



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**“EL PLAN DE COMUNICACIÓN LABORAL COMO  
ELEMENTO CLAVE PARA LA GENERACIÓN DE UN CLIMA  
LABORAL POSITIVO.”**

**AUTOR: ONCE ESCALANTE ANDREA FERNANDA  
TORRES MERCHAN MICHELLE LIZBETH**

**TUTOR: MSC. JOSE FLORES SANCHEZ**

**GUAYAQUIL, SEPTIEMBRE 2017**



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

II



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	<b>EL PLAN DE COMUNICACIÓN LABORAL COMO ELEMENTO CLAVE PARA LA GENERACIÓN DE UN CLIMA LABORAL POSITIVO</b>		
<b>AUTOR(ES):</b>	TORRES MERCHAN MICHELLE LIZBETH ONCE ESCALANTE ANDREA FERNANDA		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	ECON. LALAMA FRANCO ROMA, MGS. ING. TRIVIÑO BLOISSE SORAYA YAMIL, MGS. AB. FLORES SANCHEZ JOSE, MSC		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>			
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	INGENIERIA COMERCIAL		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	29/09/2017	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	66
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	GESTION		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	COMUNICACIÓN, GESTION, CLIMA LABORAL		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b>	Las empresas cada día se enfrentan a un mercado altamente competitivo, por lo cual buscan implementar nuevos métodos de trabajo y herramientas de gestión que les permita responder ante este mercado. En Plastiuniversal S.A. se ha utilizado la técnica de la encuesta para identificar los problemas en su flujo de comunicación, tales como: falta de información o información que no es proporcionada a tiempo. El 50% y 40% de sus empleados administrativos y de producción respectivamente, han calificado como regular a la comunicación de la compañía, la cual es un elemento clave para la generación de un clima laboral positivo, bajo esta perspectiva se ha levantado un plan de comunicaciones que describe cada evento de comunicación, con su respectivo propósito, método y frecuencia para que la información se distribuya en forma organizada y a tiempo.		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0983229086	E-mail: lismi_249@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Msc. Jose Flores Sanchez		
	<b>Teléfono:</b> 0997364583		
	<b>E-mail:</b> jflores_sanchez@hotmail.com		



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD**

Habiendo sido nombrado **JOSE ALEJANDRO FLORES SANCHEZ, MSC**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **ANDREA FERNANDA ONCE ESCALANTE C.C. 0704522606 Y MICHELLE LIZBETH TORRES MERCHAN C.C. 0930871314**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERIA COMERCIAL.

Se informa que el trabajo de titulación: **“EL PLAN DE COMUNICACIÓN LABORAL COMO ELEMENTO CLAVE PARA LA GENERACION DE UN CLIMA LABORAL POSITIVO”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND quedando el 2% de coincidencia.

**FLORES SANCHEZ JOSE ALEJANDRO**  
MAGISTER EN DERECHO CONSTITUCIONAL  
C.I. 0913725347



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

Guayaquil, 29 de Septiembre del 2017

**ING. MELVIN LÓPEZ FRANCO, MAE  
DIRECTOR DE CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
Ciudad.-**

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación “EL PLAN DE COMUNICACIÓN LABORAL COMO ELEMENTO CLAVE PARA LA GENERACION DE UN CLIMA LABORAL POSITIVO” de los estudiantes ANDREA FERNANDA ONCE ESCALANTE Y MICHELLE LIZBETH TORRES MERCHAN, indicando han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

---

FLORES SANCHEZ JOSE ALEJANDRO, MSC.  
C.I. 0913725347



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

v

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL  
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, **MICHELLE LIZBETH TORRES MERCHAN** con C.I. No. 0930871314, Yo, **ANDREA FERNANDA ONCE ESCALANTE** con C.I. No. 0704522606 certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “EL PLAN DE COMUNICACIÓN LABORAL COMO ELEMENTO CLAVE PARA LA GENERACION DE UN CLIMA LABORAL POSITIVO” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

---

**MICHELLE LIZBETH TORRES MERCHAN**

**C.I. No. 0930871314**

---

**ANDREA FERNANDA ONCE ESCALANTE**

**C.I. No. 0704522606**

\*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**“EL PLAN DE COMUNICACIÓN LABORAL COMO ELEMENTO CLAVE  
PARA LA GENERACION DE UN CLIMA LABORAL POSITIVO”**

**Autor: Once Escalante Andrea Fernanda**

**Torres Merchan Michelle Lizbeth**

**Tutor: Msc. Jose Flores Sanchez**

**RESUMEN**

Las empresas cada día se enfrentan a un mercado altamente competitivo, por lo cual buscan implementar nuevas métodos de trabajo y herramientas de gestión que les permita responder ante este mercado. En Plastiuniversal S.A. se ha utilizado la técnica de la encuesta para identificar los problemas en su flujo de comunicación, tales como: falta de información o información que no es proporcionada a tiempo. El 50% y 40% de sus empleados administrativos y de producción respectivamente, han calificado como regular a la comunicación de la compañía, la cual es un elemento clave para la generación de un clima laboral positivo, bajo esta perspectiva se ha levantado un plan de comunicaciones que describe cada evento de comunicación, con su respectivo propósito, método y frecuencia para que la información se distribuya en forma organizada y a tiempo. De esta forma la comunicación contribuye a un clima laboral positivo porque la fluidez de la información genera buena imagen y permite la transmisión de las estrategias operacionales.

**Palabra Clave:** empresa, comunicación, plan



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**THE LABOR COMMUNICATION PLAN AS A KEY ELEMENT FOR THE GENERATION OF A  
POSITIVE LABOR CLIMATE**

**Autor: Once Escalante Andrea Fernanda**

**Torres Merchan Michelle Lizbeth**

**Tutor: Msc. Jose Flores Sanchez**

**ABSTRACT**

Companies are facing a highly competitive market every day, so they seek to implement new working methods and management tools that allow them to respond to this market. At Plastiuniversal S.A. the survey technique has been used to identify problems in their communication flow, such as: lack of information or information that is not provided on time. 50% and 40% of its administrative and production employees, respectively, have qualified as a regular communication company, which is a key element for generating a positive working environment. Communications that describes each communication event, with its purpose, method and frequency so that the information is distributed in an organized and timely manner. In this way communication contributes to a positive working environment because the fluidity of information generates a good image and allows the transmission of operational strategies.

**Key words:** Company, communication, plan



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**TABLA DE CONTENIDO**

RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDO.....	xiii
Figuras.....	xiv
Introducción .....	15
Diseño Teórico.....	16
Planteamiento del problema.....	16
Formulación y sistematización del problema .....	16
Objetivos .....	17
Objetivo general.....	17
Objetivos específicos .....	17
Hipótesis .....	17
Diseño metodológico. ....	18
Métodos del nivel teórico.....	18
Métodos del nivel empírico .....	18
La encuesta.....	19
Métodos estadístico matemáticos. ....	19



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

Tipo de investigación.....	19
Investigación Mixta: cuantitativa-cualitativa.....	19
Alcance de la investigación .....	19
Población y muestra.....	19
Novedad de lo que se investiga.....	20
Significación social y pertinencia de lo que se investiga.....	20
El plan de comunicaciones es un hecho aislado aún en las empresas ecuatorianas, realizar una investigación que realice la correlación del plan de comunicaciones y el clima laboral promovería su uso dentro de las organizaciones.....	20
Significación práctica de lo que se investiga. ....	20
Capítulo I .....	21
Marco teórico metodológico de la investigación .....	21
1.1. Antecedentes del problema que se investiga.....	21
1.2. Fundamentos teóricos.....	22
La fundamentación teórica de esta investigación acerca del plan de comunicaciones como elemento clave para la generación de un clima laboral positivo está dada por: .....	22
1.2.1. Definición de Clima laboral.....	22
1.2.2. Las empresas dependen de los empleados. ....	23
1.2.3. Formas de manifestar la insatisfacción laboral.....	23



Universidad de Guayaquil

X

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

1.2.4. El rol estratégico de la gestión del talento humano .....	24
1.2.5. Autorrealización de las personas. ....	25
1.2.6. Dependencia de los empleados. ....	26
1.2.7. Modelo causal de la satisfacción laboral. ....	26
1.2.8. Variables relacionadas a la satisfacción laboral.....	27
1.2.9. Trabajo en equipo y satisfacción laboral. ....	28
1.2.10. La felicidad y satisfacción laboral por edades. ....	29
1.2.10. Medición del clima laboral. ....	29
1.2.11. Influencia del clima laboral .....	30
1.2.12. Definición de cultura laboral. ....	32
1.3. La comunicación corporativa.....	33
1.3.1. Gestión de la comunicación en las organizaciones.....	33
1.3.2. Planeación estratégica de la comunicación.....	34
1.3.3. Géneros de la comunicación organizacional.....	35
1.3.5. Estructura de la comunicación .....	35
1.3.6. Definición de Plan de Comunicación .....	37
1.4. Marco legal .....	37
1.4.1. Constitución de la República del Ecuador. ....	37



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

1.4.2. Código de Trabajo.....	38
1.4.3. Objetivos Nacionales para el Buen Vivir.....	39
1.4.4. Resolución 513.....	40
1.4.5. Comunicación digital del SRI.....	40
1.5. Fundamentos metodológicos.....	41
1.5.1. Tipo de investigación.....	41
1.5.2. Investigación exploratoria.....	41
1.5.3. La observación. ....	41
1.5.4. Encuesta .....	42
1.6. Identificación y conceptualización de los términos básico. ....	42
1.7. Variables de la Investigación. ....	42
1.8. Operacionalización de las variables .....	42
Capítulo II.....	44
Diagnóstico del estado actual de la problemática que se investiga. ....	44
2.1. Explicación de los resultados obtenidos mediante los métodos aplicados. ....	44
2.2. Consolidado del resultado de las encuestas .....	54
Capítulo III.....	55
Propuesta de solución al problema .....	55



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

3.1. Título de la propuesta.....	55
3.2. Características esenciales de la propuesta.....	55
3.3. Requerimientos de Comunicación .....	55
3.4. Plan de Comunicaciones .....	56
3.4. Matriz de la comunicación.....	58
3.5. Proceso de Comunicación Interna .....	60
El plan de comunicaciones esta definido pero se debe actualizar mensualmente o semanalmente de acuerdo a las necesidades de la empresa Plastiuniversal S.A, bajo el siguiente diagrama de flujo de proceso.....	60
Conclusiones.....	61
Recomendaciones.....	62
Bibliografía .....	63
Apéndice 1 Géneros de la comunicación organizacional .....	65
Apéndice 2 Formato de Encuesta .....	66



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Variables del modelo causal de la satisfacción laboral .....	25
Tabla 2 Operacionalización de las variables.....	32
Tabla 3 Relación laboral.....	33
Tabla 4 Percepción de la promoción del trabajo en equipo .....	34
Tabla 5 Nivel de comunicación.....	35
Tabla 6 Calidad de ambiente de trabajo .....	36
Tabla 7 Nivel de definición de funciones de los empleados .....	37
Tabla 8 Nivel de recepción de información .....	38
Tabla 9 Incumplimiento por falta de información .....	39
Tabla 10 Factores que afectan el clima laboral .....	40
Tabla 11 Nivel de conocimiento del organigrama, visión y misión de la empresa.....	41
Tabla 12 Factores que mejorarían el clima laboral .....	42
Tabla 13 Requerimiento de Información por cargo.....	43
Tabla 14 Plan de Comunicaciones.....	44
Tabla 15 Matriz de Comunicación .....	45



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**INDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Relación laboral .....	14
Figura 2 Percepción de la promoción del trabajo en equipo.....	15
Figura 3 Nivel de comunicación.....	16
Figura 4 Calidad de ambiente de trabajo.....	17
Figura 5 Nivel de definición de funciones de los empleados.....	18
Figura 6 Nivel de recepción de información .....	19
Figura 7 Incumplimiento por falta de información .....	20
Figura 8 Factores que afectan el clima laboral.....	21
Figura 9 Nivel de conocimiento del organigrama, visión y misión de la empresa.....	22
Figura 10 Factores que mejorarían el clima laboral.....	23
Figura 11 Estructura de la comunicación .....	40

## Introducción

Las empresas cada día se enfrentan a un mercado altamente competitivo, por lo cual buscan implementar nuevos métodos de trabajo y herramientas de gestión que les permita responder ante este mercado. La comunicación efectiva se ha convertido en un factor determinante para mantener un buen ambiente de trabajo, ya que reduce el número de conflictos en los procesos y en las relaciones laborales.

