro del sitio web institucional, donde se podrá subir información relevante para los medios con información positiva de la empresa.
- **Google Analytics:** (www.google.com) Es un sistema de medición web creado por Google que permite analizar el desempeño de las estrategias de la institución. (Buenaño, 2014)

1.3 Marco Conceptual

Ambiente laboral: El Ambiente laboral es un factor decisivo que incide positiva o negativamente en la productividad de los empleados y de la empresa, al evaluar el clima laboral, conocerás los problemas actuales de ambas partes, y por lo tanto se toman medidas correctivas y se crea un ambiente armonioso. (Chiavenato, 2011)

Administración: para (Chiavenato, 2011) la administración es la forma en que se hacen las cosas de la mejor manera posible, con los recursos disponibles, para alcanzar las metas.

Colaborador: para el autor, el colaborador es la persona que interactúa en cualquier proceso en el que el trabajo de muchas personas en un equipo o grupo.

Estrategia: La estrategia es la dirección del negocio futuro, determinando el final, en un período de tiempo considerado aceptable para guiar el proceso empresarial. (Cadena, 2010)

Empresa: Según (Chiavenato, 1993) Una organización social, porque es una asociación de personas que, por el funcionamiento de un negocio, tienen un objetivo específico como el lucro o la preocupación por una necesidad social.

Internet: Según (Snell, 1995) es una red enorme, una infraestructura de red que conecta millones de computadoras en todo el mundo. Formar una sola red a través de la cual una computadora puede comunicarse con otra siempre que ambas computadoras estén conectadas a Internet.

Inducción: Para (Chiavenato, 2011) Se trata de programas de formación intensiva para nuevos empleados de la organización.

Jefe: Para el autor el jefe es la persona responsable de liderar un proyecto en particular, quien se encarga de lograr ciertos objetivos y organizar un equipo para ello.

Liderazgo: Es un efecto personal creado en una situación, dirigido a través del proceso de contacto humano con el fin de lograr uno o más objetivos específicos (Chiavenato, 2011)

Memorándum: Según (RAE (Real Academia Española), 2014) memorándum es la sección de los periódicos en que se anuncian ciertos servicios públicos.

Motivación: La motivación es el conjunto de aspectos físicos y psicológicos que dan a los individuos la satisfacción de sus necesidades básicas, y motivan comportamientos diferentes con el fin de lograr mejores resultados en el marco de sus objetivos. (Robbins & Judge, 2009)

Organización: Para (Robbins & Judge, 2009), una organización es un grupo sistemático de personas cuyo objetivo es lograr un objetivo específico

Procedimientos: Según (Prieto, 1997) Es una serie de pasos bien definidos que le permite trabajar correctamente, reduciendo la posibilidad de errores, omisiones o accidentes.

1.4 Marco Jurídico

En esta ardua investigación ante este proyecto ponemos en aclaratoria los siguientes Derechos que tienen como respaldo para cualquier situación que se presente

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador (2008)

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 327.- La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa. Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva. El incumplimiento de

obligaciones, el fraude, la simulación, y el enriquecimiento injusto en materia laboral se penalizará y sancionarán de acuerdo con la ley.

Art. 328.- La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos.

Art. 331.- El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades.

1.4.2 Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador.

Eje Económico

Trabajo, empleo, reducción de brechas laborales y emprendimiento

Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales

Objetivo 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomenten el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional

Objetivo 3: Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular

1.4.3 Ley de Propiedad intelectual

Título 1

De los derechos de autor y derechos conexos

Capítulo I

Del derecho de autor sección I preceptos generales

Art. 4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el

domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce en cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

1.4.4 Código de Trabajo

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación. - El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

Art. 31.- Trabajo de grupo. - Si el empleador diere trabajo en común a un grupo de trabajadores conservará, respecto de cada uno de ellos, sus derechos y deberes de empleador. Si el empleador designará un jefe para el grupo, los trabajadores estarán sometidos a las órdenes de tal jefe para los efectos de la seguridad y eficacia del trabajo; pero éste no será representante de los trabajadores sino con el consentimiento de ellos. Si se fijare una remuneración única para el grupo, los individuos tendrán derecho a sus remuneraciones según lo pactado, a falta de convenio especial, según su participación en el trabajo. Si un individuo se separa del grupo antes de la terminación del trabajo, tendrá derecho a la parte proporcional de la remuneración que le corresponda en la obra realizada.

Art. 33.- Jefe de equipo. - El jefe elegido o reconocido por el equipo representará a los trabajadores que lo integren, como un gestor de negocios, pero necesitará autorización especial para cobrar y repartir la remuneración común.

Capítulo IV

De las obligaciones del empleador y del trabajador

Art. 42.- Obligaciones del empleador. - Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelar el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;

3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieran en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
4. Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana;
5. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado
6. Permitir a los trabajadores faltar o ausentarse del trabajo para desempeñar comisiones de la asociación a que pertenezcan, siempre que ésta dé aviso al empleador con la oportunidad debida. Los trabajadores comisionados gozarán de licencia por el tiempo necesario y volverán al puesto que ocupaban conservando todos los derechos derivados de sus respectivos contratos; pero no ganarán la remuneración correspondiente al tiempo perdido
7. Atender las reclamaciones de los trabajadores
8. Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social

1.4.5 Ley de compañías.

Sección 1

Disposiciones Generales

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un

objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 17.- Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables:

1. Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas pueda afectar;
2. Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y,
3. Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

1.4.6 Ley de comunicación.

Capítulo 1

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador.

Además, el objeto de esta Ley comprenderá la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole a través de medios de comunicación.

Art. 2.- Titularidad y exigibilidad de los derechos. - Son titulares de los derechos establecidos en esta Ley, individual o colectivamente, todas las personas ecuatorianas y extranjeras que residen de manera regular en el territorio nacional, sin importar su cargo o función en la gestión pública o la actividad privada, así como los nacionales que residen en el exterior en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general. - Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

Capítulo 2

Derechos a la comunicación

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

Capítulo II

2.1 Enfoque de la investigación

2.1.1 Enfoque Mixto

Es el resultado de la necesidad de enfrentar y abordar de manera integral la complejidad del problema de la investigación. Aquí el investigador utiliza técnicas derivadas de enfoques cuantitativos y cualitativos. Para Hernández, Fernández y Batista (2010), la búsqueda mixta no pretende ser un sustituto de la investigación cuantitativa o cualitativa.

- **Investigación Cualitativa**

La investigación cualitativa se utiliza para determinar el estado de los datos recolectados a través de encuestas, por lo que este método se usa cuando queremos saber por qué una persona se comporta de cierta manera o tiene ciertos motivos de selección o preferencia.

- **Investigación Cuantitativa**

Este tipo de investigación oportuna identifica la información proporcionada por datos definidos numéricamente para confirmar las posibles diferencias para cada pregunta tabular. De esta forma encontrará información más específica sobre la población que desea encuestar.

Se sugiere un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo; de esta forma se podrá tener un mayor acceso a la aplicación de estas técnicas y herramientas de investigación, y es evidente que más información permitirá alcanzar la ratio Eficiencia y una imagen clara. El objetivo de los métodos cualitativos y cuantitativos es enriquecer los datos estadísticos del tema de investigación.

2.2 Tipos de estudios

2.1.2 Descriptivo y explicativo

- **Descriptivo**

Dentro del proyecto de investigación se quiere determinar qué es y cómo se manifiesta el problema, midiendo uno o más objetos de estudio, y de esta forma nos ayuda en nuestra investigación sobre Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima

organizacional de la empresa Economi S.A, de esta manera poder identificar la problemática de la investigación.

- **Explicativo**

En este proyecto se realizó una investigación explicativa porque se identificaron cuáles son las razones por las cuales Economi SA ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil adolece de problemas de comunicación interna afectando su clima laboral.

