

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

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

**TEMA: “LA COMUNICACIÓN INTERNA ENTRE
ÁREAS Y SU INCIDENCIA EN EL RENDIMIENTO DE
LA EMPRESA ECUATORIANA DE MATRICERÍA
ECUAMATRIZ CIA. LTDA. DE LA CIUDAD DE
AMBATO.”**

Autor: Catalina Alexandra Mejía Castillo

Tutor: Ing. MBA. Fernando Silva Ordoñez

Ambato – Ecuador
Mayo 2015



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Fernando Silva Ordoñez

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. Fernando Silva Ordoñez

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Catalina Alexandra Mejía Castillo, 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.

Catalina Alexandra Mejía Castillo

1716472566

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. Leonardo Ballesteros

.....

Ing. Mg. Patricio Medina

Ambato, 29 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.

Catalina Alexandra Mejía Castillo

1716472566

AUTORA

DEDICATORIA

Le dedico esta tesis a Dios por la sabiduría e inteligencia proporcionadas. A mi adorado hijo Ismael Santiago quien es la razón de todos los esfuerzos y sacrificios. A mi familia por apoyarme y estar conmigo a cada momento, a mi tutor y profesores que directa e indirectamente me han apoyado a lo largo de esta trayectoria para lograr el objetivo de terminar mi tesis y posteriormente graduarme como Ingeniera de Empresas.

Catalina Alexandra Mejía Castillo

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por las múltiples bendiciones que me da cada día. A la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, la cual ha fortalecido mis conocimientos y hoy me está permitiendo alcanzar mi anhelado sueño, de igual manera a los distinguidos profesores y autoridades de la misma.

A mi Profesor Tutor de Tesis y a mi familia por el apoyo incondicional.

Catalina Alexandra Mejía Castillo

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CONTENIDO

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
INDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
INDICE DE TABLAS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
1.1 TEMA DE INVESTIGACION.....	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.3 CONTEXTUALIZACIÓN	2
1.4 ANÁLISIS CRÍTICO.....	8
1.5 PROGNOSIS.....	10
1.6 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	10
1.6.1 PREGUNTAS DIRECTRICES	10
1.6.2 DELIMITACIÓN.....	11
1.7 JUSTIFICACION	11
1.8 OBJETIVOS	12
CAPITULO II	13
MARCO TEORICO.....	13
2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.-	13

2.1 FUNDAMENTACION FILOSOFICA.-.....	20
2.1.1 Fundamentación Ontológica:	20
2.1.2. Fundamentación Epistemológica	21
2.1.3. Fundamentación Axiológica:	21
2.2. FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA:.....	21
2.3. FUNDAMENTACION LEGAL.-.....	22
2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES	24
2.5. HIPÓTESIS.....	35
2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES	35
2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE	35
2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE	35
CAPITULO III.....	36
METODOLOGIA	36
3.1 ENFOQUE	36
3.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.....	37
3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	38
3.4.1 POBLACIÓN	39
3.4.2 MUESTRA.....	39
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	40
CAPITULO IV.....	44
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	44
VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	55
CAPITULO V	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
CAPITULO VI.....	60
6.3. JUSTIFICACIÓN	61
6.4. OBJETIVOS	62

6.4.1. Objetivos General.....	62
6.4.2. Objetivos específicos	62
6.5. Análisis de factibilidad.....	62
6.6. Modelo operativo	64
Plan de comunicación interna	65
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	65
Justificación.....	70
Matriz PCI.....	72
Análisis.....	72
MATRIZ POAM	73
ESTRATEGIAS FODA	74
Programa de acción.....	81
Costos de la propuesta.....	83
Cronograma.....	83
Evaluación y control	84
BIBLIOGRAFÍA.....	85

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Comunicación Interna	44
Tabla 2 Motivación Comunicación Interna.....	46
Tabla 3 influencia de la Comunicación.....	47
Tabla 4 Comunicación	48
Tabla 5 tipos de Comunicación.....	49
Tabla 6 Optimización de elementos.....	50
Tabla 7 Recursos	51
Tabla 8 Optimización de recursos.....	52
Tabla 9 Etapas de los procesos de producción.....	53
Tabla 10 etapas de comunicación	54
Tabla 11 PCI	72
Tabla 11 POAM	73

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa “Ecuatoriana de Matricería Ecuamatrix” Cía. Ltda. Se ha dedicado a la producción y comercialización de todo lo referente a matricería, herramientas de la construcción, auto partes, línea eléctrica y servicios de troquelado ha alcanzado un desarrollo industrial y tecnológico que le ha permitido obtener un prestigio importante en el Ecuador se encuentra en el mercado nacional desde 1981 y ha tenido muchos cambios positivos hasta la actualidad.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un amplio análisis acerca de la comunicación ya que es muy importante dentro de una organización por que permitirá a los integrantes de la misma conocer las ventajas y desventajas, en qué nivel está ubicada con respecto a la competencia para poder esforzarse más en el rendimiento laboral obteniendo como resultado el éxito.

La presente investigación ayudo a mejorar la comunicación interna en las áreas organizacionales donde se desenvuelve el personal de la empresa para saber en qué nivel está el funcionamiento de la misma, sus éxitos y fracasos, también ayudo a determinar si la producción se está cumpliendo a tiempo o existe demora por cuellos de botella para poder brindar una solución a la problemática mencionada.

Asi la propuesta resultante de la investigación me direcciono para desarrollar un “Plan de comunicación Interna para mejorar el rendimiento del personal de la empresa ECUAMATRIZ de la ciudad de Ambato” el cual sirve para optimizar las relaciones internas de la empresa, acercado al personal la información necesaria para el cumplimiento correcto de las actividades; y la adecuada toma de decisiones. Siendo estas actividades encaminadas a facilitar la comunicación de la forma esperada por el propietario de la empresa “Ecuatoriana de Matricería Ecuamatrix” Cía. Ltda.

Palabras claves: Comunicación Interna, Rendimiento del personal, Plan de Comunicación Interna.

ABSTRACT

The study developed below presents an overview of the concepts of internal communication between areas and performance of the company, defining and incorporating different appraisals of Internal Communication.

Through direct observation were able to determine the problem with the company "inadequate internal communication" thereby giving rise to the problem between areas and thus affecting the performance of it to find a solution to this problem was I just this research.

Subsequently the methodology used in conducting the research, consisting of a collection of field and literature, reviews in other similar research, and application of knowledge acquired through university education and experience we have of the subject is .

As a result we have the "Plan of internal communication to improve performance of company personnel ECUAMATRIZ city of Ambato" which serves to optimize the internal relations of the company. This is about putting emphasis on improving the quality of communication, staff approached the information necessary for the proper performance of activities; further attention on specific points of the organization is concentrated to facilitate understanding and appropriate decision making. Internal Communication With proper performance of the company ECUATORIANA OF MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA was improved. LTDA city of Ambato.

Keywords: Internal Communication, Performance staff, Internal Communications Plan.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo tiene como propósito determinar la incidencia de la Comunicación Interna en el rendimiento del personal de la empresa ECUAMATRIZ de la ciudad de Ambato. La estructura del presente trabajo es la siguiente:

Capítulo I.- Aquí se describe el problema de investigación, se señala el lugar y el grupo de investigación, el contexto en el que se ubica el problema, además de justificar el por qué se investiga y se delimita el tema así también se formulan los objetivos de la investigación.

Capítulo II.- Se desarrolla el marco teórico, información que es recopilada bibliográficamente y sus resultados, los cuales han servido de soporte para la presente investigación.

Capítulo III.- Aquí se desarrolla la metodología de investigación utilizada, esto es enfoque, modalidad básica y nivel de investigación al que se llegó con el trabajo, así también las distintas técnicas y a los tipos de investigación implementados en el trabajo, para esto se contó información de la población y muestra del objeto de estudio.

Capítulo IV.- En este se llega a un análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la población investigada, así también la validación de la hipótesis de acuerdo a los resultados obtenidos por parte del investigador.

Capítulo V.- Se plasman las conclusiones y las recomendaciones que se han obtenidos durante el análisis de los datos obtenidos anteriormente en la investigación realizada.

Capítulo VI.- En este capítulo se desarrolla la propuesta, en este trabajo es un Plan de comunicación interna que sirva para mejorar el rendimiento del personal de la empresa estudiada.

Por último se encuentra la Bibliografía y Anexos que se utilizaron a lo largo del trabajo de investigación

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA DE INVESTIGACION.

La Comunicación Interna entre áreas y su Incidencia en el Rendimiento de la Empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA. De la Ciudad de Ambato.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Mediante observación directa se detectó el siguiente problema:

Inadecuada Comunicación Interna entre áreas está incidiendo en el rendimiento de la empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA. de la Ciudad de Ambato.

1.3 CONTEXTUALIZACIÓN

Los 194 países que conforman todo el mundo coinciden en que a partir del tiempo propiciado por la globalización donde el pensamiento es universal, ya no hay

dudas sobre el modelo de organización como un sistema abierto en red, constituida por pequeños grupos de trabajo que interactúan entre sí a través de una red de comunicación en permanente interacción con su entorno (Naciones Unidas, 2014).