Morató (2016) la dimensión estratégica de la comunicación en las organizaciones también conlleva que la planificación comunicativa tiene que partir de las políticas y las estrategias generales de la organización, pero también quiere decir que la comunicación ha de estar presente en la definición de la estrategia corporativa.

En Plastiuniversal S.A. se ha utilizado la técnica de la encuesta para identificar los problemas en su flujo de comunicación, tales como: falta de información o información que no es proporcionada a tiempo. El 50% y 40% de sus empleados administrativos y de producción respectivamente, han calificado como regular a la comunicación de la compañía, la cual es un elemento clave para la generación de un clima laboral positivo, bajo esta perspectiva se ha levantado un plan de comunicaciones que describe cada evento de comunicación, con su respectivo propósito, método y frecuencia para que la información se distribuya en forma organizada y a tiempo. De esta forma la comunicación contribuye a un clima laboral positivo porque la fluidez de la información genera buena imagen y permite la transmisión de las estrategias operacionales.

## **Diseño Teórico**

### **Planteamiento del problema**

El mercado actual es altamente competitivo por la globalización que permitió el acceso a muchos beneficios, pero así también las empresas necesitan realizar cambios importantes para atender un mercado más exigente porque ahora cuenta con un abanico de opciones que le dan lugar a elegir el dónde realizar su consumo de acuerdo a varios factores a los que la empresa debe reaccionar velozmente.

En la empresa Plastiuniversal SA. se estima que el clima laboral negativo es producto de una débil comunicación, debido a que la falta de información o información equívoca genera conflictos entre los empleados porque provocan reprocesos dentro de sus actividades.

Las organizaciones diariamente deben reaccionar ante situaciones no deseadas en la gestión y además velar por el éxito de la ejecución de las actividades que son parte del giro del negocio, entonces el uso de un plan de comunicación servía como elemento de fortalecimiento en las organizaciones por las ventajas que acarrea una flujo de comunicación definido, los procesos serían más productivos porque se reducen las pérdidas de tiempo por desconocer cuándo informar, el medio más conveniente para hacerlo, la frecuencia y a quien.

### **Formulación y sistematización del problema**

Formulación del problema

¿Cómo se relaciona la débil comunicación con el clima laboral en la empresa Plastiuniversal S.A.?

Sistematización del problema.

¿Cuáles son las ventajas del uso de un plan de comunicaciones?

¿Cuáles son los factores que inciden en el no uso de un plan de comunicaciones en la empresa Plastinuniversal S.A.?

¿Cómo sería el plan de comunicaciones para la empresa Plastinuniversal S.A.?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Realizar un análisis cualitativo y cuantitativo del plan de comunicaciones como elemento clave para la generación de un clima laboral positivo.

### **Objetivos específicos**

- Describir el marco teórico del plan de comunicaciones como elemento clave para la generación de un clima laboral positivo.
- Presentar las ventajas del uso de un plan de comunicaciones para la mejora del clima laboral.
- Diseñar un plan de comunicaciones para la empresa Plastiuniversal S.A..

## **Hipótesis**

Existe relación entre el plan de comunicaciones y el clima laboral de la empresa Plastiuniversal S.A.

## **Diseño metodológico.**

### **Métodos del nivel teórico**

En la presente investigación se utilizará el método analítico sintético, el cual se detalla a continuación.

Método analítico-sintético.

Se utilizará el método analítico-sintético porque permite al investigador integrar el desarrollo del análisis y la síntesis, mediante el cual se descompone un objeto, fenómeno o proceso en los principales elementos que lo integran para analizar, valorar y conocer sus particularidades, y simultáneamente a través de la síntesis, se integran vistos en su interrelación como un todo, en la investigación a realizarse se pretende estudiar como incide el plan de comunicaciones en el clima laboral de la empresa Plastiuniversal S.A.

### **Métodos del nivel empírico**

Se ha seleccionado para el estudio de campo el método de observación y se utilizará la técnica de la encuesta, los mismos que se describen a continuación:

#### **La observación**

La observación como método consiste en la percepción directa del objeto de investigación porque permite conocer el objeto y campo de estudio. El autor (Hernández, 2010) da su explicación acerca de este método, quien indica que el método de la observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías.

## **La encuesta**

La encuesta es una técnica para la recolección de datos, en este estudio se realizará encuestas a los empleados administrativos y de planta de la empresa Plastiuniversal S.A.

## **Métodos estadístico matemáticos.**

Se realizó un análisis cuali-cuantitativo de las encuestas realizadas a los empleados de Plastiuniversal S.A., para la tabulación se usó la herramienta de Excel, ya que permite tanto la cuantificación como realizar la gráfica de los resultados.

## **Tipo de investigación.**

### **Investigación Mixta: cuantitativa-cualitativa**

Esta investigación es de tipo mixta porque su enfoque será cuali-cuantitativo porque los análisis se realizaron de acuerdo a los datos que arrojo la encuesta. Además, se definió un plan de comunicaciones para la empresa Plastiuniversal S.A.

## **Alcance de la investigación**

### **Investigación exploratoria**

El alcance de esta investigación es exploratoria porque se realizó un análisis en forma general del uso de plan de comunicaciones como factor clave para mejorar el clima laboral en la empresa Plasiuniversal S.A.

## **Población y muestra**

La población está dada por los empleados administrativos y de planta de la empresa Plasiuniversal S.A., al ser un número menor a 150 empleados se les realizó la encuestas a todos, siendo la muestra igual a la población.

**Novedad de lo que se investiga.**

En el Ecuador, aíslan la incidencia que tiene una buena comunicación en la productividad de las operaciones y en el clima laboral, ya que un débil flujo de comunicación da paso a los conflictos laborales por la falta de información.

**Significación social y pertinencia de lo que se investiga.**

El plan de comunicaciones es un hecho aislado aún en las empresas ecuatorianas, realizar una investigación que realice la correlación del plan de comunicaciones y el clima laboral promovería su uso dentro de las organizaciones.

**Significación práctica de lo que se investiga.**

La investigación aporta a la determinación de la importancia de la comunicación acertada dentro de las organizaciones, ya que incide en la mejora del clima laboral y por ende en el aumento de la productividad de las operaciones.

## Capítulo I

### Marco teórico metodológico de la investigación

#### 1.1. Antecedentes del problema que se investiga.

En la compañía Plastiuniversal se le ha detectado problemas en su flujo de información, la misma que presenta los errores que levantaron en estudio realizado en el año 2005 por Hay Group y se los describe en el párrafo siguiente.

Ocampo (2014) existen problemas comunes en comunicación dentro de las organizaciones, porque no se manejan a partir de una plataforma estratégica y una táctica sólida, según el Estudio Hay Group 2005 se pueden listar estos errores:

- Las comunicaciones no están alineadas con la realidad del negocio, esto ocurre cuando los mensajes son emotivos, pero no tratan verdaderamente los argumentos de por qué hay un cambio organizacional.
- La comunicación muy estrecha, sucede cuando la comunicación se limita al diseño y la mecánica del programa, pero pierde la oportunidad de modelar actitudes en los empleados.
- Comunicaciones repentinas, cuando los hechos son tan abruptos que interfieren en el mensaje. Por ejemplo, cuando los líderes fracasan en la preparación de una fuerza de trabajo y esto es comunicado sin mucha preparación
- La comunicación no se adapta para los diferentes niveles de la organización. La información debe bajar adecuadamente.
- Los mensajes no tienen suficiente redundancia intencional y se superponen, “mensaje enviado” no es lo mismo que “mensaje recibido”.
- Se utilizan los mensajeros equivocados.

- No se administran las expectativas del receptor de la información.
- Las comunicaciones tienen segundos o terceros actos débiles.
- No hay suficientes y correctos recursos en su lugar.

## 1.2. Fundamentos teóricos

La fundamentación teórica de esta investigación acerca del plan de comunicaciones como elemento clave para la generación de un clima laboral positivo está dada por:

### 1.2.1. Definición de Clima laboral.

Es lo que percibe el empleado e influye en su conducta dentro de la organización.



*Figura 1. Modelo del clima Laboral*

*Nota: Tomado del Comité laboral Curauma*

#### 1.2.1.1 El Clima laboral y la satisfacción laboral.

El grado de la satisfacción laboral indica su influencia en el clima laboral:

Si se desea elevar el grado de satisfacción en el trabajo, y por lo tanto su calidad, y con ello mejorar el clima laboral, se impone considerar la importancia del contenido del trabajo, tanto en su nivel de realización

individual como en su dimensión relacional y comunicativa, porque esta va a ser la que condicione el ambiente social en la empresa. (Gan, 2007:183)

El clima laboral puede ser positivo o negativo, el cual depende mayormente de los empleados ya que si ellos se sienten bien dentro de la organización, se reflejará en sus actitudes y relaciones con sus compañeros. Para que los empleados se sienta bien implica analizar algunos factores, entre los más importantes: el sueldo, cargo, funciones que desarrolla, carrera profesional dentro de la organización.

### **1.2.2. Las empresas dependen de los empleados.**

Una de las características de las empresas líderes en el mercado es que su rotación de personal es baja, este tipo de empresas tienen más de 50 años en el mercado y es importante que el personal que ingresa a trabajar con ellos se mantengan por la inversión en capacitación que han realizado, si este personal se va de la organización se perdería el tiempo de dedicación y dinero que habían desembolsado para su formación.

El autor indicó que “las compañías donde los empleados no están suficientemente motivados, encuentran, tarde, o temprano, graves dificultades para sobrevivir, y desde luego, nunca son compañías líderes “ (Sanz, 2008: 72)

### **1.2.3. Formas de manifestar la insatisfacción laboral.**

De acuerdo a la autora los empleados manifiestan su insatisfacción laboral de diferentes formas, la cuales son:

Los empleados expresan su insatisfacción de diferentes maneras. Por ejemplo, podrían quejarse, insubordinarse, tomar bienes de la empresa o

evadir parte de sus responsabilidades. Se presenta cuatro respuestas que difieren en dos dimensiones: afán constructivo/destructivo y actividad/pasividad, que se definen así:

- Abandono: La insatisfacción expresada mediante la conducta orientada a irse, incluye la búsqueda de otro empleo y renuncia.
- Expresión: La insatisfacción expresada por intentos activos y constructivos por mejorar la situación. Implica sugerir mejoras, analizar los problemas con supervisores, etc.
- Lealtad: Expresada mediante una espera pasiva y optimista para que la situación mejore. Incluye defender a la organización ante críticas externas y confiar en que la administración hará lo más conveniente.
- Negligencia: Implica actitudes pasivas que permiten que la situación empeore. Incluye ausentismo y retrasos crónicos, merma de esfuerzos, y aumento de errores. (Atalaya, 1999: 5).

Los empleados que generan un mal clima laboral, lo hacen porque se sienten insatisfecho y su forma de expresarlo es por medio del incumplimiento de actividades, chismes, ausentismo entre otro.

#### **1.2.4. El rol estratégico de la gestión del talento humano**

La revista Ekos indica su interpretación del rol estratégico de la gestión del talento humano,

En el país, la gestión de Talento Humano ha venido fortaleciendo el rol de asesor para el negocio en la toma de decisiones.