2.2 Métodos de investigación

En la presente investigación se realizaron los métodos que se detallan a continuación:

- Métodos teóricos
- Métodos empíricos
- Métodos estadísticos

2.2.1 Método Teórico

Dentro de esta investigación se utilizó el método de investigación teórica Este método puede analizar dos actividades que complementan la investigación, el análisis dirigido a conocer los factores básicos y sus relaciones, y la síntesis que hace referencia a la formación del conjunto.

- **Análisis y síntesis:** Este importante método se utilizó bajo la contribución complementaria a la investigación de hechos complejos, y este análisis se divide en dos partes que tratan del análisis de los hechos encontrados en la investigación. Mientras que la síntesis nos habla de una composición completa. Este método se distingue en el marco teórico, donde se ubican las fuentes de investigación, de esta manera, de esta manera se apoya en fuentes bibliográficas la investigación citando los autores más relevantes tales como: (Chiavenato, 2011), (Collado, 2002), (Buenaño, 2014), (Elías & Mascaray, 2003) entre otros, cuyas teorías fueron analizadas para llegar a una conclusión de como diseñar estrategias para mejorar el clima laboral.

- **Inductivo – Deductivo:** Estos dos métodos se utilizan en el marco de la investigación a continuación, que explicará en detalle cómo se utilizan en esta investigación:
 - Inductivo: Se utilizó para obtener resultados o conclusiones generalmente de esta manera, analizando la respuesta a cada cuestionario, y así obtener los resultados con el propósito de averiguar por qué se está realizando la encuesta, se detalla de manera diferente a la norma.
 - Deductivo: Este método se utilizó para pasar de lo general a lo particular para el estudio, ya que ambos hicimos observaciones para recolectar datos que ayudarían a definir el problema de esta manera, mientras analizamos las falencias de Economi S.A. Culmina en la estructuración de diferentes estrategias de resolución de problemas.

- **Histórico Lógico:** Este método es aplicable porque, en el marco histórico, se detalla la creación, desarrollo y desarrollo de Economi SA, y de esta manera, en el marco del análisis, es posible examinar la empresa promotora, con información previa, respecto a que Los resultados de este estudio se llevaron a cabo en orden cronológico de específico a general.

2.2.2 Método Empírico.

- Encuesta: La encuesta permitió tener una idea más precisa al desarrollar una estrategia y se utiliza como método de investigación. La encuesta consta de 11 preguntas entre preguntas cerradas. Estas preguntas fueron elegidas a través del estudio y análisis estratégico, de esta manera buscamos encontrar el problema exacto porque de esta manera se logrará una estrategia más efectiva. La encuesta se realizará a los colaboradores de la empresa Economi S.A. en el norte de la ciudad de Guayaquil.

- La entrevista es una estrategia o método utilizado para la comunicación cara a cara entre dos o más personas, con preguntas pre-estructuradas se realizó una entrevista a los supervisores de 3 áreas de la empresa Economi S.A., las cuales brindaron

información veraz y perdurable, esta será analizada para que se pueda tomar una decisión.

- La observación es un método que se utiliza para recolectar datos acerca de una meta establecida, en este caso observando el comportamiento de los empleados de la empresa, existen dos formas: la observación directa y la indirecta.

En este caso se opta por el método encubierto, ya que el autor del proyecto será un partícipe observando desde fuera y desde dentro los detalles del comportamiento y comunicación de los colaboradores en los campos Varios de la empresa Economi S.A. la ciudad de Guayaquil

2.2.3 Método Estadístico.

- **Estadístico Descriptivo:** Este tipo de método permitió ingresar gráficamente los resultados de las encuestas tabulando lo que se está haciendo con fines de investigación, para conocer cuáles son los problemas que inciden en la falta de comunicación entre áreas afectando el clima organizacional, la investigación analiza los datos en forma de gráficos y tablas que muestran frecuencias y porcentajes, para hacer un diagnóstico preciso del estado de la empresa.

2.3 Técnicas de recolección de datos y herramientas de investigación.

Para la recolección de información para la verificación del trabajo de la encuesta se aplicó la tecnología de la encuesta, por lo que se entrevistó a los jefes de 3 departamentos de la empresa.

Universo

Para esta investigación se tomó como dato el total de colaboradores de las 3 áreas más importantes de la empresa las cuales están teniendo dificultades de comunicación interna, siendo estos un total de 80 personas de acuerdo a la información recibida de parte de nómina de la empresa.

Muestra

La muestra representa un subconjunto del universo y, por lo tanto, selecciona una pequeña parte de la población total especificada en el universo.

Para calcular esta muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N z^2 p (1 - p)}{(N - 1)e^2 + z^2 p (1 - p)}$$

En donde su significado es:

n= es el tamaño de la muestra

e= margen de error (0.05)

p= probabilidad de éxito (0.5)

N= es el tamaño de la población (80)

z= vale 1,96 para la confiabilidad del 95% y 2,58 para un 99% (1.96)

Cálculo de la muestra

$$\begin{aligned} N &= 80 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5 \\ &= (5\%)^2 * (80-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5 \\ N &= 66 \end{aligned}$$

Tamaño de la muestra= 66

2.4 Análisis de Resultados

El instrumento que se analiza en este punto es:

- Encuesta
- Entrevista

2.4.1 Análisis de la encuesta

El objetivo de este análisis investigativo realizado a 66 colaboradores de la empresa Economi S.A. ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, es obtener información relevante para determinar la problemática en cuanto a la falta de comunicación interna en la empresa.

Pregunta 1.

Genero

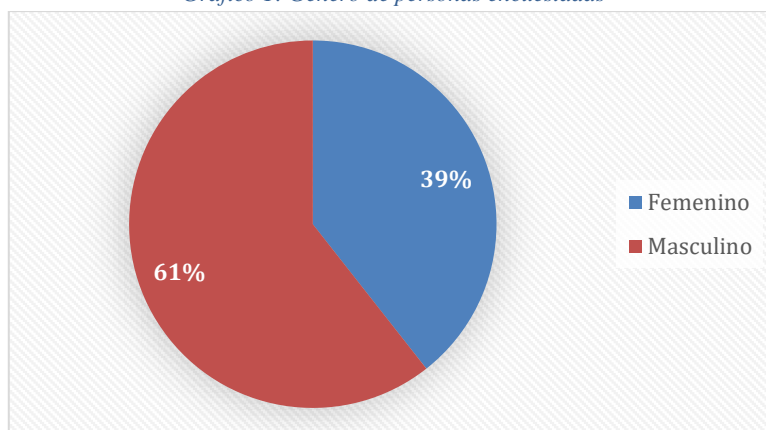
Tabla 1 Género de personas encuestadas

	Género	%
Femenino	26	39%
Masculino	40	61%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 1: Género de personas encuestadas



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación.**

Los datos demuestran las personas encuestadas de la muestra, 40 son hombres dando el 61% de la muestra y 26 son mujeres dando el 39% de la muestra, dando un total de 66 encuestados en la empresa Economi s.a. en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Pregunta 2.