Es claro que para la consecución de los objetivos se torna esencial el aprovechamiento de la inteligencia, creatividad y capacidad de decisión de todas las personas que la integran, orientadas por una visión compartida

Sin embargo esta nueva visión de la doctrina empresarial integrada, que a esta altura nos parece pertinente, surge a partir de los '90 como un verdadero desafío que los profesionales de la comunicación tuvieron que enfrentar. Hasta ese entonces la comunicación organizacional prácticamente giraba en torno a la comunicación comercial, coordinada por departamentos de publicidad y la comunicación con los medios a través de departamentos de prensa (Soteras, 2014).

40 estudiantes de comunicación de la Universidad Sergio Arboleda liderados por el asesor en comunicación interna Jorge Aguilera, realizaron entre marzo y julio una encuesta vía Internet a cerca de 210 empresas de América Latina.

Con un promedio de 32 empresas encuestadas por país desde México hasta Argentina y Chile pasando por su puesto por El Salvador, Venezuela y Colombia, la encuesta permite establecer que entre un 80 y 100 % de los problemas de rendimiento en las empresas latinoamericanas han tenido su origen en procesos de comunicación interna deficientes (Aguilera & Orejuela, 2014).

Otro de los hallazgos de la encuesta señala que al parecer los problemas de comunicación en las empresas se presentan principalmente entre sus áreas donde son más frecuentes los problemas de comunicación generados por personas con problemas de actitud.

Así pues, uno de los problemas que más aquejan a las empresas Latinoamericanas es la deficiente comunicación entre áreas que hacen parte de un mismo proceso, allí se puede ver una marcada preocupación en países como Perú, Panamá y El Salvador, donde el 32% de las empresas encuestadas, consideró que este es un problema muy frecuente, le sigue Colombia con un 14%; mientras que Argentina y Chile lo consideraron como un problema con relativa frecuencia, presentando un 57%, Venezuela un 45%, México fue la excepción ya que lo consideró un problema poco frecuente en un 52% (Aguilera & Orejuela, 2014).

Por lo tanto la comunicación interna es un elemento inherente a la propia organización, está implícita en su propia esencia y por lo tanto el acento se debe poner en la formulación de estrategias y no en las tácticas para comunicarlas.

Las comunicaciones internas promueven la participación, la integración y la convivencia en el marco de la cultura organizacional, en donde cobra sentido el ejercicio de funciones y el reconocimiento de las capacidades individuales y grupales.

La comunicación interna recoge todo el conjunto de acciones que se generan y se ejecutan dentro de la organización, para la creación y mantenimiento de las óptimas relaciones con y entre los miembros de la misma; para la cual debe emplear diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, motivados e integrados y de esta forma; el trabajo, en un clima laboral armónico contribuya al logro de las metas y objetivos que se propone la empresa. La empresa debe ser un espacio abierto, un lugar donde los individuos obtengan el reconocimiento, la realización personal y profesional que buscan y ganan si se les dan las condiciones y las aprovechan (Aguilera & Orejuela, 2014).

La integración de elementos de comunicación interna en la actividad laboral cotidiana, unida a una apuesta firme desde los más altos niveles de la dirección, son premisas básicas que se complementan con un soporte tecnológico adecuado y

proporcionado a nuestros objetivos, junto a una preparación del entorno social donde se va a desarrollar.

Y toda la filosofía que enmarca esta nueva comunicación tiene su resultado práctico en el rendimiento de la empresa, en la satisfacción del cliente, en hacerla más competitiva, más inteligente y flexible, lo que contribuye en definitiva a la propia supervivencia como organización. Es una nueva visión desde un paradigma humanista la que reduce la diferencia entre lo que es y lo que queremos que sea nuestra sociedad y nuestra organización.

En América Latina existen 35 países los cuales al analizar las empresas tienden a pensar que la comunicación interna es «un lujo» y algo exclusivo de las grandes empresas y máxime en la etapa que estamos atravesando que viene marcada por unos resultados un tanto inciertos a todos los niveles. De ahí que se esté convirtiendo en uno de los grandes retos profesionales del siglo XXI, donde todavía son pocas las entidades que desarrollan una adecuada política de comunicación interna que contribuya a implantar los cambios y a lograr los objetivos corporativos y estratégicos de la compañía para conseguir retener el talento, cuando esto es un error ya que toda empresa debe manejar la comunicación interna para tener mejores resultados (Muñiz, 2014).

Toda organización ha presentado o presenta problemas en el desarrollo de sus actividades. A nivel externo, usualmente estas falencias son percibidas por el cliente, lo cual genera una incomodidad o insatisfacción al mismo y, a nivel interno, se culpan unos hacia otros.

¿La raíz del problema? Carencia de comunicación interna a su debido tiempo es un síntoma de falta de organización interna. Las actividades no están designadas o creadas según una secuencia con sus respectivos responsables, sino cada área trabaja según sus prioridades e intereses. Ante todo, quienes deben dominar el manejo de los procesos son los directivos de cada área, quienes, a su vez, enseñan

a su equipo. Para tener una sincronización armónica, es necesario que sus directivos acuerden procesos y todos los integrantes de las áreas trabajen en base a los mismos. Muchas empresas ignoran que para ser competitivas y enfrentarse con éxito al cambio al que le empuja inexorablemente el mercado, han de saber motivar a su equipo humano, retener a los mejores, inculcarles una verdadera cultura corporativa para que se sientan identificados y sean fieles a la organización. Y es precisamente aquí donde la comunicación interna se convierte en una herramienta estratégica clave para dar respuesta a esas necesidades y potenciar el sentimiento de pertenencia de los empleados a la compañía. Ya que la Comunicación Interna es el alma o “el sistema nervioso de la empresa” (Muñiz, 2014).

Para aumentar la eficacia del equipo humano, verdadero artífice de los resultados, ha de sentirse a gusto e integrado dentro de su organización y esto sólo es posible si los trabajadores están informados, conocen los diferentes entramados de la compañía, su misión, su filosofía, sus valores, su estrategia, se sienten parte de ella y, por consiguiente, están dispuestos a dar todo de sí mismos. Además, no debemos olvidar que la comunicación interna ayuda a reducir la incertidumbre y a prevenir el temido rumor, un elemento muy peligroso para las compañías.

Aun así, y pese a su importancia, la comunicación interna sigue siendo uno de los grandes retos de la pyme en el siglo XXI. Y es que si no sabemos cuidar a nuestro cliente interno, difícilmente podremos dar respuestas satisfactorias a los clientes externos. Por tanto, no empecemos a construir la casa por el tejado y hagamos que la comunicación interna deje de ser la asignatura pendiente de nuestra empresa, ya que constituye una herramienta clave para alcanzar los objetivos estratégicos. Además, ayuda a crear cultura de empresa, contribuye a evitar el rumor, propiciando un clima de confianza y motivación, y hace que la empresa sea más competitiva y rentable.

Ampliar el horizonte de la comunicación interna hacia la dimensión del conocimiento compartido y de las relaciones humanas, constituye una apertura y, sobre todo, una respuesta a la demanda y las necesidades que tienen las nuevas organizaciones y las personas que las construyen (Soteras, 2014).

Por otro lado, la figura del Departamento de Comunicación Interna no ha sido percibida como algo fundamental en muchas empresas hasta hace bien poco. Los roles de los gestores de la comunicación se han ido adaptando desde diferentes perfiles curriculares hasta llegar a configurarse en una disciplina propia, con una función bien definida y un mapa de conocimientos que lo apoyan. Ahora nos encontramos inmersos en una nueva etapa, donde la Sociedad del Conocimiento impone sus reglas y hace emerger nuevas necesidades relacionadas con la comunicación: con una nueva comunicación.

Las habilidades de comunicación son una de las características propias esperadas de quienes ocupan posiciones de liderazgo. Su desarrollo y perfeccionamiento son tan imprescindibles como la actualización de habilidades tecnológicas o específicas del negocio. Los líderes son el contacto directo del empleado con la organización y son los responsables naturales de la correcta transmisión de los mensajes.

En la empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA. no se cuenta con una adecuada comunicación interna, existen muchos jefes que imparten órdenes y es por ello que sus empleados no se sienten satisfechos ya que no saben a quién obedecer, es así que analizando la importancia que tiene la comunicación interna se planteó diseñar canales de comunicación efectivos para que todo el personal de la empresa, al nivel que sea necesario, conozca cuales son los planes y objetivos a alcanzar y su grado de participación y esfuerzo en esa tarea.

1.4 ANÁLISIS CRÍTICO



➤ Análisis

La Inadecuada Comunicación Interna en la empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA. se ha presentado por:

La carencia en cultura de Comunicación, además por un inadecuado Clima Laboral con el que funciona la Empresa y el área donde se desenvuelve el personal y por último el problema también se ha dado debido a la ineficacia del sistema formal de la comunicación interna, todas estas causas inciden en una parte primordial de la empresa como es el nivel de Rendimiento.

También incide en la escasas de conocimiento del personal acerca de los éxitos y fracasos de la organización (Ecuatoriana de Matriceria ECUAMATRIZ Cía. Ltda., 2014).

La comunicación es un elemento clave para un buen clima organizacional, además de incidir con el logro de los objetivos propuesto para la empresa.

La comunicación se dibuja como un recurso de vital importancia para el funcionamiento de la organización. Sin embargo en la realidad empresarial se le ha concedido una atención muchas veces insuficiente y se ha entendido de modo distinto el concepto de comunicación, el proceso y los contenidos de lo que se debe comunicar.