La evolución del rol estratégico de la gestión humana, constituye hoy en día el mecanismo que posibilita la transformación cultural en las organizaciones. Cuando pensamos en cambio cultural y transformación del capital humano en las organizaciones debemos relacionarlo con el alineamiento de la gestión a la estrategia del negocio y la relación empleador-empleado. (Ekos, 2013: párr.1 y2)

El personal de la gestión del talento humano es el último siglo ha tomado un rol determinante en la organización, ya que la organización puede transformar su clima laboral de negativo a positivo a través de las técnicas y procedimientos que ellos manejen para mejorar la satisfacción laboral de los empleados.

#### **1.2.5. Autorrealización de las personas.**

El autor hace referencia acerca de la autorrealización de las personas y da su criterio:

El estudio de las personas que así se autorrealizan puede enseñarnos muchas cosas acerca de nuestros propios errores, nuestras deficiencias, las direcciones adecuadas en las que desarrollarnos. Cada época, a excepción de la nuestra, ha poseído su modelo, su ideal. Todos han sido sacrificados por nuestra cultura: el santo, el héroe, el caballero, el místico. Lo poco que hemos dejado ha sido al hombre adaptado y sin problemas, que como sustituto resulta muy poco brillante y dudosa validez. Quizá podamos utilizar pronto como principio rector y modelo al ser humano desarrollándose íntegramente y autorrealizándose, aquel en quien todo alcanza un estadio e pleno desarrollo, cuya naturaleza interior se manifiesta libremente en vez de resultar doblegada, oprimida o negada. (Maslow, 2012, pág. 20).

Los empleados son personas por lo cual al ingresar a su jornada laboral llevan con ellos sus sueños y objetivos personales, profesionales y laborales he aquí la importancia que los gestores del talento humano ejerzan efectivamente su rol para utilizar este sentido de autorealización de los empleados en beneficio de la organización.

#### **1.2.6. Dependencia de los empleados.**

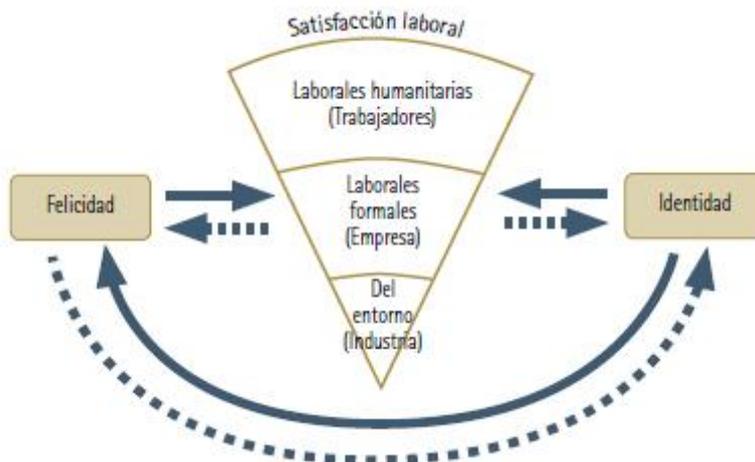
El autor indica la dependencia directa que las empresas tienen de sus empleados:

Las organizaciones dependen directa e irremediamente de las personas, para operar, producir bienes y servicios, atender a los clientes, competir en los mercados y alcanzar objetivos generales y estratégicos. Es seguro que las organizaciones jamás existirían sin las personas que les dan vida, dinámica, impulso, creatividad y racionalidad. (Fernandez, 2011:40)

El recurso más importante de la organización, industria o empresa es el personal ya que juegan un papel importante dentro del desarrollo de las actividades sobretodo las que aún no se pueden automatizar completamente.

#### **1.2.7. Modelo causal de la satisfacción laboral.**

En el modelo causal de la satisfacción laboral se identifica como la identidad del individuo se correlaciona con su felicidad y ambas influyen en la satisfacción laboral pero de acuerdo a los factores de la empresa como son: el entorno, labores asignadas y el compañerismo.



*Figura 2* Modelo causal de la satisfacción laboral  
*Nota: Tomado de Gamero (2013).*

#### **1.2.8. Variables relacionadas a la satisfacción laboral.**

En el artículo científico los autores manifiestan las variables que están relacionadas con la satisfacción laboral:

La satisfacción laboral se ha convertido en los últimos años en un concepto popular en distintos campos de investigación. Esto se debe a que la Satisfacción laboral está relacionada con un gran número de variables de importancia en la vida de quienes son parte de una organización como: la productividad y el rendimiento, el estrés, el burnout, el ausentismo, la rotación entre otros (Luthans, (2002; Robbins, 1998; Spector 1997). Martínez Caraballo (2007) afirma que "el interés actual por la gestión de la Satisfacción laboral está alimentado por dos factores: el deseo de corregir la gestión empresarial del último periodo, enfocada unilateralmente a eficacia y flexibilidad, y querer responder a la nueva demanda del mercado laboral.

Ambos factores llevan a concebir una nueva lógica en el trabajo" (Martínez Caraballo, 2007, p. 86). (Pérez y Azzollini, 2013: párr. 3)

Cuando un empleado se siente bien dentro de su trabajo, este empleado rendirá mejor ya que crea un sentido de pertinencia con la organización.

Tabla 1

Variables del modelo causal de la satisfacción laboral

<b>Humanitarias</b>	<b>Formales</b>	<b>Del entorno</b>	<b>Identidad</b>
Compañerismo	Remuneración	Commuting	Actitud
Actitud de los jefes	Oportunidades de promoción	Origen de la empresa	Contribución
Clima organizacional	Autonomía	Formalidad de la empresa	Compromiso
	Monotonía		Compatibilidad
	Estrés laboral		Desbalance vida /trabajo
	Claridad en el rol		
	Reconocimiento		

*Nota: Tomado de Gamero (2013).*

### **1.2.9. Trabajo en equipo y satisfacción laboral.**

En el artículo científico de los autores, explican la relación entre el trabajo en equipo y la satisfacción laboral:

En las investigaciones revisadas solo se encontró un estudio que relaciona de forma estadísticamente significativa a la Satisfacción laboral con el trabajo en equipo en una institución gubernamental. Según estos autores (Newmark, Koehler & Philippe, 2008) los grupos se hacen equipos cuando desarrollan un sentido del compromiso compartido y luchan por conseguir sinergia entre sus miembros. Contrario a la hipótesis de los autores, se comprobó que los empleados que trabajaban solos tenían niveles significativamente más altos de satisfacción que los que trabajaban en equipo. Estos autores justifican este resultado por la dificultad de las organizaciones para formar equipos de

trabajo y sugieren que exista la probabilidad de que el trabajo en equipo produzca insatisfacción laboral (Pérez y Azzollini, 2013: párr. 6)

Ningún empleado en una organización puede ser experto en todas las actividades del negocio, por esto se vuelve determinante el trabajo en equipo para el cumplimiento de la estrategia empresarial.

### 1.2.10. La felicidad y satisfacción laboral por edades.

Gamero (2013) publicó en su artículo titulado “la satisfacción laboral como dimensión de la felicidad”, en este estudio realizado en Perú a 386 personas obtuvo como se comporta la felicidad Vs la satisfacción laboral de acuerdo a la edad de los empleados.

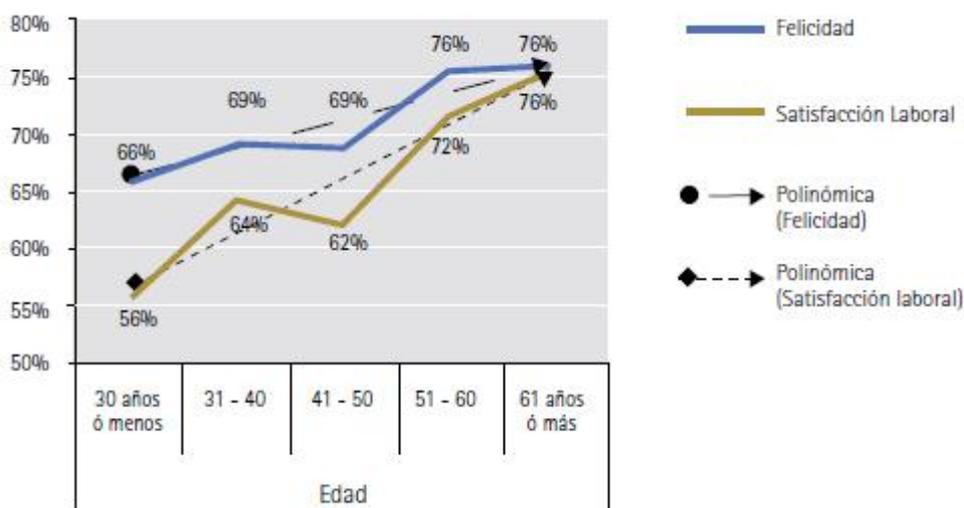


Figura 4. La felicidad y la satisfacción laboral.

Nota: Tomado de Gamero (2013).

### 1.2.10. Medición del clima laboral.

La medición del clima laboral, luego de haber realizado una investigación para la elaboración de un artículo científico, el autor concluye:

El clima organizacional se puede medir utilizando diversas técnicas e instrumentos, cada uno de los cuales debe regirse a normas y protocolos de investigación científica; caso contrario, los resultados e información obtenida no aportarán para optimizar y mejorar las situaciones y ambientes psicológicos, sociales y físicos en los que se desenvuelve el trabajo (Placencia, 2013: 34).

#### **1.2.11. Influencia del clima laboral**

En la figura 3 se puede apreciar la relación entre la satisfacción y el clima laboral, así también en el desempeño de la organización y finalmente como impacta en los ingresos de la misma.

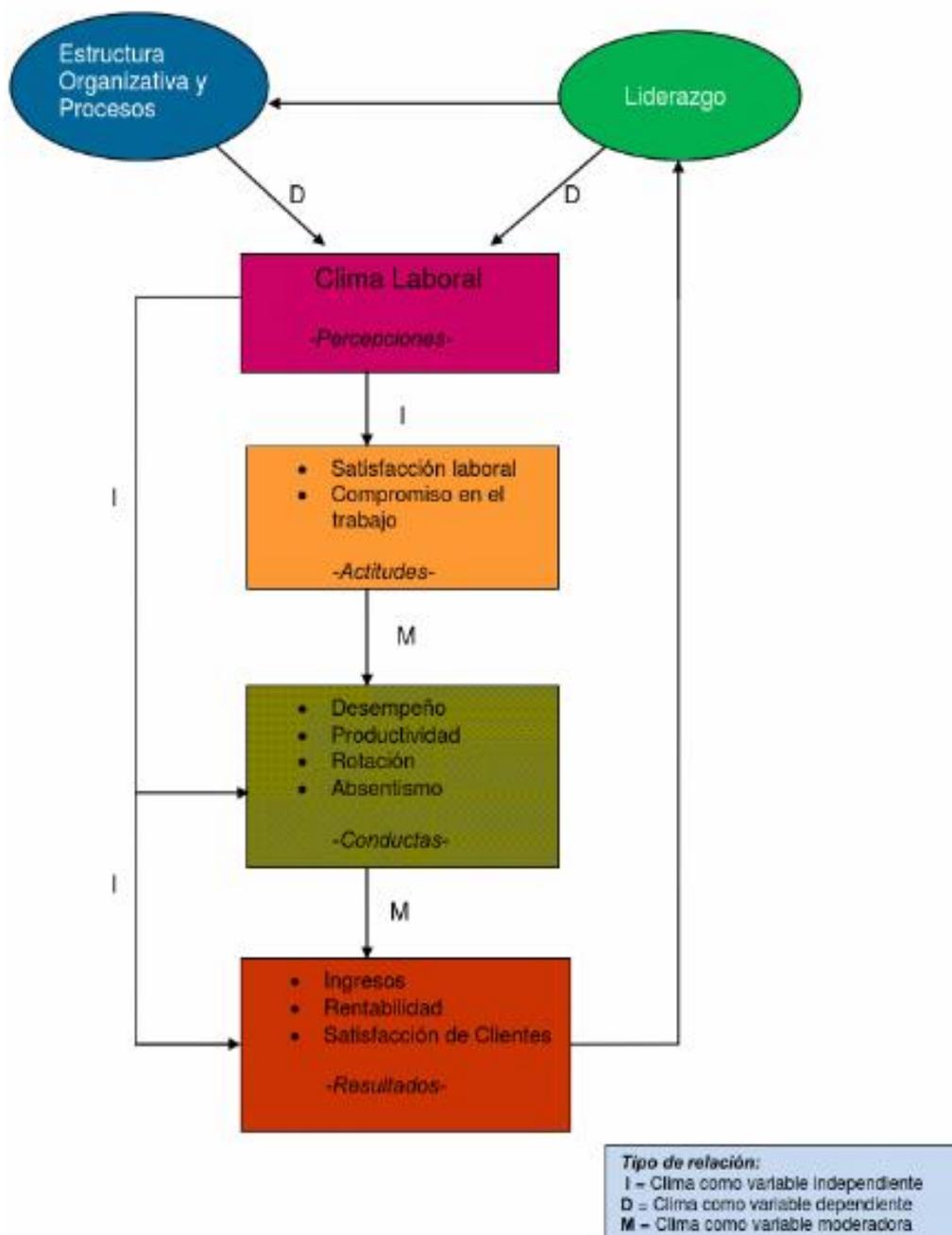


Figura 3 Flujo de relaciones e influencias del clima laboral.  
 Nota. Tomado de Bordas (2016).

