

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “La Comunicación Interna y el Desempeño
Laboral en la empresa DOMINGO JEANS del Cantón
Pelileo”.**

Autora: Diana Carolina Tubón Peralvo

Tutor: Ing. MBA. Leonardo G. Ballesteros López

AMBATO – ECUADOR
Abril 2015



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Leonardo G. Ballesteros López

CERTIFICA:

Que el presente trabajo ha sido prolijamente revisado. Por lo tanto autorizo la presentación de este trabajo de investigación, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad.

Ambato, Abril 2015

Ing. MBA. Leonardo Ballesteros

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Diana Carolina Tubón Peralvo, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera de Empresas son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.

Diana Carolina Tubón Peralvo

C.I. N° 180465237-6

AUTORA

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de Investigación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

.....
Ing. MBA Silvia Guerrero

.....
Ing. Mg. Jorge Jordán

Ambato, Abril del 2015

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de investigación, y; según las normas de la Institución. Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Diana Carolina Tubón Peralvo

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado principalmente a Dios, por darme la vida y brindarme su bendición cada día permitiéndome cumplir mis sueños y objetivos, y sobre todo por regalarme su amor que se refleja todos los días en mi familia.

De manera muy especial a mis padres Willian Tubón y Paula Peralvo por ser mi ejemplo de vida, por brindarme su apoyo incondicional en la búsqueda constante de alcanzar mis objetivos personales y profesionales. Mil gracias a ellos quienes han sido el pilar fundamental en mi vida, por sus enseñanzas y su apoyo para conseguir mis logros académicos permitiéndome formarme como una profesional y sobre todo como una persona de bien. Todos mis esfuerzos están encaminados a ser el pago por su esfuerzo y sé que mis logros son sus logros y se sienten orgullosos de mí.

A mi esposo Washington Rugel por brindarme su amor y apoyo en todos los momentos, por ser aquella persona incondicional. Con infinito amor a mi pequeño hijo Johann Sebastián por ser el motor de mi vida, la razón por la cual todas las mañanas me levanto y busco alcanzar mis metas para que te sientas orgulloso de tu madre y tengas un mejor futuro.

A mi Hermano Carlitos por ser mi ángel guardián y a mis Abuelitos que estoy segura que desde el cielo me cuidan y protegen todos los días.

A mis hermanos Verónica, Jonathan, Alejandro y Paola, de igual manera a mis hermosas sobrinas Erika, Karla y Paula.

De igual manera a mi tía Carlota Romero por apoyarme desde niña para cumplir con mis metas.

Diana Tubón

AGRADECIMIENTO

Agradezco primordialmente a Dios por darme la sabiduría para poder alcanzar mis objetivos y protegerme cada día.

A mis padres por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente y apoyarme constantemente. A mi esposo e hijo por sacrificar nuestro tiempo en familia para que yo me pueda preparar académicamente.

A la Universidad Técnica de Ambato y a la Facultad de Ciencias Administrativas Carrera de Organización de Empresas por ser las instituciones que me han permitido formarme profesionalmente, a todos y cada uno de los docentes que la conforman, quienes han impulsado mi carrera profesional gracias a sus conocimientos impartidos a lo largo de mi vida estudiantil universitaria.

Mi agradecimiento sincero al Ing. MBA. Leonardo Ballesteros por sus conocimientos impartidos para la elaboración de mi tesis de grado, por su tiempo para guiar mi trabajo de graduación y se haya culminado con éxito.

Al Sr. Domingo Sánchez Gerente Propietario de la empresa DOMINGO JEAN´S por abrirme las puertas de su organización para la realización del presente trabajo de investigación.

Gracias a todos.

Diana Carolina

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
1.1. TEMA.....	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN	3
1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO	6
1.2.3 PROGNOSIS	7
1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES (INTERROGANTES)	8
1.2.6 DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN	8
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	9
1.4. OBJETIVOS.....	10
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	10
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10

CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO.....	12
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	12
2.2 FUNDAMENTACION FILOSÓFICA	15
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	16
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	18
2.5 HIPÓTESIS.....	45
2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES	45
2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	45
2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	45
CAPÍTULO III.....	46
METODOLOGÍA	46
3.1 ENFOQUE	46
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
3.3 NIVEL O TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.4 POBLACION Y MUESTRA	49
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	51
3.6 PLAN RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	53
3.7 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	53
CAPÍTULO IV.....	55
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	55
4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS	55
4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS	55
4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	74
4.2.1 PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS.....	74

4.2.2	NIVEL DE SIGNIFICANCIA.....	74
4.2.3	CÁLCULO DEL CHI- CUADRADO	75
4.2.4	TABLA DE RESULTADOS OBSERVADOS	75
4.2.5	TABLA DE FRECUENCIAS ESPERADAS	76
4.2.6	CHI - CUADRADO TABULAR.....	77
4.2.7	DECISIÓN FINAL	78
CAPITULO V		80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		80
5.1	CONCLUSIONES	80
5.2	RECOMENDACIONES	82
CAPÍTULO VI.....		83
PROPUESTA.....		83
6.1	DATOS INFORMATIVOS	83
6.2	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	84
6.3	JUSTIFICACIÓN.....	85
6.4	OBJETIVOS.....	85
6.5	ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	86
6.5.1	SOCIO- CULTURAL.....	86
6.5.2	TECNOLÓGICA	86
6.5.3	ORGANIZACIONAL	86
6.5.4	ECONÓMICO – FINANCIERO	87
6.5.5	POLÍTICO – LEGAL	87
6.6	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO – TEÓRICO.....	88
6.7	MODELO OPERATIVO	92
6.8	PROGRAMA DE ACCIÓN.....	117

6.9	ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA	119
6.9.1	PRESUPUESTO.....	119
6.9.2	CRONOGRAMA	120
	BIBLIOGRAFÍA.....	122
	ANEXOS.....	126
	ANEXO 1. ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	127
	ANEXO 2. ENCUESTA APLICADA.....	127

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población Y Muestra.....	49
Tabla 2 Operacionalización de la Variable Independiente: Comunicación Interna.....	51
Tabla 3 Operacionalización de la Variable Dependiente: Desempeño Laboral	52
Tabla 4 Plan de recolección de información	53
Tabla 5 Información sobre cambios en su trabajo	56
Tabla 6 Espacios de discusión con su jefe	57
Tabla 7 Información para desarrollar su trabajo	58
Tabla 8 Recibe información sobre logros y objetivos de la empresa.....	59
Tabla 9 Canal de comunicación más utilizado.....	60
Tabla 10 Malos entendidos por utilización de canales informales	61
Tabla 11 Objetivo de la comunicación interna	62
Tabla 12 Comunicación Interna ayuda a coordinar las tareas.....	63
Tabla 13 Aspectos de sentido de pertenencia	64
Tabla 14 Comunicación entre personal aporta al cumplimiento de objetivos	65
Tabla 15 Factores para mejorar el desempeño	66
Tabla 16 Aspectos para medir el desempeño	67
Tabla 17 Evaluación del desempeño laboral en la empresa.....	68
Tabla 18 Nivel de aporte del desempeño al progreso de la empresa	69
Tabla 19 Nivel de desempeño	70
Tabla 20 Incentivos por el desempeño de su trabajo	71
Tabla 21 Capacitación para mejorar el desempeño.....	72
Tabla 22 Funciones y responsabilidades definidas para desempeñar el trabajo	73
Tabla 23 Frecuencia Observadas	75
Tabla 25 Frecuencias Esperadas	76
Tabla 26 Calculo Chi Cuadrado	77
Tabla 27 Programa de Accion.....	117
Tabla 28 Presupuesto	119
Tabla 29 Matriz de Monitoreo y Evaluación	121

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1 Superordinacion Conceptual.....	18
GRAFICO 2 Subordinación Conceptual Variable Independiente	19
GRAFICO 3 Subordinación Conceptual Variable Dependiente.....	20
GRAFICO 4 Comunicacion Formal	26
GRAFICO 5 Comunicacion Informal.....	30
GRAFICO 6 Información sobre cambios en su trabajo.....	56
GRAFICO 7 Espacios de discusión con su jefe.....	57
GRAFICO 8 Información para desarrollar su trabajo.....	58
GRAFICO 9 Recibe información sobre logros y objetivos de la empresa	59
GRAFICO 10 Canal de comunicación más utilizado	60
GRAFICO 11 Malos entendidos por utilización de canales informales	61
GRAFICO 12 Objetivo de la comunicación interna.....	62
GRAFICO 13 Comunicación interna ayuda a coordinar las tareas	63
GRAFICO 14 Aspectos de sentido de pertenencia.....	64
GRAFICO 15 Comunicación entre personal aporta al cumplimiento de objetivos.....	65
GRAFICO 16 Factores para mejorar el desempeño	66
GRAFICO 17 Aspectos para medir el desempeño	67
GRAFICO 18 Evaluación del desempeño laboral en la empresa	68
GRAFICO 19 Nivel de aporte del desempeño al progreso de la empresa.....	69
GRAFICO 20 Nivel de desempeño.....	70
GRAFICO 21 Incentivos por el desempeño de su trabajo.....	71
GRAFICO 22 Capacitación para mejorar el desempeño	72
GRAFICO 23 Funciones y responsabilidades definidas para desempeñar el trabajo.....	73

RESUMEN EJECUTIVO

Domingo Jean's es una empresa que se dedica a la confección de prendas jeans para damas, caballeros y niños. Inicio sus actividades el 30 de octubre de 1980, su planta de producción se encuentra ubicado en el cantón Pelileo barrio el Tambo, vía a Baños.

Al estar en un mundo de constante cambio y por ende competitivo se ve la necesidad de mejorar la Comunicación Interna de la empresa ya que afecta directamente al Desempeño Laboral de la empresa Domingo Jean's.

Con la premisa antes mencionada se realizara un análisis minucioso del problema que afecta a la empresa, de esta manera ayudar al mejoramiento de la misma mediante un plan de comunicación ya que es un instrumento administrativo y organizacional que debe ser implantado en toda empresa sin importar la magnitud de su personal.

El presente estudio se ha basado en buscar alternativas de solución para el problema de estudio que es la comunicación interna, para lo cual se utilizara la encuestas como técnica para la recolección de datos, la misma será aplicada a todo el personal de la empresa con la finalidad de recolectar datos reales que nos permitan plantear una alternativa de solución para mejorar el desempeño laboral dentro de la empresa.

Para ello se propone el uso de instrumentos de comunicación interna, además de la aplicación de estrategias de desempeño laboral para poder controlar, evaluar, incentivar y motivar al cliente interno de la empresa, mediante la implementación del plan de comunicación se mejorará el desempeño laboral de su talento humano, que es un recurso vital para el buen funcionamiento, desarrollo y fabricación de productos de la empresa.

Mediante la implementación del plan de comunicación se mejorara el desempeño laboral ya que, el personal al tener información clara y oportuna realizara sus actividades de manera ordenada y tendrá claro los objetivos organizacionales de los cuales el personal es parte fundamental para su cumplimiento.

Palabras Clave: Comunicación interna; Plan de comunicación; Desempeño laboral; Estrategias de Desempeño laboral.

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna es un factor vital para el desarrollo de una empresa, ya que, se puede contar con todos los recursos para su funcionamiento, pero si la información no fluye de manera correcta y no existen instrumentos que permitan que la información llegue a sus destino de forma clara y oportuna, no se podrá establecer el nexo correcto entre los involucrados, lo cual distorsionara la información y el talento humano no tendrá claras sus actividades, los objetivos organizacionales, los procesos y esto afectara directamente a su desempeño laboral.

El presente trabajo de investigación se trata de “La Comunicación Interna y el Desempeño Laboral en la empresa DOMINGO JEANS del Cantón Pelileo”, nace por la necesidad de establecer instrumentos de comunicación interna y estrategias para mejorar el desempeño laboral dentro de la empresa. El presente trabajo consta de seis capítulos los cuales se los detalla a continuación:

En el primer Capítulo llamado el problema de investigación se encuentra el tema de investigación, el planteamiento del problema, la contextualización, el análisis crítico, prognosis, formulación del problema, preguntas directrices, se delimita el objeto de investigación, unidades de observación, justificación y objetivos, con lo que se da a conocer la problemática objeto de estudio.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico con sus respectivos antecedentes y fundamentaciones, se detalla las categorías fundamentales, estableciendo la hipótesis y las diferentes variables.

En el tercer capítulo se establece el enfoque y la modalidad de investigación, se identifica y cuantifica la población, para determinar la muestra a la cual se aplicó la encuesta como instrumento de recolección de la información

En el cuarto capítulo se procede a realizar las tabulaciones de las encuestas con sus análisis e interpretaciones las cuales fueron aplicadas al personal de la empresa Domingo Jean´s.

En el quinto capítulo se establece las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegó después del análisis e interpretación de las encuestas aplicadas, de lo cual se plantea la propuesta para solucionar el problema de estudio.

En el sexto y último capítulo se establece la propuesta que es la solución de la problemática que tiene la empresa, en este caso la propuesta es un plan de comunicación que contribuya con el mejoramiento del desempeño laboral de Domingo Jean´s, la propuesta consta del título, la justificación, los objetivos, el modelo operativo, análisis de factibilidad y la fundamentación científico teórica.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“La Comunicación Interna y el Desempeño Laboral en la empresa DOMINGO JEANS del Cantón Pelileo”.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Contextualización

En la actualidad las empresas a nivel mundial se enfrentan a constantes cambios dentro del entorno, a los cuales deben adaptarse para poder mantenerse dentro del mercado. Son muchos los factores que influyen para que las empresas opten por reestructurar sus temas administrativos para hacerlos más eficientes, estos factores son la globalización

de mercados, el desarrollo de las tecnologías y las comunicaciones en el mundo. Para las personas y las organizaciones el comunicarse es algo natural, las relaciones humanas en cualquier contexto tienen como soporte básico procesos de comunicación, y es a través de ésta, que se puede enfrentar las exigencias del mundo actual. Para tal efecto, se requiere del compromiso de todos los miembros de la organización, para que estas puedan mantenerse vigentes en cuanto a excelencia y competitividad, las empresas en países desarrollados actualmente permiten un mejor ambiente de trabajo, una abierta comunicación, más calidad y sobre todo decisiones adecuadas y convenientes, en donde la comunicación es un factor fundamental en el funcionamiento de las organizaciones, es una herramienta, un elemento clave y juega papel primordial en el mantenimiento de las mismas.

En el Ecuador las empresas de confecciones tienen que adaptarse a los cambios que se vienen dando a nivel social, cultural y tecnológico, fundamentalmente han tenido que mejorar sus sistemas administrativos, organizacionales y productivos, lo cual ha venido a complejizar las actividades, dentro de las cuales la comunicación interna juega un rol muy importante en el desempeño de sus empleados, ya que el éxito, eficiencia y eficacia de un negocio, depende en gran medida de la forma de intercomunicación entre los miembros de la empresa.

Cuando no se mantienen claros los canales de comunicación como es el caso de algunas empresas de confecciones ecuatorianas, los subordinados no conocen claramente lo que su superior quiere que se realice, tampoco él puede conocer que está haciendo su subordinado, además no se podrá obtener los resultados favorables de una buena comunicación como es la cooperación y la satisfacción en el trabajo.

Todos los miembros de la empresa que participan en la comunicación lo hacen tanto de forma verbal como no verbal, manifestando y reflexionando un conjunto fluido y multifacético de elementos que permiten mantener una estrecha relación entre sí, de no mantenerse los canales fluidos de comunicación interna puede llevar a que falle el proceso de toma de decisiones, debido a que la comunicación se ha convertido en un instrumento imprescindible para toda organización.

Otro de los problemas con que se enfrentan las empresas en su accionar diario es la falta de instrumentos o indicadores de medida del estado de la comunicación interna, trayendo consigo una comunicación nada eficiente ni estratégica.

En Tungurahua las empresas de confecciones tienen distintas formas de hacer gestión, alcanzando resultados heterogéneos entre ellas. Para poder realizar su actividad en sus estructuras, cuentan con profesionales de diversa formación, siendo necesario mantener una gran coordinación para lograr una óptima relación interdisciplinaria, en la que es imprescindible un sistema de comunicación eficiente.

Generalmente las empresas de confecciones en Tungurahua no cuentan con una estructura comunicacional interna que este estrechamente relacionada con los objetivos de la organización, motivo por el cual, el personal esta desenfocado, desalineado y con una identidad bastante afectada, todo esto va a repercutir en la calidad del producto.

La empresa Domingo Jean's es una empresa que se dedica a la confección de prendas jeans para damas, caballeros y niños. Su gerente propietario es el señor Segundo Domingo Sánchez Sánchez, inició su empresa el 30 de octubre del año 1980. La planta de producción se encuentra ubicado en el cantón Pelileo barrio el Tambo, vía a Baños.

Debido a la gran competitividad y la alta demanda de calidad en el producto que los clientes exigen, la empresa DOMINGO JEANS ha adoptado estrategias de marketing que permita cumplir con este requerimiento, sin embargo, las estrategias comunicativas tienen una debilidad porque sólo están enfocadas a la producción y al mercadeo, sin tomar en cuenta un factor muy importante como es el bienestar y la adecuada motivación del talento humano de la organización. También se puede notar que el canal de comunicación interna es bastante extenso y muy burocrático, lo que conlleva a que la información llegue muchas veces de forma desfasada, incidiendo notablemente en el retraso de los procesos.

En la empresa también existen muchos factores negativos que afectan desarrollo laboral sobresaliendo entre ellos las relaciones que se establecen dentro de la organización, que no están plenamente definidas debido a la inadecuada comunicación interna, de tal

manera que se encuentra redes de comunicación formales e informales que inciden en el desempeño de los empleados.

Ante esta situación en DOMINGO JEANS es indispensable contar con una comunicación bien estructurada, planeada y definida, para de esta manera desarrollar un proceso motivacional que vaya a contribuir en la construcción de un clima organizacional favorable y así establecer acciones hacia el cumplimiento de los objetivos de la organización. Por lo tanto la comunicación interna debe convertirse en un elemento decisivo para crear lazos con los empleados y de esta forma fluya la información a nivel interno de la organización, bien sea de forma descendente nutriendo el buen funcionamiento de las actividades; o ascendente, donde los empleados logran desarrollar gran sentido de pertenencia e identificación con la empresa.

1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO

La inadecuada comunicación interna y su incidencia en el bajo desempeño laboral en la empresa DOMINGO JEANS se presenta por varias causas y efectos, entre las cuales se puede destacar:

Un deficiente sistema de comunicación y por consiguiente una mala utilización de los canales, lo que trae consigo que existan empleados desmotivados, relegados, redundando en la baja calidad del trabajo y un bajo desempeño laboral, además ocasiona que la empresa no se desarrolle muy bien y se refleje un mal estado en la atención que se le dé a los clientes. También provoca que el gerente tome malas decisiones, ya que no existen puntos de encuentro entre todo el personal en el cual se pueda integrar a todo el personal y con ello lograr la aportación de opiniones de todos los miembros en la búsqueda un objetivo en común.

Los inadecuados canales de comunicaciones y su mala utilización provocan que se generen una serie de conflictos entre compañeros, los cuales conllevan consigo rivalidades, de igual forma esto no motiva a los empleados para desarrollar de forma adecuada sus trabajos, generan conflictos laborales, bajo sentido de pertenencia del

empleado con la empresa, por la inadecuada información recibida de las decisiones y resoluciones tomadas por la dirección y a su vez porque existe escasez de trabajo en equipo.

La poca planificación en el campo comunicacional que se da en la empresa conduce a que no exista un compromiso alto por parte de los trabajadores y los resultados poco adecuados se verán en todas las áreas de la organización. En la empresa el clima organizacional se ve afectado fundamentalmente por las relaciones que se establecen dentro de la organización, generando redes de comunicación formales e informales que inciden en el comportamiento de los empleados.

1.2.3 Prognosis

De mantenerse la inadecuada comunicación interna dentro de la empresa DOMINGO JEANS, se presentaran una serie de inconvenientes que afectarían al normal desenvolvimiento de la empresa, tales como: incoherencia entre las acciones que se realizan dentro de la institución con la realidad del entorno, perdida de coherencia de los procesos, desacuerdos entre los diferentes niveles jerárquicos de la empresa, concentración de poder en los altos niveles jerárquicos, mal ambiente de trabajo, disminución del desempeño laboral y la baja productividad de los empleados, e incumplimiento de los objetivos organizacionales.

Dentro de la organización debe existir el compromiso de todos los miembros de la organización para comunicarse, desde los directivos hasta los subordinados para así lograr el cumplimiento de los objetivos de la organización, de no ser así esto no se cumplirá.

Es necesario tener en cuenta a la comunicación interna para que no se pierda la coherencia de los procesos, ya que si no fluye la información de forma adecuada tendrá como resultado un desarrollo laboral escaso de los empleados. Al tener una inadecuada comunicación interna en la empresa se generara el rompimiento de las relaciones

laborales, no se tendrá en claro los objetivos organizacionales, debido a que los empleados se sienten apartados de las decisiones que les afectan directamente a ellos.

La comunicación interna es un proceso primordial que conjuntamente con liderazgo bien encaminado se podrá lograr mejorar la calidad de los productos debido a que si se tiene una buena comunicación interna los empleados tiene claro los objetivos y pondrá su mayor esfuerzo para cumplirlo y a su vez mejorara su desempeño laboral. De no ser así la empresa podría caer en una crisis económica y laboral ya que no se llegara a cumplir con las metas y objetivos planteados.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cómo incide la Comunicación Interna en el Desempeño Laboral dentro de la empresa Domingo Jeans del Cantón Pelileo?

1.2.5 Preguntas directrices (Interrogantes)

- ✚ ¿Cómo se está llevando la comunicación interna en la empresa para que incida en el desempeño laboral?
- ✚ ¿Cuáles son las falencias que tiene los empleados en el desempeño de sus labores en DOMINGO JEANS?
- ✚ ¿Qué alternativa de solución se plantearía para alcanzar una adecuada comunicación interna y mejorar el desempeño laboral?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

✚ Contenido

Campo: Administración

Área: Comunicación empresarial

Aspecto: Comunicación interna

Delimitación espacial

La presente investigación se realizará en la empresa DOMINGO JEANS que se encuentra ubicada en la Provincia de Tungurahua, Cantón Pelileo, Barrio el Tambo vía a Baños.

Delimitación temporal

La presente investigación se realizó en el período comprendido entre Junio 2014 a Febrero del 2015.

Unidades de observación

Para la realización del presente trabajo investigativo se tomará como unidades de observación a los integrantes de la empresa Domingo Jeans entre los cuales tenemos: Gerente propietario, Secretaria y Empleados (operarios).

1.3. JUSTIFICACIÓN

Al transcurso de los años de estudio se han adquirido los conocimientos básicos y esenciales de un profesional por lo cual se ha realizado la presente investigación; aplicando los mismos para brindar soluciones efectivas al problema hallado, y así demostrar la calidad de habilidades y capacidades del autor.

El tema de la comunicación en todo ámbito es considerado importante, ya que sin esto no se conocería absolutamente nada; en las empresas de igual manera esto ayuda a que su personal este en contacto, a que la información mantenga un proceso eficaz llegando a cada área requerida, además que ayuda a crear un ambiente laboral y relaciones interpersonales adecuadas.

En la empresa DOMINGO JEANS se considera a la comunicación como algo fundamental para el desarrollo armónico de sus acciones, dentro de las cuales se requiere de una estructura comunicacional sólida, que permita administrar los mensajes

para todos los involucrados en la organización, para el cumplimiento de sus objetivos planteados y para el bienestar de las personas.