La gestión de este recurso debe tener como objetivo básico, cubrir las necesidades de comunicación de los distintos actores de la organización y de su entorno más inmediato. El éxito exige, como punto de partida, lograr un cambio de valores y de cultura organizativa que predisponga a comunicarse.

Como consecuencia de estas causas se tiene los efectos como son el Desempeño de sus actividades Rutinarias, los colaboradores al presentarse un desconocimiento del desarrollo organizacional de la empresa no se es meran por mejorar el rendimiento, en varias ocasiones surge dentro de la empresa Información

Errónea de la situación actual lo que arrea que se ocasionen problemas por no utilizar un sistema adecuado de comunicación.

1.5 PROGNOSIS

Al no realizarse una adecuada comunicación se produjo un profundo desconocimiento dentro de la empresa sobre el desarrollo Organizacional, los colaboradores continuarían con el desempeño de sus actividades en forma rutinaria y no se esfuerzan para lograr un mayor rendimiento.

En la empresa al no existir una buena comunicación interna surge una información errónea de la situación actual de la empresa y los colaboradores no tienen un punto claro de la situación real de la misma para poder desempeñar con énfasis sus actividades cumpliendo la meta establecida por la organización cumpliendo con lo estimado.

La comunicación es muy importante dentro de una organización ya que permitirá a los integrantes de la misma conocer las ventajas y desventajas y en qué nivel está ubicada con respecto a la competencia para poder esforzarse más en el rendimiento laboral obteniendo como resultado el éxito.

1.6 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la Inadecuada Comunicación Interna entre áreas en el rendimiento de la empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA. de la Ciudad de Ambato?

1.6.1 PREGUNTAS DIRECTRICES

- ✓ ¿Qué tipo de comunicación se está utilizando en la empresa “ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA”.?

- ✓ ¿Cuál es el tipo de Comunicación que convendría utilizar en la empresa para evitar su incidencia en el Rendimiento?
- ✓ ¿Qué alternativa de solución existe para mejorar el rendimiento de la organización?

1.6.2 DELIMITACIÓN

- Conceptual

Campo: Administrativo

Área: Comunicación Interna

Aspecto: Rendimiento

- Especial

La investigación se realizó en la Empresa “ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ” CIA. LTDA. Situada en la provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato, en el nuevo parque Industrial (Santa Rosa vía Ecológica) S/N y Bernardino Echeverría.

- Temporal

Esta investigación se realizó del 15 de Julio del 2014 al 15 de marzo del 2015.

- Unidades de Observación

La siguiente investigación se realizó a los clientes internos de la empresa, con el fin de obtener la información necesaria que ayude a dar solución al problema.

1.7 JUSTIFICACION

La presente investigación ayudo a mejorar la comunicación interna en las áreas organizacionales donde se desenvuelve el personal de la empresa para saber en qué nivel está el funcionamiento de la misma, sus éxitos y fracasos, también ayudo a

determinar si la producción se está cumpliendo a tiempo o existe demora por cuellos de botella para poder brindar una solución a la problemática mencionada.

La comunicación dentro de una organización es vital ya que a los colaboradores de la misma se les hace partícipes de lo que está surgiendo en la organización para que ellos desempeñen sus actividades con gusto y amor a su trabajo y no solo a cambio de un salario ya que los triunfos y fracasos de la empresa benefician o perjudican a toda la familia que la conforman es por ello que las decisiones que se dan en una organización deben ser respaldadas por todos los miembros.

A través de esta investigación el cambio se dio al diseñar modelos de comunicación interna los cuales ayudó a mejorar el rendimiento laboral de los colaboradores ya que se contó con ellos en la toma de decisiones para lograr el éxito de la empresa.

1.8 OBJETIVOS

Objetivo General

- ✓ Determinar la incidencia de la Comunicación Interna entre áreas en el Rendimiento de la empresa “ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA.”

Objetivos Específicos

- ✓ Diagnosticar el tipo de comunicación que se está aplicando en la Empresa.
- ✓ Analizar el rendimiento actual de la empresa “ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA.”.
- ✓ Proponer una alternativa de solución para mejorar la Comunicación Interna y así lograr un mayor rendimiento en la empresa “ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA.”.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.-

(Mellado, 2005) en la investigación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey “La Gestión de la Comunicación Interna en la Pequeña Empresa Industrial: un Análisis de los Procesos Organizacionales Clima y Liderazgo”; se plantea una propuesta teórico-metodológica que destaca la importancia del liderazgo y el clima organizacional en la realidad comunicativa de estas organizaciones y en la determinación de las relaciones laborales que se producen en su interior, postulando una caracterización del engranaje formal e informal que las configura como sistema social y simbólico.

Para la consecución de este propósito se plantearon los siguientes objetivos específicos de índole instrumental:

Medir la calidad del clima organizacional y del liderazgo al interior de la estructura de la pequeña empresa industrial, mediante las percepciones de todos sus miembros, tanto trabajadores como jefes; analizar los factores comunicacionales que influyen de forma significativa en la comunicación jefe – subordinado; contrastar si la percepción de los trabajadores se correlaciona positiva o negativamente con la que mantienen sus jefes y sus propios pares; conocer cuál es la incidencia que estas percepciones tienen en el funcionamiento general de la organización, delimitando la consistencia de los flujos de comunicación que se consideran asociados con diferentes climas y tipos de líderes; detectar el tipo de variables que marcan diferencias significativas en dichas percepciones, convirtiéndose en patrones de agrupación estables.

Finalmente, se pretendió paralelamente y a nivel metodológico, verificar la validez y fiabilidad del cuestionario que se diseñó para la medición del clima organizacional y el liderazgo en la pequeña empresa industrial.

(Fiallos Núñez, 2012) En su tesis que titula “La Comunicación Interna y su efecto en el Desempeño Laboral de la Institución SECAP de Ambato”.

Como Objetivos se tiene:

- Fomentar el Involucramiento de las personas, es decir, su participación activa y comprometida para el logro de los objetivos organizacionales. Lo que toda empresa busca en materia de capital humano es que éste haga lo que tiene que hacer, lo haga bien y a tiempo, y lo haga con gusto. Para que esto suceda, ciertamente son muchas las variables que influyen, pero sin duda, la comunicación juega un papel de gran importancia.

Por un lado, los colaboradores de la empresa tienen que conocer muy bien cuáles son los objetivos que ésta persigue, así como los que ellos mismos tienen que cumplir para contribuir a que se alcancen los de la organización. Por otro, estos objetivos tienen que establecerse, y presentarse, de tal manera que las personas los hagan suyos, se identifiquen con ellos y se comprometan a poner todo de su parte para lograrlos.

- Facilitar la creación de una Imagen favorable y consistente de la organización entre sus públicos. Esto va más allá de la concepción que a menudo se tiene de la imagen como algo meramente externo y ligado a elementos que hacen parecer lo que no se es. El comunicador profesional debe cuidar que la imagen que se cree la gente de la organización a la que pertenece esté sustentada en realidades y no en ficciones, en rasgos reales y no en meras apariencias.

Como Conclusiones se tiene

- Los medios o canales de comunicación formal que utiliza para transmitir información oficial por parte del director de la institución, no son los adecuados y esto ocasiona lentitud en los procesos, ya que produce insatisfacción laboral, y conflictos personales, lo cual se ve reflejado en el clima laboral y por ende en el desempeño laboral de los servidores públicos.
- En la Dirección del SECAP de Ambato el peligro que se corre es que la información oficial y las instrucciones emitidas se distorsionen por no estar registradas en un medio adecuado para ello. También la utilización de papelería hace que se entorpezca la rapidez de la comunicación.
- La alta informalidad en la comunicación dentro de la organización puede provocar la falta de oportunidad en las acciones y errores en la transmisión de la información. Es destacable que los rumores son el canal más utilizado, y la secretaria es la persona que más está asociada con la transmisión de comunicación no oficial. Por tanto, en el plan de comunicación se deberá tomar en cuenta.
- En la institución los tipos de comunicación tanto ascendentes, descendentes como horizontal, no están siendo bien utilizados sus canales o medios comunicativos lo que hace que tanto los jefes y subordinados o viceversa no tengan la mejor apertura a las instrucciones laborales.
- Es fundamental que la institución cuente con programa de incentivos ya que esto siempre genera positivismo y motivación en los servidores públicos, y hace que ellos eleven su autoestima y confianza en sí mismos y de esta manera

contribuyan al desarrollo institucional; y con esto se va lograr una mayor participación de ellos.

- El trabajo en equipo que se ha constituido primordial principalmente por el intercambio de ideas en las actividades diarias, la interactividad entre la dirección y los servidores públicos también son muy positivas, ya que los dirección ha estado pendiente y responde eficientemente ante los conflictos y dudas que se presentan, y con esto han logrado satisfacer de la mejor manera las inquietudes, quejas que no tenían eco en la institución.
- La evaluación del desempeño tanto individual como colectivo es de vital importancia para detectar las falencias de la comunicación interna de los servidores públicos con el fin de ver cuál ha sido su contribución a los resultados de la institución, y de esta manera asegurar el éxito de la misma.

Después de haber revisado las principales conclusiones se puede definir que la empresa debe poner énfasis en capacitar a sus servidores dentro de su respectivo puesto ya que si este no cuenta con los conocimientos adecuados puede ocasionar retrasos en las actividades que desempeña y por ende crea inconvenientes tanto en su puesto como en los demás puesto que todos trabajan en serie y cada puesto depende del otro.