### **1.2.12. Definición de cultura laboral.**

Bordas (2016) considera a la cultura organizacional como el conjunto de creencias, valores y modelos de conducta que son compartidos por la mayoría de los miembros de una organización y son distintivos de la misma.

Las creencias de la organización refiérase por ejemplo a que predicen alguna religión, en cuanto a valores promueven la puntualidad y en cuanto a modelos de conducta imponen como normativa la vestimenta, peinados y forma de tratarse entre los empleados.

#### ***1.2.12.1. Diferencias entre el clima y la cultura laboral.***

El autor expresa las diferencias entre el clima y la cultura laboral:

- El clima es descriptivo y la cultura es en gran parte, normativa.
- El clima se basa en percepciones y la cultura en valores y creencias.
- El clima, como percepción descriptiva agregada, puede abordarse bien desde un punto de vista analítico mediante estudios cuantitativos como cuestionario y la cultura, como conjunto de valores y creencias, es un constructo más complejo de diversidad de detalles que tal vez solo pueden captarse mediante estudios cualitativos basados en el análisis del discurso y la observación.
- El clima existe en toda organización, pero algunas organizaciones no tiene cultura, o es una cultura muy débil, pues no existe una experiencia compartida en el tiempo haya llevado a un aprendizaje común de los valores, normas y creencias compartidas que componen la cultura. ( Bordas,2016:31).

La cultura de una empresa, son las características con las que se la puede identificar en el mercado, por ejemplo: son exigentes con la puntualidad, buen trabajo al personal, invierten en la formación de sus empleados. Dichas características se vuelven e incluso política empresarial en algunos casos.

### **1.3. La comunicación corporativa.**

Morató (2016), la comunicación corporativa es crear imagen, entendida como sinónimo de los valores intangibles de la organización. Estos intangibles no se pueden gestionar directamente porque dependen de factores que no puede controlar la organización, sino que se tiene que hacer a partir de la identidad corporativa, que incluye lo que quiere ser la organización (símbolos), los valores y creencias que manifiesta (cultura) y las acciones que lleva a cabo (hechos).

Las organizaciones que integran la comunicación es su estrategia son las que están mejor preparadas para superar dificultades. El peso de los valores intangibles como ventaja competitiva convierte la comunicación en un elemento estratégico, lo que obliga a replantear muchos procedimientos y estructuras tradicionales de las organizaciones. Esto también implica gestionar de forma integral todos los aspectos de la comunicación corporativa.

#### **1.3.1. Gestión de la comunicación en las organizaciones.**

Aljure (2015) la organización es un ente social creado intencionalmente para lograr objetivos a través del uso del talento humano y de recursos tangibles e intangibles como información, equipos, materiales y dinero. Como ente social que es la organización implica la interacción entre personas o grupos sean estos internos o externos, dicha interacción es

en esencia un proceso de comunicación y, como tal, requiere de una gestión profesional llamada “gestión de comunicación de la organización” o “comunicación organizacional”.

La comunicación al ser un proceso requiere ser gestionada para alcanzar algunos objetivos en beneficio de las empresas, entre los cuales según Aljure (2015) se pueden listar los siguientes:

- Ayudar a lograr los objetivos de la organización
- Incrementar la pertenencia de los empleados
- Optimizar procesos
- Incrementar los niveles de innovación
- Contribuir con el incremento de los niveles de ventas
- Mejorar los nivel del servicio al cliente
- Consolidar la cultura organizacional
- Mejorar la rentabilidad.
- Apoyar el desarrollo de proyectos.
- Incrementar los niveles de calidad de los productos,

### **1.3.2. Planeación estratégica de la comunicación.**

Para gestionar la comunicación es necesario el levantamiento de un plan estratégico de comunicación, el cual indica Aljure (2015) es un proceso enfocado al análisis de la situación, al establecimiento de objetivos de comunicación, a la especificación de los procesos, canales, tácticas y acciones operativas necesarias y de los recursos relacionados para cumplir dichos objetivos y a la definición de los mecanismos e indicadores para medir y controlar la gestión y el impacto de gestión de la comunicación.

El plan estratégico de comunicación reposa en un documento que debe ser actualizado de acuerdo a la creación o eliminación de cargos/roles dentro de la organización.

### **1.3.3. Géneros de la comunicación organizacional**

Ocampo (2014) indica que los géneros de la comunicación organizacional están enfocados en identificar la naturaleza de los mensajes y ordenarlos según la intencionalidad de la corporación, entre los cuales se encuentran: cumplimiento, identificación, gestión, instrucción y operaciones.

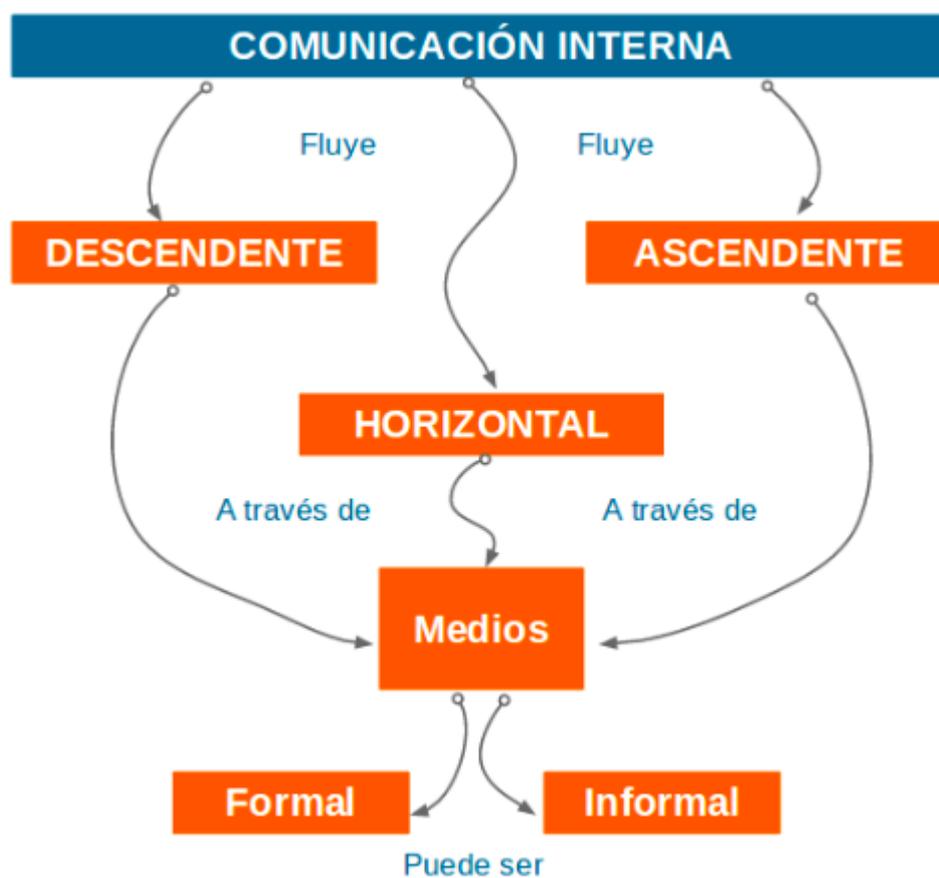
- Cumplimiento, este género es mandatorio, el que ordena. Por ejemplo se debe dar cumplimiento con el reglamento de trabajo.
- Identificación, este género implica la caracterización de los empleados con la empresa.
- Gestión, es la acción de ejecutar todas las actividades que agregan valor.
- Instrucción, implica todos los mensajes de formación y perfeccionamiento profesional de los trabajadores.
- Operaciones, incurre a los tipos de mensajes que se comparten entre los departamentos o áreas de una organización.

### **1.3.5. Estructura de la comunicación**

Túñez (2014) la comunicación es un área de actividad fundamental en la estrategia de la empresa. A través de la comunicación, las compañías transmiten con mayor eficacia sus claves estratégicas y fortalecen, por tanto, su capacidad competitiva. De manera decisiva, la comunicación contribuye a la buena imagen de la empresa ante todos sus públicos, internos y externo, y lo hace buscando notoriedad (ser conocido) y posicionamiento (ser valorado).

Se trata, por tanto, de una actividad directamente vinculada a la competitividad y a la imagen de la organización, cuyos objetivos, estrategia, acciones y públicos de interés deben estar perfectamente definidos y estructurados.

La comunicación interna en las organizaciones mantiene una estructura de acuerdo a Cantos (2013) y se presenta en la figura:



*Figura 4. Estructura de la comunicación interna*  
Fuente Javier Cantos

En la figura anterior se puede observar que dentro de una organización se pueden presentar algunos tipos de comunicación, sin embargo la organización de acuerdo a la cultura empresarial por la cual quiere ser identificada levanta su plan estratégico de comunicacional, el cual será su imagen a futuro, también es importante considerar el tipo

de evento de comunicación y lo que se requiera informar así como a quién se le está distribuyendo dicha información.

### **1.3.6. Definición de Plan de Comunicación**

Morató (2016) como todos los aspectos estratégicos de la organización, la comunicación se debe planificar y gestionar. Esto quiere decir establecer objetivos y acciones que se prevén llevar a cabo durante un periodo de tiempo concreto y con unos recursos determinados.

Ocampo (2014) los mensajes a comunicar y/o divulgar, que son los definidos por la organización como la base del plan de comunicaciones, deben estar en función del plan estratégico de la compañía, quien también indica que el plan de comunicaciones será exitoso si las audiencias objetivos fueron lo suficientemente ilustradas e impactadas sobre el tema que se quiere comunicar y actúan acorde a lo que se expuso. En la medida que el mensaje sea ignorado, parcialmente aceptado, incomprendido, o no entendido, es decir, que no genere la reacción esperada, entonces se habrá fracasado en el intento de conseguir los resultados en términos de comunicación.

## **1.4. Marco legal**

### **1.4.1. Constitución de la República del Ecuador.**

La Constitución de la República del Ecuador en su Art. 1, se establece que es un estado de derecho.

Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de

los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.

La Constitución de la República del Ecuador en su Art. 33 expresa acerca del trabajo como un derecho y un deber social, el cual el Estado debe garantizar el desempeño de un trabajo saludable, por lo cual un clima laboral positivo se alinea ante este artículo de la constitución.