El presente trabajo investigativo es factible de realizar ya que se cuenta con el total apoyo y compromiso del gerente propietario de la empresa Domingo Jeans, ya que él está consciente de la importancia de la comunicación interna dentro de la organización y de los efectos negativos que tiene en el desempeño laboral de los empleados. Para lo cual se tendrá la facilidad de acceder a la información de la empresa y la presente investigación tendrá un impacto positivo en la empresa, debido a que la deficiente comunicación interna existente está afectando directamente al desempeño laboral, al realizar el presente trabajo se lograra establecer mejores relaciones laborales entre los miembros de la organización y la correcta comunicación de los mensajes lo cual se reflejara en un desempeño laboral eficiente, ya que los colaboradores al sentir que se toma en cuenta sus opiniones para las decisiones de la empresa se sienten motivados a realizar su trabajo de forma eficiente teniendo como resultado una alta productividad y el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa. Los beneficiados de aplicar una buena comunicación interna dentro de la empresa serán todos los miembros de la organización y su vez los clientes ya que podrán percibir un producto de calidad.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Determinar de qué manera se relaciona la Comunicación Interna con el Desempeño Laboral de la empresa Domingo Jeans del cantón Pelileo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✚ Analizar cómo se lleva a cabo la comunicación interna en DOMINGO JEANS con el fin de señalar las debilidades existentes.

- ✚ Diagnosticar las falencias del personal en el desempeño de sus labores con el fin de tomar acciones correctivas.

- ✚ Diseñar un plan de comunicación interna que mejore el desempeño laboral de los empleados de DOMINGO JEANS.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Los antecedentes investigativos se utilizara para comparar las experiencias o estudios desarrollados en anteriores oportunidades sobre la comunicación interna y el desempeño laboral con el fin de confrontarla con la de DOMINGO JEANS y obtener un aporte mayor al conocimiento del objeto de estudios y su contexto general.

(Ulloa R, 2010) “Propuesta de Modelo de Gestión de Recursos Humanos, centrado en competencias, aplicado al personal de una empresa productora del medio televisivo”. Escuela Politécnica Nacional, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Ingeniería Empresarial.

Objetivos:

- Establecer las mejores técnicas de evaluación del desempeño para lograr que todo el personal se encuentre en un ambiente laboral óptimo y agradable, respetando las políticas establecidas en este medio de comunicación.
- Evaluar la metodología utilizada en la actualidad por el Área de Recursos Humanos, para establecer un diagnóstico y posteriormente proponer mejoras, para la toma de decisiones en función de los resultados obtenidos.

Conclusiones:

- Cuando se emplea adecuadamente las técnicas administrativas y se da al ser humano el trato que se merece se obtiene personal comprometido, que coadyuvará al éxito de la empresa.
- Un trabajador que se siente realizado y conforme con las actividades que realiza lo hace más competitivo con el entorno, pues aportan con ideas para el crecimiento de la empresa.

(Mantilla Anabell, 2012) La administración del Talento Humano y el desempeño laboral de los trabajadores de MOLINOS MIRAFLORES S.A. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas.

Objetivo

- Desarrollar herramientas administrativas basándose en los subsistemas de talento humano, para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores de “MOLINOS MIRAFLORES S. A.”, de la ciudad de Ambato.
- Diagnosticar la situación actual de la administración del Talento Humano, a través del contacto directo con sus trabajadores para contribuir al mejoramiento de la administración del Talento Humano de la empresa MOLINOS MIRAFLORES S.A.

Conclusiones

- Al carecer la empresa de instrumentos técnicos para los procesos de reclutamiento, selección, inducción, capacitación y el mejoramiento del clima laboral en Molinos Miraflores S. A., es muy difícil elevar el desempeño laboral de los trabajadores de esta empresa.
- No se evalúan las capacidades intelectuales y manuales del personal como medida previa a la elaboración de un plan de capacitación, restando así la eficacia en el logro de los objetivos de la capacitación.

(Balarezo Byron, 2014) “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE.” Facultad de Ciencias Administrativas Universidad Técnica de Ambato.

Objetivos

- Estudiar la incidencia de una deficiente comunicación organizacional interna sobre el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE. 1.4.2. Objetivo Específico
- Diagnosticar cuál es impacto que produce a la empresa SAN MIGUEL DRIVE una deficiente comunicación organizacional interna para desarrollar posibles soluciones.
- Analizar la forma de como impulsar el desarrollo organizacional dentro de la empresa SAN MIGUEL DRIVE, para poder generar propuestas coherentes. •
- Proponer una solución a la deficiente comunicación organizacional interna entre el talento humano, para el mejoramiento del desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE.

Conclusiones

- Las falencias que presenta la comunicación organizacional interna está repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización.

- La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad de la empresa San Miguel Drive así como también en las actitudes de los trabajadores.
- Muchos de los trabajadores de la empresa conocen muy poco los tipos de comunicación que existen dentro de la institución, y califica como regulares los medios de comunicación internos con los que cuenta San Miguel Drive.
- Se concluye que la comunicación organizacional interna de la empresa San Miguel Drive no está cumpliendo las funciones que debería, como son generar identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa y tampoco fortalece las relaciones interpersonales entre los colaboradores.

2.2 FUNDAMENTACION FILOSÓFICA

El trabajo de investigación se desarrollara mediante el paradigma crítico propositivo, quien considera al mundo empresarial y su contexto en constante movimiento, cambio y desarrollo, por lo tanto, la lectura de la realidad empresarial no debe limitarse a una simple observación de los hechos, sino a un análisis, interpretación, comprensión y búsqueda de alternativas de solución mediante la coparticipación del investigador y los involucrados.

Este tema es interesante investigarlo ya que se basa en muchos factores sociales y culturales en el que interviene el recurso humano, en el cabe adentrarse para conocer aspectos que son importantes para una empresa, y que de esta manera podrá incentivar y mejorar la comunicación y las relaciones con el personal.

Es necesario poner en práctica valores tales como la honradez, la puntualidad, el respeto, la honestidad y el trabajo en equipo para poder comprender la realidad del problema y buscar una solución ya que se trata de un problema real que afecta directamente al correcto desarrollo de la organización.

La construcción del conocimiento se da mediante la relación e involucramiento directo con la empresa, mediante la aplicación de encuestas dirigidas al personal, los mismos

que están involucrados directamente en el proceso comunicativo y son parte fundamental del problema objeto de estudio.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

La presente investigación se fundamentara legalmente en artículos tomados de la Constitución de la República del Ecuador y del Código de Trabajo:

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 a 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.

CODIGO DE TRABAJO

Capítulo IV

Art. 42.- De las obligaciones del empleador y del trabajador

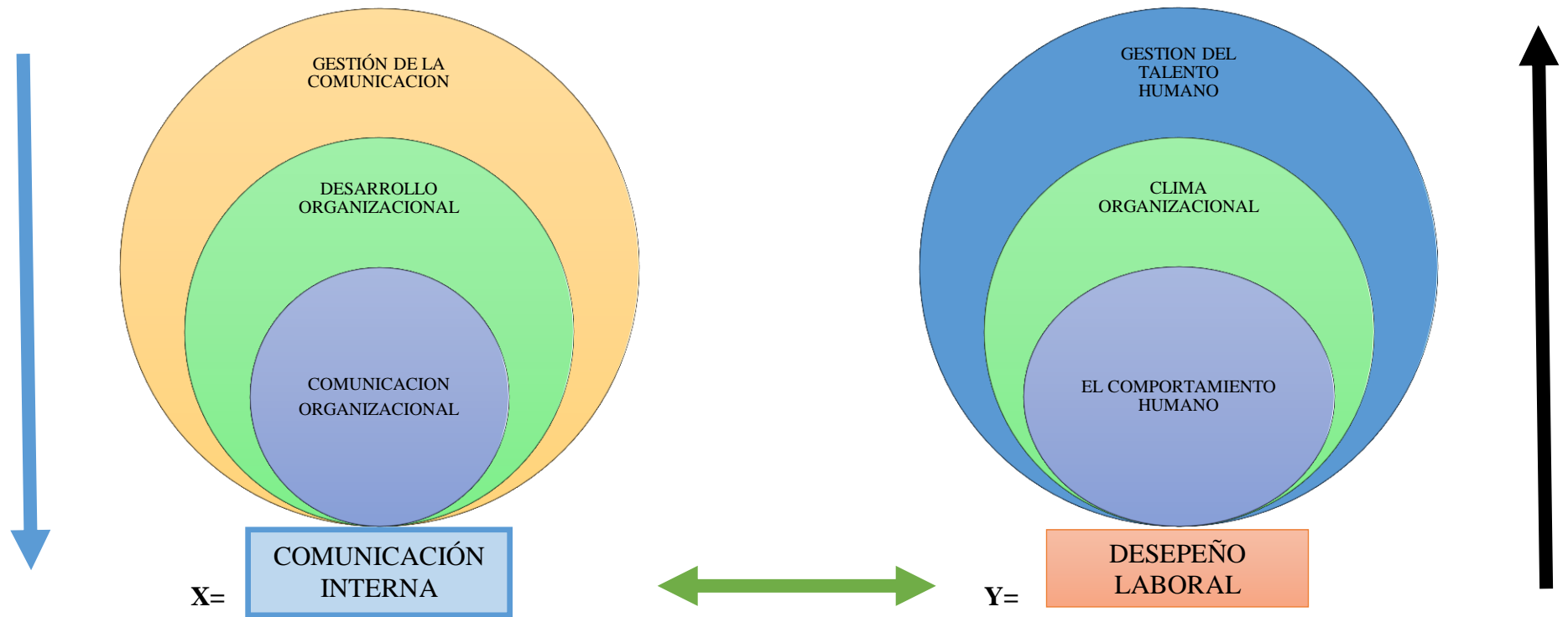
1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código
2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad.
8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado.
12. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado.
13. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra.
15. Atender las reclamaciones de los trabajadores.

Art. 45.- Obligaciones del trabajador.- Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- d) Observar buena conducta durante el trabajo.
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal.

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

GRÁFICO 1 Superordinación Conceptual



X=

COMUNICACIÓN
INTERNA

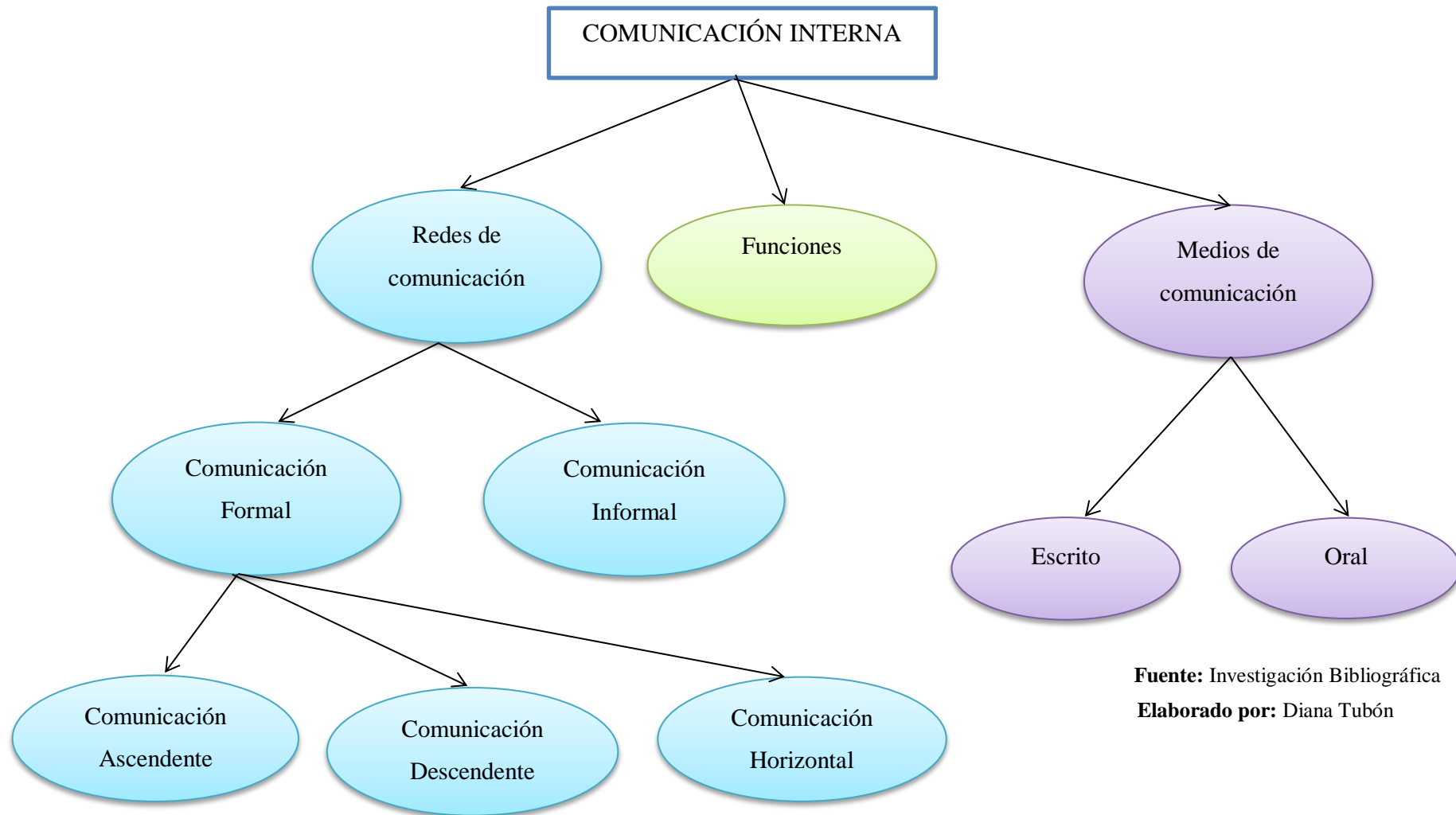
Fuente: Investigación Bibliográfica

Y=

DESEPEÑO
LABORAL

Elaborado por: Diana Tubón

GRAFICO 2 Subordinación Conceptual Variable Independiente

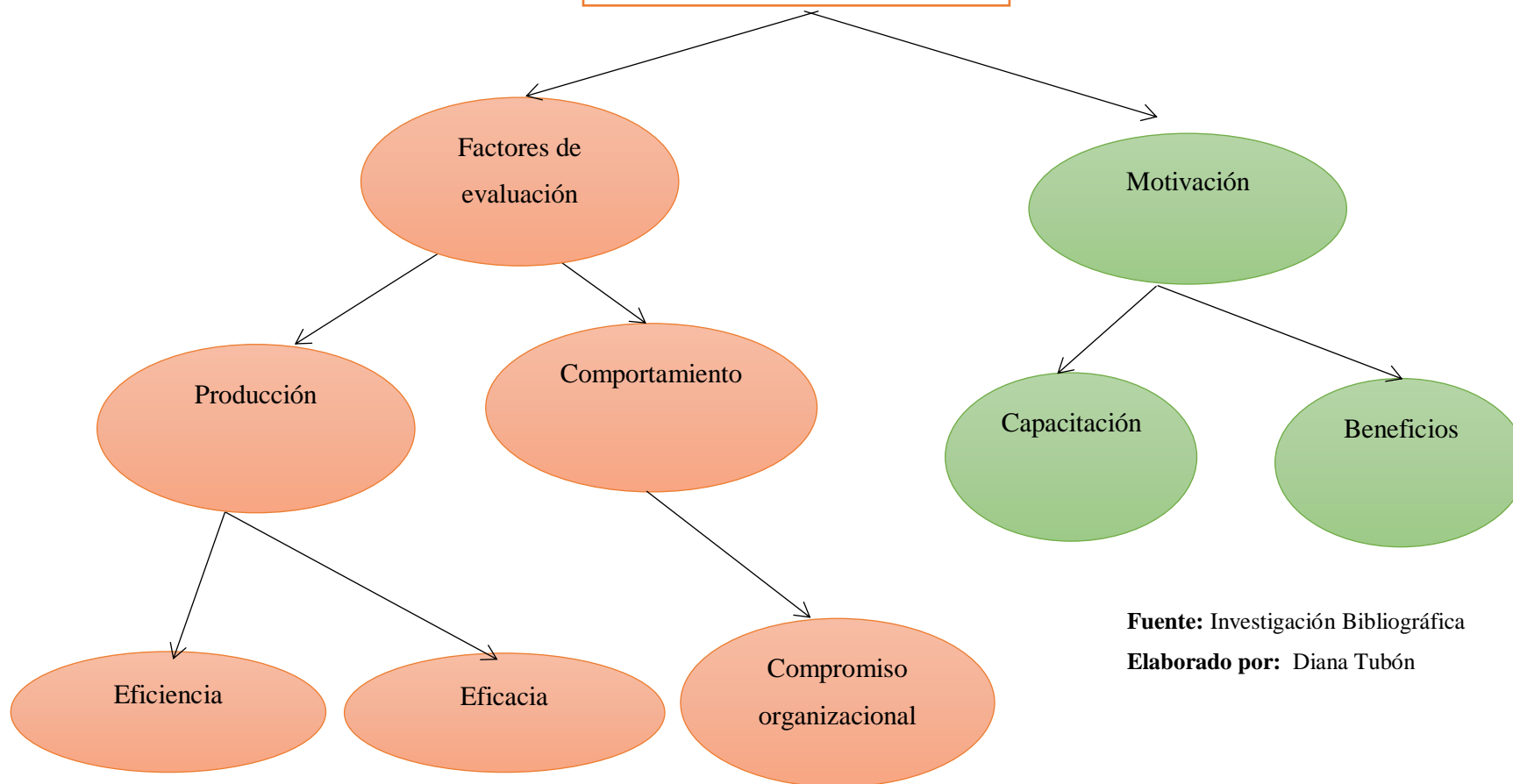


Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Diana Tubón

GRAFICO 3 Subordinación Conceptual Variable Dependiente

DESEMPEÑO LABORAL



Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Diana Tubón

COMUNICACIÓN INTERNA

Gestión de la Comunicación

Según (LACASA, 2004, pág. 37) *“la comunicación es para las empresas y las instituciones, una herramienta indiscutible de gestión ya que permite desarrollar todos los aspectos comerciales y de imagen”*.

Gestionar la comunicación implica definir un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la labor de las organizaciones.

A través de la Gestión en la Comunicación Interna se facilita el despliegue de todo el aparato comunicacional destinado al personal con el objeto de:

- ✚ Promover la comunicación entre los miembros
- ✚ Facilitar la integración entre las realizaciones personales y las institucionales
- ✚ Reducir los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros
- ✚ Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión

Según (ADLER, 2005, pág. 86) la gestión de la comunicación Se entiende como: *“conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio, a fin de influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello para que se cumplan mejor y más rápidamente los objetivos”*.

Según (PRIETO, 2003, pág. 123) *“Comunicación Interna de toda organización está inmersa en la Cultura Organizacional, es decir, por el conjunto de valores, referencias, hábitos, ritos, signos etc. Que fundamentan la concepción que la organización tiene de sí misma. Esta cultura se debe tomar como punto de partida y marco para la implementación de una gestión ya que condiciona la comunicación”*.

De tal manera que la gestión de la comunicación es una herramienta que facilita las relaciones entre las personas que conforman la organización, permitiendo el flujo de información para cumplir con los objetivos organizacionales.

Desarrollo organizacional

Según (FARIA ACHILLES, 2004, pág. 30) *“el desarrollo organizacional es un proceso de cambios planeados en sistemas socio técnicos tendientes a aumentar la eficacia y salud de la organización para asegurar el crecimiento mutuo de la empresa y sus empleados”*.

Según (Idalberto Chiabonato, 2007, pág. 78). *“Es un conjunto de intervenciones planeadas de cambio, construido sobre valores humanísticos y democráticos que procuran incrementar la eficiencia organizacional y el bienestar de los empleados”*

Según (CECIL WENDEL, 2011, pág. 46) *“El Desarrollo es una serie de teorías, valores, estrategias y técnicas basadas en las ciencias de la conducta y orientadas al cambio planificado del escenario de trabajo de una organización, con el propósito de incrementar el desarrollo individual y de mejorar el desempeño de la organización, mediante la alteración de las conductas de los miembros de la organización en el trabajo”*.

Por su parte, (MENDOZA, 2007, pág. 156), dice: *“Desarrollo Organizacional no es sino el proceso planeado que abarca la totalidad de la organización, buscando la eficacia y la transformación cultural para asegurar la competitividad de la organización y de sus empleados”*.

El desarrollo organizacional es el esfuerzo continuo de todos los miembros de la organización, empieza desde la cúspide buscando cumplir con el objetivo principal que es mejorar la eficiencia de la organización procurando mejorar el bienestar de los empleados.

Comunicación organizacional

Según (POZO, 2000, pág. 11) *“La comunicación organizacional hoy en día es una herramienta estratégica de las empresas en la sociedad de la información”*.

La comunicación es útil para la organización en la medida en que satisface a las personas y garantiza un mínimo de cohesión entre ellas. Pero también es necesario tener en cuenta la finalidad de la organización, que podría definirse como la obligación de suministrar a sus clientes o socios ya sea un bien o un servicio en las mejores condiciones aceptables para ellos (relación calidad-precio, servicio de posventa y otros).

(VERTICE, 2008, pág. 5) *“La comunicación organizacional se define como el intercambio de información dentro y fuera de la empresa con un fin previamente planificado”*.

(ONGALLO, 2007, pág. 11) *“Según se puede deducir la comunicación organización es un proceso de intercambio, que se completa o perfecciona cuando se han superado todas las fases que intervienen en el mismo”*.

La comunicación organizacional es el intercambio de información que cumple con un proceso cuyo objetivo es transmitir información dentro y fuera de la organización.

Comunicación Interna

Según (RODRIGUEZ, 2008, pág. 62) *“La comunicación interna cumple con su principal cometido que es apoyar estructuralmente el proyecto empresarial, la comunicación interna rebasa el contenido clásico de la comunicación para utilizar técnicas que entroncan con otras ciencias que estudian las actitudes y comportamiento de las personas”*.

 Utilidades de la comunicación interna

- a. Construir una identidad de empresa “susceptible de conciliar entre si al conjunto del personal, en un clima de confianza y motivación”.
- b. Promover el conocimiento de la persona.
- c. Impedir el bloqueo interdepartamental
- d. Informar a los empleados
- e. Publicar los logros alcanzados por la organización
- f. Universalizar la posibilidad de expresión.
- g. Alentar la comunicación a todas las escalas.

🚩 **Objetivo de la comunicación interna:**

Implicar al trabajador en la participación del proyecto de la empresa mediante la aceptación de objetivos y valores, armonizar las acciones de la empresa, promover un cambio de actitudes y mejorar la productividad.

Toda organización debe considerar al personal como su primer público objetivo.

Según (ONGALLO, 2007, pág. 7) *“La comunicación interna supone no solo un proceso común en la organización, sino un instrumento que debidamente utilizado permite a todos los miembros aumentar la satisfacción con respecto al trabajo desempeñado, a las actividades o tareas realizadas o la simple percepción de la organización como instancia a la que ofrecen una buena parte de sus tiempo y que simultáneamente contribuyen a dar una identidad característica”.*

Según (ARIZCUREN, 2008, pág. 18) *“Es proceso a través del cual un conjunto de significados toma forma de mensaje y es trasladado a un grupo de personas o a un grupo de ellas, de tal manera que el significado percibido debe ser equivalente a lo que los iniciadores del mismo intentaron transmitir”.*

Según (VERTICE, 2008, pág. 7) *“La comunicación interna dentro de la empresa constituye uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización empresarial”.*

La comunicación interna es un instrumento con el cual se busca mantener informado a los miembros de la organización a través de un mensaje, mantiene relacionados los diferentes departamentos de la empresa. Cuando la comunicación es eficaz tiende a mejorar el desempeño y promueve la satisfacción en el trabajo. Los trabajadores conocen mejor sus funciones y se sienten comprometidos con él.