(Coca Altamirano, 2012)En su tesis que titula “Comunicación Interna Activa Entre El Talento Humano Y Marketing, En Busca Del Compromiso Organizacional En El Centro Artesanal Huambaló” Facultad De Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica De Ambato, Como Objetivo general se tiene:

- Identificar cómo incide la comunicación interna activa entre el Talento Humano y marketing en la búsqueda del compromiso organizacional en el Centro Artesanal Huambaló.
Como objetivo específico.
- Detectar las falencias comunicacionales internas en la organización, mediante la observación directa y visitas constantes, con la finalidad de mejorar las relaciones interpersonales entre el Talento Humano y Marketing en el Centro

Artesanal Huambaló Incrementar el compromiso organizacional en cada uno de los socios fabricantes, utilizando la motivación y capacitación permanente, con el fin de mantener la comunicación organizacional.

- Elaborar un plan de comunicación interna, mediante un análisis de los diferentes canales de comunicación y estrategias comunicacionales, con el fin de mejorar el desempeño laboral y el compromiso organizacional.

Como conclusión determinamos que La comunicación organizacional interna del Centro Artesanal Huambaló se puede catalogar como inadecuada, es decir, la información fluye de manera correcta solo en algunas áreas, pero de manera general, no funciona adecuadamente en todos los sentidos. Los canales de comunicación interna que más se ocupan son los verbales, aunque muchas veces en la organización dichos canales distorsionan la información en lugar de transmitirla correctamente. En su mayoría este problema es generado en el “nivel horizontal”. Al ocuparse el canal verbal surge el “radio pasillo”. Es decir, se trata de la comunicación informal que se da dentro de un área, dentro de la organización, pero en la que el contenido no es oficial, por lo que genera rumor dentro de la organización. Ocasionando un estado de caos. El compromiso organizacional es un elemento importante que la organización debe considerar. Aunque CENARHU tiene su propia cultura y personalidad, es importante impulsar el desarrollo del compromiso afectivo, normativo y continuo o de pertenencia ya que los comportamientos laborales, tales como el alto desempeño, la puntualidad y una conducta proactiva, se predicen mejor a partir de un alto nivel de compromiso afectivo.

(Moncayo Gutiérrez, 2008) En su tesis que se titula Plan de Comunicación Interna para Parmalat Ltda. de Bogotá. Facultad de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Como Objetivos se tiene:

- Diseñar un programa estratégico de comunicación interna que facilite la transmisión de información, integración y motivación de los diferentes públicos internos de Parmalat.

- Implementar canales o medios de comunicación internos y formales efectivos, que faciliten el desarrollo, la coordinación y el cumplimiento formal de tareas que beneficien a la organización y, que reduzcan la aparición de canales informales, como el rumor en aras de mejorar el clima organizacional y el ambiente laboral.
- Fomentar el uso de los medios de comunicación internos existentes, involucrando al personal activamente en el diseño de forma y contenidos de cada uno de ellos.
- Fomentar relaciones eficientes entre los públicos internos de Parmalat que redunden en un clima laboral armonioso.

Como conclusión se tiene

- A manera de conclusión del eje temático de comunicación, es evidente que la comunicación interna de Parmalat Ltda. se ha estructurado espontáneamente sin obedecer a una estructura diseñada previamente por expertos de la comunicación.
- Es más una comunicación reactiva que se estructura sobre la base de las necesidades coyunturales y adolece de una perspectiva de largo plazo y de integración y coordinación de todas las áreas de la organización.
- Es necesario que todo el personal de Parmalat Ltda. tenga clara la misión, visión, valores y objetivos de la organización y, de esta forma creen un sentido de pertenencia con la misma, la hagan parte de sus vidas, se apropien de ella, se sientan orgullosos de ser parte de la empresa y puedan participar de forma activa en todas las actividades planeadas por la empresa y, así cumplan metas y alcancen logros en el sector industrial, proyectando una imagen positiva a sus públicos externos, ganando posicionamiento en la mente de los consumidores.
- Para crear un ambiente laboral ameno, armonioso, que se vea reflejado en la clima y cultura organizacional, es necesario la concepción, diseño y ejecución de una estructura de comunicación interna, que no sea un resultado espontáneo de necesidades coyunturales de momento, sino fruto del trabajo de profesionales competitivos, que conciban dicha estructura de comunicación interna sobre la

base de lo expuesto en el presente diagnóstico y de las características propias de la organización.

(Valverde, 2009) El diseño organizacional y su influencia en el rendimiento de la Avícola San Andrés de la provincia de Tungurahua. Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato. Como Objetivo se tiene

- Mejorar el rendimiento de la empresa, innovando tecnología, organización, recursos humano, relaciones laborales y condiciones de trabajo.

Como Conclusiones

- El talento humano que se desempeña en la Avícola “San Andrés” del cantón Patate se encuentra desmotivado con las actividades que realiza, ya que su ejecución es totalmente informal.
- Es necesario, realizar un control minucioso acerca de cómo están utilizando sus empleados los recursos que posee la avícola, ya que afecta directamente a la empresa el desperdicio que está ocasionando.

(Morales, 2009) En su tesis que se titula Evaluación del desempeño laboral y su incidencia en el rendimiento en panadería El Enjambre de la ciudad de Ambato. Dicha tesis permitió que la empresa logre mantener un sistema de desempeño técnicamente elaborado, pues este constituye una manera eficaz de promover y ascender los recursos humanos de manera óptima, permitiendo la discusión entre colaboradores y supervisores o jefes sobre el rendimiento de cada uno y el poder fijar nuevos objetivos.

- Permite definir el grado de contribución de cada colaborador a la organización,
- Promueve el auto conocimiento y autonomía de los colaboradores, y también sirve para elaborar planes de acción en caso de desempeños no satisfactorios.

Por esta razón el programador de cursos de capacitación del departamento de recursos humanos deberá identificar las necesidades de la empresa, para ayudar a promover la

comunicación entre trabajadores, y propiciar el trabajo interdisciplinario.

2.1 FUNDAMENTACION FILOSOFICA.-

La investigación se basa en el paradigma crítico – propositivo ya que se basa en la realidad y contribuye al cambio en relación a las dos variables comunicación interna y rendimiento.

La empresa tiene un personal con diferencias culturales, sociales e ideológicas lo que dificulta en forma directa el proceso de comunicación interna, el mismo que se viene realizando en forma equivocada, es decir que no hay coordinación con las personas que manejan la información, cuando lo ideal es la comunicación fluye correctamente para evitar contratiempos.

Por medio de las encuestas a los empleados de la empresa, se ha logrado extraer una visión amplia del problema, la falta de estrategias de comunicación interna que mejore el rendimiento de la organización. Además la comunicación tiene un nivel jerárquico y existen dificultades de intercomunicación, debido a barreras como son las deficientes relaciones entre los empleados, por lo que el proceso de comunicación sufre un desequilibrio, generado por la falta de liderazgo, motivación e interrelación, que no les permite mantener una óptima comunicación en su lugar de trabajo y por ende trabajar en equipo que es lo ideal para lograr elevar el rendimiento de la empresa.

2.1.1Fundamentación Ontológica:

Esta fundamentación habla de la realidad en que se encuentra la empresa en cuanto a la inadecuada comunicación interna que afecta directamente al rendimiento de la organización. Actualmente vivimos en un mundo altamente competitivo, toda institución debe enfocarse a la realidad en la que nos desenvolvemos, identificando las oportunidades que se presenten, razón por la cual la EMPRESA ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA. Debe permanecer atento a los cambios,

afrontarlos con responsabilidad y ofrecer a sus colaboradores todos los medios que aporten a su bienestar, para que se desenvuelvan eficientemente dentro de un ambiente laboral agradable.

2.1.2. Fundamentación Epistemológica

Esta fundamentación habla de las relaciones entre el sujeto que conoce de la realidad del objeto de estudio, esta relación debe ir de la mano con el propósito de contribuir al cambio dentro de la Empresa, de tal manera que los colaboradores se comprometan a ser partícipes en la solución del problema, pues si se desea mejorar la comunicación interna es necesario que se realicen acciones a su favor para el fortalecimiento del ambiente laboral.

2.1.3. Fundamentación Axiológica:

Esta fundamentación permitió tener un conocimiento amplio de los valores que se posee al momento de realizar la investigación, pues para su realización fue necesaria de la aplicación de valores transformadores de cambio, en este caso se aplicó acciones comunicacionales basadas en respeto, colaboración, transparencia y otros valores que permitieron la libertad de expresión de los colaboradores, impulsando así el contacto del investigador y la realidad para trabajar por la solución del problema.

2.2. FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA:

Mediante esta fundamentación se identificó las características del problema objeto de estudio, y permitió adquirir conocimiento y junto con la práctica generó experiencia; así también los colaboradores se involucraron y se comprometieron en dar solución a la inadecuada comunicación interna que afecta al ambiente laboral de la Empresa

2.3. FUNDAMENTACION LEGAL.-

La presente investigación, se sustenta en:

La Constitución de la República del Ecuador, por referirnos al Talento Humano y sus derechos.

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

” Numeral 2. “El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.”.