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Un plan de comunicaciones aporta en la disminución de conflictos laborales por una escueta comunicación, de esta forma se cumpliría con el Art.33 de la Constitución de la República del Ecuador que exige los empleados respeto a su dignidad y hacerlo implica no tratarlo con violencia.

#### **1.4.2. Código de Trabajo**

De acuerdo al código de trabajo en su artículo 410 acentúa la obligación del empleador de asegurar las condiciones de trabajo para la preservación de la salud o vida de los empleados.

**Art. 410.-** Obligaciones respecto de la prevención de riesgos.- Los empleadores están obligados a asegurar a sus trabajadores condiciones de trabajo que no presenten peligro para su salud o su vida.

Los trabajadores están obligados a acatar las medidas de prevención, seguridad e higiene determinadas en los reglamentos y facilitadas por el empleador. Su omisión constituye justa causa para la terminación del contrato de trabajo.

Los conflictos laborales ingresan dentro de los factores de riesgo psicosocial dentro de la organización, la implementación de un plan de comunicaciones bajar el nivel de este tipo de riesgo.

#### **1.4.3. Objetivos Nacionales para el Buen Vivir**

De acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir (2013), mejorar la calidad de vida así como garantizar el trabajo digno en todas sus formas, son parte de los 12 objetivos que contiene este plan

- Objetivo 1. Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular.
- Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.
- Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.
- Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
- Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- Objetivo 6. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos.
- Objetivo 7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.
- Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.
- Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.
- Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

- Objetivo 11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.
- Objetivo 12. Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

#### **1.4.4. Resolución 513**

De acuerdo a la resolución 513 (2016), en su apartado 2 se refiere a las enfermedades profesionales según el órgano o sistema afectado acentúa los problemas mentales originados en el desarrollo de actividades en el trabajo.

##### 2.4 Trastornos mentales y del comportamiento

###### 2.4.1 Trastorno de estrés postraumático

2.4.2 Otros trastornos mentales o del comportamiento no mencionados en el punto anterior cuando se haya establecido, científicamente o por métodos adecuados a las condiciones y la práctica nacionales, un vínculo directo entre la exposición a factores de riesgo que resulte de las actividades laborales y lo(s) trastornos(s) mentales o del comportamiento contraído(s) por el trabajador.

#### **1.4.5. Comunicación digital del SRI**

Servicio de Rentas Internas (2016), publicó que implementaba una nueva Gaceta Tributaria Digital, como una herramienta de comunicación, notificación y citación más segura, ágil y efectiva al servicio de los contribuyentes, que reemplaza las notificaciones y comunicaciones que se publicaban en medios de comunicación impresos.

Esta nueva herramienta, a la que se puede acceder a través de la página web institucional [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec), nace con la reforma de la Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas, que incorporó la Gaceta Tributaria Digital, como un medio masivo para

informar a los contribuyentes sobre las notificaciones y comunicaciones del SRI, con los mismos efectos legales que la publicación en medios impresos.

Este nuevo medio de comunicación el SRI la implementó para aprovechar la tecnología, ya que por medio de la gaceta digital podría difundir la información en forma más rápida y además podría llegar a más contribuyentes.

## **1.5. Fundamentos metodológicos**

### **1.5.1. Tipo de investigación**

Bernal(2010) enfoque que se le da a la investigación en lo referente a niveles de explicación que se pueden deducir de sus resultados.

El tipo de investigación para este trabajo es mixto, es decir, tendrá un enfoque cuantitativo y cualitativo porque se realizó encuestas para el levantamiento de información a los empleados tanto administrativo como de planta de la industria.

### **1.5.2. Investigación exploratoria.**

La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado por lo que sus resultados constituyen una visión aproximadamente dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.(Arias, 2012:Pag.23).

Hay estudios que han realizado acerca de la necesidad del plan de comunicaciones para la gestión de proyectos, pero diariamente el giro de cualquier negocio también lo necesita.

### **1.5.3. La observación.**

Hernández (2010) da su explicación acerca de este método, quien indica que el método de la observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de

comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías.

Se realizó la observación al flujo de comunicación en la empresa Plastiuniversal S.A.

#### **1.5.4. Encuesta**

“La encuesta por muestreo o simplemente encuesta es una estrategia (oral o escrita) cuyo propósito es obtener información.”(Arias, 2012:32).

Se realizó encuestas a los empleados del área administrativa y del área de producción de la empresa Plastiuniversal S.A.

#### **1.6. Identificación y conceptualización de los términos básico.**

**Clima laboral:** Ambiente en el que los empleados desarrollan sus actividades, puede ser positivo o negativo e influye en la productividad de las operaciones.

**Flujo de comunicación:** Ambiente

#### **1.7. Variables de la Investigación.**

Las variables de la investigación están compuestas por una variable independiente y por una variable dependiente, las cuales se las nombra a continuación:

##### **Variable independiente**

Plan de comunicaciones

##### **Variable dependiente**

Clima laboral

Estas variables se las describirá mejor en el punto de la operacionalización de las variables.

#### **1.8. Operacionalización de las variables**

Tabla 1

*Operacionalización de las variables*

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
<b><i>Independiente</i></b>					
Plan de comunicaciones	El plan de comunicación es un instrumento para organizar los eventos de comunicación dentro de la organización	Nivel de cumplimiento del plan de comunicaciones	Mayor a 80%	Observación de reportes	Fichas de reporte
<b><i>Dependiente</i></b>					
Clima laboral	El ambiente laboral creado por el equipo de la organización.	Nivel de satisfacción del empleado	Mayor a 80%	Encuesta	Informe

## Capítulo II

### Diagnóstico del estado actual de la problemática que se investiga.

#### 2.1. Explicación de los resultados obtenidos mediante los métodos aplicados.

Pregunta 1 .

¿Cómo es la relación con sus compañeros de trabajo?

Tabla 2  
*Relación laboral*

Opciones	Adm.		Prod.	
Malo	0	0%	0	0%
Regular	3	10%	11	10%
Bueno	18	60%	32	30%
Muy buena	9	30%	65	60%

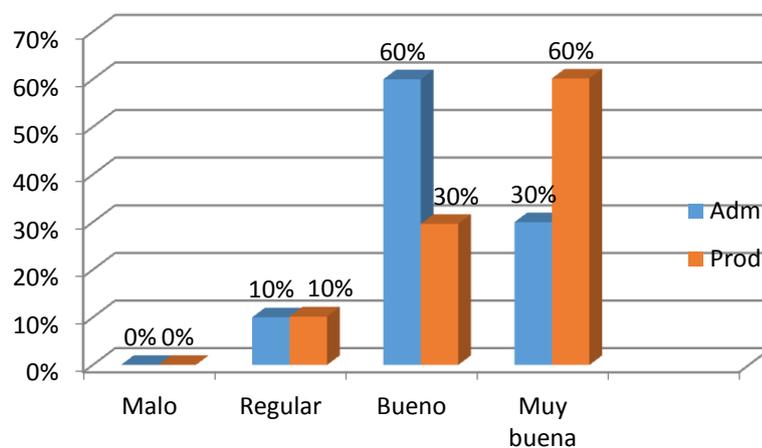


Figura 1 Relación laboral

#### **Análisis:**

El 60% de los empleados tanto administrativos indicó que tiene una buena relación con sus compañeros de trabajo, el personal de planta resultó tener una mejor relación de trabajo con sus compañeros aunque en el mismo porcentaje.

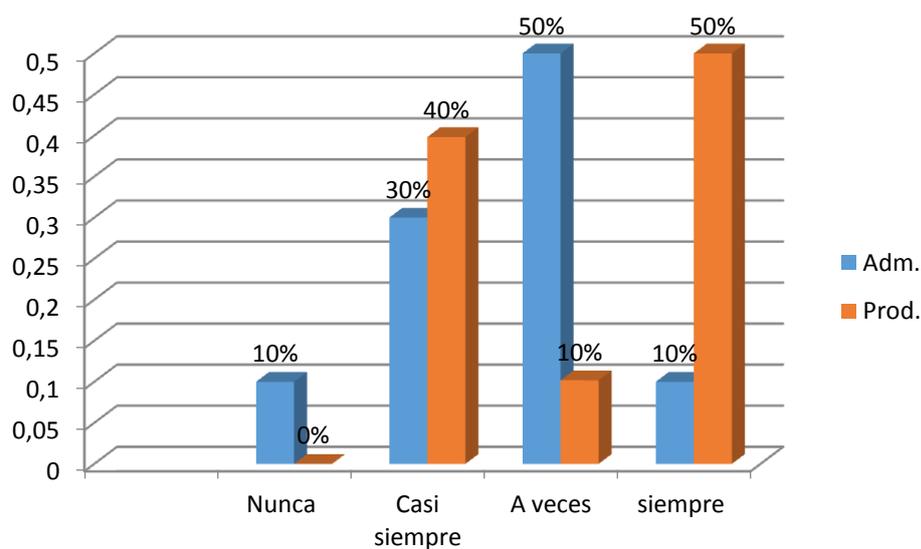
Pregunta 2 .

**¿En mi área de trabajo se promueve el trabajo en equipo?**

*Tabla 3*

*Percepción de la promoción del trabajo en equipo*

Opciones	Adm.		Prod.	
Nunca	3	10%	0	0%
Casi siempre	9	30%	43	40%
A veces	15	50%	11	10%
siempre	3	10%	54	50%



*Figura 2 Percepción de la promoción del trabajo en equipo*

**Análisis:**

Tanto el personal administrativo como de planta indicó en un 50% que si se promueve el trabajo de equipo en su área, sin embargo la frecuencia con que lo realizan difiere, en el primero lo realizan solamente a veces, mientras que el personal de producción indicó que siempre lo hacen.

Pregunta 3 .

### ¿Cómo considera la comunicación dentro de su área de trabajo?

Tabla 4  
Nivel de comunicación

Opciones	Adm.		Prod.	
Suficiente	12	40%	65	60%
Regular	15	50%	43	40%
Insuficiente	3	10%	0	0%

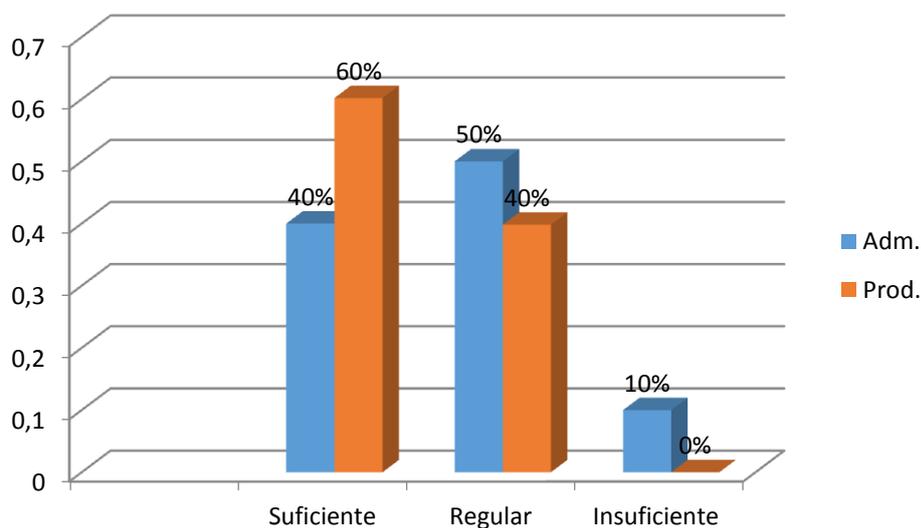


Figura 3 Nivel de comunicación

#### **Análisis:**

El 50% del personal administrativo indicó en las encuestas que la comunicación que manejan la considera regular, frente a un 40% del personal de producción que opinó lo mismo.

Pregunta 4 .