Objetivos

Según (VERTICE, 2008) el principal objetivo de la comunicación interna es:

Establecer un conjunto de procesos de transmisión de información, que permita conseguir los objetivos de las empresas y de las personas.

A su vez plantea los siguientes aspectos:

- a. El desarrollo y el mantenimiento de las relaciones interpersonales.
- b. La facilitación de las relaciones entre las personas y las personas que la integran.
- c. La elaboración de la información que recibirá el personal de la empresa con respecto a los objetivos organizacionales.
- d. La orientación y desarrollo de información para la motivación de los comportamientos de los trabajadores.

Para (VILLAFANE, 2001, pág. 303) los objetivos de la comunicación interna son:

1. Implicar a la organización en la consecución de los objetivos comunes, interiorizando el sentimiento de pertenencia y compartiendo valores y cultura.
2. Que los miembros internos proyecten una imagen positiva de la organización.
3. Equilibrar la información descendente, ascendente y transversal a través del Feedback.
4. Implicar al personal en el proyecto personalizando su contribución al logro de los bienes colectivos.
5. Consolidar un estilo de dirección basado en la participación de todos los miembros.
6. Favorecer la adecuación a los cambios del entorno.

Funciones

Según (VERTICE, 2008, pág. 9)

- a. Implicación del personal
- b. Conseguir un cambio de actitudes
- c. Mejora de la productividad

Comunicación Formal

Según (ADLER, 2005, pág. 40) *“Las comunicaciones formales constituyen episodios oficiales, sancionados por la organización, en los que se transmite información. Puede moverse hacia arriba, hacia abajo o en forma horizontal y a menudo implica papeleo, se ordena con anticipación y son necesarios para efectuar alguna tarea”.*

Transmite mensajes reconocidos como oficiales por parte de la organización, es la que sigue los cauces de traslado de acuerdo al organigrama de la institución. Los canales de comunicación formal generalmente están contemplados en la estructura planificada para el buen funcionamiento de la organización. La comunicación formal se expresa de la siguiente manera:

GRAFICO 4 COMUNICACION FORMAL

	Ascendente	Descendente	Horizontal
Comunicación formal	Con los jefes	Con los subordinados	Con los colegas

Fuente: Internet

Elaborado por: Diana Tubón

Según (Enrique Madroñero Morales Soler, 2008, pág. 56) *“La comunicación formal transmite mensajes reconocidos, de forma explícita, como oficiales por la organización y está perfectamente definida e incluso dibujada, ya que es la que sigue las líneas del organigrama ya que nos da una visión clara de los canales del traslado de la información planeada para la organización”.*

Según (VERTICE, 2008, pág. 6) *“La comunicación formal es aquella en la que el contenido se refiere a aspectos laborales únicamente.”*

La comunicación formal es aquella que transmite información oficial que sigue un proceso ya definido, sigue la estructura orgánica de la empresa.

Comunicación Ascendente:

Según (ONGALLO, 2007, pág. 35) *“La comunicación ascendente flujo de información hacia arriba surge de niveles bajos de la empresa o institución, y su recorrido es justo lo contrario de la descendente: nace en la base de los colaboradores y se dirige siguiendo diferentes caminos, en función de cómo estén organizados los canales formales de comunicación a los altos niveles de la empresa”*.

Según (PACE, 2007, pág. 38) *“La comunicación en forma ascendente se da cuando los trabajadores de una organización se comunican con los directivos o superiores, dándoles a conocer el panorama general que sucede al interior de la organización, especialmente lo que acontece en los sitios de trabajo, se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, para informar sobre los progresos, problemas, sobre el sentir de los empleados, cómo se sienten los empleados en sus puestos, con sus compañeros de trabajo y en la organización, para captar ideas sobre cómo mejorar cualquier situación interna en la organización, esta información suele ser detallada y específica”*.

La comunicación ascendente es aquella que transmite información de abajo hacia arriba según la estructura orgánica con la finalidad de informar a los altos mandos sobre inquietudes, sugerencias y problemas que tiene los colaboradores referentes a su trabajo o a su bienestar laboral.

Comunicación Descendente

(ONGALLO, 2007, pág. 33) *“Se puede definir como comunicación descendente a la información originada en algún punto de la organización, que se vierte hacia abajo en la estructura jerárquica, con el fin de informar o influir”*.

Es la más inmediata y la que todos, en principio, desean recibir. Quizá sea también la prioritaria, ya que permite que cada uno se sienta partícipe de los problemas que conciernen a la empresa, la oficina o el departamento, y porque condiciona a las demás formas de información con su acción. Su propósito consiste en difundir los mensajes de arriba abajo, según el nivel jerárquico, con el fin de asegurar una buena comprensión de los objetivos, la organización y la marcha de la empresa en todos sus aspectos.

Los canales que transmiten órdenes, información u otras cuestiones relacionadas con la actividad habitual de la organización, y que siguen como línea desde los responsables máximos hasta la base de la organización de acuerdo con la jerarquía orgánica, circulan en sentido descendente.

Según (VERTICE, 2008, pág. 10) ***“La comunicación descendente es aquella que se realiza desde los niveles superiores de la empresa hacia los inferiores de la empresa”.***

Permite a la empresa trasladar información sobre:

- a. Lo que debe facilitar a sus empleados según compromisos institucionales
- b. Lo que desea comunicar voluntariamente con el fin de comunicar sus objetivos
- c. Lo que necesita para que los niveles ejecutivos desempeñen eficazmente su función
- d. Lo que considera interesa al empleado para lograr mayor nivel de integración.

Con frecuencia transmite:

- a. Instrucciones
- b. Evaluaciones
- c. Noticias

La comunicación descendente es aquella que se da de arriba hacia abajo, generalmente transmite información sobre cambios en el trabajo, objetivos organizacionales e información de interés para los colaboradores.

Comunicación Horizontal

Según (ONGALLO, 2007, pág. 35) *“La comunicación lateral u horizontal persigue relacionar a los departamentos y a las personas entre sí”*.

Tiene como finalidad:

- a) Mejorar la integración de los departamentos funcionales.
- b) Coordinar la acción de los distintos departamentos operativos, evitando sobre todo las repeticiones y fomentando la cooperación.
- c) Ayudar a cada individuo a situar su trabajo en función del de los demás y de la organización.

Los instrumentos de comunicación horizontal pueden ser: reuniones, sobre todo interdepartamentales, grupos de estudio o comisiones que trabajan sobre temas específicos, reuniones de intercambio, comunicaciones telefónicas, seminarios de formación (útiles para entablar relaciones y para superar los malentendidos y los bloqueos), medios de información, en la medida en que informan sobre la presencia, soportes sobre papel (descripción de los departamentos en folletos de bienvenida, periódico de empresa, notas informativas, folleto de “¿quién hace qué?”, y otros).

Según (PACE, 2007, pág. 38) *“Se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de estos mensajes tienen como objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel”*.

(GARCIA JIMENEZ, 2006, pág. 72) *“Es la que fluye entre las áreas, pero dentro de la franja de un mismo nivel jerárquico”*.

La comunicación horizontal es aquella en la que se transmite información entre un mismo nivel jerárquico generalmente entre departamentos.

Comunicación Informal

Según (MORALES SERRANO, 2007, pág. 5) *“Los canales de Comunicación Informal no están planificados. Surgen de las relaciones sociales que se desarrollan”*

entre los miembros de la organización y representa una parte importante de toda la comunicación que se genera en las grandes organizaciones. La principal forma de comunicación informal es el RUMOR”.

El rumor aparece cuando los canales de comunicación formal no proporcionan la suficiente información a los miembros de la organización sobre la vida y funcionamiento de la misma y recurren a otras fuentes para obtenerla. Los rumores transportan contenidos, que interesan a las personas que componen la empresa, sobre lo que se está haciendo y sobre los cambios que se producen o se van a producir, ayudándoles así a comprender la vida de la organización y entender mejor la función estratégica de sus propias actividades.

Se da de la siguiente manera:

GRAFICO 5 COMUNICACION INFORMAL

	Ascendente	Descendente	Horizontal
Comunicación informal	Con los líderes	Con los seguidores	Con los amigos

Fuente: Internet

Elaborado por: Diana Tubón

Según (ADLER, 2005, pág. 45) *“Se da cuando la comunicación dentro de la organización no sigue los caminos establecidos por la estructura, y comprende toda la información no oficial que fluye entre los grupos que conforman la organización. La comunicación informal incluye el rumor”.*

Según (VERTICE, 2008, pág. 6) *“La comunicación informal es aquella donde el contenido a pesar de que está referido a aspectos laborales utiliza canales no oficiales (reuniones en estancias fuera del lugar de trabajo, en los pasillos, etc.)”.*

La comunicación informal es aquella que no sigue un proceso, es esencial para la eficiencia organizativa. La comunicación informal es la que se establece entre los miembros de una organización por relaciones afectivas, identidad, simpatía que se

produce entre ellos, independientemente del cargo o la posición que ocupen, facilita la colaboración y el intercambio de experiencias y conocimientos.

Medios de comunicación

(ADLER, 2005, pág. 45) Si el emisor tiene una idea y la ha en-codificado en su mensaje, debe transmitirla al receptor mediante un medio o canal para que se dé la comunicación.

Para una elección adecuada de los medios conviene tener en cuenta el fin del mensaje y el tipo de información que se desea comunicar.

✚ Medio escrito:

- Memorándums
- Informes
- Tablones de anuncios
- Buzón de sugerencias

✚ Medio electrónico:

- Correo electrónico
- Buzón virtual de sugerencias

✚ Medio oral:

- Reuniones
- Entrevistas
- Teléfono

Los medios más utilizados y que resultan más eficaces para transmitir información son las reuniones y el teléfono, permite condensar una gran cantidad de información en un breve espacio de tiempo.

Medios de comunicación escrita

Según (OCAMPO, 2001, pág. 292) *“La comunicación escrita es un tipo de lenguaje más preciso que los anteriores y a la vez más objetivo ya que no está sujeta a tantas distorsiones como la palabra hablada, este medio de comunicación son los más apropiados sólo cuando la tarea requiere una gran cantidad de información detallada y compleja. La comunicación escrita es útil también cuando necesita crearse un registro de la información tratada”*.

Los medios de comunicación escrita lleva mensajes claros sin dar a lugar a reclamos, también se puede llevar un registro de que y quienes fueron informados.

DESEMPEÑO LABORAL

Gestión Del Talento Humano

Según (CHIAVENATO I. , 2009, pág. 4) *“La gestión del talento humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones. Es contingente y situacional pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada, los procesos internos y otra infinidad de variables importantes”*.

El contexto de la gestión del talento humano está conformado por las personas y las organizaciones. Las personas pasan gran parte de sus vidas trabajando en las organizaciones, las cuales dependen de las personas para operar y alcanzar el éxito. Las personas dependen de las organizaciones en que trabajan para alcanzar sus objetivos personales e individuales.

Según (ASOCIACION ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD, 2013, pág. 1) *“La gestión del talento es, o debería considerarse, la principal inquietud de los Gerentes, Directores Generales y responsables de Recursos Humanos de las organizaciones.*

Esta gestión es fundamental en un mercado competitivo y globalizado, donde las organizaciones tienen a diferenciarse, cada vez más, por su capital humano”.

La gestión del talento se desarrolla en sucesivas fases y las organizaciones deben ser conscientes de que es un proceso complejo.

La gestión del talento es clave para diferenciarse en el mercado actual, este elemento diferenciador no siempre se consigue. En realidad, las organizaciones que consiguen llegar al éxito gracias a la gestión del talento son porque dan importancia a tres cuestiones:

- a) Dedicar tiempo y esfuerzo a entender las tendencias del mercado laboral en el que se encuentran, así como a analizar su propia organización para definir qué talento marca la diferencia en su negocio.
- b) Entienden la gestión del talento como un proceso y actúan en todas sus fases.
- c) Fomentan la implicación de todas las personas.

La gestión del Talento Humano permite a las empresas diferenciarse de las demás empresas, es un elemento que permite ser competitivos e ir un paso adelante. Permite la implicación del personal que es el recurso más importante de las empresas.

Clima Organizacional

Según (MENDEZ ALVAREZ, 2006, pág. 30) ***“El clima organizacional es el resultado de la forma como las personas establecen procesos de interacción social”.***

Según (BRUNET, 2002, pág. 9) ***“El clima organizacional determina la forma en que un individuo percibe su trabajo, su rendimiento, su productividad y su satisfacción”.***

El clima organizacional, llamado también clima laboral, ambiente laboral o ambiente organizacional, es un asunto de importancia para aquellas organizaciones competitivas que buscan lograr una mayor productividad y mejora en el servicio ofrecido, por medio de estrategias internas.

Según (MENDEZ ALVAREZ, 2006, pág. 108) *“Es el ambiente propio de la organización, producido y percibido por el individuo de acuerdo a las condiciones que encuentra en su proceso de interacción social y en la estructura organizacional que se expresa por variables (objetivos, motivación, liderazgo, control, toma de decisiones, relaciones interpersonales, cooperación) que orientan su creencia, percepción, grado de participación y actitud determinando su comportamiento, satisfacción y nivel de eficiencia en el trabajo”*.

El clima organizacional se constituye la forma como los individuos los procesos de la empresa, se refiere al ambiente de trabajo, está directamente relacionado con el comportamiento de las personas en su trabajo.

El Comportamiento Humano

Según (CHIAVENATO I. , 2005, pág. 225) *“El comportamiento humano es la expresión de la naturaleza humana, de la personalidad de cada individuo como resultado del contexto sociocultural donde se desenvuelve y coexiste con los miembros de su organización u empresa, se desarrolla además bajo las influencias de grupos sociales que expresan una realidad socio-cultural y de contextos situacionales de orden psicosocial”*.

Según (NEWSTRON Y DAVIS, 2002, pág. 11) *“El comportamiento humano es el estudio y la aplicación de conocimientos relativos a la manera en que las personas actúan dentro de las organizaciones. Se trata de una herramienta humana para beneficio de las personas y se aplica de un modo general a la conducta de personas en toda clase de organizaciones”*.

El ser humano y su comportamiento en la organización están determinados por los componentes básicos de la empresa, tales como: naturaleza de la empresa, simbología, filosofía social, valores, misión y visión, objetivos de la empresa, políticas, sistemas de

normas, sistema de roles y status, funciones, procedimientos, tecnología y desempeño laboral.

Según (ROBBINS S. , 2004, pág. 6) *“Es un campo de estudio que investiga el impacto de los individuos, grupos y estructuras sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar los conocimientos adquiridos en la mejora de la eficacia de una organización”*

El comportamiento humano es la conducta de las personas dentro de la organización, este depende de la personalidad de cada persona y la forma de relacionarse con las demás personas, el comportamiento humano contribuye al desarrollo de las organizaciones.

Desempeño Laboral

Según (MORALES CARTAYA, 2009) *“El término desempeño laboral se refiere a lo que en realidad hace el trabajador y no solo lo que sabe hacer, por lo tanto le son esenciales aspectos tales como: las aptitudes (la eficiencia, calidad y productividad con que desarrolla las actividades laborales asignadas en un período determinado), el comportamiento de la disciplina, (el aprovechamiento de la jornada laboral, el cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo, las específicas de los puestos de trabajo) y las cualidades personales que se requieren en el desempeño de determinadas ocupaciones o cargos y, por ende, la idoneidad demostrada”*.

Según (Bohórquez, 2003) *“El Desempeño Laboral se puede definir, como el nivel de ejecución alcanzado por el trabajador en el logro de las metas dentro de la organización en un tiempo determinado”*.

(MEDINA, 2009, pág. 26) *“Mencionan el desempeño laboral como algo ligado a las características de cada persona, entre las cuales se pueden mencionar: las cualidades, necesidades y habilidades de cada individuo, que interactúan entre sí, con la naturaleza del trabajo y con la organización en general, siendo el desempeño laboral el resultado de la interacción entre todas estas variables”*.

El desempeño laboral es el nivel que alcanza el trabajador con respecto a sus actividades en la búsqueda del cumplimiento de los objetivos organizacionales, se toma en cuenta como factores importantes las cualidades del trabajador, su personalidad y la eficiencia en su trabajo.

Elementos del Desempeño Laboral

En el área organizacional se ha estudiado lo relacionado al Desempeño Laboral, infiriéndose que el mismo depende de múltiples factores, elementos, habilidades, características o competencias correspondientes a los conocimientos, habilidades y capacidades que se espera una persona aplique y demuestre al desarrollar su trabajo.

(WENDELL L. French., 2005, pág. 57) Conceptualizan las siguientes capacidades, adaptabilidad, comunicación, iniciativa, conocimientos, trabajo en equipo, estándares de trabajo, desarrollo de talentos, potencia el diseño del trabajo, maximizar el desempeño.

(MEDINA, 2009, pág. 139) Desempeño lo relaciona con competencias, afirmando que en la medida en que el trabajador mejore sus competencias mejorará su desempeño. Las competencias son “comportamientos y destrezas visibles que la persona aporta en un empleo para cumplir con sus responsabilidades de manera eficaz y satisfactoria. Igualmente, expone que los estudios organizacionales se proyectan alrededor de tres tipos de competencias fundamentales, las cuales implican discriminarse y usarse de conformidad con los objetivos de la organización; estas competencias son: competencias genéricas, competencias laborales y competencias básicas.

Las competencias genéricas tienen tres características principales: son competencias clave en cuanto son aplicables a contextos sociales, académicos y laborales amplios; son transversales en tanto no están restringidas a un campo de saber o a una disciplina académica; y son transferibles porque permiten adquirir otras competencias genéricas o disciplinares.

Competencias laborales

Capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y no solamente de conocimientos, habilidades,

destrezas y actitudes; estas son necesarias pero no suficientes por sí mismas para un desempeño efectivo.

Competencias Básicas

Conjunto de habilidades cognitivas, procedimentales y actitudinales que pueden y deben ser alcanzadas a lo largo de la educación obligatoria por la mayoría del alumnado y que resultan imprescindibles para garantizar el desenvolvimiento personal y social y la adecuación a las necesidades del contexto vital, así como para el ejercicio efectivo de los derechos y deberes ciudadanos.

Evaluación del Desempeño

Según (HURTADO, 2008, pág. 161) *“La evaluación del desempeño permite identificar debilidades en la competencia del empleado, problemas en sus relaciones con otros o con respecto a las funciones que desempeña, necesidades de reconocimiento entre otros asuntos determinantes para el mejoramiento”*.

Según (ASOCIACION ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD, 2013, pág. 1) *“La evaluación del desempeño se la realiza a través de la medición del grado de cumplimiento de los objetivos y la generación de valor de los empleados”*.

Según (GONZALES, 2006, pág. 246) *“Proceso mediante el cual las organizaciones evalúan el desempeño de sus empleados en el trabajo”*.

Según (CHIAVENATO I. , 2009, pág. 282) *“Es una valoración sistemática de la valoración de cada persona en función de las actividades que desempeña, las metas y los resultados que debe alcanzar, las competencias que ofrece y su potencial de desarrollo”*.

La evaluación del desempeño es la valoración del nivel de desempeño del empleado en el desempeño de sus funciones, en medir el nivel de contribución al desarrollo y progreso de la organización.

La evaluación del desempeño incluye seis puntos:

- a) ¿Por qué se evalúa el desempeño?
- b) ¿Cuál desempeño se debe evaluar?
- c) ¿Cómo se debe evaluar el desempeño?
- d) ¿Cuándo se debe evaluar el desempeño?
- e) ¿Cómo se debe evaluar la evaluación del desempeño?

El desempeño de las personas se evalúa mediante factores previamente definidos y valorados, los cuales se presentan a continuación:

Factores actitudinales:

- + Disciplina
- + Actitud
- + Cooperativa
- + Iniciativa
- + Responsabilidad
- + Habilidad de seguridad
- + Discreción
- + Presentación personal
- + Interés, creatividad
- + Capacidad de realización

Factores operativos:

- + Conocimiento del trabajo,
- + Calidad,
- + Cantidad,
- + Exactitud,
- + Trabajo en equipo,
- + Liderazgo

Ventajas de la evaluación del desempeño

- + Mejora el desempeño.
- + Políticas de compensación.

- ✚ Decisiones de ubicación.
- ✚ Necesidades de capacitación y desarrollo.
- ✚ Planeación y desarrollo de la carrera profesional.
- ✚ Imprecisión de la información.
- ✚ Errores en el diseño de puestos.
- ✚ Desafíos externos.

Visión general de los sistemas de evaluación del desempeño

El objetivo de la evaluación del desempeño es proporcionar una descripción exacta y confiable de la manera en que el empleado realiza sus labores y cumple con sus responsabilidades. A fin de lograr este objetivo, los sistemas de evaluación deben estar directamente relacionados con el puesto y ser prácticos confiables.

Parámetros de desempeño

Constituyen los estándares o mediciones que permiten tomar decisiones más objetivas.

Medición del desempeño

Son los sistemas de calificación de cada labor.

La observación directa se da cuando quien califica el desempeño lo ve en persona. La observación indirecta ocurre cuando el evaluador debe basarse en otros elementos.

Administración Del Desempeño

Administración del Desempeño: proceso orientado a analizar, comparar y evaluar los resultados esperados del desempeño de los empleados frente a los logros obtenidos, con el fin de alcanzar los objetivos organizacionales. Exige: planear, registrar, controlar, corregir, evaluar y reconocer el desempeño.

La organización, consciente de la necesidad de tener una herramienta práctica, sencilla y útil para medir el desempeño individual y de equipo, le propone la siguiente aplicación de este concepto con el fin de lograr los resultados esperados en la administración del recurso humano.

Las competencias:

Se presentan con determinadas finalidades como son: la orientación al desempeño mediante la definición de los comportamientos requeridos por la organización, el control de los riesgos que se pueden presentar cuando se están cumpliendo los objetivos y explicar los desvíos que se produzcan en la ejecución de los objetivos. Describen los conocimientos, las motivaciones y también los comportamientos que van a estar ligados al éxito o al fracaso de un puesto laboral. Cuando hablamos de comportamientos nos referimos a la especialización, como ser el dominio del idioma, licencia de conducir, entre otros. Las motivaciones son claves para que el empleado pueda desempeñar el trabajo. Los comportamientos permiten saber si el individuo puede o no realizar el trabajo.

Los indicadores de gestión

(MERIZALDE, 2002, pág. 90) Su finalidad es guiar y también controlar el desempeño para llegar a cumplir las estrategias organizacionales

La evaluación del desempeño a través de los elementos de la administración de desempeño permite conocer como ha sido el desempeño del empleado en un año laboral. La retroalimentación que produce es objetiva y fiel, la cual servirá para plantear cual es el desempeño del empleado. Esta retroalimentación se puede presentar como mínimo dos veces en el año.

Experiencia Laboral

Al paso de los años una persona va alcanzando metas profesionales que le proporcionan seguridad, mejoran la propia estima y aquilatan su competencia a los ojos de los demás. Simultáneamente, la apreciación que se tiene de la formación académica recibida mengua con el tiempo, hasta el punto de que es la propia experiencia la que llega a ocupar el primer puesto en la estima personal.