Edad

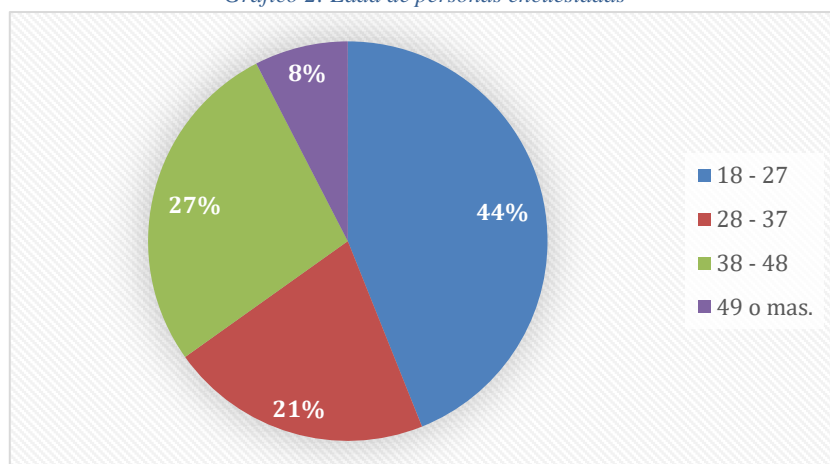
Tabla 2 Edad de personas encuestadas

	Edad	%
18 - 27	29	44%
28 - 37	14	21%
38 - 48	18	27%
49 o más.	5	8%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 2: Edad de personas encuestadas



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación**

Los datos recopilados dan a conocer que el tenemos 29 personas entre las edades de 18 a 27 años y conforman el 44% de los encuestados, 18 personas entre las edades de 38 a 48 años conforman el 27% de la muestra, 14 personas entre las edades de 28 a 37 años conforman el 21% de la muestra y por ultimo 5 personas tienen 49 años o más conformando el 8% de la encuesta.

Pregunta 3.

¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?

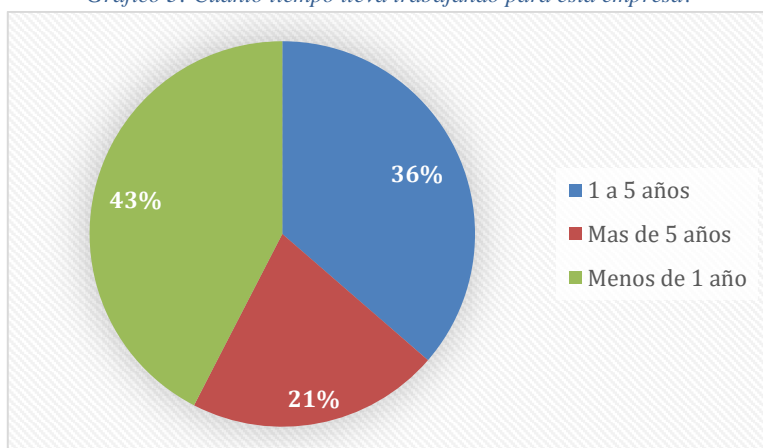
Tabla 3: Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?

¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?		%
1 a 5 años	24	36%
Más de 5 años	14	21%
Menos de 1 año	28	42%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 3: Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación**

Los datos recopilados arrojan la siguiente información sobre el tiempo en el cual llevan trabajando en la empresa, el 43% de los encuestados tienen menos de un año trabajando, el 36% tiene entre 1 y 5 años en la empresa y el 21% tiene más de 5 años de antigüedad, lo que da a evidenciar que la mayoría de los encuestados son personas con poca antigüedad.

Pregunta 4.

¿Está contento de venir a trabajar todos los días?

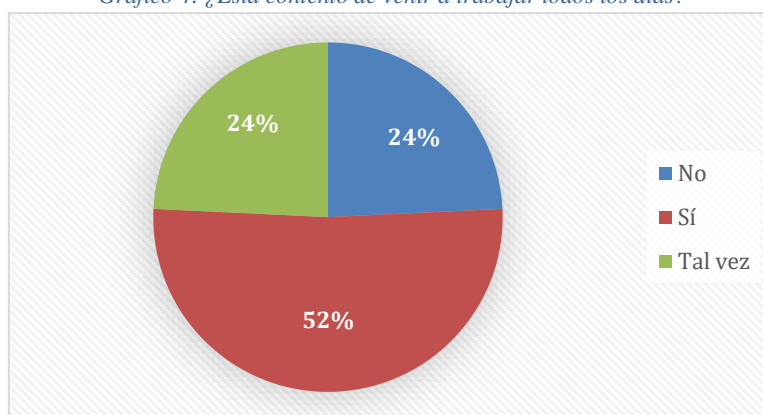
Tabla 4: ¿Está contento de venir a trabajar todos los días?

¿Está contento de venir a trabajar todos los días?		%
No	16	24%
Sí	34	52%
Tal vez	16	24%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 4: ¿Está contento de venir a trabajar todos los días?



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación**

Los datos encuestados reflejan que 34 personas de la muestra dan el 52% de personas que, si están conforme yendo a trabajar, 16 personas dan el 24% de personas que no están felices de ir a trabajar, así mismo, 24 personas de la muestra con el 24%, no tienen una idea clara de sus sentimientos al momento de ir a trabajar.

Pregunta 5.

¿Han cambiado con el tiempo, sus sentimientos sobre venir al trabajo?

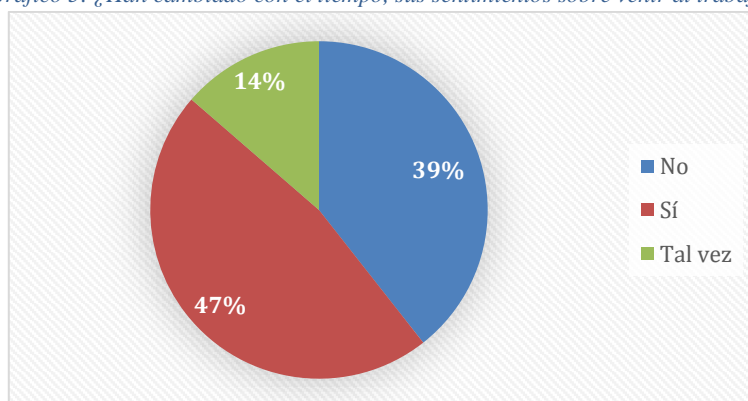
Tabla 5: ¿Han cambiado con el tiempo, sus sentimientos sobre venir al trabajo?

¿Han cambiado con el tiempo, sus sentimientos sobre venir al trabajo?		
		%
No	26	39%
Sí	31	47%
Tal vez	9	14%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 5: ¿Han cambiado con el tiempo, sus sentimientos sobre venir al trabajo?



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación**

Los datos de los encuestados reflejan que 31 personas de la muestra con el 47% indicaron que, si han cambiado sus sentimientos de ir a trabajar, por otro lado, 26 personas con el 39% de los encuestados indicaron que están conformes con ir a trabajar y por ultimo 9 personas con el 14% no tienen una idea clara sobre la pregunta.

Pregunta 6.

¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?

Por favor, asignar una calificación en una escala de 1 a 5, donde 1 representa "mala" y 5 representa "excelente"

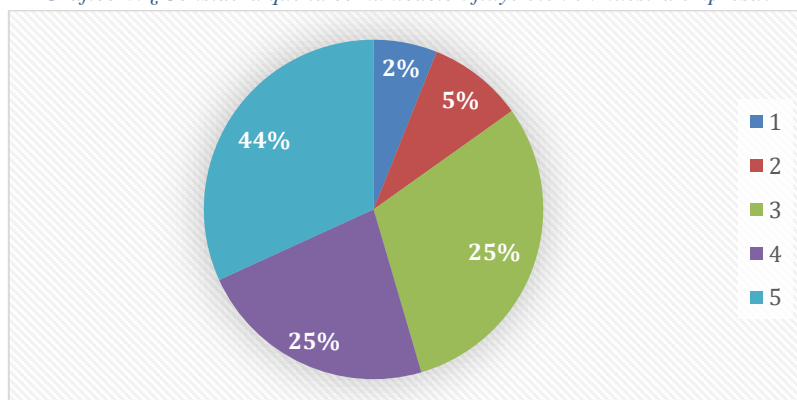
Tabla 6: ¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?

¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?		%
1	4	2%
2	6	5%
3	20	25%
4	15	25%
5	21	44%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 6: ¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación**

Los datos de la siguiente encuesta en la escala del 1 a 5, donde 1 representa "mala" y 5 representa "excelente" indican que la opción 1: "Mala" refleja el 2% con 4 personas, la opción 2: refleja el 5% de los encuestados con 6 personas, la opción 3: refleja el 25% de los encuestados con 20 personas, la opción 4: refleja el 25% de la muestra con 15 personas y por último la opción 5: con el 44% de personas que están de acuerdo con la comunicación dentro de la empresa.

Pregunta 7.

¿Qué le parece la forma en que su supervisor interactúa con usted? Por favor, asignar una calificación en una escala de 1 a 5, donde 1 representa "mala" y 5 representa "excelente"

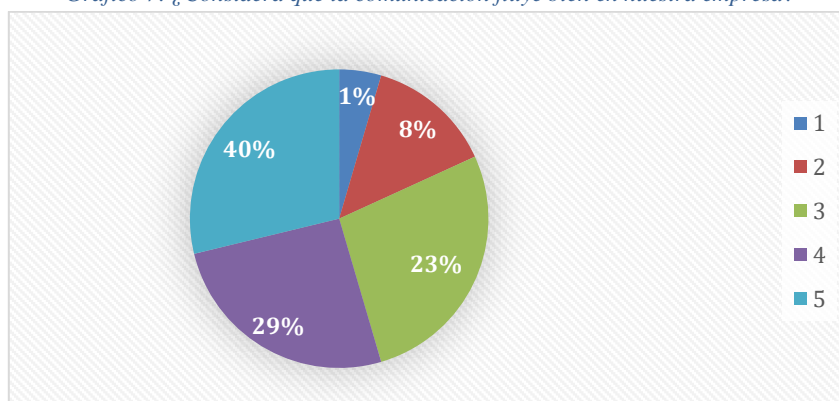
Tabla 7: ¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?

¿Qué le parece la forma en que su supervisor interactúa con usted		%
1	3	1%
2	9	8%
3	18	23%
4	17	29%
5	19	40%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 7: ¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa?



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

● **Análisis e interpretación**

Los datos de la siguiente encuesta en la escala del 1 a 5, donde 1 representa "mala" y 5 representa "excelente" indican que la opción 1: "Mala" refleja el 1% con 3 personas, la opción 2: refleja el 8% de los encuestados con 9 personas, la opción 3: refleja el 23% de los encuestados con 18 personas, la opción 4: refleja el 29% de la muestra con 17 personas y por último la opción 5: con el 40% de personas que están de acuerdo con la comunicación dentro de la empresa.

Pregunta 8.

¿Tu jefe te brinda la atención adecuada cuando te diriges hacia él o ella para tratar algún tema?

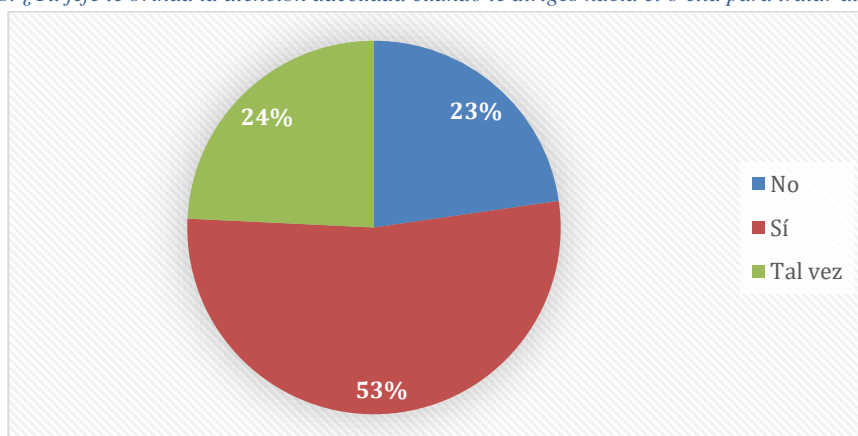
Tabla 8: ¿Tu jefe te brinda la atención adecuada cuando te diriges hacia él o ella para tratar algún tema?

¿Tu jefe te brinda la atención adecuada cuando te diriges hacia él o ella para tratar algún tema?		
		%
No	15	23%
Sí	35	53%
Tal vez	16	24%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 8: ¿Tu jefe te brinda la atención adecuada cuando te diriges hacia él o ella para tratar algún tema?



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación**

Los datos reflejan que: el 23% de los encuestados que son 15 personas, no están de acuerdo con la pregunta, 16 personas con el 24% no tiene claro su sentimiento al respecto de la problemática y el 53% siendo estas 35 personas, están de acuerdo con la pregunta de Tu jefe te brinda la atención adecuada cuando te diriges hacia él o ella para tratar algún tema.

Pregunta 9.

¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores?

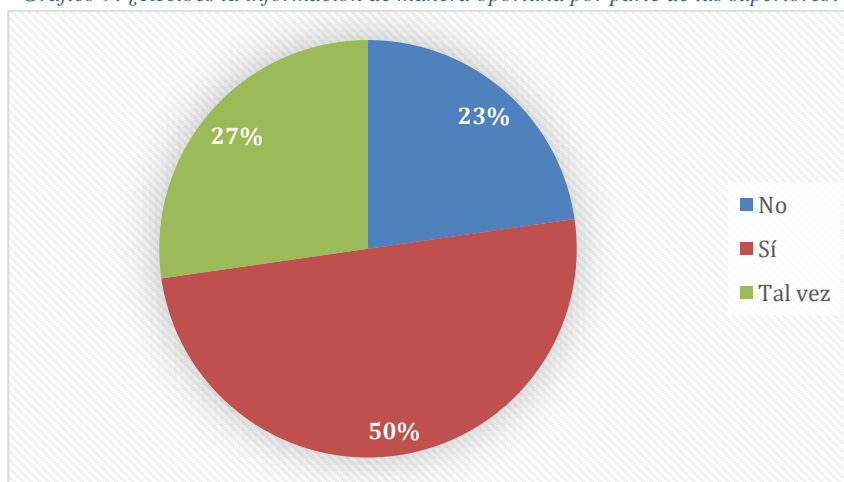
Tabla 9: ¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores?

¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores?		%
No	15	23%
Sí	33	50%
Tal vez	18	27%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 9: ¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores?



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación**

Los datos reflejan que: el 23% de los encuestados que son 15 personas, no están de acuerdo con la pregunta, 18 personas con el 27% no tiene claro su sentimiento al respecto de la problemática y el 50% siendo estas 33 personas, están de acuerdo con la pregunta.

Pregunta 10.

¿Considera que tiene acceso a buenas oportunidades de aprendizaje y desarrollo?

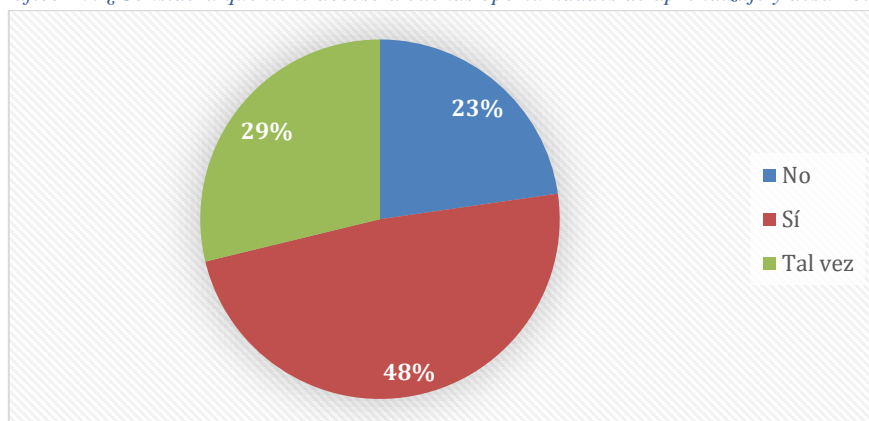
Tabla 10: ¿Considera que tiene acceso a buenas oportunidades de aprendizaje y desarrollo?