### ¿Cómo calificaría su ambiente de trabajo?

Tabla 5  
Calidad de ambiente de trabajo

Opciones	Adm.		Prod.	
Malo	0	0%	0	0%
Bueno	21	70%	86	80%
Regular	6	20%	0	0%
Excelente	3	10%	22	20%

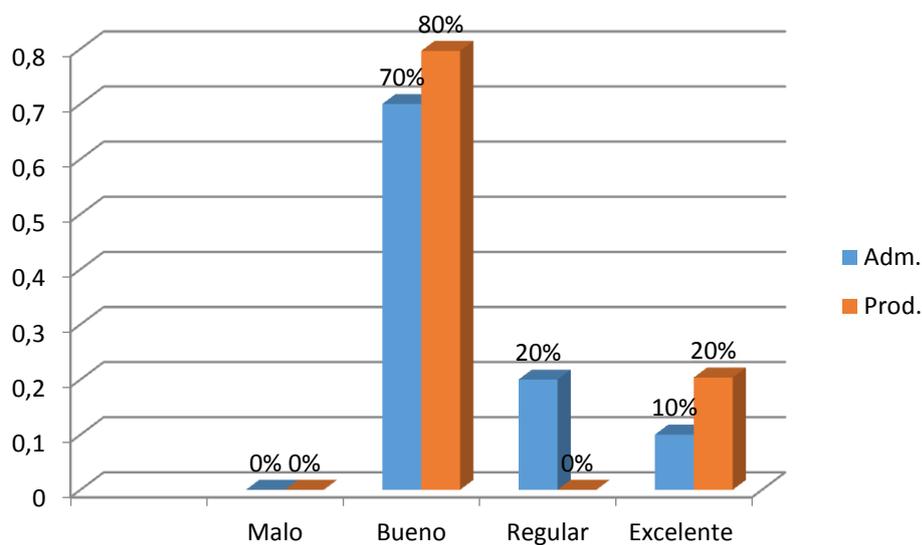


Figura 4 Calidad de ambiente de trabajo

#### **Análisis:**

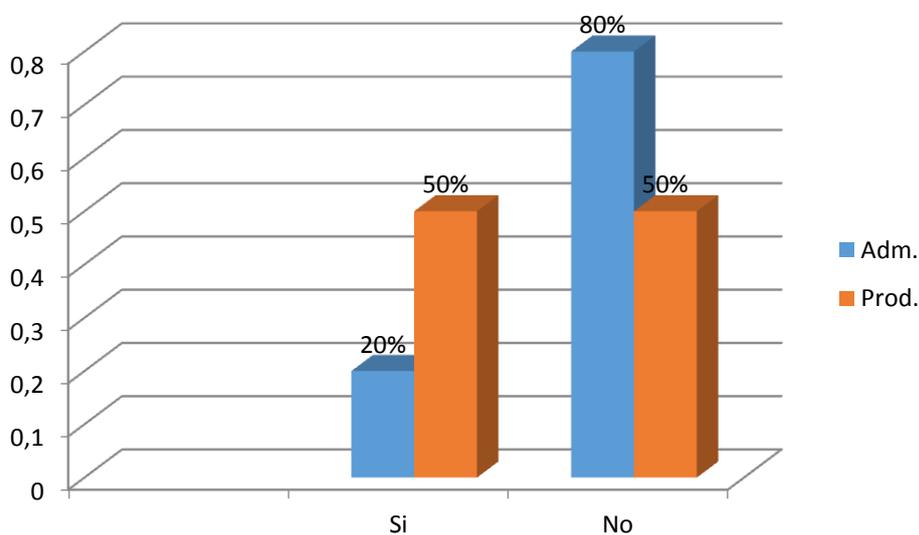
El ambiente de trabajo es considerado bueno por la mayoría del personal administrativo y de producción de la compañía Plastiuniversal S.A., arrojando como resultados en la encuesta de 70% y 80% respectivamente.

Pregunta 5 .

**¿Usted cree que la empresa tiene bien definidas las funciones de cada trabajador?**

*Tabla 6*  
*Nivel de definición de funciones de los empleados*

Opciones	Adm.		Prod.	
Si	6	20%	54	50%
No	24	80%	54	50%



*Figura 5 Nivel de definición de funciones de los empleados*

**Análisis:**

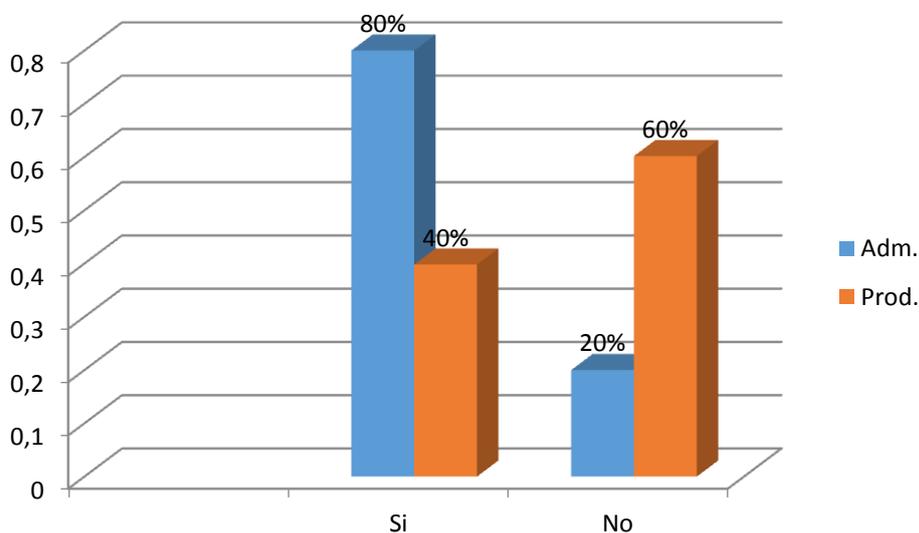
Los resultados de las encuestas indicaron que el 80% del personal administrativo cree que la compañía Plastiuniversal S.A. no tiene bien definidas las funciones de cada trabajador, del personal de producción el 50% opinó lo mismo.

Pregunta 6 .

**¿Su jefe le proporciona la información necesaria para cumplir con sus actividades?**

*Tabla 7  
Nivel de recepción de información*

Opciones	Adm.		Prod.	
Si	24	80%	43	40%
No	6	20%	65	60%



*Figura 6 Nivel de recepción de información*

**Análisis:**

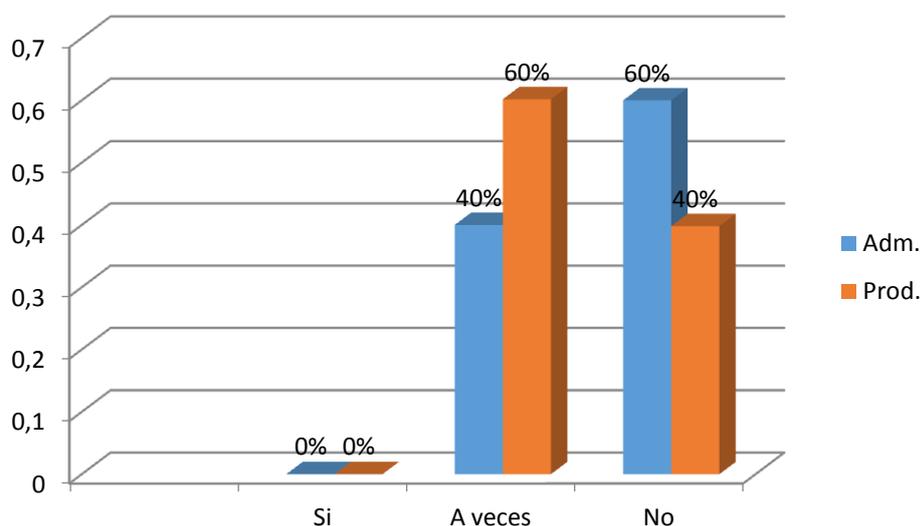
En la compañía Plastiuniversal S.A. el 60% del personal de producción indicó que el jefe no le proporciona la información suficiente para el desarrollo de sus actividades, en el caso del personal administrativo solamente el 20% opinó lo mismo.

Pregunta 7 .

**¿Ha dejado de cumplir con su trabajo por falta de información?**

*Tabla 8  
Incumplimiento por falta de información*

Opciones	Adm.		Prod.	
Si	0	0%	0	0%
A veces	12	40%	65	60%
No	18	60%	43	40%



*Figura 7 Incumplimiento por falta de información*

**Análisis:**

En respuesta a la pregunta si ha dejado de cumplir con el trabajo por la falta de información obtuvo un alto porcentaje en el personal de producción con un valor del 60%, en el personal administrativo fue menor con un valor del 40%.

Pregunta 8 .

¿De listado elija el que Usted más cree que observa en la empresa?

Tabla 9

Factores que afectan el clima laboral

Opciones	Adm.	Prod.
Rumores	9 30%	35 32%
Falta de compromiso	9 30%	32 30%
Desconfianza entre empleados	9 30%	6 6%
Problemas de adaptación al cambio	0 0%	30 28%
Conflictos entre compañeros	0 0%	5 5%
Desorientación en el desarrollo del trabajo	3 10%	0 0%

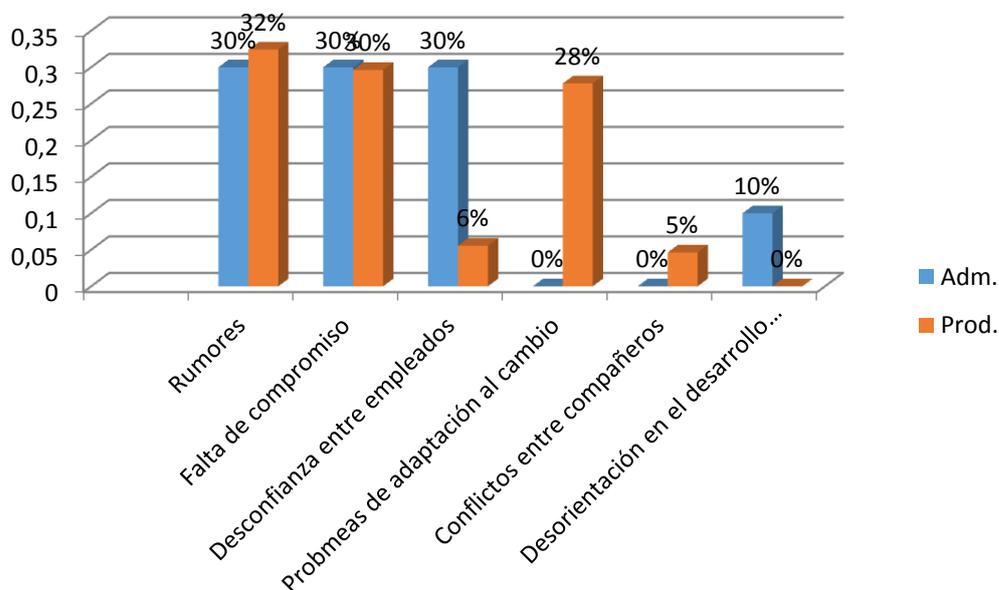


Figura 8 Factores que afectan el clima laboral

### Análisis:

De los factores que afectan el clima laboral tuvieron mayor porcentaje tanto en el personal de producción como administrativo los siguientes: rumores, falta de compromiso y desconfianza entre los empleados, solamente en el personal de producción se detectó con un 28% problemas de adaptación al cambio.