Creatividad

La creatividad es la inteligencia de los sentidos, es todo aquello que podamos crear desde nuestra percepción y que pueda ser útil para mejorar la calidad de vida de las personas. Responsabilidades del cargo, en tanto que el análisis del cargo se ocupa de los requisitos que el aspirante necesita cumplir. El cargo se basa en las siguientes nociones fundamentales: tarea, atribución, función, cargo, descripción y análisis del cargo. (Internet).

Habilidades

La habilidad es la aptitud innata, talento, destreza o capacidad que ostenta una persona para llevar a cabo una determinada actividad, trabajo u oficio de la manera más exitosa. (Internet).

Formación Profesional

La Formación Profesional es un conjunto de enseñanzas, dentro del sistema educativo, tiene como finalidad la preparación de los alumnos para la actividad en un campo profesional, proporcionándoles una formación polivalente que les permita adaptarse a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, además nos ayuda a adquirir una identidad y madurez profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones al cambio de las cualificaciones (Internet).

La oferta de formación profesional para un empleo en el ámbito está constituida por la formación dirigida a la obtención de títulos profesionales, que acreditan de manera oficial las competencias profesionales que capacitan para el desarrollo de una actividad laboral con significación en el empleo.

Compromiso organizacional

Según (Eduardo Amoros, 2008, pág. 73) *“Se refiere al grado con que un empleado se identifica con una organización específica y sus metas, además su deseo de quedarse en ella como integrante”*

Según (Vargas Hernandez J., 2007, pág. VI parte) ***“El compromiso organizacional es la adhesión psicológica individual a la organización, incluyendo un sentido de involucramiento en el trabajo, lealtad y una creencia en los valores de la organización”***.

Según (Homdeghen Y Perry, 2009, pág. 15) ***“El comportamiento organizacional es la fuerza de la identificación de un individuo y la participación en una organización concreta caracterizada por una fuerte creencia en la aceptación de los valores y objetivos de la organización”***.

El comportamiento organizacional es la identificación que el empleado siente con la organización y todo aquello que la comprende.

MOTIVACIÓN

Según (DAVID FRED, 2003, pág. 131) ***“La motivación se define como el proceso de influir en las personas para lograr objetivos específicos. La motivación explica como las personas trabajan con empeño y otras no por el cumplimiento de los objetivos de la empresa”***.

Según (ROBBINS S. , 2009, pág. 155) ***“Se define motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza un individuo para la consecución de un objetivo. Si bien la motivación en general se refiere al esfuerzo para lograr cualquier objetivo, nosotros nos limitaremos a los objetivos organizacionales, con objeto de reflejar nuestro interés particular en el comportamiento relacionado con el trabajo. Los tres elementos claves en nuestra definición son: intensidad, dirección y persistencia”***.

La motivación se refiere a la forma de como los trabajadores cumplen con lo encomendado para conseguir los objetivos organizacionales.

Abraham Maslow planteo la hipótesis de que dentro de cada ser humano existe una jerarquía de cinco necesidades:

- ✚ Fisiológicas.- Incluyen hambre, sed. Cobijo, sexo y otras necesidades corporales.
- ✚ Seguridad.- Están el cuidado y la protección contra los daños físicos y emocionales.
- ✚ Sociales.- Afecto, sentido de pertenencia, aceptación y amistad.
- ✚ Estima.- quedan incluidos factores de estimación internos como el respeto de sí, la autonomía y el logro; y factores externos de estimación, como el status, el reconocimiento y la atención.
- ✚ Autorrealización.- Impulso para convertirse en aquello que uno es capaz de ser: se incluyen el crecimiento, el desarrollo del potencial propio y la autorrealización.

CAPACITACIÓN

Según (WAYNE MONDY, 2005, pág. 202) ***“La capacitación imparte a los empleados los conocimientos y las habilidades necesarias para sus actividades actuales”***.

Según (CHIAVENATO I. , 2009) ***“La capacitación es un medio que desarrolla las competencias de las personas para que puedan ser más productivas, creativas e innovadoras a efecto que contribuyan mejor a los objetivos organizacionales y se vuelvan cada vez más valiosas”***.

Según (CUESTA, 2010, pág. 4) ***“Es un proceso de formación implementado por el área de recursos humanos con el objeto de que el personal desempeñe su papel lo más eficientemente posible”***.

Según (Wayne Mundy, 2005, pág. 202) ***“La motivación son actividades diseñadas para impartir a los empleados conocimientos y habilidades necesarias para sus empleos actuales”***.

La capacitación permite dotar a los empleados de conocimientos para desarrollar habilidades para que ejecuten su trabajo.

BENEFICIOS-INCENTIVOS

Según (CHIAVENATO I. , 2009, pág. 99) *“La gente es incentivada por una combinación de retribuciones financieros, este método funciona para algunas personas en ciertas circunstancias, sus efectos solo pueden ser a corto plazo, ya que los incentivos no suelen funcionar porque pueden ser manipulados por los empleados. Toda persona fija metas para su vida en áreas específicas que serán: Familiar Social Intelectual y académica Económica”*.

Según (Baquero Corrales A., 2005, pág. 165) *“Los incentivos contribuyen a crear un clima laboral adecuado y unas relaciones armoniosas entre el trabajador y el patrono, con ganancia para ambas partes”*.

Los incentivos constituyen un elemento importante para que los empleados se desarrollen eficientemente dentro de la empresa, en la búsqueda constante de mantener buena relación entre los empleados y los empleadores.

Las organizaciones para funcionar dentro de ciertos parámetros, con un sistema de recompensa incentivos y alicientes para estimular ciertos tipos de comportamiento deseados por la organización con el propósito de reforzar la conducta de las personas que participan en ellas.

El sistema de incentivos incluye el paquete total de prestaciones que la organización ofrece a sus miembros, así como los mecanismos y los procedimientos que utiliza para repartir esas prestaciones. No solo incluye salarios, las vacaciones, los premios, las promociones apuestas (con salarios más altos y más prestaciones), sino también otras recompensas menos visibles, como la seguridad del empleo las transferencias laterales a puestos más desafiantes o que lleven a un crecimiento, o a un desarrollo adicional.

2.5 HIPÓTESIS

La aplicación de un plan de comunicación interna permitirá mejorar el desempeño laboral en la empresa Domingo Jeans del Cantón Pelileo.

2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Comunicación Interna

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Desempeño Laboral

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE

Esta investigación aplicará técnicas de investigación cuantitativa que se caracterizan por ser: descriptivas del fenómeno de la comunicación interna y el desempeño laboral, presentando precisión y fiabilidad a los resultados, al trabajar con el nivel consciente de los investigados y expresan los resultados en cifras y datos mensurables.

(Gomez Marcelo, 2006, pág. 60) Define: “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo, y en el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población”.

También se aplicará la investigación cualitativa que se apoya en la observación y se caracteriza por perfilar los atributos específicos de las comunicaciones internas de la organización

(Gomez Marcelo, 2006, pág. 60) Manifiesta: “El enfoque cualitativo, por lo común, se utilizara primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteo. Utiliza las descripciones y las observaciones. Por lo regular, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y éste es flexible. Su propósito consiste en "reconstruir" la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido”.

Por lo tanto esta investigación tuvo un enfoque cuali-cuantitativo con un paradigma crítico propositivo ya que se indago la realidad del problema, se examinó la aplicación de un plan de comunicación interna para mejorar el desempeño laboral en la empresa.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Por las características del estudio, las modalidades de investigación a utilizarse son:

Investigación Bibliográfica

Se aplicará la investigación bibliográfica, ya que a través de ella se recolectará amplia información que permitirá fundamentar la toma de buenas decisiones a los problemas objeto de estudio, ya que proporciona un amplio conocimiento de las investigaciones existentes tales como teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas acerca del tema o problema que el investigador propone investigar o resolver gracias a las herramientas de comunicación se podrá sustentar los argumentos planteados.

(Romero Leticia, 2009, pág. 87) *“La investigación documental contribuye a construir el marco teórico de cualquier tipo de investigación, en este sentido, precede a la investigación de campo y la apoya para la planeación del trabajo”.*

La información recolectada fue de autores contemporáneos referente a la comunicación interna y al desempeño laboral tanto de revistas, libros, textos, tesis entre otros, permitiendo de esta manera profundizar el conocimiento de las variables investigadas.

Investigación De Campo

Según (Benassinni y Muñoz, 2009, pág. 93) *“La investigación de campo es aquella que el levantamiento de información, el análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y método utilizados para obtener conclusiones se realiza en el medio en que se desenvuelve el hecho o fenómeno de estudio”*.

Se empleó la investigación de campo ya que se acudió a la empresa Domingo Jean’s para observar el problema en su estado natural y tener contacto directo con los acontecimientos que se desarrollan. Se aplicó encuestas para obtener información real del problema para posteriormente analizarla y obtener conclusiones.

3.3 NIVEL O TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación Descriptiva

Para (Gomez Marcelo, 2006, pág. 65) *“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los aspectos importantes del fenómeno que se somete a análisis”*.

Se empleó este tipo de investigación al momento de caracterizar y especificar la realidad del problema de la empresa, indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. La información primaria y secundaria recolectada fue analizada e interpretada.

Investigación Correlacional

Según (Gomez Marcelo, 2006, pág. 67) *“Este tipo de estudios tiene como objetivo evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular) utilizando coeficientes de correlación estadístico”*.

La presente investigación permitió establecer el grado de relación entre la variable independiente La Comunicación Interna y la variable dependiente El Desempeño Laboral y el impacto que tiene la variación de cada una de ellas. Se aplicara métodos estadísticos que permitan analizar y procesar la información con la finalidad de dar una propuesta de solución.

3.4 POBLACION Y MUESTRA

La población estará constituida por los 43 trabajadores de la empresa DOMINGO JEANS.

Tabla 1 Población y Muestra

Gerente y Personal Administrativo	3
Empleados u Operarios	40
Total	43

Elaborado por: Diana Tubón

$$n = \frac{PQZ^2N}{e^2(N) + Z^2PQ}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

P: probabilidad de éxito (0.5)

Q: probabilidad de fracaso (0.5)

Z: área bajo la curva de la distribución normal

N: tamaño de la población

e: error máximo admisible (5%)

Se tomará como población a los 43 clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S debido a que ellos son los que intervienen directamente en el problema objeto de estudio de la presente investigación. Todos ellos forman el 100% de la muestra por lo que se aplicara las encuestas a todos.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2 Operacionalización de la Variable Independiente: Comunicación Interna

VARIABLE INDEPENDIENTE: Comunicación interna CONTEXTUALIZACIÓN	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e instrumentos
Comunicación interna : Es el proceso informativo de emisión y recepción de mensajes, entre los integrantes de una organización, mediante la utilización de medios y canales que permitan transmitir este mensaje de manera clara y precisa.	Redes de comunicación Medios de comunicación Funciones	Formales <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente • Descendente • Vertical Informales Oral Escrito Favorece Estimula	1. ¿Su jefe le informa cuando hay cambios en las prioridades de tu trabajo? 2. ¿Existen espacios donde su jefe discute con usted los objetivos y problemas de tus tareas? 3. ¿Recibe la información necesaria para desarrollar correctamente su trabajo? 4. ¿Se le comunica regularmente sobre los objetivos y metas de la empresa? 5. ¿Qué medios de comunicación se utilizan dentro de la empresa? 6. ¿Existen malos entendidos dentro de la empresa por la utilización de medios de comunicación informales? 7. ¿De los siguientes aspectos cuales considera Ud. Que es el principal objetivo de la comunicación interna? 8. ¿Aspectos cuales considera Ud. que el personal debe conocer para tener sentido de pertenecía de la empresa? 9. ¿Considera Ud. que la comunicación ayuda a mejorar la coordinación de tareas? 10. ¿La comunicación entre el personal ayuda al cumplimiento de los objetivos organizacionales?	Encuestas

Elaborado por: Diana Tubón

Tabla 3 Operacionalización de la variable Dependiente: Desempeño Laboral

VARIABLE DEPENDIENTE: Desempeño Laboral CONTEXTUALIZACIÓN	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e instrumentos
Desempeño Laboral Es el resultado de las acciones o tácticas que emplean los trabajadores para alcanzar los objetivos de la empresa, y que pueden ser medidos en términos de las competencias de cada individuo y su nivel de contribución a la empresa	Factores de evaluación Motivación Evaluación	Producción Comportamiento Capacitación Beneficios Remuneración Funciones	11. ¿Qué factores considera que la empresa debe tomar en cuenta para mejorar su desempeño? 12. ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera Ud. que se deben evaluar para medir su desempeño? 13. ¿Es evaluado su desempeño laboral dentro de la empresa? 14. ¿En qué medida considera Ud. que su desempeño aporta al progreso de la empresa? 15. ¿Su desempeño dentro de la empresa es? 16. ¿Cuándo la empresa evalúa su desempeño que actitud Ud. toma? 17. ¿Recibe incentivos por el desempeño de su trabajo? 18. ¿Considera Ud. que su desempeño dentro de la empresa está bien remunerado? 19. ¿Es preciso capacitarse adicionalmente para mejorar su desempeño? 20. ¿Sus funciones y responsabilidades están bien definidas para desempeñar su trabajo?	Encuesta

Elaborado por: Diana Tubón

3.6 PLAN RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Tabla 4 Plan de Recolección de información

TÉCNICAS	PROCEDIMIENTO
Encuesta	<ol style="list-style-type: none">1. ¿Para qué? Para alcanzar los objetivos de la Investigación2. ¿A qué personas o sujetos? A los clientes internos de DOMINGO JEAN´S3. ¿Sobre qué aspectos? La Comunicación Interna y El Desempeño Laboral4. ¿Quién? Investigadora: Diana Tubón5. ¿Cuándo? Desde junio 2014 – febrero del 20156. ¿Dónde? Empresa DOMINGO JEAN´S7. ¿Cuántas veces? Una sola vez a cada cliente interno de la empresa8. ¿Cómo? Utilizando encuestas-cuestionarios

ELABORADO POR: Diana Tubón

3.7 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para procesar los datos presentados de las encuestas se utilizarán los siguientes pasos:

La revisión de la información se realizará al concluir la aplicación de las encuestas, de tal manera que se procederá a revisar una por una las encuestas aplicadas a la muestra en estudio para detectar errores u omisiones, eliminar respuestas contradictorias y a su vez verificar que todas las encuestas estén completamente llenas y que contengan información valedera para la continuar con la investigación.

Para la tabulación de la información, se va a utilizar el programa SPSS 15.0 para Windows, con este programa se pretende mantener orden, claridad, y ahorro de tiempo en la obtención de los resultados finales, además servirá para presentar los datos en gráficos estadísticos, y finalmente poder determinar con facilidad la frecuencia que se ha obtenido en cada aspecto.

Análisis de los datos, una vez recopilada y tabulada la información, será necesario hacer un análisis para presentar los datos.

Este análisis consta de dos etapas:

Selección del estadígrafo más apropiado en función de la hipótesis formulada, será tomado en cuenta el Chi Cuadrado, este método se emplea con muestras pequeñas como es el caso de esta investigación, se utilizará con el resultado de los datos obtenidos anteriormente, y aplicando la fórmula de Chi Cuadrado, para que al momento de obtener un resultado, éste nos indique si la hipótesis nula se acepta o rechaza.

Presentación de los datos, se va a utilizar la presentación tabular, en esta los datos se ordenan en filas y columnas de una misma matriz.

En la interpretación de los resultados, se pretende comprender la magnitud y significado de los datos, para lo cual se procederá a describir los resultados, analizar la hipótesis con relación a los datos obtenidos para aprobarla o rechazarla, estudiar cada uno de los resultados y relacionarlos con el marco teórico, para por último elaborar una síntesis de los mismos.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se presentara los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas al personal de la empresa Domingo Jean´s, se presentara los resultados y sus correspondientes tablas y gráficos obtenidos, se utilizara el chi cuadrado para comprobar la hipótesis.

4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación presentamos los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas al personal de la empresa DOMINGO JEANS.

4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS

En este apartado daremos una interpretación de los resultados obtenidos en el cual realizaremos una comparación de los conceptos expuestos por varios autores y los resultados arrojados por la encuesta aplicada.

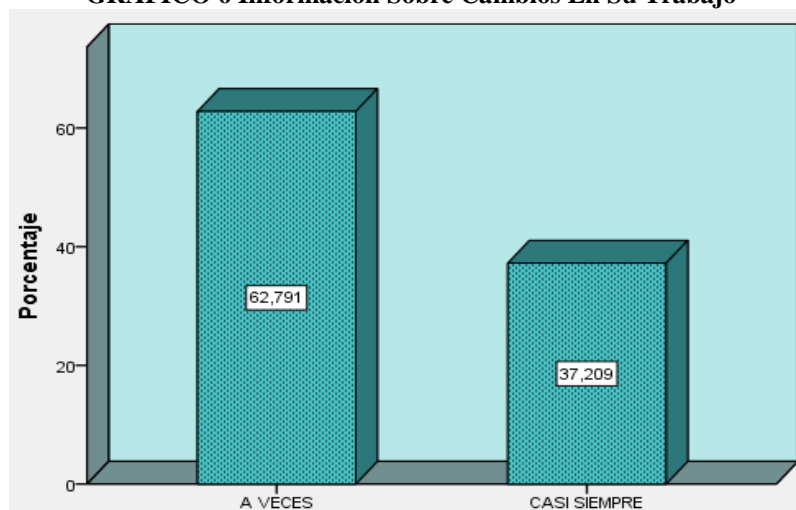
TABULACIONES

Tabla 5 Información Sobre Cambios En Su Trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	27	62,8	62,8	62,8
	Casi siempre	16	37,2	37,2	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 6 Información Sobre Cambios En Su Trabajo



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 62,8% dice que a veces recibe información sobre los cambios que se dan en su trabajo mientras que el 37,2% dice que recibe la información casi siempre.

De acuerdo a los resultados podemos apreciar que el personal de Domingo Jean's si son informados sobre los cambios que se presentan en las actividades de su trabajo.

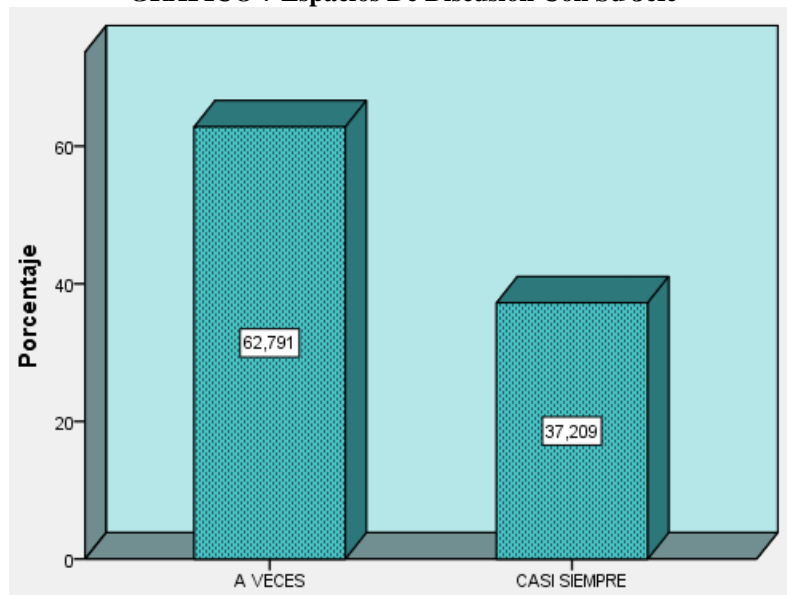
Según (VERTICE, 2008, pág. 7) *“La comunicación interna cuando la comunicación es eficiente tiende a alentar un mejor desempeño y promueve la satisfacción el trabajo. Los empleados conocen mejor su función en el trabajo y se sienten más comprometidos con él”.*

Tabla 6 Espacios De Discusión Con Su Jefe

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	27	62,8	62,8	62,8
	Casi siempre	16	37,2	37,2	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 7 Espacios De Discusión Con Su Jefe



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 62,8% dice que a veces existen espacios para la discusión con su jefe sobre los objetivos y problemas de sus tareas, mientras que el 37,2% dice que casi siempre existen estos espacios de discusión.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's afirman que a veces existen espacios de discusión entre su jefe y ellos.

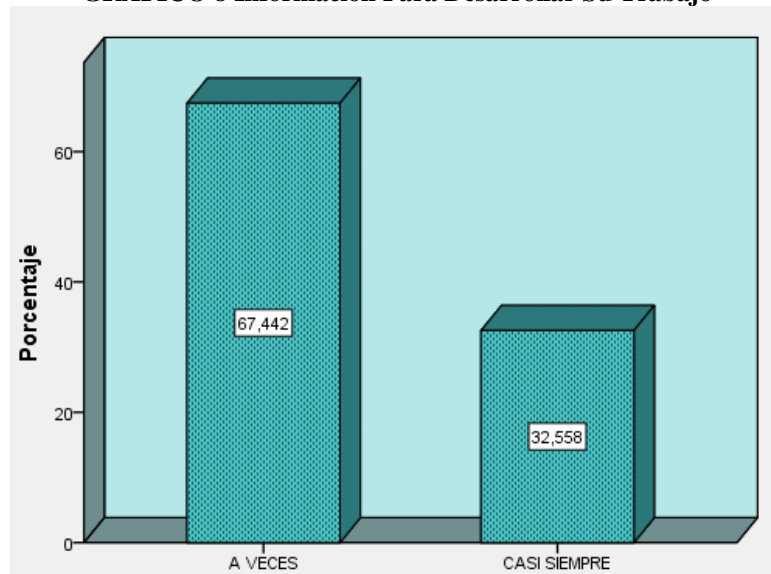
Según (ONGALLO, 2007, pág. 4) *“La comunicación interna permite a los miembros de la organización interrelacionarse y transmitirse información con el objeto de lograr el fin propuesto y mejorar la cohesión y relaciones entre los miembros”*.

Tabla 7 Información Para Desarrollar Su Trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	29	67,4	67,4	67,4
	Casi siempre	14	32,6	32,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 8 Información Para Desarrollar Su Trabajo



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados el 67,4% dice que a veces recibe información para desarrollar su trabajo, mientras que el 32,6% dice que casi siempre recibe dicha información.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de empleados de la encuestados de la empresa Domingo Jean's afirmar que a veces reciben información para realizar su trabajo.