De la Constitución del Ecuador, Capítulo segundo, Derechos del buen vivir, 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.
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.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

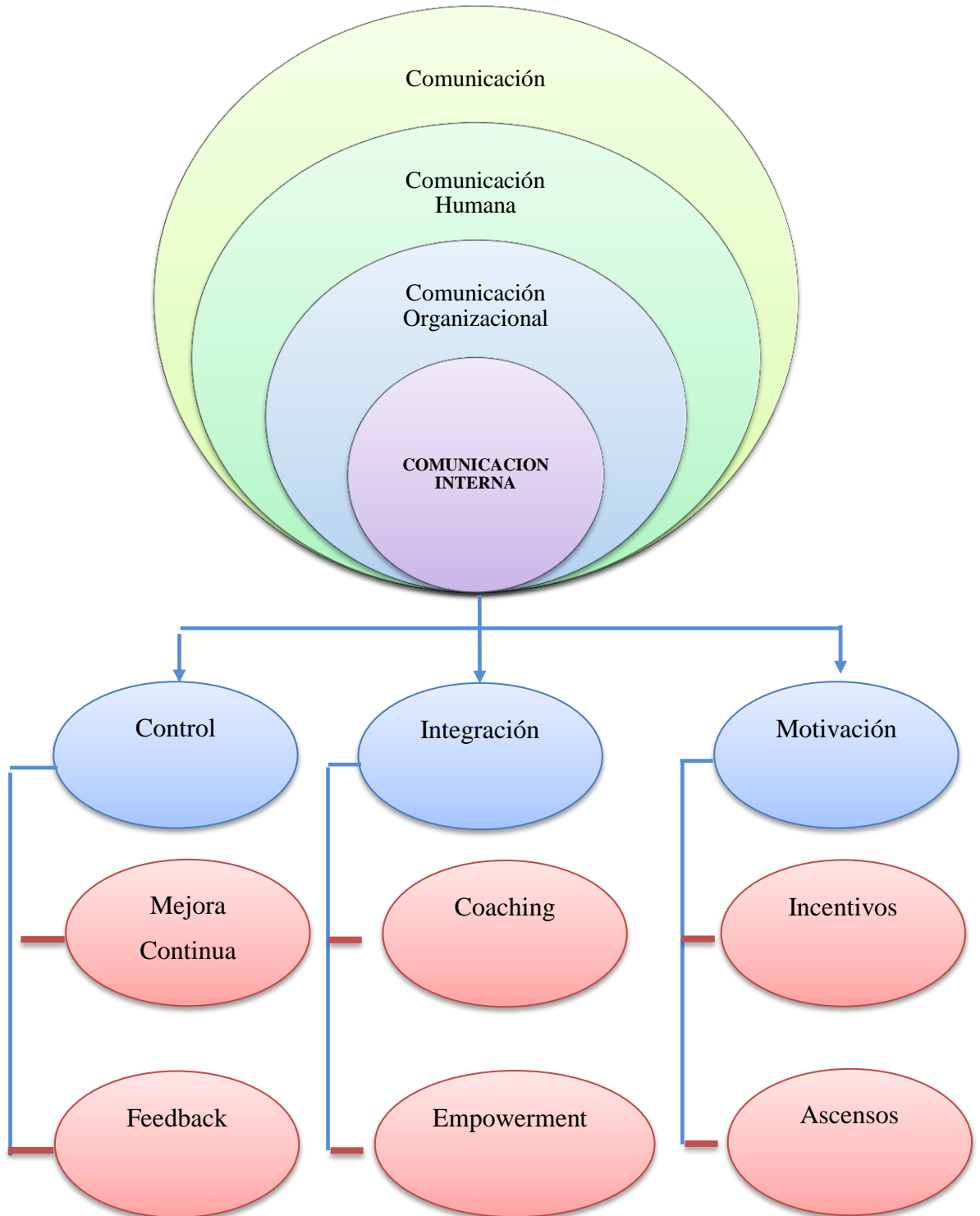
Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

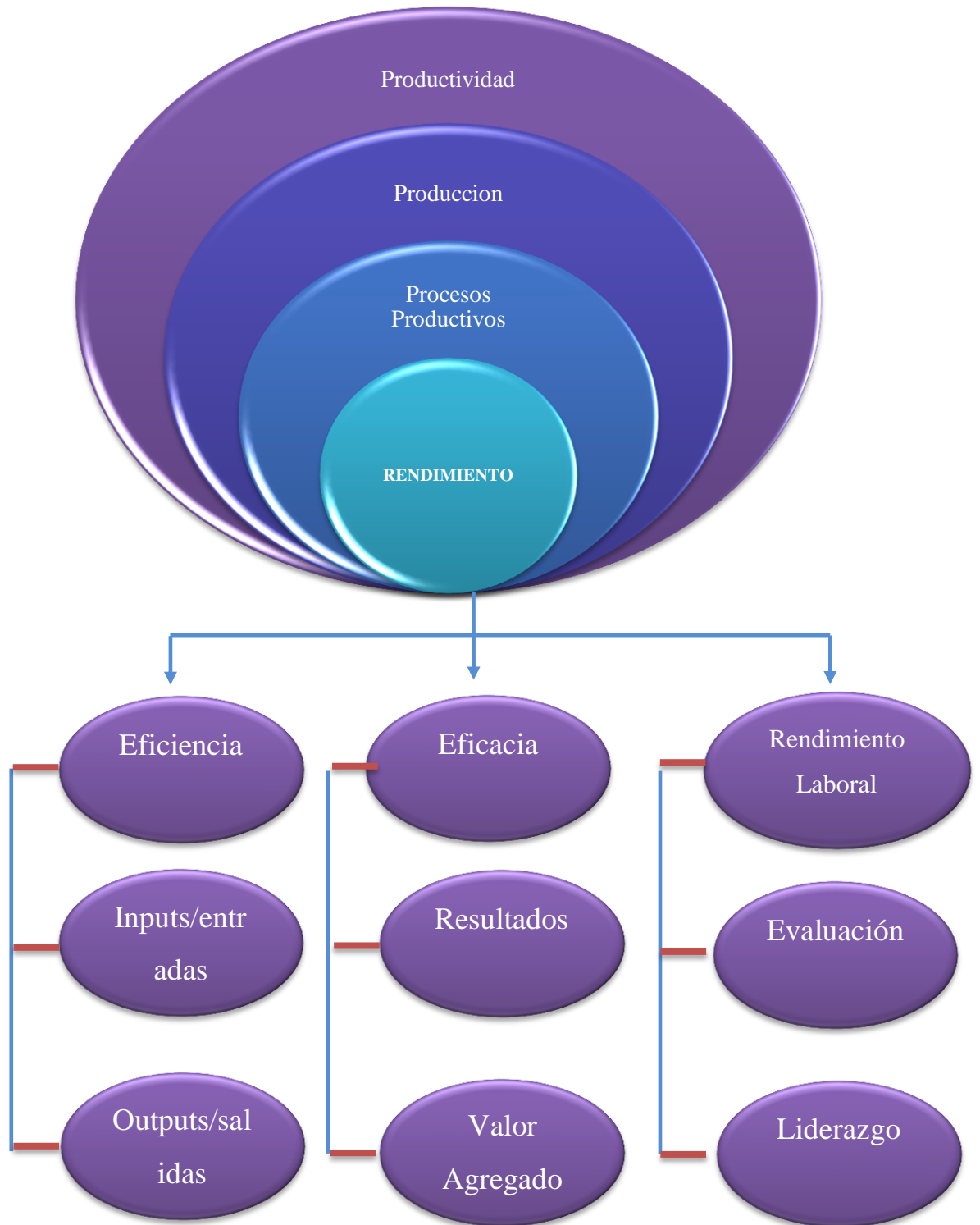
2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES

VARIABLE INDEPENDIENTE: Comunicación Interna



Elaborado por: Catalina Mejía

VARIABLE DEPENDIENTE: Rendimiento



Elaborado por: Catalina Mejía

VARIABLE INDEPENDIENTE: Comunicación Interna

Comunicación Interna

(Jiménez García, 2005) Menciona que la Comunicación Interna es la más funcional de las dimensiones de una organización moderna. Los organigramas son representaciones gráficas y sintéticas de la “anatomía” (posición, relación, estructura y funciones) y de la “fisiología”(proceso e interpretación dinámica)de las organizaciones, estos términos indican las funciones básicas que desempeña la misma. Para (Cruz Bustinduy, 2010) la Comunicación Interna es la política empresarial que parece expuesta a denotar mayores cambios significativos los cuales son garantes de la consecución de objetivos. La comunicación Interna es muy importante dentro de la organización ya que las personas se relacionan unas a otras mediante canales de comunicación, así los integrantes de la organización están comunicados siempre tomando decisiones y aportando con sus opiniones.

Comunicación Organizacional

Para (González R. Á., 2004)La Comunicación Organizacional es mejorar la calidad de los mensajes intercambiados entre los miembros de las organizaciones y de éstas con el público externo, con el fin de que la organización cumpla eficazmente sus metas. Mientras que para (Andrade, 2005) la Comunicación Organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre estas y su medio. La comunicación Organizacional nos indica los procesos de comunicación dentro de la empresa como mejorar la calidad de los mensajes que son intercambiados entre el personal que labora dentro de la organización para así tener una buena coordinación y llegando al éxito.