¿Considera que tiene acceso a buenas oportunidades de aprendizaje y desarrollo?		%
No	15	23%
Sí	32	48%
Tal vez	19	29%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 10: ¿Considera que tiene acceso a buenas oportunidades de aprendizaje y desarrollo?



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación**

Los datos reflejan que: el 23% de los encuestados que son 15 personas, no están de acuerdo con la pregunta, 19 personas con el 29% no tiene claro su sentimiento al respecto de la problemática y el 49% siendo estas 32 personas, están de acuerdo con la pregunta.

Pregunta 11.

¿Ha pensado en buscar otro trabajo?

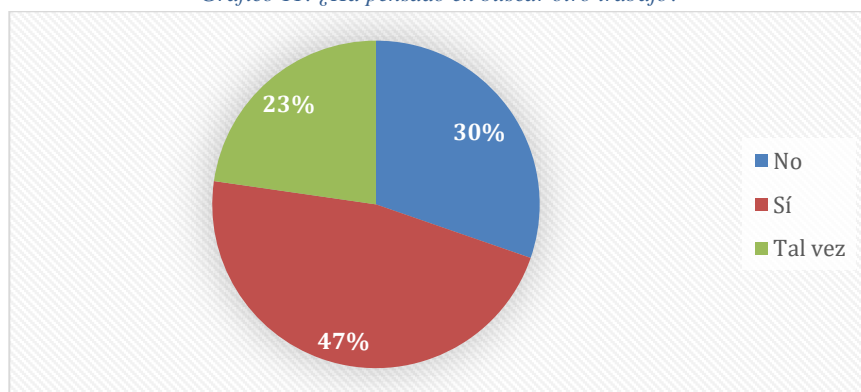
Tabla 11: ¿Ha pensado en buscar otro trabajo?

¿Ha pensado en buscar otro trabajo?		%
No	20	30%
Sí	31	47%
Tal vez	15	23%
Total general	66	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

Grafico 11: ¿Ha pensado en buscar otro trabajo?



Elaborado por: El autor

Fuente: Encuesta

- **Análisis e interpretación**

Los datos reflejan que: el 23% de los encuestados que son 15 personas no tienen una idea clara de lo preguntado, por otro lado, el 30% de los encuestados siendo estas 20 personas, no han pensado en conseguir otro empleo, por otro lado, el 47% de los encuestados que son 31 personas, si han considerado cambiar de trabajo siendo este un porcentaje preocupante dentro de la empresa.

2.4.2 Análisis de la entrevista.

Perfil de la entrevistada

- **Nombre:** Katiuska Romero
- **Cargo:** jefa del Talento Humano
- **Fecha de entrevista:** 10 de noviembre del 2021

Preguntas.

1. ¿Cómo ves la comunicación interna de la empresa?

Como gerente de recursos humanos, hay un cierto desequilibrio en la comunicación. La comunicación es efectiva y rápida en ciertas áreas, e incluso las decisiones se toman en el campo. Por otro lado, es difícil comunicarse con el personal que trabaja en otras áreas de la organización, por ejemplo. Muchos de estos empleados están de acuerdo en que desconocen las actividades, los beneficios e incluso las metas de otros departamentos.

2. ¿Hay algún departamento o campo que se especialice en comunicación?

En este momento no tenemos un departamento como tal, sabemos que por falta de este departamento existen falencias en las operaciones dentro de la empresa, por lo que es importante poder integrarlo. En mi opinión, si necesita dedicarle un espacio a la creación de un departamento de comunicación para manejar todos los temas de comunicación, entornos de trabajo, clima laboral, etc.

3. ¿Cree que implementar nuevas herramientas de comunicación interna pueden aumentar el sentido de pertenencia de los empleados a la empresa?

Como su nombre lo indica, las herramientas de comunicación ayudan a mejorar la información que necesita proporcionar. Es importante usar las herramientas correctamente. Si necesita fortalecer e integrar el sentido de pertenencia de sus empleados, debe distinguir la información que ingresa a la herramienta, siempre que sea relevante.

4. ¿Cuál es el medio de comunicación que utilizan dentro de Economi S.A.?

Dentro de la empresa Economi S.A. existen pocas herramientas de comunicación, las que existen son las siguientes: Intranet, Mail, Teléfono y comunicados orales, estos son los medios de comunicación que actualmente utiliza la empresa. Cada uno cumple una función diferente dentro de la empresa.

5. ¿Cree que las actuales herramientas de comunicación son eficientes?

Al momento considero que no son tan efectivas como se espera ya que no están actualizadas como otras herramientas que cumplen mejor la función de informar, alertar y comunicar información. Todas las herramientas que tenemos son complementarias, pero tanto para administradores, guardias de seguridad y jefes, necesitamos incluir otras herramientas dependiendo del grupo de personas que necesiten implementarlas.

6. ¿Qué contenidos envían en los distintos medios de comunicación de la empresa?

Dentro de las herramientas de la empresa se distribuye información como, horarios, capacitaciones, actualizaciones del sistema, misión y visión de la empresa, manuales del trabajador.

7. ¿Cree que el contenido de la herramienta de comunicación contiene información relacionada con la empresa?

A mi parecer, las herramientas actuales contienen la información necesaria para que el colaborador cumpla con sus funciones y se entere de ciertas actualizaciones o cambios que se dan dentro de la empresa, pero sería bueno implementar nuevos métodos de comunicación para mantener a todo el personal actualizado

8. ¿Qué es un agente de cambio para usted?

Se trata de hacer cambios, desarrollar estrategias y acciones, tanto dentro como fuera de la organización, para realizar mejoras de manera proactiva.

9. ¿Considera usted que un cambio organizacional puede mejorar la comunicación en la empresa?

Por supuesto, este cambio puede mejorar la atmósfera del lugar de trabajo, la forma de comunicación y, sobre todo, el trabajo.

10. ¿Crees que el cambio organizacional puede hacerte sentir mejor a los colaboradores de la empresa?

Sí, si la empresa es agresiva, ayudará. Es importante que cada uno de sus empleados ame su empresa. Si amas tu empresa, amarás tu trabajo.

Luego de una entrevista con la supervisora del departamento de RRHH, ella nos explicó cuán importante es la implementación de nuevos medios que permitan la colocación de herramientas para mejorar la comunicación interna dentro de la organización. La falta de actualizaciones de las herramientas de comunicación de la empresa y la falta de

comunicación que han causado problemas entre los entornos de trabajo. Esto también fue revelado por esta encuesta.

2.4.3 Análisis D.A. F.O.

La herramienta se utiliza para estudiar fortalezas y debilidades, en este caso se utiliza el FODA del problema de investigación.

Debilidades

- Falta de colaboradores familiarizados con la gestión interna de los empleados de su empresa.
- Mal uso de algunas de las herramientas de comunicación disponibles porque interrumpen la comunicación.
- Falta de evaluación de los procesos y requisitos de comunicación interna.
- Falta de interés de la alta dirección por investigar las sugerencias y opiniones de sus empleados.
- La existencia de malentendidos y rumores por parte de sus empleadores debido a la falta de comunicación interna.
- Falta de interacción con compañeros de otros departamentos de su empresa.
- Falta de cuadros calificados para operar y administrar el personal interno de la empresa.

Amenazas

- Mala comunicación con las audiencias afectadas por falta de conocimiento actualizado de la empresa.
- La mala imagen de la organización por no motivar a los empleados a trabajar.
- Debido a la inestable economía local, los trabajadores están dispuestos a quedarse y trabajar, pero no por satisfacción sino por salario, los trabajadores están constantemente buscando una mejor alternativa en todos los aspectos.