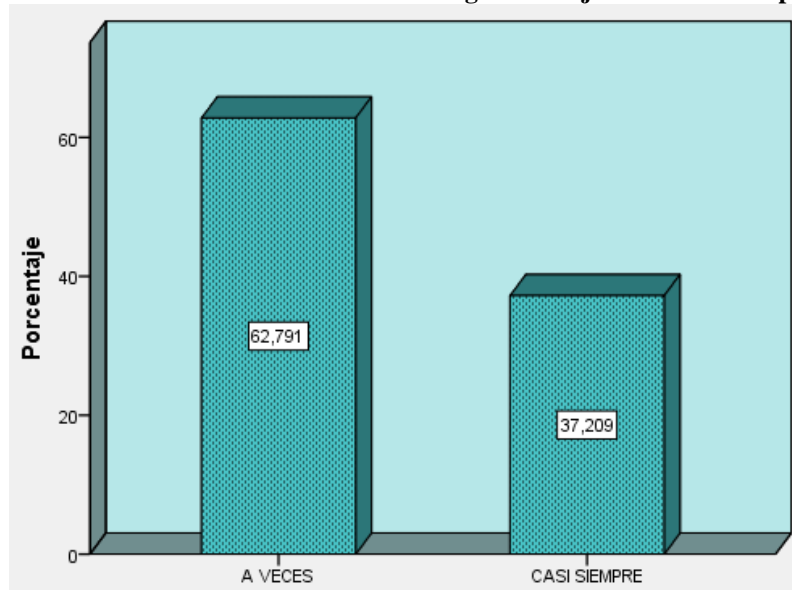
Según (Andrade Horacio, 2005, pág. 30) *”El objetivo de la comunicación interna es: asegurar que los colaboradores cuenten con información confiable, suficiente y oportuna que les permita conocer las cosas importantes que suceden en la empresa y desempeñar su trabajo de manera óptima”.*

Tabla 8 Recibe Información Sobre Logros Y Objetivos De La Empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A VECES	27	62,8	62,8	62,8
	CASI SIEMPRE	16	37,2	37,2	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN´S

GRAFICO 9 Recibe Información Sobre Logros Y Objetivos De La Empresa



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN´S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados el 62,8% dice que recibe información sobre los logros y objetivos de la empresa a veces mientras que el 37,2% dice que recibe casi siempre esta información.

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean´s manifiestan que a veces reciben información de los logros y objetivos que tiene la empresa.

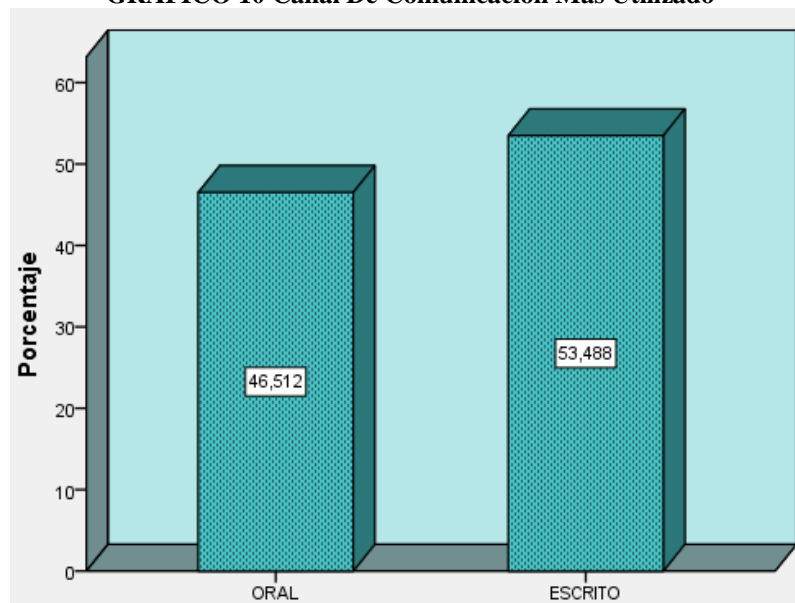
Según (ONGALLO, 2007, pág. 75) *“El sentirse informado sobre cómo marcha la organización permite aumenta el sentimiento de pertenencia a la misma, da sentido al trabajo, da prestigio y acrecienta el orgullo profesional”*.

Tabla 9 Canal De Comunicación Más Utilizado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Oral	20	46,5	46,5	46,5
	Escrito	23	53,5	53,5	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 10 Canal De Comunicación Más Utilizado



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 46,5 % dice que el medio de comunicación más utilizado es el medio de comunicación oral mientras que el 53,5 % dice que el medio más utilizado es el medio de comunicación escrito.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de los encuestados de la empresa Domingo Jean's afirman que los medios de comunicación más utilizados son los medios orales y escritos.

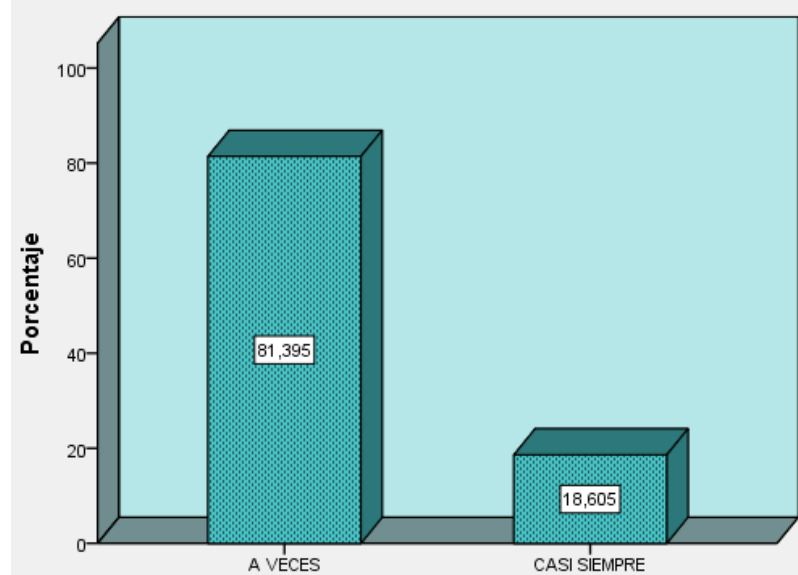
Según (ADLER, 2005, pág. 45) *“Los medios más utilizados y que resultan más eficaces para transmitir información son las reuniones y el teléfono, permite condensar una gran cantidad de información en un breve espacio de tiempo”*.

Tabla 10 Malos Entendidos Por Utilización De Canales Informales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	35	81,4	81,4	81,4
	Casi siempre	8	18,6	18,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 11 Malos Entendidos Por Utilización De Canales Informales



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 81,4% dice que a veces se crea malos entendidos mientras que el 18,6% dice que casi siempre se generan malos entendidos cuando se utiliza medios de comunicación informales.

De los resultados obtenidos podemos observar que la mayoría de encuestados manifiestan que a veces si se generan malos entendidos por la utilización de canales de comunicación informales.

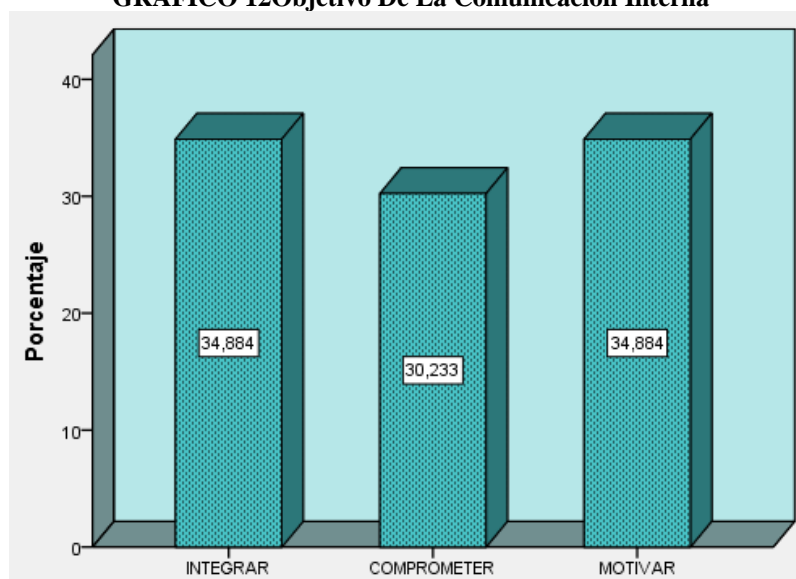
Según (ADLER, 2005, pág. 45) *“Se da cuando la comunicación dentro de la organización no sigue los caminos establecidos por la estructura, y comprende toda la información no oficial que fluye entre los grupos que conforman la organización. La comunicación informal incluye el rumor”.*

Tabla 11 Objetivo De La Comunicación Interna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Integrar	15	34,9	34,9	34,9
	Comprometer	13	30,2	30,2	65,1
	Motivar	15	34,9	34,9	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 12 Objetivo De La Comunicación Interna



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 34,9% dice que el principal objetivo de la comunicación interna es integrar, el 30,2% dice que es comprometer mientras que el 34,9% dice que el objetivo de la comunicación interna es motivar.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's dicen que los tres objetivos planteados son principales entre ellos comprometer, integrar y motivar.

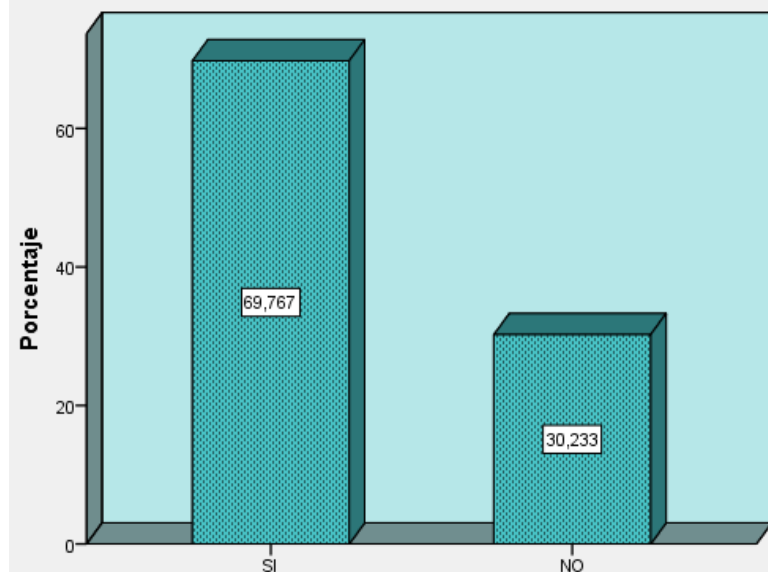
Según (VERTICE, 2008, pág. 8) ***“Las principales ventajas de la comunicación interna son: la implicación del personal, el cambio de actitud y mejora la productividad”.***

Tabla 12 Comunicación Interna Ayuda A Coordinar Las Tareas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	30	69,8	69,8	69,8
	NO	13	30,2	30,2	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 13 Comunicación Interna Ayuda A Coordinar Las Tareas



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 69,8 % dice que la comunicación interna si ayuda a coordinar las tareas mientras que el 30,2% dice que no ayuda a coordinar las tareas.

De los resultados obtenidos podemos observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que la comunicación interna SI ayuda a coordinar las tareas.

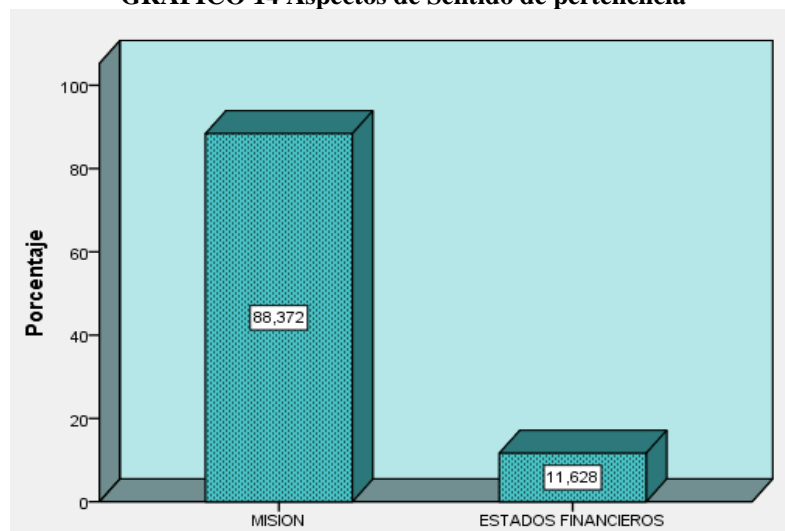
Según (Guzman Patricia, 2006, pág. 50) *“La comunicación descendente se ocupa de comunicar el orden establecido para el desarrollo de tareas, roles, entrenamiento, capacitación, directivas, directrices, políticas, etc.”.*

Tabla 13 Aspectos de Sentido de pertenencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Misión	38	88,4	88,4	88,4
	Estados financieros	5	11,6	11,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN´S

GRAFICO 14 Aspectos de Sentido de pertenencia



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN´S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 88,4% dice que el aspecto más importante se debe conocer para tener sentido de pertenencia es la misión mientras que el 11,6% dice que se debe conocer los estados financieros.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean´s manifiestan que conocer la misión de la empresa que genera mayor sentido de pertenencia.

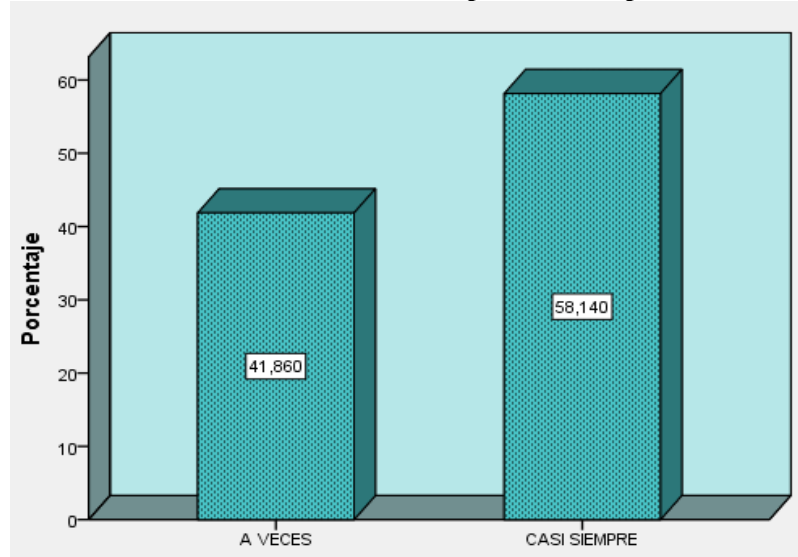
Según (VERTICE, 2008, pág. 9) *“La implicación del personal relaciona al individuo con la organización para conseguir que cumpla con sus expectativas en el seno de la empresa o institución, de manera que asocie la mejora de su empresa con su propia mejora”*.

Tabla 14 Comunicación Entre Personal Aporta Al Cumplimiento De Objetivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	18	41,9	41,9	41,9
	Casi siempre	25	58,1	58,1	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 15 Comunicación Entre Personal Aporta Al Cumplimiento De Objetivos



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados el 58,1% dice que la comunicación entre el personal ayuda a veces a cumplir los objetivos de la empresa mientras que el 41,9% dice que casi siempre la comunicación entre el personal ayuda a cumplir los objetivos de la empresa.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que la comunicación entre el personal si aporta al cumplimiento de objetivos personales y organizacionales.

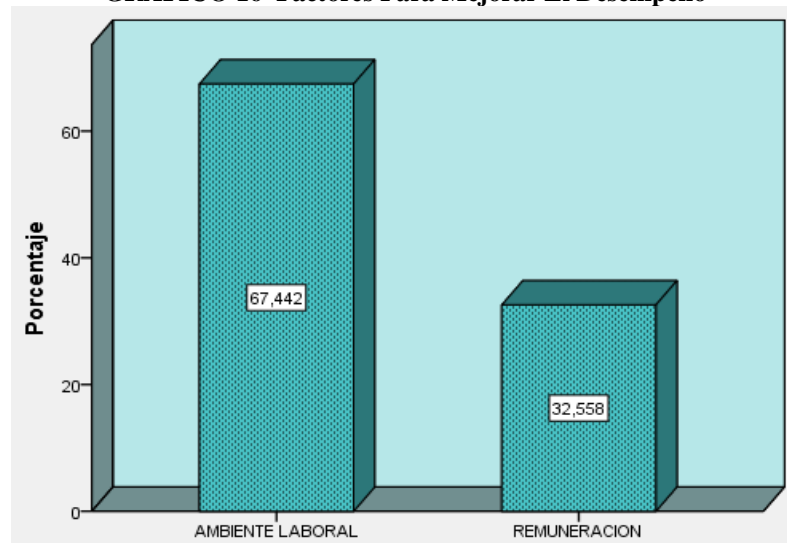
Según (VERTICE, 2008, pág. 7) *“La comunicación interna permite el alineamiento del esfuerzo de todos los integrantes, es uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos”.*

Tabla 15 Factores Para Mejorar El Desempeño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ambiente laboral	29	67,4	67,4	67,4
	Remuneración	14	32,6	32,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 16 Factores Para Mejorar El Desempeño



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 67,4% dice el factor que se debe mejorar es el ambiente laboral mientras que el 32,6% dice que se debería considerar la remuneración como factor de mejora de desempeño.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que el ambiente laboral es uno de los factores más importantes que influyen para mejorar su desempeño laboral.

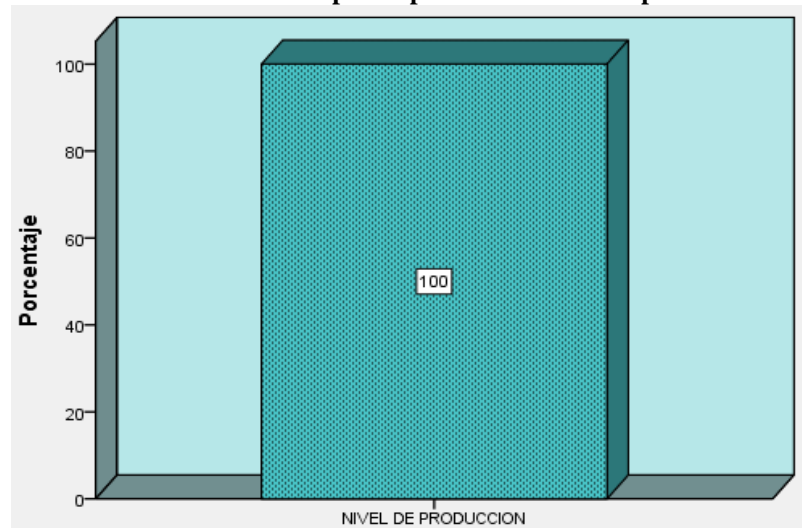
Según (BRUNET, 2002, pág. 9) *“El clima organizacional determina la forma en que un individuo percibe su trabajo, su rendimiento, su productividad y su satisfacción”*.

Tabla 16 Aspectos para medir el desempeño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nivel De Producción	43	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 17 Aspectos para medir el desempeño



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 100 % dice que el aspecto que se debe tener en cuenta es el nivel de producción.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que su nivel de desempeño debe ser evaluado en base a la producción de las prendas.

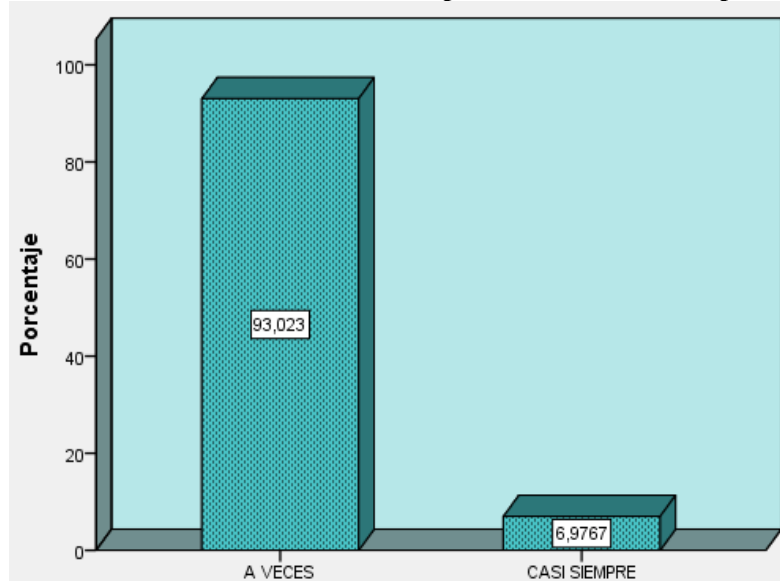
Según (MORALES CARTAYA, 2009) *“El término desempeño laboral se refiere a lo que en realidad hace el trabajador y no solo lo que sabe hacer, por lo tanto son esenciales aspectos tales como: las aptitudes (la eficiencia, calidad y productividad con que desarrolla las actividades laborales asignadas en un período determinado), el comportamiento de la disciplina, (el aprovechamiento de la jornada laboral, el cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo, las específicas de los puestos de trabajo) y las cualidades personales que se requieren en el desempeño de determinadas ocupaciones o cargos y, por ende, la idoneidad demostrada”.*

Tabla 17 Evaluación Del Desempeño Laboral En La Empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	40	93,0	93,0	93,0
	Casi siempre	3	7,0	7,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 18 Evaluación Del Desempeño Laboral En La Empresa



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados el 93% dice que a veces se evalúa su desempeño en la empresa mientras que el 7% dice que casi siempre se evalúa su desempeño.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que a veces si es evaluado su desempeño laboral.

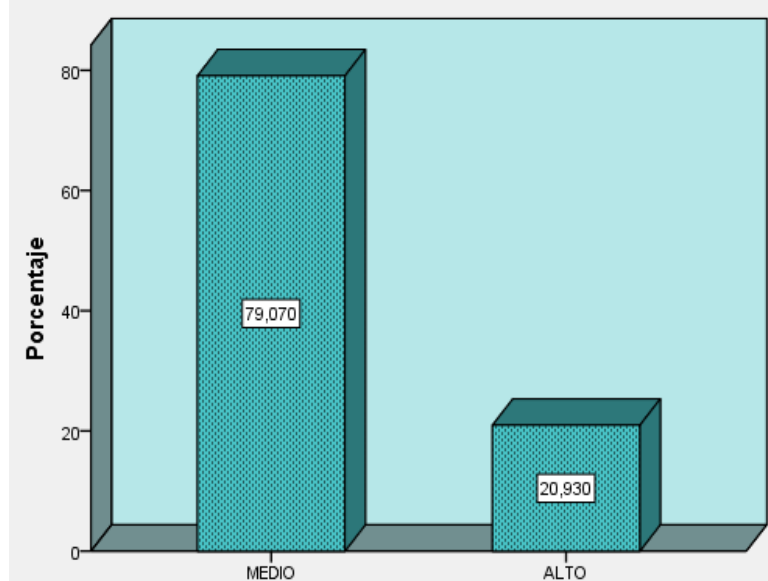
Según (Robbins, 2005, pág. 296) *“Los gerentes deben saber si sus empleados desempeñan sus trabajos con eficiencia y eficacia o si hay necesidades de mejorar el desempeño”*.

Tabla 18 Nivel De Aporte Del Desempeño Al Progreso De La Empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Medio	34	79,1	79,1	79,1
	Alto	9	20,9	20,9	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 19 Nivel De Aporte Del Desempeño Al Progreso De La Empresa



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 79,1% dice a mejorar el desempeño a veces mientras que el 20,15 dice que su nivel de desempeño es alto.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que su nivel de aporte para el progreso de la empresa es medio.