Comunicación Humana

Para (Pascual, 2006) La comunicación humana hasta donde podemos recordar el ser humano ha vivido siempre en comunidad, Dentro de los grupos sociales nos relacionamos, hacemos común lo propio, exponemos con mayor o menor fortuna las experiencias vividas, trasladamos nuestros pensamientos ideas y sentimientos es decir la

comunicación humana es consustancial a nuestra especie y es una cualidad que ha favorecido nuestra supervivencia y nuestra perpetuación en la mayor parte de los ecosistemas del planeta. Mientras que para (O'Sullivan, 2006) la comunicación humana sostiene y anima la vida. Motor y expresión de la actividad social y de la civilización, ha llevado a los hombres y a los pueblos desde el instinto hasta la inspiración, a través de una serie de procesos y sistemas de información impuestos y control. La comunicación Humana a ayudado bastante a desarrollarnos como personas ya que a través de la comunicación hemos podido pertenecer a un grupo en el cual intercambiamos ideas buscando lo mejor para la sociedad.

Comunicación

Para (Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la O.E.A, 2006) La comunicación es pues, el proceso por el cual dos o más personas intercambian ideas, hechos, sentimientos e impresiones de tal modo que el receptor adquiere una comprensión clara del significado y de la intención de los mensajes recibidos. Mientras que para (Lorente, 2007) la Comunicación es la capacidad de diálogo sincero constituye también una nota distintiva de la madurez personal, comunicar es sinónimo de compartirse comparte con el otro lo que el otro nos traslada a través de la comunicación. En el entorno que vivimos necesitamos comunicarnos para ponernos de acuerdo en qué es lo que vamos a realizar, para transmitir nuestras ideas y sentimientos y poder entender a los demás.

Control

Para (Bravo, 2005) El control garantiza el éxito de una entidad, es decir, asegura la consecución de objetivos básicos empresariales o como mínimo la supervivencia de la entidad, un control interno eficaz puede “ayudar” a la consecución de los objetivos de una entidad. Mientras que para (Gutiérrez, 2004) El control tiene como propósito detectar los artículos defectuosos mediante una inspección más o menos cuidadosa que se hace al final de la línea de producción o de cada etapa del proceso. El control garantiza el éxito o fracaso de la entidad ya que si no hay un adecuado control dentro de la organización los objetivos no se llegan a alcanzar con éxito, no se detectan las fallas

en la producción y es ahí cuando salen productos defectuosos que dañan la imagen de la empresa.

Mejora Continua

Para (Belohlavek, 2005) es una actividad basada en el concepto de estar a la búsqueda de incrementar el valor agregado que se brinda al cliente. Mientras que para (Cervera, 2006) es una actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos. Podemos definir que la mejora continua es ir mejorando el producto con un valor agregado para gusto y satisfacción del cliente.

Feedback

Para (Klenowski, 2005) *feedback* se deriva de la teoría del estímulo- respuesta identificándose con el conocimiento de los resultados de modo que se proporcionaría una rectificación cuando la respuesta fuera incorrecta y un refuerzo cuando fuera correcta en relación a los objetivos pretendidos con el fin de suscitar una mayor motivación y por tanto obtener un logro mayor. Mientras que para (Ministerio de Educación y Ciencia , 2007) *Feedback* es una información proporcionada al alumno para ayudarlo a repetir los comportamientos motrices adecuados, eliminar los comportamientos incorrectos y conseguir los resultados previstos. El *feedback* es de mucha ayuda ya que dentro de la organización podemos realizar retroalimentaciones de los procesos que se aplican para la producción y de esta forma el personal se mantiene actualizado y capacitado.

Integración

Para (Reyes, 2004) integrar es obtener y articular los elementos materiales y humanos que la organización y la planeación señalan como necesarios para el adecuado funcionamiento de un organismo social, mientras que para (Abril, 2004) integrar significa entre otras cosas, constituir un todo, completar un todo con las partes que faltaban, hacer que algo o alguien pase a formar parte de todo. Es decir integración es lograr que todo el personal que labora en la misma se integre conociendo el desarrollo de la empresa sus actividades y los roles que tiene que cumplir cada uno de ellos.

Coaching

Para (JD & Ferrandez, 2008) *coaching* es un proceso de cambio personal en el que una persona es orientada por un *coach*, también se define como habilidad que desarrollan quienes poseen responsabilidad en la conducción de equipos de trabajo mientras que para (Amendola, 2006) el *coaching* es un modelo que tiene la finalidad de desarrollar el potencial de las personas, de forma metódica, estructurada y eficaz. El *coaching* es una habilidad que no todas las personas poseen hay que tener carácter fuerza de voluntad para poder dirigir a un grupo de trabajo encaminándolo hacia el éxito.

Empowerment

Para (Tomal, 2006) *empowerment* es un poder no de opresión sino de transformación, de activación del capital, propio y de otros, este aspecto del poder se inclina al sentimiento de control y de dominio, al deseo de desarrollo y de emancipación; crea reciprocidad, motiva las competencias activas de los sujetos individuales y colectivos, haciéndolos capaces de ejercer un control real sobre los acontecimientos, de hacer frente a los cambios o de producir ellos mismos condiciones de cambio. Mientras que para (Terry, 2004) *empowerment* se relaciona con el bienestar del individuo con el contexto social y político al que pertenece y afirma que las comunidades pueden mejorar la vida de sus habitantes ofreciéndoles ocasión de ser activo y de participar en los procesos de decisión de la comunidad. *Empowerment* significa que no existe un líder dentro de la organización todos aportan con ideas nuevas y creativas todos participan y trabajan en equipo buscando alcanzar la meta planteada.

Motivación

Para (Moreno, 2006) motivación es la fuerza que despierta, orientación y sostiene una conducta, el mecanismo de la motivación es el siguiente: existe una necesidad que despierta un deseo de ser satisfecha con el interés concentra la atención y dirige las energías del individuo para lanzarlo a la acción mientras que para (Urcola, 2008) motivación es provocar en otros una energía que les mueva hacia un destino determinado y cuya fuerza o raíz esta fuera , o dentro de ellos. La motivación es muy

importante dentro de la organización pues el personal debe trabajar motivado para que de esta manera cumpla su trabajo con entusiasmo y responsabilidad.

Incentivos

Para (Caso Neira, 2006) incentivos es un reconocimiento que premia un resultado superior al exigible. Este resultado exigible se debe obtener a cambio de un salario fijo; es responsabilidad de la empresa que así sea. La obtención de un resultado superior al exigible es voluntaria, por lo que puede ser incentivada y tiene que ser pactada. Mientras que para (Rubio, 2005) Los incentivos son de características estables del entorno, emocionalmente activadores o interacciones personas-entorno que la gente busca (incentivos positivos). Los incentivos son muy ventajosos dentro de a organización pues los colaboradores se esmeran más para poder obtenerlos y de esta manera la empresa se desarrolla de la mejor manera posible.

Ascensos

Para (Díaz, 2011) Ascenso es subida o reconocimiento laboral, honores, triunfo, victoria en cualquier situación que esté relacionada con trabajo. Mientras que para (Castañeda, 2005) ascenso es una forma de desarrollo personal, pues significa progreso en diferentes aspectos de su vida: económico, social, familiar, laboral, intelectual, etc. Por eso es muy importante buscar siempre ser promovido a un mejor puesto. Los ascensos son un punto muy importante dentro de la empresa pues la gente que labora en la misma busca superarse día a día ser mejores para conseguir ser promovidos de su cargo a un puesto mejor y así seguir triunfando en el ámbito laboral.

VARIABLE DEPENDIENTE: Rendimiento

El Rendimiento

Para (Marchant, 2007) El Rendimiento es optimizar los recursos mediante la aplicación de varios factores enfocados al proceso de producción. Mientras que para (Padilla Marquez, 2008) El rendimiento se refiere al grado de aprovechamiento de los factores de producción por ello el estudio del rendimiento está íntimamente relacionado con el

estudio de los costes siendo ambos un único problema. El elevado protagonismo que tiene el rendimiento reside en su utilización como indicador para medir tanto la salud económica de un país como la gestión empresarial.

Procesos Productivos

Según (Ramírez, 2007) menciona que los Procesos Productivos son secuencias de actividades diseñadas y ejecutadas coordinadamente para producir los productos (bienes y servicios) y colocarlos a disposición de los clientes en condiciones ventajosas de precio, calidad y oportunidad. mientras que para (Adam, 2009) los procesos de producción, son la calidad de los materiales que se reciben, en la manera en que esos materiales ingresan, se almacenan y se transforman en el producto o servicio final y en la manera en que este producto o servicio se entrega al cliente. Los procesos productivos son secuencias de actividades encaminadas a la realización de un producto estos procesos deben tener un adecuado control para lograr que sean excelentes.

Producción

Para (Rosales Obando, 2006) Producción es la obtención de bienes tangibles u objetos tales como: Zapatos, vestidos, maíz, arroz, edificios, etc. Sin embargo, la producción es la obtención de bienes tangibles como mesa, silla, edificio, y por otra parte, los bienes intangibles o servicios como salud, diversión, educación, entre otros. Mientras que para (Laxe González, 2007) producción es todo tipo de proceso que incrementa la adecuación de los bienes para satisfacer las necesidades humanas, la producción se define como cualquier proceso que convierte o transforma un bien en otros diferentes. La producción es la obtención de bienes o servicios con el fin de darlos a conocer a los consumidores para de esta forma satisfacer sus necesidades.