Fortalezas

- Estabilidad organizacional, donde los puestos de confianza se mantienen después de un aumento en el poder político, lo que permite un empleo más prolongado.

- El espacio de trabajo es cómodo y luminoso, lo que contribuye a la buena implementación de la higiene profesional.
- Salarios acordes al mercado
- Un equipo de competencias humanas distinguidas y altamente calificadas, la mayoría de los profesionales tienen títulos universitarios.

Oportunidades

- Tener los recursos para incorporar un especialista en comunicación interna para resolver los problemas y mejorar el clima organizacional para que los trabajadores se sientan a gusto con sus labores y tengan una buena actitud en el trabajo.
- Orientar a gerentes y administrativos a fortalecer su relación con los colaboradores para lograr un conjunto en beneficio para el trabajador y la empresa.
- Crea una imagen positiva con tu audiencia interior a través de una comunicación abierta y directa.

2.4.4 Análisis C.A.P.A.

Corregir Debilidades

- Capacitación a colaboradores de las diferentes áreas de la empresa sobre comunicación interna.
- Realizar acompañamiento, escucha activa, briefing para detectar con anticipación las problemáticas y tomar decisiones anticipadamente
- Implementación de herramientas de comunicación interna
- Incentivar a los colaboradores a cumplir correctamente sus valores a través de beneficios remunerados y no remunerados

Afrontar amenazas

- Incentivar a los colaboradores a cumplir con los objetivos de la empresa garantizando un ambiente laboral adecuado, con herramientas óptimas para el desempeño de sus actividades.
- Premiar el buen desempeño con reconocimientos de logros e incentivos remunerados y no remunerados.
- Capacitación a colaboradores de la empresa sobre comunicación interna, servicio al cliente y trabajo en equipo.

Potenciar las fortalezas

- Continuar con el modelo de gestión en cuanto a contratación de personal capacitado para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Aprovechar oportunidades

- Implementación de la tecnología y nuevas tecnologías para mejorar procesos y la comunicación dentro de la empresa.
- Ingreso de personal especializado para el manejo de las relaciones internas, control del clima y comunicación interna.

Capítulo III

3.1 Desarrollo de la propuesta

3.1.1 Título de la propuesta

Diseñar estrategias de comunicación interna para mejorar el clima laboral de la empresa. Economi S.A Ubicada en la ciudad de Guayaquil.

3.1.2 Objetivo de la propuesta

Mejorar la comunicación interna de la empresa Economi S.A. ubicada en la ciudad de Guayaquil.

3.1.3 Descripción de la propuesta

Este proyecto presenta la elaboración de estrategias de comunicación interna para mejorar el clima laboral y el desempeño de las actividades de la empresa Economi S.A. en la ciudad de Guayaquil, Su objetivo es abordar y eliminar las falencias que se identificaron que actualmente tiene la organización en las diferentes áreas.

El desarrollo lleva unos 3 meses y la implementación de las estrategias está prevista de octubre a diciembre de 2022. Las implementaciones de estas estrategias de comunicación interna deberán cumplir los siguientes objetivos:

- Garantizar que todos los colaboradores de cada área de la empresa conozcan y se comprometan a integrarse a las estrategias de comunicación interna.
- Implementar herramientas nuevas herramientas de comunicación interna.
- Fortalecimiento de la capacidad de ejecución empresarial a través de la comunicación interna

3.1.4 Factibilidad de la propuesta

De acuerdo con el trabajo de investigación sustentado por este proyecto, la estrategia propuesta es el propósito planteado en el documento es diseñar estrategias de comunicación interna para mejorar el clima laboral de la empresa Economi S.A. dentro de la ciudad de Guayaquil las cuales se han establecido como alcanzables, realistas y medibles.

- **Factibilidad Administrativa.** - Al hacer un plan ordenado como se describió anteriormente, es factible porque cumple con las normas administrativas en cuanto a herramientas de comunicación interna.

- **Factibilidad legal.** - Es factible legalmente porque se acoge a la Constitución de la República del Ecuador sección octava en el Art. 33 que señala que el trabajo es un derecho y deber social, y un derecho económico fuente de la realización personal y base de la economía. También se encuentra alineado al Plan de Desarrollo Toda una Vida en su eje 2 Economía al servicio de la sociedad entre el cual se encuentra el objetivo 5: Impulsar la Productividad y Competitividad para el crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria.
- **Factibilidad técnica.** – Técnicamente es factible el presente proyecto ya que las instalaciones cuentan con la tecnología y la capacidad para la implementación de las herramientas de comunicación.
- **Factibilidad Económica.** – El presente proyecto es factible, seguro y alcanzable de manera económica ya que la implementación de las actuales herramientas de comunicación se logra gracias a la facilidad de acceso a las diferentes plataformas que se utilizaran para implementar dicha propuesta, esta implementación no representara mayor inversión como se detalla en la tabla a continuación.

Tabla 12: Presupuesto de propuesta

Descripción	Presupuesto
Buzón de sugerencias	\$ 50.00
Suministros	\$ 30.00
Total	\$ 80.00

3.1.5 Propuesta

Este proyecto describe las propuestas a realizar para lograr la meta mencionada anteriormente sobre Diseñar estrategias de comunicación interna para mejorar el clima laboral de la empresa. Economi S.A Ubicada en la ciudad de Guayaquil.

Durante toda la información recabada en la investigación se destaca que la falla en la comunicación organizacional interna de la empresa Economi S.A Ubicada en la ciudad de Guayaquil está siendo afectada las actividades dentro de la misma. La comunicación

interna influye directamente en la dirección y el control del funcionamiento de la empresa y sus departamentos.

Muchas autoridades actualmente son deficientes y sus procesos tienen errores, ya que los colaboradores de la empresa en cada área asignada, saben poco sobre los tipos de comunicaciones que existen en la instalación. Además, cabe señalar que la distribución de funciones incide directamente en el trabajo en equipo, y la cultura organizacional de una organización.

3.1.5.1 Herramientas de comunicación interna.

- Buzón de sugerencias. – Se expondrá un buzón de sugerencias donde el colaborador de la empresa podrá expresar sus opiniones e inquietudes que tenga en el ámbito laboral, con la implementación de esta herramienta de comunicación se logrará tener una idea de cómo se siente el colaborador y las opiniones que se deben tomar en cuenta para mejorar la comunicación y el ambiente laboral de la organización.



Figura 3. Propuesta de Buzón de sugerencias

- Reuniones. – En Economi S.A. ya se realizan reuniones mensuales entre supervisores para revisión de metas y presupuestos, lo que se propone es que las reuniones tengan más apego con los demás colaboradores, Por lo tanto, si el contenido informado es recibido con confianza por el empleado, se recomienda que estas reuniones se

categoricen como si el empleado ya hubiera pensado en el tema a tratar antes de asistir. Esto se explica a continuación:

- Reuniones Diarias: Con el fin de informar y motivar al empleado a tener un buen rendimiento en sus funciones, se propone una duración de 20 minutos en estas reuniones antes de la jornada laboral.
 - Reuniones Quincenales: Con el fin de evaluar los resultados de las primeras semanas para determinar acciones de mejora para alcanzar los propósitos del mes, se propone una duración de 1 hora.
 - Reuniones Mensuales: la función de esta reunión es analizar los resultados obtenidos dentro del mes, hacer comparativas con meses anteriores y poder identificar las falencias que surgieron en el transcurso del mes y poder proponer mejoras y determinar metas para el siguiente mes. Estas reuniones tendrán una duración entre 1 a 2 horas.
 - Reuniones uno a uno: Una breve reunión entre los empleados y los gerentes de línea para abordar las prioridades y preocupaciones de los empleados, sus metas y las metas de la empresa. Estará terminado en 30 minutos.
- Espacio destinado para las reuniones. – En las diferentes reuniones tendrán espacio en la sala de reuniones de la empresa de cada área.