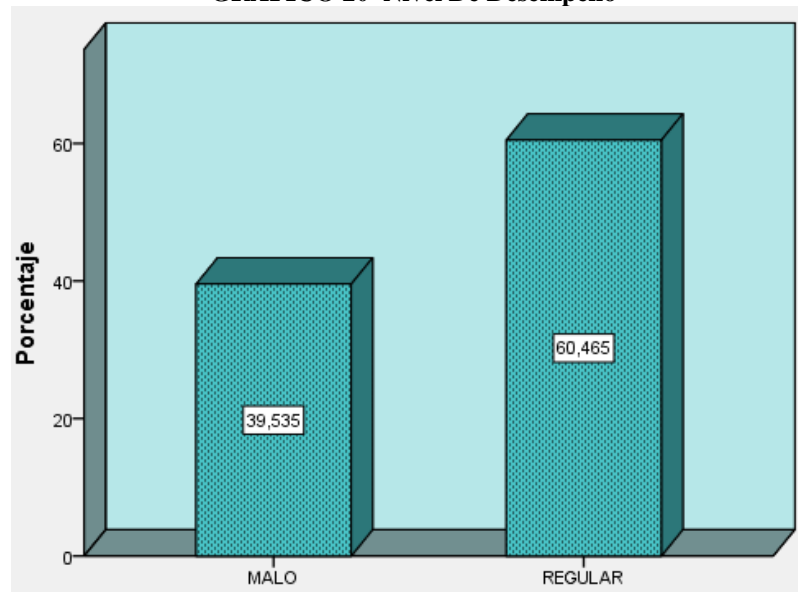
Según (Boland Lucrecia, 2005, pág. 144) *“La evaluación del desempeño laboral es un instrumento, un medio, una herramienta para mejorar los resultados de los recursos humanos dentro de la organización, aumentar su desarrollo personal y profesional”.*

Tabla 19 Nivel De Desempeño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	17	39,5	39,5	39,5
	Regular	26	60,5	60,5	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 20 Nivel De Desempeño



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 60,5% dice que su desempeño es malo mientras que el 39,5% dice que su nivel de desempeño es regular.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que su nivel de desempeño es regular.

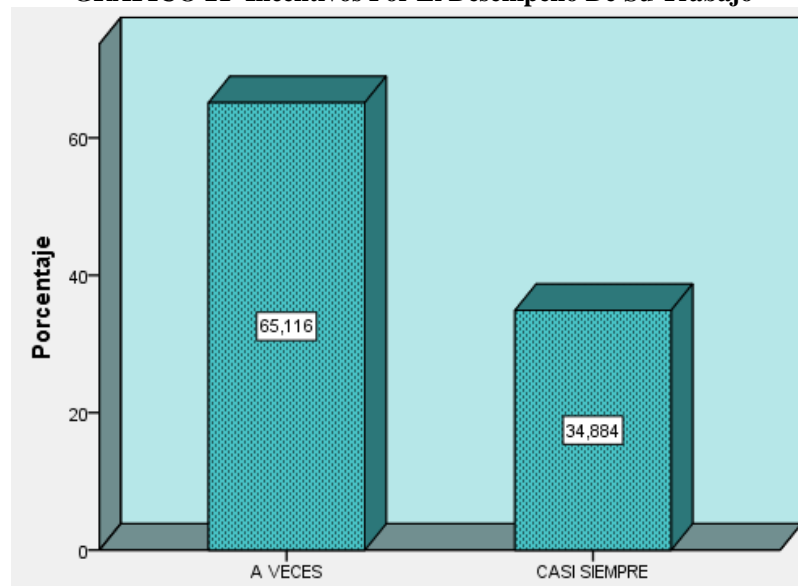
Según (Boland Lucrecia, 2005, pág. 144) *“La evaluación no se puede basar en un simple juicio superficial y unilateral del jefe con respecto al comportamiento funcional del empleado, sino que es necesario profundizar para ubicar las causas para establecer perspectivas de común acuerdo con el evaluado”*.

Tabla 20 Incentivos Por El Desempeño De Su Trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	28	65,1	65,1	65,1
	Casi siempre	15	34,9	34,9	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 21 Incentivos Por El Desempeño De Su Trabajo



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados el 65,1% dice que a veces recibe incentivos en su trabajo mientras que el 34,9% dice casi siempre recibe incentivos por su trabajo.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que a veces reciben incentivos por su desempeño.

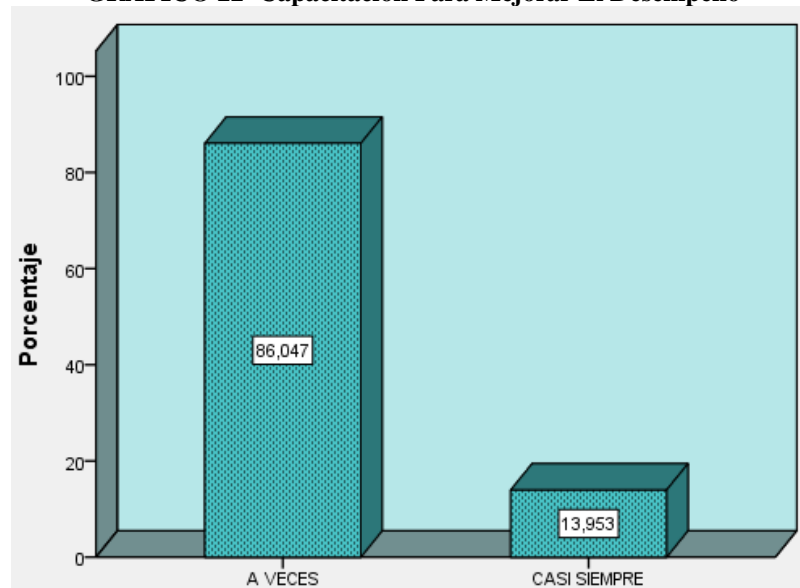
Según (Baquero Corrales A., 2005, pág. 165) *“Los incentivos contribuyen a crear un clima laboral adecuado y unas relaciones armoniosas entre el trabajador y el patrono, con ganancia para ambas partes”*.

Tabla 21 Capacitación Para Mejorar El Desempeño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	37	86,0	86,0	86,0
	Casi siempre	6	14,0	14,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 22 Capacitación Para Mejorar El Desempeño



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 86% dice que la capacitación ayuda a mejorar el desempeño a veces mientras que el 14% dice que casi siempre la capacitación ayuda a mejorar el desempeño laboral.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que a veces si reciben capacitación en la empresa.

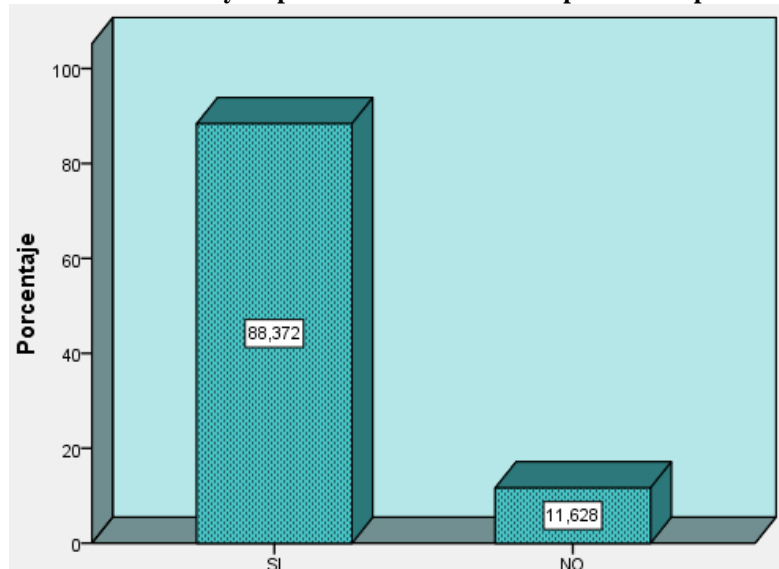
Según (CHIAVENATO I. , 2009) *“La capacitación es un medio que desarrolla las competencias de las personas para que puedan ser más productivas, creativas e innovadoras a efecto que contribuyan mejor a los objetivos organizacionales y se vuelvan cada vez más valiosas”*.

Tabla 22 Funciones Y Responsabilidades Definidas Para Desempeñar El Trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	38	88,4	88,4	88,4
	NO	5	11,6	11,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

GRAFICO 23 Funciones y responsabilidades definidas para desempeñar el trabajo



Fuente: Encuestas Aplicadas a clientes internos de la empresa DOMINGO JEAN'S

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 88,4% dice que sus funciones y responsabilidades si están bien definidas mientras que el 11,6% dice que no tiene bien definidas sus funciones y responsabilidades de su trabajo.

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de encuestados de la empresa Domingo Jean's manifiestan que sus funciones y responsabilidades dentro de la empresa se encuentran bien definidas.

Según (Blanco Prieto, 2007, pág. 146) *“Para que el Talento Humano de una organización pueda desarrollar sus actividades laborales debe existir el diseño de los puestos de trabajo en el cual se designe las funciones concretas del trabajador, que haga referencia a las tareas que debe realizar”.*

4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la solución del problema planteado y de conformidad con la hipótesis estadística estipulada, es necesario realizar su verificación mediante la aplicación de la prueba del chi- cuadrado la misma que sirve para determinar la relación entre dos variables.

Para la verificación de la hipótesis se toma en cuenta las siguientes preguntas:

10. ¿La comunicación entre el personal ayuda al cumplimiento de objetivos organizacionales?

13. ¿Es evaluado su desempeño laboral dentro de la empresa?

Mediante este resultado se tomara la decisión final del estudio.

4.2.1 Planteamiento de hipótesis

Ho: Hipótesis nula: La implementación del plan de comunicación interna **NO** mejorará el desempeño laboral del personal de Domingo Jean´s.

Ha: Hipótesis alterna: La implementación del plan de comunicación interna **SI** mejorará el desempeño laboral del personal de Domingo Jean´s.

4.2.2 Nivel de significancia

El nivel de significación escogido para la investigación es del 5%.

4.2.3 Cálculo del Chi- Cuadrado

Para la presente investigación utilizaremos la prueba del Chi-Cuadrado cuya fórmula es:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dónde:

X² = Chi Cuadrado

∑= Sumatoria

O = Datos observados

E = Datos esperados

4.2.4 Tabla de resultados observados

Tabla 23 Frecuencia Observadas

Preguntas	Valores Observados				Total
	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
10.- ¿La comunicación entre el personal ayuda al cumplimiento de objetivos organizacionales	0	18	25	0	43
13. ¿Es evaluado su desempeño laboral dentro de la empresa?	0	40	3	0	43
Total	0	58	28	0	86

Elaborado por: Diana Tubón

4.2.5 Tabla de frecuencias esperadas

La frecuencia esperada (E) se calcula:

$$E = \frac{(Tf * Tc)}{Tg}$$

En donde:

Tf = Total filas.

Tc = Total columnas.

Tg = total global.

Tabla 24 Frecuencias Esperadas

Preguntas	Valores Esperados				Total
	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
10.- ¿La comunicación entre el personal ayuda al cumplimiento de objetivos organizacionales	0	29	14	0	43
13. ¿Es evaluado su desempeño laboral dentro de la empresa?	0	29	14	0	43
Total	0	58	28	0	86

Elaborado por: Diana Tubón

Tabla 25 Calculo Chi cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ^ 2	(O-E) ^2/E
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
18	29	-11	121	4,17241379
40	29	11	121	4,17241379
25	14	11	121	8,64285714
3	14	-11	121	8,64285714
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
			TOTAL	25,6305419

Elaborado por: Diana Tubón

4.2.6 Chi - cuadrado tabular

El grado de libertad es igual a la multiplicación del número de las columnas menos uno por el número de las filas menos uno así:

$$(gl) = (c - 1) (f - 1)$$

Dónde:

gl = Grado de Libertad

C = Columnas de la Tabla

F = Filas de la Tabla

Reemplazando:

$$(gl) = (C - 1) (F - 1)$$

$$(g1) = (Columnas - 1) (Filas - 1)$$

$$(g1) = (4-1)(2-1)$$

$$(g1) = 3*1$$

$(g1) = 3$

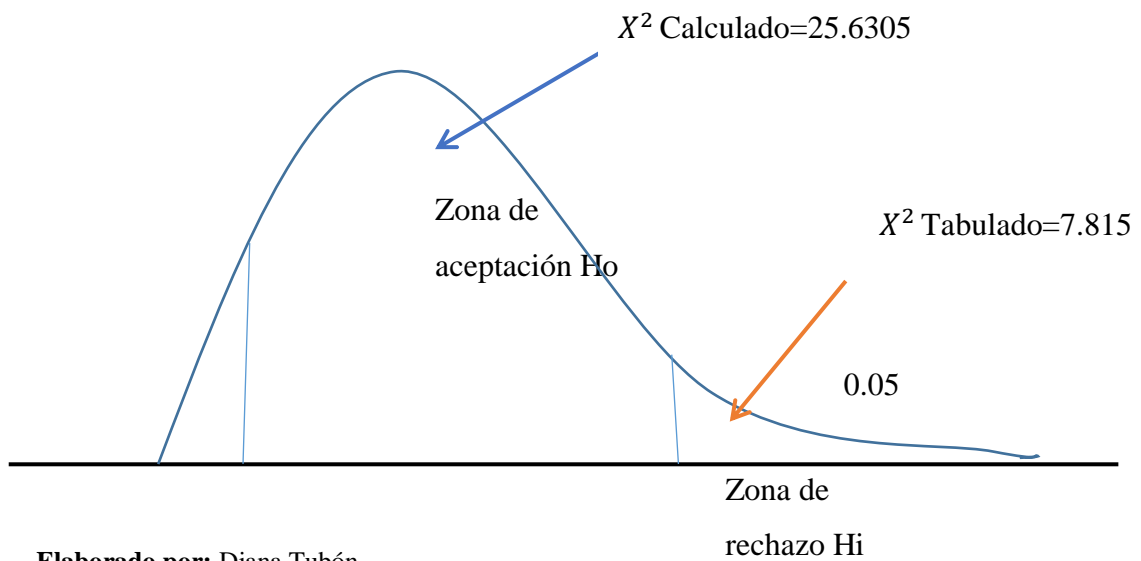
El Chi cuadrado tabular con 3 grados de libertad es: 7.815

Entonces:

El valor de X^2 Calculado = 25.6305

El valor de X^2 Tabulado = 7.815

Dónde: Chi cuadrada calculada es $25.6305 >$ Chi cuadrada Tabular es 7.815



Elaborado por: Diana Tubón

4.2.7 Decisión Final

Después de aplicar la prueba del chi cuadrado se toma la decisión:

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

El valor de X^2 Calculado = 25.6305

El valor de X^2 Tabulado = 7.815

Dónde: Chi cuadrada calculada es 25.6305 > Chi cuadrada Tabular es 7.815

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente apartado se presenta las conclusiones y recomendaciones que se han obtenido después del trabajo investigativo, para emitir las conclusiones nos basaremos en los resultados obtenidos en los capítulos anteriores.

5.1 CONCLUSIONES

✚ Los inadecuados canales de comunicación empleados dentro de la empresa distorsionan la información, la mayoría de clientes internos de la empresa afirman que la comunicación informal o por medios orales generan rumores dentro de la empresa con lo cual se genera desinformación y el personal no cuenta con la información necesaria para llevar a cabo sus actividades laborales.

✚ La comunicación interna genera sentido de pertenencia en el personal, cuando el personal conoce la misión, visión, políticas se sienten identificados con la empresa, la mayoría del personal expresa que tiene conocimiento de estos factores por lo que se

siente identificado con la empresa. Las personas cuando se sienten identificados con su empresa luchan constantemente por el desarrollo de la misma.

✚ El nivel de desempeño laboral depende de varios factores como la remuneración, capacitación y ambiente laboral. El personal en su mayoría dice que el ambiente laboral de la empresa influye en el nivel de su desempeño.

✚ Al transmitir una parte de la información por canales de comunicación formales y otra por canales informales, se genera lentitud en la transmisión de la información lo cual provoca incertidumbre en el personal ya que al no recibir información veraz y rápida se generan rumores e ineficiencia de los procesos al no contar con la información oportuna.

✚ La comunicación interna ayuda a mejorar el desempeño laboral, integra al personal en la búsqueda constante del cumplimiento de los objetivos organizacionales. Al estar el personal informado sobre los objetivos y metas que la organización se han planteado está comprometido con el desarrollo de la empresa.

5.2 RECOMENDACIONES

✚ Se recomienda implantar un plan de comunicación en toda empresa para que de esta manera el personal pueda abastecerse de información adecuada y correcta en donde se relacionen todo el personal y se de una comunicación eficiente, con esto se ayudara al mejor desarrollo del cliente interno ya que tendrá claro los procesos y la información necesaria para llevarlos a cabo.

✚ Al involucrarse con el plan de comunicación se fomentará un adecuado ambiente laboral, así como se realizara de mejor manera los procesos y actividades que deben cumplir y a su vez optimizar los canales de comunicación, siendo este un medio adecuado y seguro para que el personal pueda adquirir la información necesaria teniendo como resultado la realización correcta de sus actividades.

✚ Se debe además establecer instrumentos de comunicación interna, con el propósito de llegar de una u otra forma al destinatario; estableciendo diferentes estrategias de desempeño laboral para poder controlar, evaluar, incentivar y motivar al cliente interno de la empresa, en cuanto al cliente externo se podrá atenderlo correctamente dando como resultado el mejoramiento de la empresa.

✚ Se recomienda realizar nuevas investigaciones sobre la comunicación interna y su relación con el desempeño laboral utilizando escalas de medición ordinales y de ratio, para generar nuevos conocimientos con datos más exactos que ayuden a solucionar los problemas comunicacionales en la empresa.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

Tema:

Plan de comunicación interna para mejorar el desempeño laboral de la empresa Domingo Jean´s.

Institución Ejecutora:

DOMINGO JEAN´S.

Beneficiarios:

Gerente propietario: Sr. Domingo Sánchez

Talento Humano De La Empresa

Ubicación:

Provincia de Tungurahua, Pelileo, Barrio el Tambo.

Tiempo estimado de ejecución:

Inicio: Octubre 2014

Fin: Enero 2015.

Equipo Técnico responsable:

Diana Tubón.

Costo:

El costo estimado de la propuesta es de USD. 650

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

El plan de comunicación es un instrumento administrativo y organizacional que debe ser implantado en toda empresa sin importar la magnitud de su personal; y que proporcionar pautas esenciales que ayudan a que la información, relaciones, ambiente, interrelación de áreas y participación sean eficaces.

Cabe recalcar que este plan y su aplicación se lo realizan de varias maneras interno y externo; esta vez se enfocó en el interno; ya que se persigue mejorar el desempeño laboral de Domingo Jean's; por consiguiente se intensifican actividades en el que se involucre el personal y a su vez optimizar los canales de comunicación.

En sí se propone en uso instrumentos de comunicación interna, como la web, folletos, material didáctico, reuniones o seminarios, con el fin de llegar de una u otra forma al destinatario; además de la aplicación de estrategias de desempeño laboral para poder controlar, evaluar, incentivar y motivar al cliente interno de la empresa, mediante la correcta utilización de medios de comunicación interna.

Dando como resultado un plan detallado que abarca varias áreas, dando un equilibrio y costos reales de su aplicación.

6.3 JUSTIFICACIÓN

Se justifica la aplicación del plan de comunicación interna por una necesidad y problemática detectada en la empresa Domingo Jean's, la cual fue previamente investigada, por lo cual se ha establecido esta herramienta para proponer una solución efectiva y mejorar el desempeño laboral y la fluidez de la comunicación.

Es sumamente necesario e importante que se apliquen este tipo de planes no solo por el hecho de presentar problemas internos sino es una manera de prevenir, y crear una cultura de comunicación laboral dentro de la empresa, por lo cual es determinante incentivar las actividades varias que se proponen que tocan varios factores que se involucran con esta problemática.

Es beneficioso para los clientes internos y externos; por la misma razón de que si una empresa internamente está estructurada adecuadamente puede otorgar un buen servicio, imagen y productos. Dando como una ventaja competitiva en el proceso de fabricación y coordinación de las actividades.

Se tiene el entero apoyo del gerente de la empresa DOMINGO JEAN'S, el cual ha detectado el problema y ha dado apertura a la investigación y por ende a la ejecución de una plan de comunicación interno que mejore el desempeño laboral de su talento humano, que es un recurso vital para el buen funcionamiento, desarrollo y fabricación de productos y empresa.

6.4 OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar un plan de comunicación interna para mejorar el desempeño laboral de la empresa Domingo Jean's.

Objetivos específicos

- ✚ Establecer el direccionamiento estratégico que promueva el conocimiento interno de Domingo Jean´s.
- ✚ Determinar los instrumentos de comunicación interna para mejorar la fluidez de la información de Domingo Jean´s.
- ✚ Plantear estrategias de desempeño laboral para mejorar el ambiente, motivación y relaciones laborales de Domingo Jean´s.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

6.5.1 Socio- Cultural

Este plan de comunicación tiene mucha relación con el campo socio cultural, ya que promueve a crear relaciones, aplicar valores, crear una cultura de comunicación, motivar al personal y se obtendrá resultados positivos para todos los miembros de la organización.

6.5.2 Tecnológica

Domingo Jean´s posee la tecnología y sus recursos necesarios para la aplicación de este plan y sin duda alguna de la creación y usos de los instrumentos de comunicación que se plantearon en la propuesta; por lo cual es factible para implementar. La tecnología nos ofrece varios software y hardware que facilitan la transmisión de información.

6.5.3 Organizacional

Tiene una adecuada estructura organizacional en la que se especifican cada una de las áreas y sus funciones; lo que permite que se designen responsables que estén a cargo de la ejecución del plan y de los destinatarios además se cuenta con el completo apoyo del gerente de la empresa.

6.5.4 Económico – Financiero

El gerente propietario de la empresa Domingo Jean´s esta consistente de la problemática investigada y brinda el total apoyo para la diseño y ejecución del presente plan de comunicación, ya que busca satisfacer la necesidad que se presenta.

6.5.5 Político – Legal

Las normas tanto internas y externas que rigen a Domingo Jean´s como empresa no son afectadas con la ejecución de este plan de comunicación interna, a su vez dan un soporte claro que evidencia un desarrollo y apoyo al personal interno; en la que se vela su bienestar dentro de la empresa.

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO – TEÓRICO

Misión

Según (Thomson, 2006) “es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas”, menciona además (Arturo K, 2014) “es una declaración o manifestación duradera del objeto, propósito o razón de ser de una empresa.”, menciona finalmente (marketingdirecto, 2013) “Término que hace referencia a la razón de ser de la empresa, su esencia misma, el motivo de para qué existe en el mundo. “

Visión

Según (Fleitman, 2000, pág. 283.) “se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”, menciona además (marketingdirecto, 2013) “la visión se debe definir en pocas líneas la situación futura que desea alcanzar la organización; tiene que ser una situación realmente alcanzable con el paso del tiempo y hay que luchar por conseguirla.”, finalmente piensa (Cuevas Amaya, 2003) “La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanza”

Valores corporativos

Según (Mejia, 2004, pág. 1) “Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios.”, menciona además (marketingdirecto, 2013) “Los valores son entre cinco

y siete factores de la cultura empresarial que consideramos irrompibles, los cumplen todos los miembros de la organización en todos sus ámbitos”, finalmente menciona (scribd, 2001) “Son aquellos valores gestores que la empresa se caracteriza por aplicar y los da a conocer a los demás a través de sus productos como imagen principal de la compañía.”

Instrumentos de comunicación interna

Según (buenosnegocios, 2013) “Existen muchas herramientas disponibles para ponerla en práctica. Cada empresa puede optar por las que se adapten mejor a sus posibilidades u objetivos. Algunas de las más utilizadas:

Publicación institucional o "newsletter". Con el objetivo de informar a los empleados, en forma de revista, periódico, o folleto interno —en papel o digital—, incluye datos de la operatividad de la empresa como de los mismos empleados. Abarca todas las áreas y puede contener testimonios, artículos, fechas de cumpleaños e incluso, malas noticias.