Productividad

Para (Combeller Rodríguez, 2005) Productividad es el resultado de la relación entre insumos invertidos y los productos obtenidos, es hacer más con menos, productividad es la relación que existe entre la producción y el uso inteligente de los recursos humanos, materiales y financieros, de tal manera que se logren los objetivos institucionales, se

mejore la calidad de los productos y servicios al cliente, se fomente el desarrollo de los trabajadores, se contribuya con beneficios económicos, ecológicos y morales a la colectividad. Mientras que (Beltrán Alfaro, 2007) para es el resultado de la relación existente entre el valor de la producción obtenida, medida en unidades físicas o de tiempo asignado a esa producción y la influencia que haya tenido los costes de los factores empleados en su consecución. La productividad es el tiempo que se demoran los miembros de una organización fabricando un producto teniendo en cuenta que hay que lograr producir en el menor tiempo posible.

Eficiencia

Para (Marrodan, 2005) La eficiencia es optimizar la productividad de los recursos empleados en una actividad concreta, la eficiencia es el grado en que se alcanzan los objetivos previstos. Mientras que para (Pinto Prades, 2007) eficiencia es que se produzca el máximo posible con una cantidad determinada de recursos. La eficiencia es el uso óptimo de los recursos.

Inputs/Entradas

Para (Wells, 2006) un inputs /Entradas es cualquier bien que se usa para producir otro bien. Los inputs, al igual que lo que se produce, también tiene un precio. Y un incremento en el precio de un input hará que la producción del bien final sea más cara para los que lo producen y lo venden. Mientras que para (Montoro Sánchez, CastroGregorio, & Diez Vial, 2014) menciona que los inputs, factores productivos o entradas del proceso productivo puede ser de muy diferente naturaleza y se puede clasificar en transformables y transformadores. Los inputs transformables sufren el proceso de transformación, pudiendo ser materias primas, componentes o ingredientes, así como los propios clientes en muchos de los servicios. Los inputs transformadores, por su parte, efectúan y dan lugar al proceso de transformación de los inputs transformables y son los trabajadores, la maquinaria, la tecnología, la planta productiva etc.

Outputs/ Salidas

Para (Casani, Llorente, & Pérez, 2006) los outputs o salidas son productos terminados, es decir, bienes o servicios mientras que para (De la Fuente, Fernández, & García, 2006) Outputs o salidas son productos obtenidos o servicios prestados. Se produce también ciertos productos no deseados (residuos, contaminación, etc.)

Eficacia

Para (Huertas García & Dominguez Galceran, 2008) eficacia es la obtención de los resultados marcados como objetivos, y puede ser expresado en una cantidad, en la calidad percibida o en ambos. Mientras que para (Tejada, 2007) eficacia es hacer las cosas correctas brindando satisfacción a los usuarios o clientes. La eficiencia es el logro de los objetivos planteado.

Resultados

Para (Fleitman, 2007) los resultados son metas planteadas que se desea alcanzar a partir de un objetivo. El objetivo indica el propósito de una acción particular por realizar y la meta el resultado esperado de esa acción. El objetivo es genérico y la meta específica, y se plantea en términos de cantidad, calidad y tiempo. Mientras que para (Barcía, 2010) Los resultados es lo que resalta, lo que rebota, lo que resurte de los hechos es la consecuencia o conclusión de una acción, un proceso etc. Los resultados son los más importantes para la empresa pues son indicadores de éxito o fracaso de la misma.

Valor Agregado

Para (Sepulveda, 2005) valor agregado es la adición neta de valor que se incorpora a las materias primas o bienes intermedios en las distintas etapas del proceso productivo, hasta que ellos se convierten en bienes de consumo final. Mientras que para (Cornejo, 2011) el valor agregado es un plus un adicional ejemplo el técnico domiciliario que añade a su labor profesional, buena disposición y una sonrisa tendrá una amplia acogida por sus clientes. Ese pequeño detalle que añade a la prestación de sus servicios ese es el valor agregado y de esa forma hace que su trabajo sea más reconocido y brinda satisfacción a sus clientes.

Rendimiento Laboral

Para (González García, 2006) el rendimiento laboral depende del grado de satisfacción que siente una persona desempeñando su trabajo dentro de la organización. Por lo tanto la satisfacción es considerado como la causa del rendimiento del trabajo (a mayor satisfacción, mayor rendimiento). Mientras que para (Rodríguez, 2008) Menciona que para hablar de rendimiento laboral lo primero que se requiere es buscar criterios de comparación y aunque parezca obvio es importante recordar que si en un trabajo un empleado no tiene todos los recursos para desempeñar sus actividades no podrá desempeñarse en su trabajo y su rendimiento laboral será muy bajo mientras que si un trabajador tiene todos los recursos y materiales para desempeñar sus actividades su trabajo será extraordinario.

Evaluación

Para (González, Hernández, Martínez, Soriano, & Ureña, 2006) evaluación es un proceso sistemático de recogida y análisis de información para así emitir juicios y tomar decisiones. Mientras que para (Arias, Verdugo, & Rubio, 2007) evaluación es un proceso que tiene por objeto determinar en qué medida se han logrado unos objetivos previamente determinados. Ello supone realizar un juicio de valor sobre la información recogida, contrastando esta información con los criterios objetivos previamente establecidos en términos de conductas que el alumno debe exhibir para probar su adquisición.

Liderazgo

Para (Castañeda, 2008) liderazgo es el conjunto de cualidades y hábitos positivos que motivan y permiten a un individuo conducir a un grupo de personas al logro de fines superiores por caminos acotados por principios y valores de alto contenido moral. Mientras que para (Haro Morando, 2010) liderazgo es un proceso de influencia social a través del cual un individuo recluta y moviliza la ayuda de otros para alcanzar un objetivo colectivo. El liderazgo en una organización es de mucha importancia pues es el líder el que motiva y encamina a los miembros que laboran en la empresa a ser responsables en su trabajo y a desempeñar sus actividades de la manera más eficiente.

2.5. HIPÓTESIS

Con una adecuada Comunicación Interna se mejoró el rendimiento de la empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA de la ciudad de Ambato.

2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Comunicación Interna

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Rendimiento

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 ENFOQUE

La investigación tendrá un enfoque cuantitativo y cualitativo.

Cuantitativo, porque se utilizó técnicas cuantitativas como tabulaciones que orientan a la identificación de las causas y explicación de la inadecuada comunicación interna y su incidencia en el rendimiento en que es el problema, objeto de estudio. Con su perspectiva desde afuera permite una orientación hacia la comprobación de la hipótesis, poniendo énfasis en el resultado. Es un proceso lógico que da un seguimiento paso a paso para buscar explicación al hecho.

Cualitativo, porque se tiene una perspectiva desde dentro de la empresa y sus falencias que perjudican en el problema, posee un fundamento decididamente humanista ya que se toma en cuenta las necesidades de los empleados para mejorar el trabajo en equipo y además que mantengan un ambiente positivo consigo mismo y con los demás frente a

las exigencias y presiones del entorno. Este tipo de técnica además permite investigar el problema dentro del contexto al que pertenece.

3.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

La investigación utilizo dos modalidades de investigación, las cuales se detallan a continuación:

Investigación Bibliográfica o Documental

Según (Tena Suck & Rivas Torres, 2007) la investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos como fuentes de información. Este tipo de investigación nos permitió profundizar el problema objeto de estudio, analizando la información escrita ya que se tomó como referencia antecedentes investigativos de fuentes documentales como: libros, revistas, folletos, proyectos y tesis de grado y la información obtenida de internet, acudiendo a bibliotecas y fuentes de información bibliográficas, estos documentos están relacionados con el tema de investigación; la comunicación interna y el Rendimiento, lo cual contribuyó de manera significativa a aclarar la naturaleza del problema.

Investigación De Campo

Para (Moreno Bayardo, 2010) la investigación de campo se basa en informaciones obtenidas directamente de Los hechos o fenómenos que se encuentran en el estudio, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos. Mediante esta investigación se tuvo contacto directo con la situación que se vive dentro de la organización, estableciendo técnicas de investigación como la entrevista, encuesta con el fin de conocer el punto de vista de cada colaborador, la cual nos permitió involucrarnos en el la investigación de escenario a fin de que se conozca mejor el problema y se contribuya en su solución.

3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Investigación Descriptiva

Según (Namakforoosh & Naghi, 2005) la investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto de estudio, el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Se realizó este tipo de investigación porque permitió identificar las características más sobresalientes dentro de la institución mediante la recolección de Información para detectar fallas y corregirlas en bienestar de la misma.

Investigación Correlacional

Para (Morris, 2009) La investigación correlacional se utiliza para investigar la relación o correlación entre dos o más variables independiente “Comunicación Interna” y su efecto en la variable dependiente “Rendimiento “para lo cual será necesario la aplicación del método de estadístico y los datos conseguidos son cualitativos, midiendo de 59 esta manera el grado de relación que existe entre las dos variables que permitirá la comprobación de la hipótesis anteriormente señalada.