Figura 4: Sala de reuniones Diarias
Fuente: (Mepal, 2021)



Figura 5: Sala de reuniones Quincenales
Fuente: (Mepal, 2021)



Figura 6: Sala de reuniones mensuales
Fuente: (Mepal, 2021)

- Medios electrónicos. - Los medios electrónicos se han vuelto imprescindibles para las empresas ya que se han convertido en una herramienta de comunicación interna y externa en un mundo globalizado y con una tecnología en crecimiento. Se espera que este recurso se use de manera más efectiva ya que uno de sus mayores activos es la interactividad y la inmediatez. Los temas transmitidos por medios electrónicos como correo electrónico e intranet se enumeran a continuación.
 - WhatsApp. – Como su nombre lo indica, esta aplicación de mensajería instantánea entrega mensajes instantáneos y puede usarse como una herramienta de comunicación dentro de su departamento. No solo es fácil de usar, también permite una comunicación rápida y directa y le permite crear grupos, esta herramienta será utilizada con carácter informativo y estrictamente profesional para comunicar y compartir datos referentes al trabajo.
 - Email. – Esta herramienta de comunicación interna se utiliza para temas más importantes como: B. Enviar documentos o comunicaciones importantes que requieran una confirmación más formal. Esto también requiere la verificación del remitente de la misma manera.

3.1.5.2 Estrategia de comunicación – Comunicación interna.

- **Garantizar que todos los colaboradores de cada área de la empresa conozcan y se comprometan a integrarse a las estrategias de comunicación interna.**

Este primero objetivo conlleva integrar al personal con respecto a las estrategias de comunicación interna a través de reuniones sobre la importancia de la comunicación interna, la cual se llevará a cabo tomando en cuenta el horario laboral para que este no influya en las actividades de los colaboradores.

Luego se abordará los principales problemas existentes sobre la comunicación interna, se creará un listado de herramientas que faciliten la comunicación interna de acuerdo a las necesidades de la empresa.

- **Implementar herramientas nuevas herramientas de comunicación interna.**

Como segunda fase se sugirió la implementación de nuevas herramientas de comunicación interna para que contribuyan al mejoramiento del desempeño de las funciones de la empresa.

- **Comunicación Descendente.**

Este tipo de comunicación se utiliza de cargos superiores a inferiores con el objetivo de dar a conocer las actividades que se deben llevar a cabo bajo un correcto funcionamiento, en este caso en la empresa Economi S.A. el gerente emitirá un contacto al trabajador de acuerdo con las reglas de la empresa, actividades a realizar, cambios, etc. Esto incluye las siguientes actividades:

- Reuniones informativas. – El realizar reuniones informativas de manera consecutiva ayudara a mejorar los flujos de comunicación entre administradores y empleados para resolver inconvenientes del día a día.
- Manejo de intranet. – Con la implementación del correcto uso de intranet, se podrá tener al colaborador actualizado sobre los cambios y novedades que se realicen en la empresa.
- Manejo de redes sociales. - Para ahorrar recursos y tiempo, recomendamos usar redes sociales que permitan a los gerentes convocar reuniones rápidamente, ver instrucciones de última hora y cambiar actividades para acelerar el proceso.

- **Comunicación horizontal.**

Esta es una herramienta enfocada entre personas del mismo rango o nivel jerárquico, los instrumentos de comunicación más utilizados serán:

- Grupos de trabajos virtuales. – Esto permitirá que se creen grupos entre colaboradores en los cuales se podrá socializar información relevante de manera oportuna para la el accionar dentro de la organización.

Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES			
ACTIVIDADES:	MESES		
	MES 1	MES 2	MES 3
• Garantizar que todos los colaboradores de cada área de la empresa conozcan y se comprometan a integrarse a las estrategias de comunicación interna			
Capacitación sobre la importancia de la comunicación interna	X		
• Implementar herramientas nuevas herramientas de comunicación interna.			
Establecer tiempos de cruce de información		X	
Comunicación descendente Comunicación horizontal integraciones informativas Manejo herramientas de comunicación		X	
• Fortalecimiento de la capacidad de ejecución empresarial a través de la comunicación interna			
Integraciones periódicas para promover la comunicación interna			X
Promover el uso correcto de herramientas de comunicación interna			X
Evaluación y control			X

Tabla 13: Cronograma

Elaborado por: El autor

3.1.6 Resultados esperados en la aplicación de la propuesta

De acuerdo al estudio realizado dentro de la empresa Economi S.A. en la ciudad de Guayaquil, se espera obtener los siguientes resultados:

- Consensuar e implementar un cronograma de reuniones teniendo en cuenta los horarios para que no afecte al desarrollo de las actividades de la empresa.
- Comunicar de manera asertiva las metas, problemas, planes o procesos organizacionales a los colaboradores de la empresa.
- Incrementar las buenas relaciones entre colaboradores de las diferentes áreas de la empresa a través de la implementación de nuevas estrategias y herramientas de comunicación interna.
- Mantener informado al personal de la empresa e inculcar un sentido de pertenencia de la misma.
- Incrementar la cantidad de personal informado y capacitado para la realización de las tareas de las diferentes áreas de la empresa.
- Mejorar los indicadores de satisfacción de las encuestas y entrevistas realizadas dentro de la empresa.

3.2 Conclusiones

- La comunicación es un elemento primordial para el desarrollo de las habilidades y competencias del ser humano en diferentes campos, por ello es importante abarcar, informar y poner en práctica buenos hábitos de comunicación interna en las organizaciones ya que influye en el clima laboral y el desempeño de sus colaboradores.
- La comunicación dentro de la empresa es tensa debido a la falta de confianza entre gerentes y empleados. En otras palabras, la comunicación está restringida y se siente vertical, por lo que se requieren prioridades más altas.
- Las herramientas de comunicación que actualmente mantiene la empresa son muy limitadas, poniendo en práctica la comunicación informal dentro de la empresa donde predomina la especulación y la mala información sobre temas que deben tratarse de manera general y ordenada con los colaboradores de la organización
- Como resultado de revisiones teóricas y metodológicas, se concluyó que la comunicación interna es importante en el lugar de trabajo y es considerada por la empresa como un proceso esencial para el logro de objetivos con los empleados.
- La elaboración de las estrategias de comunicación interna dentro de la empresa Economi S.A. en la ciudad de Guayaquil, se dieron dada las incidencias que se apreciaban dentro del entorno laboral, las cuales se identificaron con la aplicación de las encuestas y entrevista realizadas al personal de la empresa.

3.3 Recomendaciones

- Se recomienda proceder con la implementación de la propuesta de acuerdo al cronograma sugerido por el autor de la investigación, esto permitirá realizar todas las actividades definidas y pueda ser evaluadas después de su aplicación.
- Dados los resultados obtenidos en la investigación, se recomienda la aplicación de un nuevo estudio cada 6 meses para ver la evolución de la comunicación interna dentro de la empresa y esta pueda compararse con la situación actual con la finalidad de identificar los puntos en que hay que mejorar.
- Generar medios de comunicación interna y externa como: Revistas, Redes Sociales Etc., para así poder ampliar el conocimiento sobre la misión y visión de la empresa
- Inculcar al personal para capacitarse ya que esto conlleva a que el colaborador tenga un sentido de pertenencia dentro de la empresa lo cual se verá reflejado en su productividad
- Encuentre un buen lugar para intercambios informales de empleados, donde se realicen retiros de negocios, mañanas deportivas u otros eventos que involucren a los empleados.
- Es importante recordar que la comunicación interna y las diferentes estrategias que se plantean, se realizan para mejorar las relaciones entre colaboradores y más importante aún, para mejorar el desempeño de cada uno de ellos.