Cartelera. Es un efectivo medio de comunicación siempre que se ubique en un lugar concurrido por los empleados, con fácil acceso visual. Es necesario actualizarla periódicamente y consignar la fecha de cada publicación. Puede incluir informaciones legales o sociales, resultados de la empresa, nuevas políticas o intercambios entre el personal (compraventa, ofrecimientos para compartir transporte, o fotos de familias, por ejemplo).

Circulares. Es un mensaje que se envía a toda la empresa o a una parte de ella. Los medios para hacerla conocer son variados (correo electrónico, carta, intranet, blogs, etc). Puede dar a conocer información, órdenes, sugerencias o convocatorias.

Reuniones. Permiten la interacción personal dentro de los equipos de trabajo o entre las distintas áreas de la empresa. Pueden usarse para informar, capacitar, coordinar nuevas tareas y tomar decisiones. Es fundamental que se planifiquen de forma conveniente, se realicen en un lugar adecuado y se convoquen con antelación.

Correo electrónico. No todos los empleados cuentan con una computadora como herramienta de trabajo, pero dependiendo del tipo de comunicación el e-mail es una herramienta muy útil, ya que representa un medio rápido de comunicación con muchos interlocutores. Es, a la vez, de bajo costo y fácil de personalizar.

Buzón de sugerencias. Es una importante fuente de información si se lo utiliza correctamente y de forma activa. El objetivo es conocer las opiniones y propuestas de los empleados en diversos aspectos: normas, organización, condiciones de trabajo, tareas, relaciones laborales, beneficios sociales.

Videoconferencia. Es una herramienta muy utilizada gracias a su rapidez y bajo costo. Permite conectar a dos o más personas que estén distanciadas geográficamente, evitando desplazamientos y ahorrando así tiempo y dinero.

Intranet. Es una red de comunicación dentro de la empresa. Su instalación es simple y económica, sólo requiere la inversión en infraestructura. Su ventaja principal ser un medio rápido e instantáneo: disponibilidad al instante de la información, material compartido o base de datos de la empresa.”, menciona además (AJE Asturias) “Herramientas más importantes para la difusión de información dentro de una empresa son los siguientes:

El Manual del empleado: Se encuentra la información necesaria para que el empleado logre un excelente desempeño en sus funciones como también las condiciones y reglamentos de la empresa.

Comunicaciones escritas: Los memorandos (o escritos que deben ser recordados)son un medio útil de transmitir los cambios que se produzcan en las distintas políticas y procedimientos de la empresa.

Boletín Informativo: Consiste en una pequeña publicación mensual en donde se puede encontrar información de acontecimientos importantes de reuniones y cambios de puestos de trabajo o novedades de la organización.

Comunicación electrónica: El correo electrónico o e- mail es un sistema mediante el cual los distintos empleados de una empresa pueden comunicarse entre sí a través de

mensajes electrónicos escritos que son enviados mediante los terminales de las computadoras personales conectados a una red.

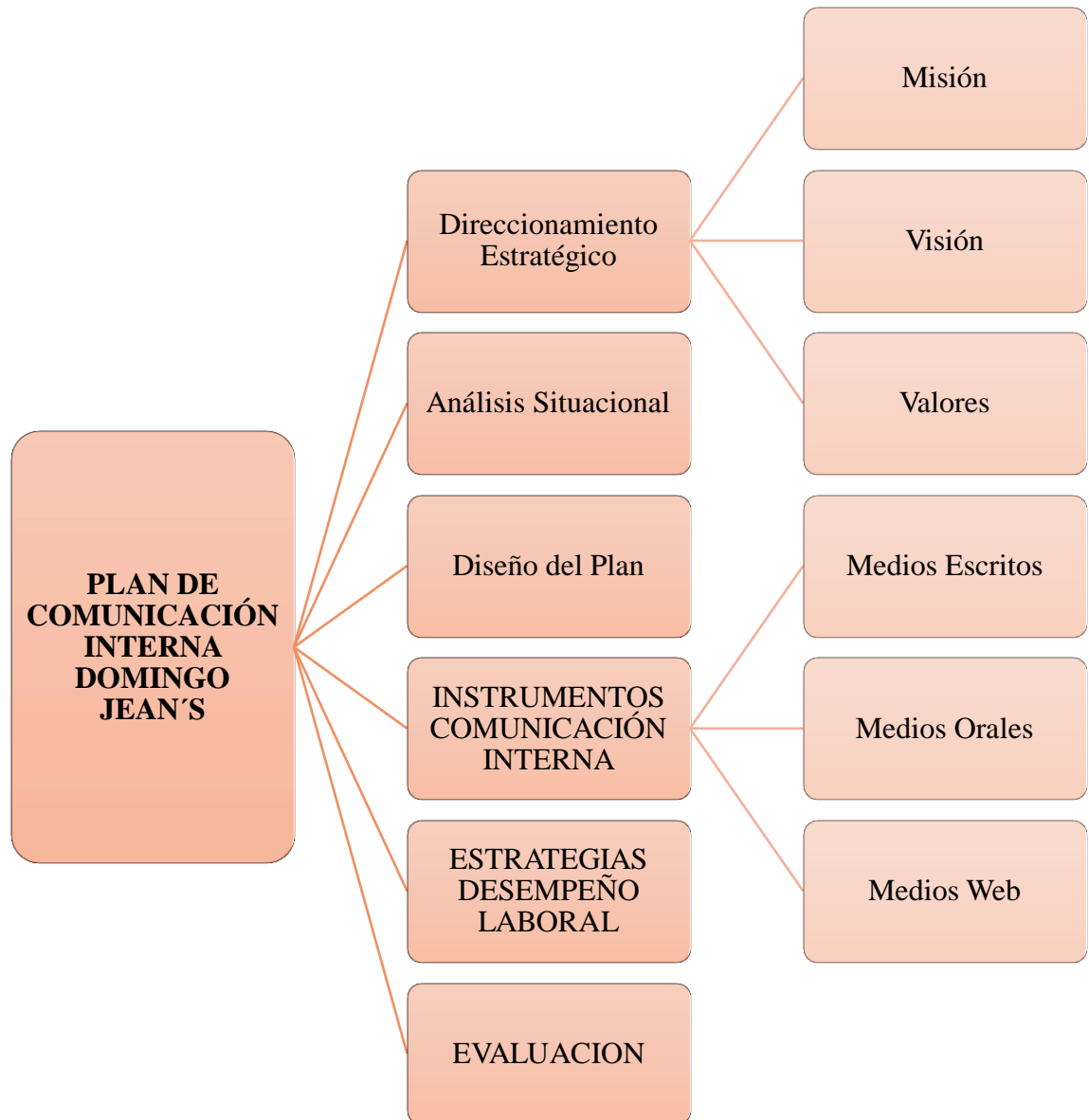
Portal del Empleado/ INTRANET. Los usuarios mas frecuentes de la Intranet son el personal de las oficinas y los mandos intermedios. Por eso en las empresas en las que exista personal de fábrica o personal que no tenga acceso ordinario a ordenadores habrá que implantar otra herramienta de comunicación eficaz para ellos, como puede ser el tablón de anuncios o el boletín.

Reuniones: Facilitan el dialogo y fomentan las relaciones personales, sobre todo entre empleados que no suelen interactuar entre sí frecuentemente por encontrarse separados. Las reuniones suelen celebrarse a diferentes niveles empresariales. Las reuniones mal planificadas pueden convertirse en una pérdida de tiempo fenomenal que tenga como consecuencia una reducción de la productividad de la empresa.”

Plan de acción

Según “Es el momento en que se determinan y se asignan las tareas, se definen los plazos de tiempo y se calcula el uso de los recursos. Un plan de acción es una presentación resumida de las tareas que deben realizarse por ciertas personas, en un plazo de tiempo específicos, utilizando un monto de recursos asignados con el fin de lograr un objetivo dado El plan de acción es un espacio para discutir qué, cómo, cuándo y con quien se realizaran las acciones.”, menciona además (Scrid) “El plan de acción es una herramienta que facilita llevar a cabo los fines planteados por una organización, mediante una adecuada definición de objetivos y metas.”, finalmente menciona (Sagaon, 2011) “Un plan de acción es una herramienta que proporciona un modelo para llevar a cabo el proceso de acción de una empresa. Conduce al usuario a través de un formato básico de planeación de acción, paso por paso, cubriendo todos los elementos básicos. Siguiendo este formato, cualquier proyecto u organización podrá preparar un plan de acción en el contexto de un marco de una planeación estratégica.”

6.7 MODELO OPERATIVO



Elaborado por: Diana Tubón.

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

MISIÓN

Domingo Jean's es una empresa dedicada al mundo textil, enfocada a satisfacer las necesidades del cliente, con las últimas tendencias de moda en ropa jean; con procesos estrictamente controlados para brindar un producto de calidad.

VISIÓN

Domingo Jean's quiere en el 2019 ser una empresa reconocida en el sector nacional textil, líder en la fabricación, calidad de los productos, ventas, innovación, personal capacitado y tecnología de punta con el fin de posicionarse en el mercado.

VALORES

Valores Morales

- El cliente es nuestro punto de partida
- El cliente siempre tiene la razón
- Trabajo en equipo con eficiencia
- Honestidad y liderazgo en todas las acciones que se realice

Servicio

- Calidad en el servicio
- Orden y disciplina
- Aptitud positiva en el servicio para satisfacer al cliente mediante atención personalizada

Recurso Humano

- Respeto
- Solidaridad
- Amistad
- Integridad
- Igual de oportunidades para todos

Comunicación

- Eficientes relaciones públicas
- Comunicación estratégica
- Gestión de comunicación transparente.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1. Al momento la empresa DOMINGO JEAN´S posee una ineficiente cultura de comunicación, lo que provoca una perdida en cuanto al rendimiento, el enfoque es decir la visión de la empresa y de clientes.
2. Además dificulta la planificación, tener clientes insatisfechos, ya que provocan malos entendidos y se generan conflictos constantes por no tener la información adecuada en el momento preciso.
3. DOMINGO JEAN´S dispone de los recursos empresariales necesarios, contando además con la calidad en los productos y servicios que ofrece, tecnología de punta. Sin embargo el desconocimiento de una adecuada comunicación los perjudica ya que esto implica también en ambiente laboral y la poca participación del cliente interno.

Tabla 26 MATRIZ FODA

Fortalezas	Oportunidades
<p>Disponibilidad de todos los recursos empresariales</p> <p>Calidad de los productos y servicio al cliente</p> <p>Tecnología de punta</p> <p>Precios competitivos en el mercado</p> <p>Amplia cartera de clientes</p>	<p>Apertura de adquisición de materia prima y recursos.</p> <p>Apoyo financiero al sector industrial</p> <p>Apertura de crecimiento del mercado</p> <p>Contactos con proveedores</p>
Debilidades	Amenazas
<p>Ineficiente cultura de comunicación</p> <p>Desconocimiento objetivos organizacionales</p> <p>Inadecuado desempeño laboral</p> <p>Poca capacitación al cliente interno</p>	<p>Competencia</p> <p>Inestabilidad del país</p> <p>Aumento de precios</p> <p>Inflación</p>

Elaborado por: Diana Tubón

Matriz MEFI (matriz de evaluación de factores internos)

Tabla 27 MATRIZ MEFI

Fortalezas	Ponderación	Puntuación de impacto	
Disponibilidad de todos los recursos empresariales	0.15	3	0.45
Calidad de los productos y servicio al cliente	0.15	3	0.45
Tecnología de punta	0.15	3	0.45
Precios competitivos en el mercado	0.05	3	0.15
Amplia cartera de clientes	0.10	3	0.30
Debilidades			
Ineficiente cultura de comunicación	0.10	3	0.30
Desconocimiento de objetivos organizacionales	0.10	3	0.30
Inadecuado desempeño laboral	0.10	3	0.30
Poca capacitación al cliente interno	0.10	3	0.30
TOTAL	1.0		3.00

Elaborado por: Diana Tubón

Puntuación de Impacto

0= Ninguno 3=Alto

1=Bajo 4=Muy alto

2= Medio

ANÁLISIS.

En la matriz de evaluación de factores internos tiene un puntaje de 3, lo que indica que las fortalezas están por encima del promedio, teniendo como resultado que las fortalezas superan a las debilidades con un valor de 1.80, lo cual hay que aprovechar al máximo

los factores internos que posee la empresa y las debilidades tiene un valor de 1.20, las cuales debemos convertirlas en fortalezas.

MATRIZ MEFE (Matriz de evaluación de factor externo)

Tabla 28: MEFE

Oportunidades	Ponderación		
Apertura de adquisición de materia prima y recursos.	0.22	3	0.66
Apoyo financiero al sector industrial	0.16	3	0.48
Apertura de crecimiento del mercado	0.22	3	0.66
Amenazas			
Inestabilidad de país	0.05	3	0.15
Competencia	0.15	3	0.45
Aumento de precios	0.10	3	0.30
Inflación.	0.10	4	0.40
TOTAL	1.0		3.10

Elaborado por: Tubón (2014)

Análisis

En la matriz de evaluación de factores externos de la empresa **DOMINGO JEAN'S** tiene un puntaje de 3.10, lo cual quiere decir que se concentran más en las oportunidades 1.80 y que hay que aprovecharlas al máximo y sacar provecho, en cuanto a las amenazas 1.30 son dejadas de lado.

ESTRATEGIAS FODA

Tabla 29 ESTRATEGIAS FODA

	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1:Disponibilidad de todos los recursos empresariales</p> <p>F2:Calidad de los productos y servicio al cliente</p> <p>F3: Tecnología de punta</p> <p>F4:Precios competitivos en el mercado</p> <p>F5:Amplia cartera de clientes</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1: Ineficiente cultura de comunicación</p> <p>D2:Desconocimiento objetivos organizacionales</p> <p>D3: Inadecuado desempeño laboral</p> <p>D4: Poca capacitación al cliente interno</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O 1: Apertura de adquisición de materia prima y recursos.</p> <p>O2:Apoyo financiero al sector industrial</p> <p>O3:Apertura de crecimiento del mercado</p> <p>O4:Contactos con proveedores</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>Aprovechar la disponibilidad de recursos para la adquisición de materia prima y los recursos necesarios (F1,O1,O4)</p> <p>Aprovechar la tecnología para ofertar productos y servicios de calidad con precios competitivos para la apertura y crecimiento de nuevos mercados (F2,F3,F4,O2)</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>Desarrollo de estrategias para el mejoramiento del Desempeño laboral (d3, D2,O3)</p> <p>Realizar capacitaciones para el cliente interno (D1,D2,D3,D4,O2,O4)</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>A1: Competencia</p> <p>A2:Inestabilidad del país</p> <p>A3: Aumento de precios</p> <p>A4: Inflación</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>Promover el control de calidad en los productos y servicios. (F1,F2,F3, F4, F5,O1,O3)</p> <p>Ofertar los productos, servicios y empresa. (F2,F5,F4,A1,A3)</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>Fomentar una adecuada comunicación interna para contrarrestar la competencia</p> <p>A1, D1,D2</p>

Elaborado por: Diana Tubón

DISEÑO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

El plan de comunicación en la empresa DOMINGO JEAN´S es un instrumento que permitirá mejorar las relaciones entre el personal y a su vez el desempeño laboral.

Público Objetivo

El público objetivo son todas las personas que trabajan en la empresa DOMINGO JEAN´S (cliente interno)




Responsables

Contribuyen a los altos mandos en estos casos jefes de cada área y el gerente.



ELECCIÓN DE MEDIOS COMUNICACIÓN

Para una correcta elección de medios es indispensable el contenido del mensaje, es decir la información que se desea transmitir:




1. Información escrita

-  Memorándum
-  Informes
-  Tablón de anuncios

2. Información electrónica

-  Sitios web
-  Correos electrónicos

3. Información oral

-  Reuniones
-  Entrevistas
-  Teléfono

MEDIO	INFORMACIÓN	PÚBLICO OBJETIVO	RESPONSABLE
ESCRITOS	<ul style="list-style-type: none"> + Memorándum + Informes + Tablón de anuncios 	Cliente interno	Jefe de área o gerente
ELECTRÓNICOS	<ul style="list-style-type: none"> + Sitios web + Correo electrónico + Red social 	Cliente interno	Jefe de área o gerente
ORAL	<ul style="list-style-type: none"> + Reuniones + Entrevistas + Teléfono 	Cliente interno	Jefe de area o gerente

Elaborado por: Diana Tubón

COMUNICACIÓN INTERNA DOMINGO JEAN'S

Objetivo: Promover la comunicación e información en tiempo determinado para mejorar el desempeño laboral en Domingo Jean's.

Objetivos Específicos:

- Contribuir al desarrollo profesional y al cumplimiento eficaz de sus actividades.
- Mejorar el desempeño laboral de Domingo Jean's
- Optimizar los canales de comunicación y el uso frecuente de estos.
- Mejorar las relaciones con el personal y clientes externos.

INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

MEDIOS ESCRITOS

Objetivo: Promover conocimiento interno la empresa para la identificación y compromiso del personal de Domingo Jean´s.

A. MISIÓN, VISIÓN, PRINCIPIOS Y VALORES:

Periodicidad: De forma continua a lo largo del año.

Formato:

- Tríptico que se entrega al personal.
- Tablones de anuncios
- Cartelones en los pasillos de la empresa.

Personal Implicado: Toda la empresa.

Personal Destinatario: Todos el personal de la empresa.

B. PRODUCTOS ACTUALES Y NUEVOS

Periodicidad: Tiempos determinados según actualización de catálogo o inducción a personal.

Formato:

- Volantes de soporte que se entrega al personal.
- Presentaciones con imágenes y gráficos.
- Reuniones.

Personal Implicado: Toda la empresa.

Personal Destinatario: Todos el personal de la empresa.

C. EVENTOS, INNOVACIÓN, INFORMACIÓN.

Periodicidad: Tiempos determinados según actualización de información.

Formato:

- Volantes de soporte que se entrega al personal.
- Reuniones.

Personal Implicado: Toda la empresa.

Personal Destinatario: Todos el personal de la empresa.

INSTRUMENTO ESCRITOS

➤ **Memorándums**

Descripción

Los memorándums son un medio de comunicación interna que permite difundir información de forma clara y precisa. Su fácil información ofrece la oportunidad que todos los miembros de la empresa conozcan el quehacer de la institución, como por ejemplo: convocatoria de reuniones, normativas, reglamentos, resoluciones, objetivos entre otros.

Modelo de memorándums

- Para los memorándum deberá ser impresas en hojas de papel bond de A4 de 75 gramos, estableciendo los numero N° 01 según corresponda.
- Firmas de la persona que emite el memorándum
- Firma de la persona que recibe
- Sello de la empresa
- Asunto
- Fecha



N°

MEMORÁNDUM

Lugar y fecha de Emisión

PARA:
(Nombre y Cargo)

ASUNTO:

De mi consideración:

Detallar información a comunicar

Atentamente,
Emisor (Nombre Y Cargo)

**Dirección: Pelileo Barrio el Tambo Vía Baños
Teléfono: 2871202**

Elaborado por: Diana Tubón

➤ **Tablón de anuncios**

Descripción

Los tabloneros anuncios constituyen una manera eficaz de transmitir información porque poseen características que llaman la atención del personal. Esto hace que se vuelvan dinámicos, virtuosos, ordenados, etc.

Modelo de tablón de anuncios



Elaborado por: Diana Tubón

➤ **Informe de actividades**

Descripción

Los informes se utilizan para dejar constancia escrita de las actividades realizadas por los miembros de la organización de acuerdo al cargo que desempeñan, pero es el jefe de área o la secretaria la encargada de redactarlas a fin de proporcionar un panorama general sobre el desarrollo de las diversas tareas.

Aplicación

El informe debe estar dirigido al gerente de la institución especificando el asunto del mismo. La persona encargada de elaborar los informes es el jefe de área, la cual recibe la información dependiendo el caso que sea.

Modelo Informe

Para la elaboración de los informes se los imprimirá en hojas de papel bond A4 INEN

- Tendrá el logotipo de la empresa.
- Asunto
- Fecha
- Destinatario



INFORME DE ACTIVIDADES

Dirigido a:

Asunto:

Fecha:

Detalle:

Detallar actividades realizadas y novedades ocurridas en la jornada laboral

Emisor:
(Nombre y cargo)

Dirección: Pelileo Barrio el Tambo Vía Baños
Teléfono: 2871202

Elaborado por: Diana Tubón

➤ **Buzón de sugerencias**


Descripción

El buzón de quejas y sugerencias es un medio de comunicación que permite interactuar al personal de una organización, en el cual las personas pueden dar a conocer sus puntos de vista, opiniones y sugerencias a sus superiores para que sean tomadas en cuenta.

Aplicación

Las quejas y sugerencias podrán referirse a motivos laborales que se desea mejorar se deberá depositar en una ánfora que será revisada semanalmente por el gerente de la empresa.

MODELO DE HOJA

	
QUEJAS Y SUGERENCIAS	
Fecha:	
Detalle:	Detallar la queja o sugerencia que desea aportar.
Emisor:	
Revisado por:	
Dirección: Pelileo Barrio el Tambo Vía Baños Teléfono: 2871202	

Elaborado por: Diana Tubón

MEDIOS ORALES

Objetivo: Establecer contacto directo óptimo con el personal, para crear relaciones y mejorar la participación dentro de Domingo Jean´s.

A. REUNIONES DOMINGO JEAN´S

Descripción

Facilitan el diálogo y fomentan las relaciones interpersonales, el objetivo es tratar temas de interés en relación a la actividad laboral.

Periodicidad: Tiempos determinados establecidos por gerente, directivo o jefe de área.

Formato:

- Material didáctico que se entrega al personal.
- Presentaciones.

Personal Implicado: Toda la empresa.

Personal Destinatario: Todos el personal de la empresa.

Estas reuniones deben ser de esparcimiento y se recomienda realizarlas en un ambiente diferente como, por ejemplo, en una hostería. De esta forma se creará un espacio propicio para la circulación de información, presentación de informes, objetivos organizacionales, proyectos y otros asuntos de interés de la organización. Las reuniones de trabajo lograrán sentido de pertinencia entre los miembros de la empresa.

B. SEMINARIOS, CURSOS O CAPACITACIONES

Periodicidad: Determinado por gerente o jefe de área (cada 6 meses).

Formato:

- Material didáctico que se entrega al personal.
- Presentaciones.
- Juegos
- Participación activa
- Lista de asistencia.

Personal Implicado: Toda la empresa.

Personal Destinatario: Todos el personal de la empresa.

MEDIOS WEB

A. CORREO ELECTRÓNICO

Periodicidad: Manejo todo el tiempo.

Formato:

- Crear un correo para uso exclusivo interno entre las áreas.
- Guía del manejo.

Personal Implicado: Toda la empresa.

Personal Destinatario: Todos el personal de la empresa.

B. PÁGINA WEB

Periodicidad: Manejo todo el tiempo.

Formato:

- Crear una página web de la empresa en la que se publique información para el conocimiento de la empresa, productos, contactos, ubicación, eventos, promociones; etc.

Personal Implicado: Personal capacitado y responsable.

Personal Destinatario: Todo el personal de la empresa y cliente externo.



Elaborado por: Diana Tubón

C. RED SOCIAL

Periodicidad: Manejo todo el tiempo.

Formato:

- Crear una red social, facebook o twitter.

Personal Implicado: Personal capacitado y responsable.

Personal Destinatario: Todos el personal de la empresa y cliente externo.



Elaborado por: Diana Tubón

ESTRATEGIAS DEL DESEMPEÑO LABORAL

🚩 Estrategia 1. Ambiente laboral optimista y adecuado.