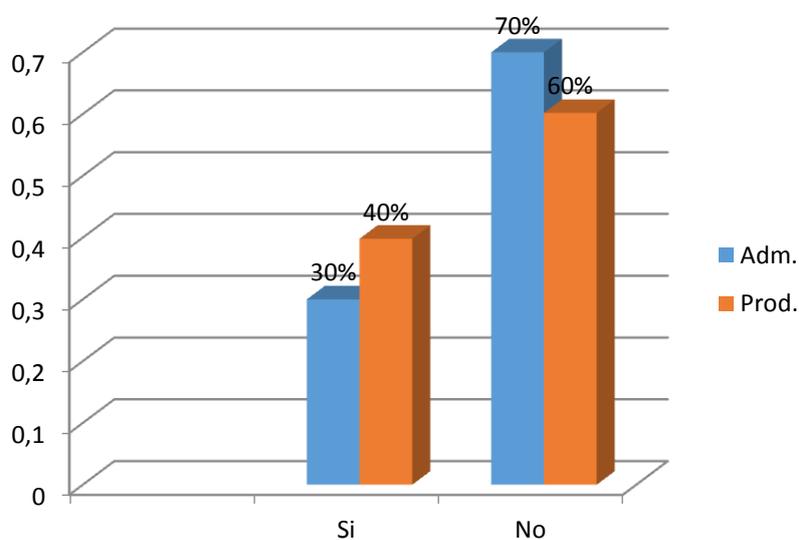
Pregunta 9 .

**¿Usted conoce el organigrama, visión y misión de la empresa?**

*Tabla 10*

*Nivel de conocimiento del organigrama, visión y misión de la empresa.*

Opciones	Adm.		Prod.	
Si	9	30%	43	40%
No	21	70%	65	60%



*Figura 9 Nivel de conocimiento del organigrama, visión y misión de la empresa.*

**Análisis:**

El nivel de conocimiento acerca del organigrama, visión y misión de la empresa obtuvo un porcentaje negativo alto de un 70% y 60%, para el personal administrativo y de producción respectivamente.

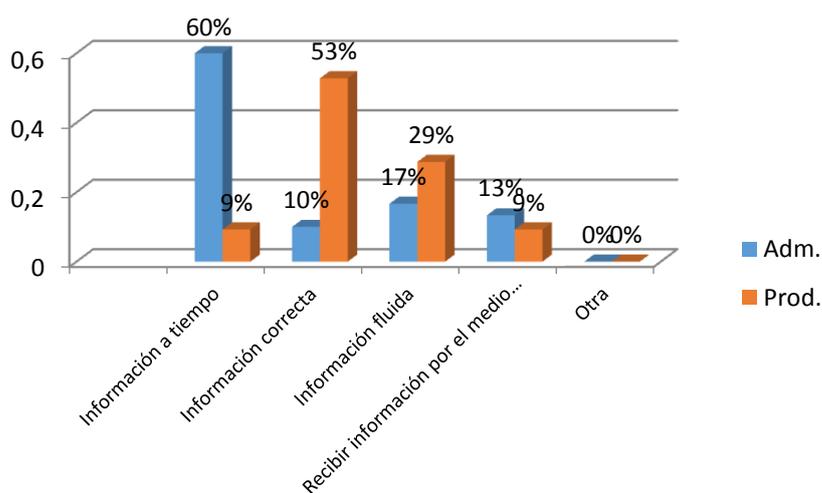
Pregunta 10 .

**¿Seleccione los factores que lo podrían hacerlo cumplir con su trabajo?**

*Tabla 11*

*Factores que mejorarían el clima laboral*

Opciones	Adm.	Prod.
Información a tiempo	18 60%	10 9%
Información correcta	3 10%	57 53%
Información fluida	5 17%	31 29%
Recibir información por el medio adecuado	4 13%	10 9%
Otra	0 0%	0 0%



*Figura 10 Factores que mejorarían el clima laboral*

**Análisis:**

Dentro de los factores que mejoran el clima laboral en cuanto a la comunicación tuvieron alto porcentaje: información a tiempo, información correcta e información fluida.

## 2.2. Consolidado del resultado de las encuestas

A continuación se expone el resultado de las encuestadas en forma consolidada:

1 ¿Cómo es la relación con sus compañeros de trabajo ?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Malo	0	0%	0	0	0%
Regular	3	11%	11	11	11%
Bueno	18	67%	32	32	33%
Muy buena	9	33%	65	65	67%
2 ¿En mi área de trabajo se promueve el trabajo en equipo?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Nunca	3	13%	0	0	0%
Casi siempre	9	38%	43	43	44%
A veces	15	63%	11	11	11%
siempre	3	13%	54	54	56%
3 ¿Cómo considera la comunicación dentro de su área de trabajo?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Suficiente	12	40%	65	65	60%
Regular	15	50%	43	43	40%
Insuficiente	3	10%	0	0	0%
4 ¿Cómo calificaría su ambiente de trabajo?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Malo	0	0%	0	0	0%
Bueno	21	70%	86	86	80%
Regular	6	20%	0	0	0%
Excelente	3	10%	22	22	20%
5 ¿Usted cree que la empresa tiene bien definidas las funciones de cada trabajador?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Si	6	0,2	54	54	0,5
No	24	0,8	54	54	0,5
6 ¿Su jefe le proporciona la información necesaria para cumplir con sus actividades?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Si	24	80%	43	43	40%
No	6	20%	65	65	60%
7 ¿Ha dejado de cumplir con su trabajo por falta de información?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Si	0	0%	0	0	0%
A veces	12	40%	65	65	60%
No	18	60%	43	43	40%
8 ¿De listado elija el que Usted más cree que observa en la empresa?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Rumores	9	30%	35	35	32%
Falta de compromiso	9	30%	32	32	30%
Desconfianza entre emplead	9	30%	6	6	6%
Problemas de adaptación al ca	0	0%	30	30	28%
Conflictos entre compañeros	0	0%	5	5	5%
Desorientación en el desarrol	3	10%	0	0	0%
9 ¿Usted conoce el organigrama, visión y misión de la empresa?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Si	9	30%	43	43	40%
No	21	70%	65	65	60%
10 ¿Seleccione los factores que lo podrían hacer cumplir con su trabajo?					
<b>Opciones</b>	<b>Adm.</b>		<b>Prod.</b>		
Información a tiempo	18	60%	10	10	9%
Información correcta	3	10%	57	57	53%
Información fluida	5	17%	31	31	29%
Recibir información por el me	4	13%	10	10	9%
Otra		0%			0%

## **Capítulo III**

### **Propuesta de solución al problema**

#### **3.1. Título de la propuesta**

Plan de Comunicaciones para la empresa Plastiuniversal S.A.

#### **3.2. Características esenciales de la propuesta**

La propuesta esta argumentada en la elaboración de un plan de comunicaciones para mejorar el flujo de información en la empresa Plastiuniversal S.A. Este plan de comunicaciones se desarrolló bajo el método 123, este método exige la identificación de los requerimientos de información y la planificación de los eventos de comunicación, exponiendo en forma detallada su propósito y el medio más adecuado para informar.

En el plan de comunicaciones se exponen los eventos de comunicación que se generan dentro de la organización así como la frecuencia con que se llevaran a cabo.

#### **3.3. Requerimientos de Comunicación**

En la tabla 12 se presentan la información principal que requiere cada cargo de la estructura organizacional de Plastiuniversal S.A. para el desarrollo de sus actividades en una forma fluida.

**Tabla 12**  
***Requerimiento de Información por cargo***

Cargo	Requerimiento
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información sobre el estado de los balances.</li> <li>• Comprensión de los riesgos y problemas críticos de la empresa</li> <li>• Información necesaria para aprobar.</li> <li>• Información sobre los ingresos /salidas de personal</li> </ul>
Gerente Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de los riesgos y problemas críticos de la planta</li> <li>• Información necesaria para aprobar que este a su alcance.</li> <li>• Información sobre el estado de la producción</li> </ul>
Jefe de producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de los riesgos y problemas críticos de la producción</li> <li>• Información necesaria para aprobar en cuanto a la producción.</li> </ul>
Asistente de RRHH	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información sobre los ingresos y salidas de personal para registrarlos.</li> <li>• Información del ingreso de proveedores a la empresa para dar introducción.</li> <li>• Información necesaria para su gestión.</li> <li>• Información sobre el estado de los inventarios.</li> </ul>
Asistente de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de los riesgos de las ventas no atendidas.</li> <li>• Información de producción para comercializar.</li> <li>• Información sobre la agenda del Gerente Administrativo.</li> </ul>
Asistente Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de las nuevas actividades dentro de la empresa.</li> <li>• Información necesaria acerca de los ingresos/salidas de personal.</li> <li>• Información sobre el estado de la materia prima y producto terminado en bodega.</li> </ul>
Asistente de bodega	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de los riesgos de la caducidad y daño de los productos.</li> <li>• Información necesaria acerca de las ventas.</li> <li>• Información sobre los planes de producción.</li> </ul>
Operadores de planta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de los riesgos de la producción no culminada.</li> <li>• Información necesaria acerca de los cambios en la programación de la producción.</li> </ul>

Los requerimientos de información expuestos en la tabla anterior deben ser extraídos de al menos dos sesiones de reuniones donde queden definidos dichos requerimientos, para lo cual es importante la participación obligatoria de los interesados.

### **3.4. Plan de Comunicaciones**

En el plan de comunicaciones se describe cada evento de comunicación, su propósito, método y frecuencia, este plan previene el desperdicio de tiempo en reuniones no programadas y sin ningún objetivo específico, la organización de los eventos de

comunicación debe ser respetada para dar fluidez a la información que se comparte en la misma tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 13  
*Plan de Comunicaciones*

CÓDIGO	Evento	Descripción	Objetivo	Método	Frecuencia
E-01	Reunión con Gerente General	Discutir nuevas ideas de negocio o de gestión.	Mantener informado el estado del negocio mediante los indicadores de gestión	Verbal	Mensual
E-02	Reunión de planificación de ventas y operaciones	Evaluar las líneas de producción que van a estar operativas de acuerdo a las ventas.	Obtener el plan de ventas y operaciones para la semana.	Verbal	Semanalmente
E-03	Reunión del equipo de producción	Realizar seguimiento de los avances y paros de producción.	Controlar el proceso de producción	Verbal	Semanalmente
E-04	Reunión con RRHH	Identificar las necesidades de nuevos ingresos/salidas de personal.	Realizar el proceso de salida o ingreso de personal.	Verbal	Mensualmente
E-05	Reunión con clientes	Conocer las necesidades del cliente.	Identificar los nuevos requerimientos o quejas del cliente	Verbal	Tras la terminación de la entrega
E-06	Reunión con Proveedores	Reuniones periódicas con cada proveedor para discutir y resolver problemas de desempeño y aprobar el pago de proveedores	Llevar el control de los proveedores.	Verbal	Mensual
E-07	Reunión de rendición de cuentas	Informes que presentan el estado de los indicadores de gestión	Mantener informados a todos los interesados	Reportes	Mensual
E-08	Correo electrónico	Envío de informe de stock de materia prima, materiales y producto terminado.	Identificar el stock de MP y PT	Reportes	Semanal

En la tabla anterior se puede notar la importancia de definir los eventos de comunicación con el objetivo de los mismos, ya que así se evita hacer partícipe a personas

que no tengan ningún tipo de involucramiento o vayan a aportar con dicho objetivo del evento, también de esta forma se evita tratar otros temas que no se alineen al objetivo del evento de comunicación.

### **3.4. Matriz de la comunicación**

La matriz de la comunicación sirve para identificar los empleados de Plastiuniversal S.A. que participarán en cada evento de comunicación mediante el código identificador único (ID) de cada eventos expuesto en el plan de comunicación y de esta forma se puede vincular a las partes participantes a los eventos mediante las siguientes códigos (A,R y M) del rol que ejercen dentro del evento:

A = Responsable de un evento de comunicación: construye y distribuye materiales de comunicación, facilita reuniones (marcadas en verde).

R = Recibe materiales de comunicación proporcionados, participa en reuniones (marcadas en blanco).

M = Supervisa el proceso de comunicación y proporciona retroalimentación (marcada en rosado).