3.4 Bibliografía

- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica*. Recuperado el 9 de 11 de 2021, de books.google: <https://books.google.com.co/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Apolo, D. (2017). Gestión de comunicaciones corporativas. *Revista Latina de comunicación social*. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1177/27es.html>
- Betzhold, J. E. (27 de junio de 2006). *Teorizaciones del Clima Organizacional*. Recuperado el 16 de noviembre de 2021, de betzhold.blogspot: <http://betzhold.blogspot.com/2006/01/teorizaciones-del-clima-organizacional.htmlp915eXQaQ/edit>
- Briones, M. (Ed.). (2021). Encuesta a Colaborador Economi S.A. Martin Briones. *Encuesta a Colaborador Economi S.A. Martin Briones*, 1.
- Buenaño, D. (2014). *Comunicación 360: herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad*. Obtenido de books.google.com.ec: https://books.google.com.ec/books?id=qvySBQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Comunicaci%C3%B3n+360&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20360&f=false
- Cadena, M. (2010). *Dirección estratégica innovadora*. La Coruña - España: NETBIBLO S.L. Obtenido de <https://books.google.com.sv/books?id=RrA8D9gvaXoC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Chiavenato. (1993). *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*. México: McGraw-Hill. Obtenido de <https://biblioteca.unimeta.edu.co/cgi-bin/koha/opac-imageviewer.pl?biblionumber=8574>
- Chiavenato. (2011). *Administración de los recursos humanos*. México.
- Collado, C. (2002). https://books.google.com.ec/books?id=SPS-OwAACAAJ&dq=La+comunicaci%C3%B3n+en+las+organizaciones+collado&hl=es&sa=X&redir_esc=y. Obtenido de books.google.com.ec: <https://books.google.com.ec/books?id=SPS->

OwAACAAJ&dq=La+comunicaci%C3%B3n+en+las+organizaciones+collado&hl=es&sa=X&redir_esc=y

Cuenca, J., & Verazzi, L. (2018). *Guía Fundamental de la comunicación interna*. Editorial UOC. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=mxSzDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gsbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Diccionario de la lengua española | Obra académica (23 ed.). (2014). Recuperado el 12 de December de 2021, de Real Academia Española: <https://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola>

Elías, J., & Mascaray, J. (2003). *Más allá de la comunicación interna: la intercomunicación, diez estrategias para la implementación de valores y la conquista del comportamiento espontáneo de los empleados*. Recuperado el 9 de 11 de 2021, de books.google: https://books.google.com.ec/books?id=br6_3wP04ssC&printsec=frontcover&hl=es&source=gsbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Fernández, D. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente 2.ª edición*. Recuperado el 12 de December de 2021, de Google Libros: <https://books.google.com.pe/books?id=kAMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Giraldo. (2018). *Origen, Desarrollo y Evolución del Constructo Clima Organizacional*. Obtenido de editorial.ucsg.edu.ec: <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/138>

Matos, R. (2017). *Clima organizacional en la satisfacción laboral del personal de la Microred de Chilca, período 2017*. Recuperado el 12 de December de 2021, de 1Library.Co: <https://1library.co/document/q056d43y-clima-organizacional-satisfaccion-laboral-personal-microred-chilca-periodo.html>

Minchan, R. (2020). *UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO*. Recuperado el 12 de December de 2021, de UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO: <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8093/BC-4490%20MINCHAN%20PORTAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Montenegro, A. (Febrero de 2012). *Diagnóstico y plan de comunicación interna en CIESPAL. (Tesis previa a la obtención del título de licenciada en comunicación*

organizacional). Obtenido de repositorio.puce.edu.ec:
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8197/10.C02.001410.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Nina, k. (2019). “*SATISFACCIÓN LABORAL DEL PROFESIONAL DE OBSTETRICIA RELACIONADO AL CLIMA LABORAL DEL HOSPITAL REGIONAL HONORIO DELGADO ESPINOZA. AREQUIPA 2019*”. Obtenido de 1library.co:
<https://1library.co/document/zkwkoemz-satisfaccion-profesional-obstetricia-relacionado-hospital-regional-espinoza-arequipa.html>

Perez, I. (2017). *CLIMA ORGANIZACIONAL Y GERENCIA: INDUCTORES DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL*. Obtenido de revistas.upel.edu.ve:
<http://revistas.upel.edu.ve/index.php/revinpost/article/view/1519/928>

Prieto. (1997). *Los procedimientos de trabajo en el punto de mira didáctico*.

Robbins & Judge. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educacion.
Obtenido de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS %20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf)

Sánchez, E. (2020). *¿Cómo puede el lenguaje no verbal bloquear nuestra comunicación?*
Obtenido de [webcache.googleusercontent.com:
https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IbsCs5b-bgsJ:https://tienda.lamenteesmaravillosa.com/como-puede-el-lenguaje-no-verbal-bloquear-nuestra-comunicacion-7-ejemplos/+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IbsCs5b-bgsJ:https://tienda.lamenteesmaravillosa.com/como-puede-el-lenguaje-no-verbal-bloquear-nuestra-comunicacion-7-ejemplos/+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec)

Snell, N. (1995). *Internet : que hay que saber?* Madrid: Prentice-Hall.

Sosa, I. F. (2004). “*Estudio del Clima organizacional en entidades turísticas*”. Trabajo de diploma. Facultad de psicología. Universidad de la Habana.

Ley de comunicaciones.

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Ley de compañías

https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wpcontent/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

3.5 Anexos

ENCUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y CLIMA ORGANIZACIONAL.

Este cuestionario tiene como único fin analizar la forma en la que los colaboradores de la empresa Economi S.A. percibe el ambiente de trabajo en el que se desempeña, de esta manera con la colaboración de todos podemos mejorar nuestro entorno laboral.

***Obligatorio**

1. Genero *

Marca solo un óvalo.

Masculino

Femenino

2. Edad *

Selecciona todos los que correspondan.

18 - 27

28 - 37

38 - 48

49 o mas.

3. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa? *

Marca solo un óvalo.

Menos de 1 año

1 a 5 años

Más de 5 años

4. ¿Está contento de venir a trabajar todos los días? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

5. ¿Han cambiado con el tiempo, sus sentimientos sobre venir al trabajo? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

6. ¿Considera que la comunicación fluye bien en nuestra empresa? Por favor, asignar una calificación en una escala de 1 a 5, donde 1 representa "mala" y 5 representa "excelente" *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Malo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente

7. ¿Ha pensado en buscar otro trabajo? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

8. ¿Qué le parece la forma en que su supervisor interactúa con usted? Por favor, asignar una calificación en una escala de 1 a 5, donde 1 representa "mala" y 5 representa "excelente" *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Malo						Excelente

9. ¿Tu jefe te brinda la atención adecuada cuando te diriges hacia él o ella para tratar algún tema? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Tal vez

10. ¿Recibes la información de manera oportuna por parte de tus superiores? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Tal vez

11. ¿Cree que los comentarios o sugerencias que aportas son tomados en cuenta? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Tal Vez

12. ¿Considera que tiene acceso a buenas oportunidades de aprendizaje y desarrollo?
*

Marca solo un óvalo.

- S
 í
 N
o

Tal Vez

13. ¿Cómo calificaría el ambiente de trabajo en cada una de las siguientes áreas?
*Por favor, asignar una calificación en una escala de 1 a 5, donde 1 representa "mala" y 5 representa "excelente"

Marca solo un óvalo por fila.

	Mala	Regular	Medio	Bueno	Excelente
Contactt Centterr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crrédiitto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bodega	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Logíístiica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