Actividades:

- Controlar el lugar donde se desarrollan las actividades y procesos de fabricación.
- Proveer de todos los materiales, instrumentos, implementos de seguridad, etc.
- Promover los valores y principios dentro de la empresa.

Medios de comunicación utilizados:

Escritos:

- Informes de actividades.- en ellos se detallara las actividades del personal, sus requerimientos y necesidades.
- Tablón de anuncios.- se impartirá la información sobre el direccionamiento estratégico de la empresa entre ellos: misión, visión, valores, política de calidad y objetivos de la empresa. También se dará a conocer a los empleados las especificaciones de la producción.

Estrategia 2. Mejorar relaciones personales y laborales

Actividades:

- Promover un acercamiento y conocimiento con cada persona que labora.
- Realizar días de juegos, deportes, trabajo en equipo, eventos.
- Controlar las actitudes del personal y educación.

Medios de comunicación utilizados:

Orales:

- Reuniones Domingo Jean´s.- en estas reuniones el personal podrá dar sus puntos de vista, opiniones, sugerencias y lo más importante serán participes de los objetivos planteados por la organización.

Escritos:

- Tablón de anuncios.- contendrá información sobre actividades de esparcimiento, eventos y otras actividades que se desarrollaran con la finalidad de integrar al personal.
- Buzón de quejas y sugerencias.- se podrá obtener información sobre aspectos a mejorar dentro de la organización.

Medios web:

- Redes sociales.- los miembros de la organización podrán interactuar e intercambiar información.

Estrategia 3. Control del desempeño laboral

Actividades:

- Controlar el desempeño laboral de cada persona en sus diferentes áreas.
- Conocer sus necesidades de desarrollo profesional y personal.

- Proponer mejoras y soluciones.

Medios de comunicación utilizados:

Escritos:

- Informes de actividades.- se detallara las actividades laborales realizadas por el personal, su producción diaria, material requerido y maquinaria utilizada.
- Buzón de sugerencias.- el personal podrá expresar sus quejas, sugerencias y otras aportaciones sobre las condiciones laborales en las que se desenvuelve con la finalidad de aportar a la mejora de las mismas.

 **Estrategia 4. Motivación Laboral**

Actividades:

- Incentivar al personal que trabaje eficazmente por medio de bonos, comisiones, certificados, reconocimientos, etc.
- Demostrar la posibilidad de mejora de sueldos.
- Crear una relación activa entre personal y gerente o directivos.
- Desarrollar sentido de pertenencia

Medios de comunicación utilizados:

Escritos:

- Tablón de anuncios.- contendrá información sobre actividades de esparcimiento, eventos y otras actividades que se desarrollaran con la finalidad de integrar al personal.

Medios web:

- Redes sociales.- la gerencia dará a conocer objetivos organizacionales.
- Correo electrónico.- se enviara notificaciones al personal sobre incentivos y los volúmenes de producción propuestos para los siguientes periodos.

Oral:

- Reuniones de trabajo.- se desarrollaran cuando el gerente o jefe de área tenga la necesidad de ponerse en contacto con el personal, se informara sobre los objetivos organizacionales, misión, visión y otros aspectos necesarios para incentivar al personal a su mejor desempeño laboral generando sentido de pertenencia.
- Entrevistas.- el gerente o jefe de área tendrá contacto directo con un empleado en el cual podrá dar a conocer lo que espera de su desempeño laboral, felicitarle e incentivarle a mejorar y a contribuir al desarrollo de la empresa.

✚ Estrategia 5. Capacitación y Conocimiento**Actividades:**

- Realizar capacitaciones según las necesidades intelectuales y prácticas del personal.
- Promover el aprendizaje entre empleados, trabajo en conjunto.
- Promover e incentivar el desarrollo profesional y personal, por medio de apoyo textual de horarios asistencia de universidad y cursos extra particulares.

Medios de comunicación utilizados:**Escritos:**

- Tablón de anuncios.- contiene información sobre capacitaciones, y sus especificaciones necesarias para ser partícipes de las mismas.

Medios web:

- Redes sociales.-se dará a conocer los eventos de capacitación y las oportunidades que esto representa.
- Correo electrónico.- se enviara notificaciones al personal sobre incentivos

EVALUACION DEL PLAN DE COMUNICACION

Para la evaluación del plan de comunicación interna se utilizara el siguiente cuestionario y se aplicara a todos los clientes internos de la empresa Domingo Jean´s.

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA APLICACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivo: conocer la opinión de los clientes internos sobre los resultados obtenidos por la aplicación del plan de comunicación en la empresa Domingo Jean´s.

Recomendación: conteste con la mayor sinceridad a las siguientes preguntas.

1. ¿Tiene usted conocimiento sobre el plan de comunicación implementado en la empresa?

Si _____

No _____

2. ¿Considera usted que el plan de comunicación aplicado tuvo un impacto positivo en su desempeño laboral?

Si _____

No _____

Porqué? _____

3. ¿Los medios de comunicación implementados facilitaron sus actividades laborales?

Si _____

No _____

4. ¿Cree usted que el plan de comunicación aplicado género mayor sentido de pertenencia en usted?

Si _____

No _____

<p>5. ¿Cuál fue su actividad preferida para integrarse con sus compañeros de trabajo?</p> <p>Reuniones _____</p> <p>Capacitaciones _____</p>
<p>6. ¿Qué aspecto considera usted se debe tomar en cuenta para mejorar el plan de comunicación interna?</p> <p>Económico _____</p> <p>Motivación _____</p> <p>Capacitación _____</p>
<p>7. ¿Se siente satisfecho con los resultados alcanzados por la aplicación del plan de comunicación interna?</p> <p>Si _____</p> <p>No _____</p>

6.8 PROGRAMA DE ACCIÓN

Tabla 30 Programa De Acción

Estrategias	Objetivos	Actividades	Medios	Tiempo		Responsables	Costo \$
Ambiente laboral optimista y adecuado.	Promover un buen ambiente de trabajo en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el lugar donde se desarrollan las actividades y procesos de fabricación. • Proveer de todos los materiales, instrumentos, implementos de seguridad, etc. • Promover los valores y principios dentro de la empresa. 	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	20/10/2014	31/10/2014	Gerente	50.00
Relaciones personales y laborales	Promover las buenas relaciones interpersonales entre el personal de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Promover un acercamiento y conocimiento con cada persona que labora. • Realizar días de juegos, deportes, trabajo en equipo, eventos. • Controlar las actitudes del personal y educación. 	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	6/11/2014	24/11/2014	Gerente y responsable designado	150.00
Control desempeño laboral	Mejorar la fluidez de información y participación del personal.	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el desempeño laboral de cada persona en sus diferentes áreas. • Conocer sus necesidades de desarrollo profesional y personal. • Proponer mejoras y soluciones. 	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	25/11/2014	15/12/2014	Gerente y responsable designado	50.00

Motivación Laboral	Mejorar el desempeño laboral.	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar al personal que trabaje eficazmente por medio de bonos, comisiones, certificados, reconocimientos. • Crear una relación activa entre personal y gerente o directivos. 	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	16/12/2015	23/12/2015	Gerente y responsable designado	100.00
Capacitación y Conocimiento	Proveer factibilidad de ejecución de la propuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar capacitaciones según las necesidades intelectuales y prácticas del personal. • Promover el aprendizaje entre empleados, trabajo en conjunto. • Promover e incentivar el desarrollo profesional y personal, por medio de apoyo textual de horarios asistencia de universidad, cursos extra particulares, etc. 	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	5/01/2015	10/01/2015	Gerente, contadora, y responsable designado	300,00

Elaborado por: Diana Tubón

6.9 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

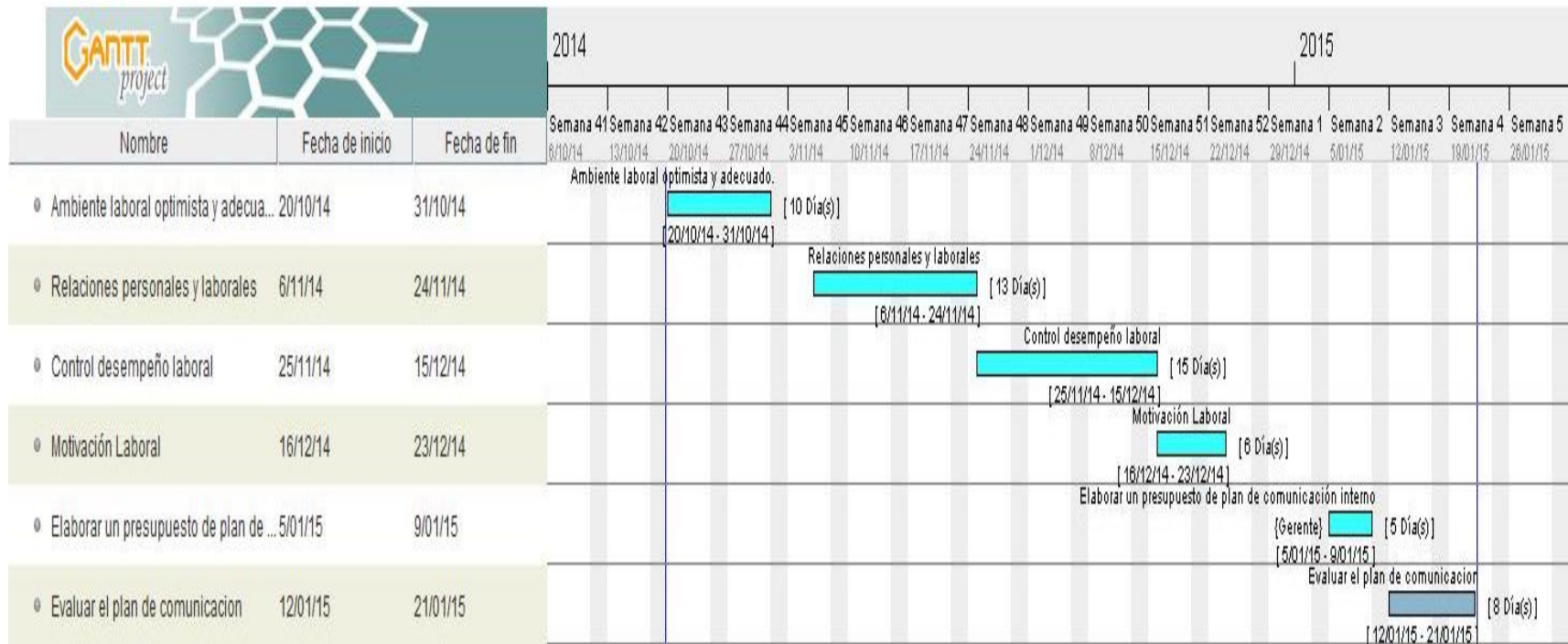
6.9.1 Presupuesto

Tabla 31 Presupuesto

DESCRIPCIÓN	COSTO
Materiales y suministros de oficina	50,00
Diseño de plan de comunicación	100,00
Medios de comunicación	150,00
Estrategias del desempeño laboral	200,00
Evaluación	150,00
Total	\$ 650,00

Elaborado por: Diana Tubón

6.9.2 Cronograma



Elaborado por: Diana Tubón

6.10 EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA Y CONTROL DEL PLAN

La propuesta será evaluada constantemente por los responsables asignados; además se controlara el cumplimiento de los objetivos por medio de la siguiente matriz.

Tabla 32 Matriz de Monitoreo y Evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	Gerente.
¿Por qué Evaluar?	Para verificar si se está cumpliendo con la propuesta y los objetivos
¿Para qué Evaluar?	Para medir el grado de factibilidad que ha tenido la propuesta.
¿Con qué criterios?	Teniendo en cuenta la eficacia, eficiencia, calidad y desarrollo de la empresa.
Indicadores	Cuantitativos y Cualitativos.
¿Qué evaluar?	Los objetivos establecidos dentro de la propuesta.
¿Quién evalúa?	Gerente
¿Cuándo evaluar?	Al final de la aplicación de la propuesta
¿Cómo evaluar?	Proceso metodológico.
¿Con qué evaluar?	Encuesta e investigación de campo.

Elaborado por: Diana Tubón

Bibliografía

- ✚ Adler, R. Y. (2005). *Comunicacion organizacional*. Continental.
- ✚ Alvarez, T., & Caballero, m. (2004). *Vendedores de imagen, los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*. Hill interamericana.
- ✚ Andrade Horacio. (2005). *Comuniaccaion organizacional interna: proceso, diciplina y tecnica*. España: ges biblo s.l.
- ✚ Arizcuren, A. (2008). *Guia de buenas practicas de comunicacion interna*. Madrid: Feaps.
- ✚ Asociacion española para la calidad. (2013). *La gestion del talento*. Madrid.
- ✚ Baquero Corrales A. (2005). *Administracion del recurso humano*. Costa rica: Universidad estatal.
- ✚ Blanco Prieto. (2007). *Trabajadores competentes: introducción y reflexiones sobre la gestión de recursos humanos por competencias*. Madrid: Graficas dehon.
- ✚ Bohórquez. (2003). *Manual de administracion de recursos humanos*. Monte Avila editores.
- ✚ Boland Lucrecia. (2005). *Funciones de la administración*. Argentina: Eduins.
- ✚ Brunet, L. (2002). *El clima de trabajo en las organizaciones: definicion diagnostico y consecuencias*. Francia: trillas.
- ✚ Carretón, M. C. (2007). *Las relaciones públicas en la comunicación interna de la banca española*. España: Netbiblo.
- ✚ Cecil Wendel, L. L. (2011). *Desarrollo organizacional*. Continental.

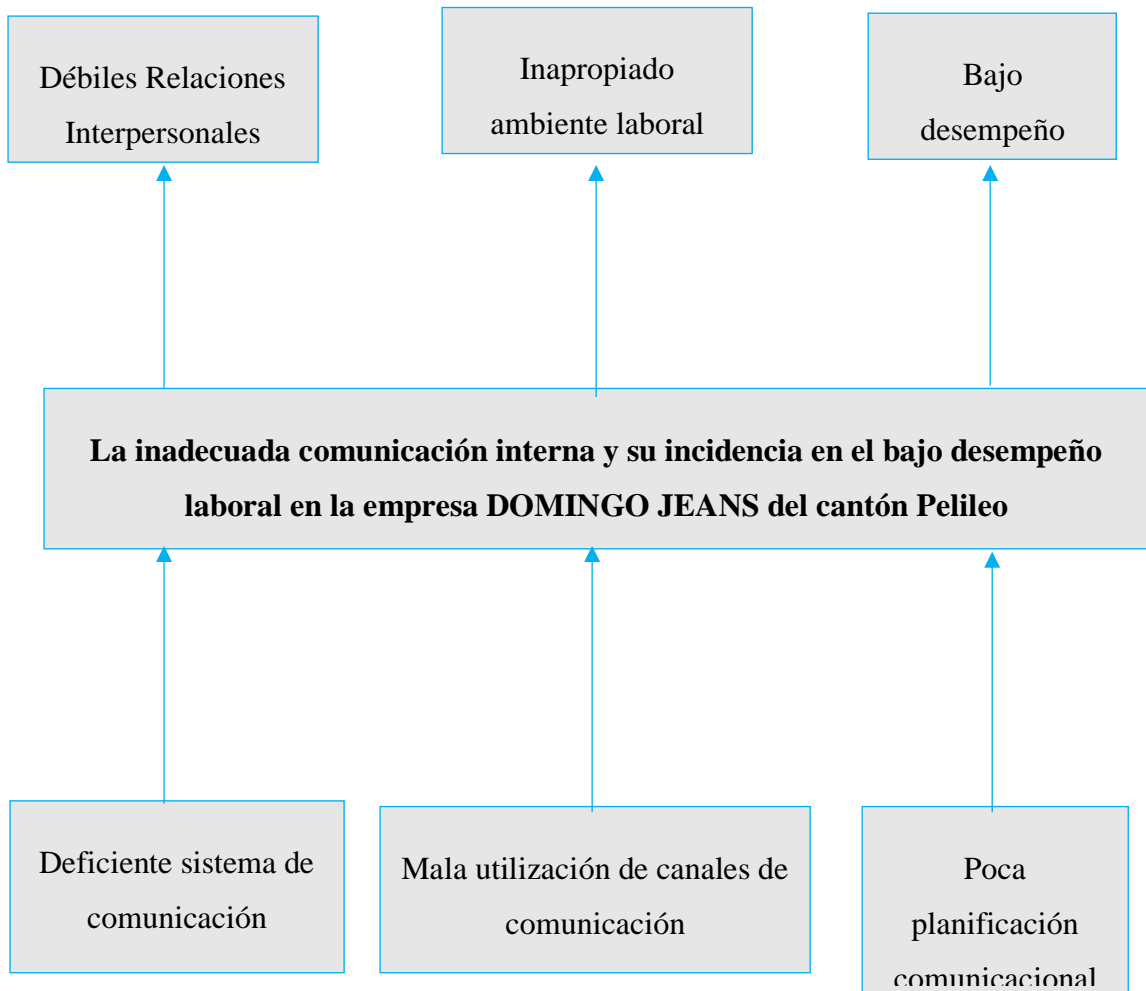
- ✚ Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humano*. Estados unidos: Mc. Graw hil.
- ✚ Chiavenato, I. (2005). *Introduccion a la teoria de la administracion*. Mexico: Mg graw hill.
- ✚ Chiavenato, I. (2009). *Gestion del talento humano tercera edicion*. Mexico: Mg graw hill.
- ✚ Diaz, C. Y. (2003). *Clima organizacional de las empresas*. Madrid: Gili.
- ✚ Eduardo Amoros. (2008). *Comportamiento organizacional*. Perú: Usat.
- ✚ Enrique Madroñero Morales Soler. (2008). *La comunicacion de la comunicacion empresarial*. Barcelona: Servei.
- ✚ Faria Achilles, F. (2004). *Desarrollo organizacional enfoque integral*. Mexico: Limusa.
- ✚ Garcia Jimenez, J. (2006). *La comunicaion interna*. Madrid: Diaz de santos.
- ✚ Gomez Marcelo, M. (2006). *Introduccion a la metodologia de la investigacion cientifica*. Cordoba: Brujas.
- ✚ Gonzales, A. (2006). *Metodos de compensacion basados en competencias*. Barranquilla: Uninorte.
- ✚ Guzman Patricia. (2006). *Comunicación empresarial*. Bogota: Ecoe Ediciones S.A.
- ✚ Hurtado, B. V. (2008). *Sistema de gestion integral*. Colombia: Editorial Universidad de antioquia.
- ✚ Lacasa, A. (2004). *Gestion de la comunicacion empresarial*. España: Gestion 2000.

- ✚ Mantilla Anabell. (2012). *La administración del talento humano y el desempeño laboral de los trabajadores de molinos miraflores*. Ambato.
- ✚ Medina, W. (2009). *Manual de administración de recursos humanos*. Ucab.
- ✚ Mendez Alvarez, c. (2006). *Clima organizacional en colombia*. Colombia: Centro editorial.
- ✚ Merizalde. (2002). *Gestión del talento humano basado en competencias*. Centro de investigaciones.
- ✚ Morales Cartaya, a. (2009). *Capital humano*. Habana: Editora politica.
- ✚ Morales Serrano, f. (2007). “*Comunicación interna*”, “*Dirección de comunicación empresarial e institucional*”. Amorrortu.
- ✚ Newstron y Davis. (2002). *Comportamiento humano en el trabajo*. Mexico: Mg graw hill.
- ✚ Ocampo. (2001). *Comunicación empresarial*. Pretince hall.
- ✚ Ongallo, C. (2007). *Manula de comunicacion*. Madrid: Dykinson s.i.
- ✚ Pace, D. B. (2007). *Comunicación en un mundo cambiante*. Legis serie empresarial.
- ✚ Pozo, M. (2000). *Gestion de la comunicacion interna en las organizaciones*. Eunsa.
- ✚ Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional. Teoría y práctica*. Mexico: Prentice-hall inc.
- ✚ Robbins, S. P. (2005). *Administración*. México: Pearson prentice hall.
- ✚ Rodriguez, L. D. (2008). *Comunicacion de empresa en entornos turbulentos*. Madrid: Esic editorial.

- ✚ Romero Leticia. (2009). *Metodologia de invetigacion en ciencias sociales*. Mexico: Mexico.
- ✚ Vargas Hernandez j. (2007). *La culturocracia organizacional en mexico*. Mexico: Edicion electronica.
- ✚ Vertice, E. (2008). *Comunicacion interna*. Malaga: Vertice.
- ✚ Wayne Mondy, r. M. (2005). *Administracion de recursos humanos*. Mexico: Pretince hall inc.
- ✚ Wendell L. French., c. H. (2005). *Desarrollo organizacional*. Mexico: Hall hispanoamerica.

ANEXOS

ANEXO 1. Árbol de Problemas



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diana Tubón

ANEXO 2. Encuesta aplicada



FORMULARIO DE ENCUESTAS DIRIGIDO AL PERSONAL DE

LA EMPRESA DOMINGO JEAN'S DE LA CANTON DE PELILEO

OBJETIVO: El objetivo de esta encuesta es conocer si la comunicación interna aplicada dentro de la empresa influye en el desempeño laboral de la empresa Domingo Jean's del cantón de Pelileo.

Buenos días soy estudiante de la UTA por favor sírvase en llenar la siguiente encuesta, su colaboración me ayudara a cumplir mi objetivo propuesto.

INSTRUCCIONES: Marque con una X en la respuesta que Ud. considere pertinente.

1. ¿Su jefe le informa cuando hay cambios en las prioridades de tu trabajo?

Nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

2. ¿Existen espacios donde su jefe discute contigo los objetivos y problemas de tus tareas?

Nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

3. ¿Recibe la información necesaria para desarrollar correctamente su trabajo?

Nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

4. ¿Se le informa regularmente sobre los objetivos y logros de la empresa?

Nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

5. ¿Qué medio comunicación es el más utilizado en el proceso de comunicación dentro de la empresa?

- Oral _____
Escrito _____
Digital _____

6. ¿Existen malos entendidos dentro de la empresa por la utilización de medios de comunicación informales?

Nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

7. De los siguientes aspectos cuales considera Ud. que es el principal objetivo de la comunicación interna?

- Integrar _____
Comprometer _____
Motivar _____

8. ¿Considera Ud. que la comunicación ayuda a mejorar la coordinación de tareas?

- SI _____
NO _____

9. De los siguientes aspectos cuales considera Ud. que el personal debe conocer para tener sentido de pertenencia de la empresa?

- Misión _____
Estados financieros _____
Objetivos _____

10. ¿La comunicación entre el personal ayuda al cumplimiento de los objetivos organizacionales?

Nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

11. ¿Qué factores considera que la empresa debe tomar en cuenta para mejorar su desempeño?

- Ambiente laboral _____
Remuneración _____
Capacitación _____

12. ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera Ud. que se deben evaluar para medir su desempeño?

- Nivel de producción _____
Puntualidad _____

13. ¿Es evaluado su desempeño laboral dentro de la empresa?

Nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

14. ¿En qué medida considera Ud. que su desempeño aporta al progreso de la empresa?

- Bajo _____
Medio _____
Alto _____

15. ¿Su desempeño dentro de la empresa es:

- Malo _____
Regular _____
Bueno _____
Excelente _____

16. ¿Recibe incentivos por el desempeño de su trabajo?

Nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

17. ¿Es preciso capacitarse adicionalmente para mejorar su desempeño?

Nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

18. Sus funciones y responsabilidades están bien definidas para desempeñar su trabajo.

- Si _____
No _____

GRACIAS POR SU COLABORACION