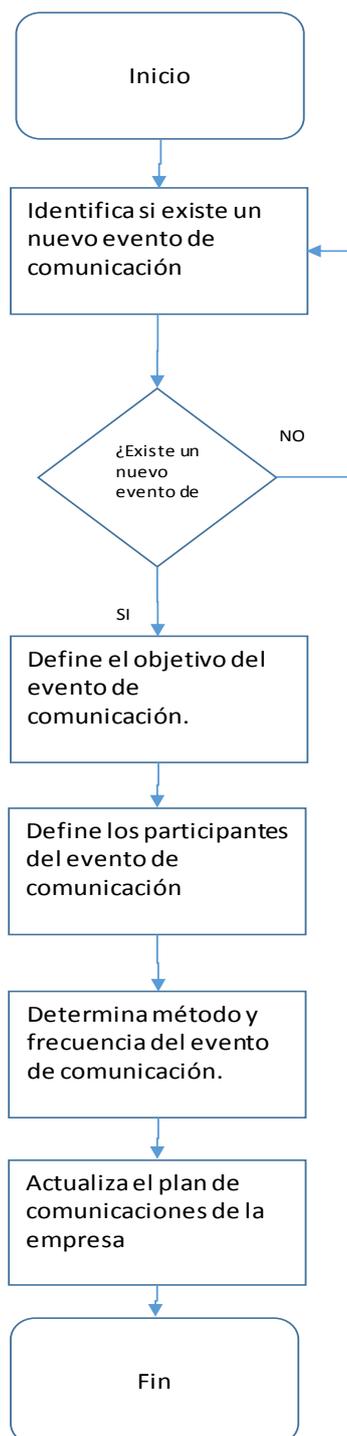
NA = No interviene en la reunión, no aplica.

Tabla 14  
Matriz de Comunicación

CÓDIGO	Gerente General	Gerente Administrativo	Jefe de producción	Asistente de RRHH	Asistente de Ventas	Asistente Administrativo	Asistente de bodega	Operadores de planta
E-01	R	A, M	A	NA	NA	M	NA	NA
E-02	R	A	M	NA	M	R	NA	NA
E-03	NA	R	R	NA	NA	R	NA	A
E-04	NA	A	R	R	NA	A	NA	NA
E-05	M	M	R	NA	A	R	NA	NA
E-06	M	R	A	NA	M	R	A	NA
E-07	M	A	A	NA	NA	R	NA	NA
E-08	R	A	M	NA	M	R	A	NA

### 3.5. Proceso de Comunicación Interna

El plan de comunicaciones esta definido pero se debe actualizar mensualmente o semanalmente de acuerdo a las necesidades de la empresa Plastiuniversal S.A, bajo el siguiente diagrama de flujo de proceso.



### **Conclusiones.**

- La empresa Plastiuniversal S.A. presenta errores en la comunicación que afectan su clima laboral, de acuerdo a las encuestas son: rumores, falta de compromiso y desconfianza entre los empleados, solamente en el personal de producción se detectó con un 28% problemas de adaptación al cambio.
- Los empleados de Plastiuniversal S.A si han dejado de cumplir con el trabajo por la falta de información obtuvo un alto porcentaje en el personal de producción con un valor del 60%, en el personal administrativo fue menor con un valor del 40%.
- De acuerdo a los datos levantados mediante la encuesta se identificaron los factores que mejorarían el clima laboral Plastiuniversal S.A, los cuales estan enfocados en la comunicación: información a tiempo, información correcta e información fluida.

### **Recomendaciones.**

- Realizar la implementación del plan de comunicaciones a la empresa Plastiuniversal S.A. le permitirá mejorar su clima laboral.
- El plan de comunicaciones mejora la fluidez de la información evitando los retrabajos o la falta de realización de las actividades por la falta de información.
- El plan de comunicación debe estar alineado a la estrategia empresarial de la compañía para que aporte al cumplimiento de la visión y misión de la misma.

## Bibliografía

- Aguilera, O. (2013). *El lienzo de tu modelo de negocio: La relación con el cliente*. Obtenido de <http://www.iat.es/2013/02/el-lienzo-de-tu-modelo-de-negocio-la-relacion-con-el-cliente/>
- Arenal Laza, C. (2016). *Venta Online*. Editorial Tutor formación.
- Bordas Martínez, M. J. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Madrid: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Cruz Lablanca, I. d. (2014). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. España: Ministerio de Educación de España.
- Dagua, M. C. (2014). *Tras las huellas de la investigación sobre Lectura y Escritura en la Universidad*. Universidad Tecnológica de Pereira.
- David Ulrich, J. Y. (2012). *Recursos Humanos, de afuera hacia adentro*. .
- Deslauriers, J.-P. (2004). *Investigación Cualitativa*. Alma mater - RudeColombia.
- Deusto, J. L. (s.f.). *Posiciones y argumentos entre vendedor y comprador*. .
- Entrepreneur. (2015). *7 cualidades de los mejores vendedores*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/268056>
- Fidias, & Arias. (2012). *El proyecto de Investigación*. EPISTEME, C.A.: Caracas.
- Freyre, R. P. (2010). *Conceptos básicos para la formulación y elaboración de proyectos de investigación en operación logística*. Universidad Autónoma del Caribe.
- Gamero Maldonado, H. (2013). *LA SATISFACCIÓN LABORAL COMO DIMENSIÓN DE LA FELICIDAD*. *Ciencia y Trabajo*.
- Gan, F. (2007). *Manual de Recursos Humano*. Barcelona: UOC.
- Harris, S. (2011). *La organización de Recursos Humanos de alto impacto*. .
- Janson, K. (2015). *Desmitificando la gerencia del talento*. .
- Janson, K. (2015). *Desmitificando la gerencia del talento*. .
- Koval, S. (2011). *Manual para la elaboración de trabajos Académicos*. .
- Lucio, L. N. (2010). *Metodología de la Investigación*. .
- Luis Alfredo Echeverri, M. B. (2010). *Planeación y control integrado de gestión a partir del modelo del sistema viable y el Balanced Scorecard*. Universidad San Buenaventura Seccional Cali.
- Maslow, A. (2012). *El hombre autorealizado*. Barcelona.
- Morató, J. (2016). *La Comunicación Corporativa*. UOC.
- Ocampo, M. (2014). *Comunicación Empresarial: Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones*. UOC.

Quintero, S. R. (2012 ). Trayectos y reflexiones en la construcción de un instrumento de evaluación ética de proyectos de investigación. cali .

Romero, P. M. (2014 ). Como dewsarrollar habilidades de pensamiento . Ediciones de la U.

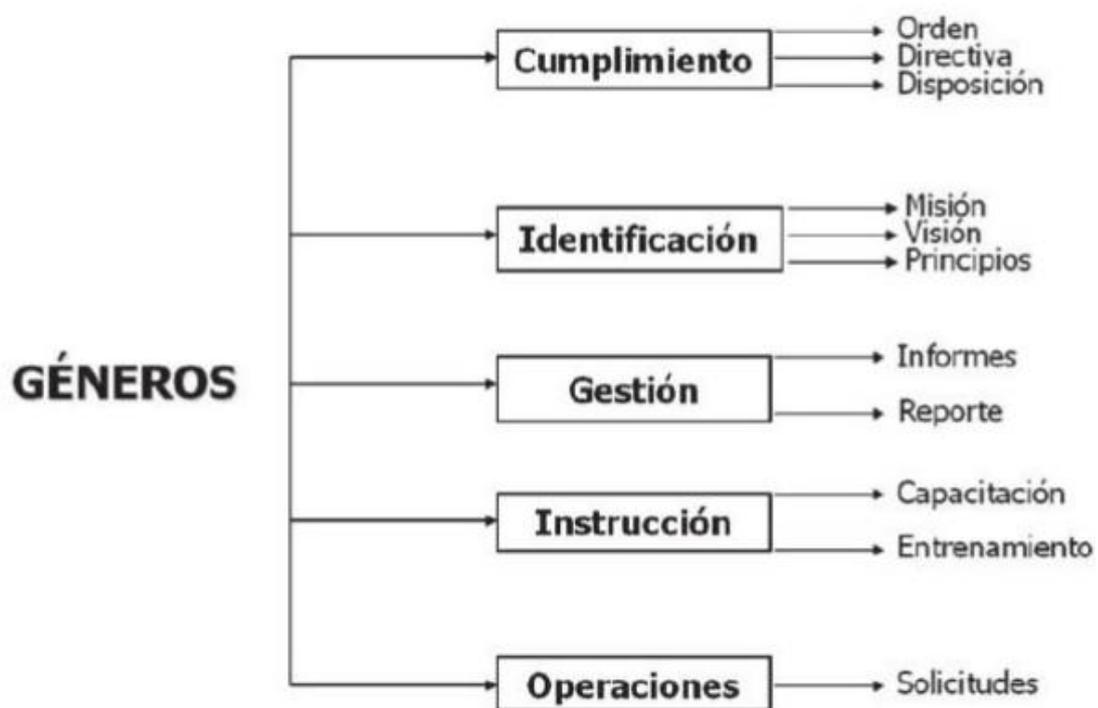
Sautu, Boliolo, Dalle y Erbert. (s.f.). *Manual de metodología, construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología.*

Tamayo, M. T. (2014 ). El proceso de la Investigacion Cientifica .

Torres Morales, V. (2014). *Administración de Ventas.* México: Larousse - Grupo Editorial Patria.

Túñez, M. (2014). *Comunicación Corporativa: claves y escenarios.* UOC.

## Apéndice 1 Géneros de la comunicación organizacional



## Apéndice 2 Formato de Encuesta

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL ENCUESTA			
OBJETIVO: Determinar como influye en el clima laboral la falta de un plan de comunicaciones en la empresa Plastiuniversal S.A			
<u>Administrativo</u>	<u>Planta</u>		
1 ¿Cómo es la relación con sus compañeros de trabajo ?			
Malo <input type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>	
Bueno <input type="checkbox"/>		Muy buena <input type="checkbox"/>	
2 ¿En mi área de trabajo se promueve el trabajo en equipo?			
Nunca <input type="checkbox"/>		A veces <input type="checkbox"/>	
Casi siempre <input type="checkbox"/>		Siempre <input type="checkbox"/>	
3 ¿Cómo considera la comunicación dentro de su área de trabajo?			
Suficiente <input type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>	
			Insuficiente <input type="checkbox"/>
4 ¿Cómo calificaría su ambiente de trabajo?			
Malo <input type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>	
Bueno <input type="checkbox"/>		Excelente <input type="checkbox"/>	
5 ¿Usted cree que la empresa tiene bien definidas las funciones de cada trabajador?			
SI ( <input type="checkbox"/> )		NO ( <input type="checkbox"/> )	
6 ¿Su jefe le proporciona la información necesaria para cumplir con sus actividades?			
SI ( <input type="checkbox"/> )		NO ( <input type="checkbox"/> )	
7 ¿Ha dejado de cumplir con su trabajo por falta de información?			
Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>	
A veces <input type="checkbox"/>			
8 ¿De listado elija el que Usted más cree que observa en la empresa?			
Rumores <input type="checkbox"/>		Problemas de adaptación a los cambios <input type="checkbox"/>	
Falta de compromiso <input type="checkbox"/>		Conflictos entre compañeros <input type="checkbox"/>	
Desconfianza entre empleados <input type="checkbox"/>		Desorientación en el desarrollo del trabajo <input type="checkbox"/>	
9 ¿Usted conoce el organigrama, visión y misión de la empresa?			
SI ( <input type="checkbox"/> )		NO ( <input type="checkbox"/> )	
10 ¿Seleccione los factores que lo podrían hacerlo cumplir con su trabajo?			
Información a tiempo <input type="checkbox"/>		Información fluida <input type="checkbox"/>	
Información correcta <input type="checkbox"/>		Recibir información por el medio adecuado <input type="checkbox"/>	
Otra _____			