En la empresa nos ayudó a verificar la relación entre los directivos y los trabajadores así como el nivel de rendimiento de los mismos

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

Para realizar la presente investigación el gerente de la EMPRESA ECUAMATRIZ CIA. LTDA. cuenta con:

Nivel	N° de personas
Directivo	10
Empleados	70
Total	80

Fuente: ECUAMATRIZ CIA LTDA.

3.4.2 MUESTRA

Como la población es pequeña en la presente investigación no se calculará muestra y se realizó un censo al 100% de la población motivo de estudio.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: COMUNICACIÓN INTERNA

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEM'S	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es un proceso que utiliza diferentes funciones para lograr que se cumplan las tareas encomendadas, utilizando un tipo de comunicación y con ello disminuir la incertidumbre	Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Control ✓ Motivación ✓ Expresión emocional ✓ Información ✓ Integración 	¿Qué función de la comunicación interna considera usted que debería mejorarse?	Encuesta: Cuestionario
	Tareas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer el grado de aceptación que tiene la organización. ✓ Conocer los objetivos a alcanzar. 	¿La motivación que realiza la empresa en el proceso de comunicación interna es?	
	Tipo de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formal ✓ Informal ✓ Descendente ✓ Ascendente ✓ Horizontal 	¿Qué consideraría usted que tiene mayor influencia en la comunicación interna? ¿La empresa sabe comunicarse con todos los que conforman la organización? ¿Frecuentemente que tipo de comunicación utiliza la empresa para dar a conocer sus resoluciones?	

Elaborado por: Catalina Mejía

VARIABLE DEPENDIENTE: RENDIMIENTO

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEM'S	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es optimizar los recursos mediante aplicación de varios factores enfocados al proceso de producción	<p>Optimizar</p> <p>Recursos</p> <p>Proceso de producción</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mano de Obra ✓ Tiempo ✓ Materia Prima ✓ Insumos ✓ Talento Humano ✓ Económico ✓ Material ✓ Tecnológico ✓ Entrada ✓ Transformación o Proceso ✓ Salida 	<p>¿Cuál de los siguientes elementos a su criterio se deberían optimizar para mejorar el rendimiento de la empresa?</p> <p>¿Qué tipo de recurso piensa usted que es el más importante para mejorar el rendimiento?</p> <p>¿Comunica usted a sus superiores que tipo de Recurso está fallando en la empresa?</p> <p>¿Qué etapa del proceso de producción piensa usted que ha presentado conflictos y errores?</p> <p>¿Qué etapa del proceso de producción piensa usted que debe ser mejorada?</p>	<p>Encuesta: Cuestionario</p>

Elaborado por: Catalina Mejía

3.6 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la obtención de la información se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos:

Tipos de Información	Técnicas de Investigación	Instrumentos de Investigación
1. Información Secundaria	1.1 Lectura Comprensiva	Tesis de grado sobre la comunicación interna en las empresas. Libros de: Comunicación organizacional interna, Comunicación humana y empresarial, Administración de personal, Estrategias de comunicación, Comunicación eficaz, Administración de recursos humanos.
2. Información Primaria	2.1 Encuesta	Cuestionario, con preguntas estructuradas

Elaborado por: Catalina Mejía

3.7 PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Es el proceso que permitió analizar la información con el fin de obtener respuesta a las preguntas que se formularon en los instrumentos y de esta forma presentar los resultados. Se realizó la encuesta con preguntas estructuradas de carácter nominal politónicas; la misma que se aplicó a los trabajadores internos de la empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA. Una encuesta nos permitió medir las relaciones entre variables, evaluar periódicamente los resultados de un programa en ejecución, saber la opinión del público acerca de un determinado tema.

Se verifico las preguntas de la encuesta, con el fin de desechar preguntas que no nos sirvan y detectar los errores existentes en las mismas, para que al momento de la aplicación no resulte confuso al encuestado, y de esta manera lograr una información real y confiable.

Revisión y codificación de la información.

Se aplicó la encuesta a los 80 Colaboradores de Ecuamatrix Cía. Ltda. Se revisó que las mismas estén completas de tal manera que se facilite el proceso de tabulación, obteniéndose una información real y dando una solución adecuada al problema.

Tabulación de la Información.

Se realizó una tabulación de los datos que se obtuvieron de la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA., se ejecutó la interpretación, análisis y presentación de los resultados, para encontrar información vital que ayudo a dar una posible solución al problema objeto de estudio. La tabulación de datos se efectuó a través del programa Excel, para interpretar de mejor manera los resultados de la investigación.

Análisis de Datos.

Una vez que se recopilo y tabulo la información se analizó para presentar los resultados, mismos que nos proporcionará el respectivo estudio de acuerdo a la hipótesis formulada.

Interpretación.

La interpretación de los resultados se elaboró bajo una síntesis de los mismos, para poder hallar toda la información culminante que ayudo a dar la posible solución al problema objeto de estudio.

Se aplicó el CHI cuadrado para verificar la hipótesis presentada en la investigación y comprobar la relación que existe entre variables

$$\chi^2 = \sum \left(\frac{(O - E)^2}{E} \right)$$

CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta 1.- Considera usted qué la función de la comunicación interna (control, Motivación, expresión emocional, información, integración) es?

Tabla 1 Comunicación Interna

PREGUNTA 1		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	2,00	2,50
MUY BUENO	3,00	3,75
BUENO	70,00	87,50
REGULAR	4,00	5,00
MALO	1	1,25
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 1 DESEMPEÑO LABORAL



Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 2.5% que corresponde a 2 personas responden que la función de la comunicación interna es excelente, el 3.5% que corresponde a 3 personas señalan que es muy buena, el 87.5% que corresponde a 70 personas mencionan que es buena, el 5% que corresponde a 4 personas afirman que es regular y el 1.25% que corresponde a 1 persona señala que es malo.

Por lo expuesto anterior se puede evidenciar que la comunicación interna de la empresa no es la adecuada por lo que se recomienda fortalecer la misma mediante diversas capacitaciones con el propósito de poder mejorar el ambiente laboral.

Pregunta 2.- ¿La motivación que realiza la empresa en el proceso de comunicación interna es?

Tabla 2 Motivación Comunicación Interna

PREGUNTA 2		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	2,00	2,50
MUY BUENO	3,00	3,75
BUENO	70,00	87,50
REGULAR	4,00	5,00
MALO	1	1,25
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 2 MOTIVACION COMUNICACIÓN INTERNA



Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 2.5% que corresponde a 2 personas responden que la motivación de la comunicación interna es excelente, el 3.75% que corresponde a 3 señalan que es muy buena, el 87.5% que corresponde a 70 personas menciona que es buena, el 5% que corresponde a 4 personas afirman que es regular y el 1.25% que corresponde a 1 persona menciona que es malo.

Por lo expuesto anterior se puede evidenciar que la motivación de la comunicación interna de la empresa no es la apropiada para la organización, por lo que se recomienda realizar constantes capacitaciones, para que de esta manera se puedan desenvolverse dentro de la organización con un clima laboral adecuado.

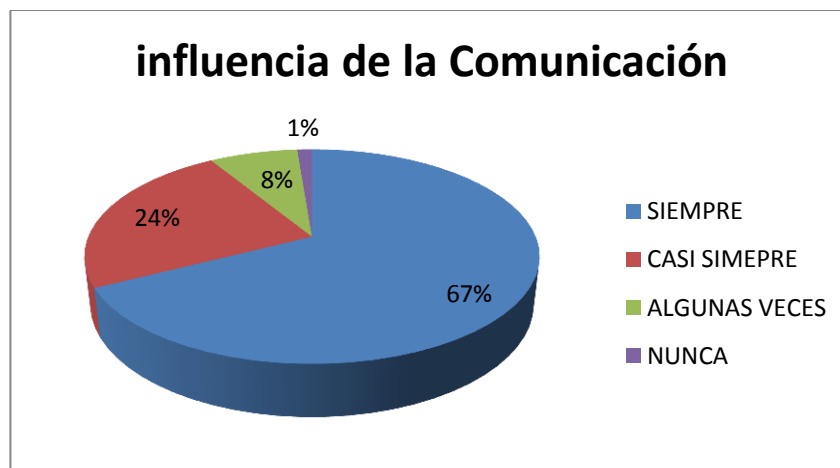
Pregunta 3.- ¿Considera usted que la comunicación interna tiene mayor influencia en la empresa al conocer los objetivos a alcanzar?

Tabla 3 influencia de la Comunicación

PREGUNTA 3		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	54,00	67,50
CASI SIEMPRE	19,00	23,75
ALGUNAS VECES	6,00	7,50
NUNCA	1,00	1,25
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 3 INFLUENCIA DE LA COMUNICACION



Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 67.5% que corresponde a 54 personas responden que siempre la comunicación interna tiene mayor influencia en la empresa al conocer los objetivos a alcanzar, el 23.75% que corresponde a 19 personas señalan que es casi siempre, el 7.5% corresponde a 6 personas mencionan que son alguna veces, el 1.25% que corresponde a 1 persona afirma que es nunca.

Con la información recolectada se puede notar que los colaboradores opinan por lo que se recomienda constantes participaciones en la empresa con el propósito de que todos colaboren y sepan comunicarse entre si ya que la comunicación es la esencia de las actividades organizativas.

Pregunta 4.- ¿Cómo califica usted a la comunicación interna que existe dentro de la organización?

Tabla 4 Comunicación

PREGUNTA 4		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	2,00	2,50
MUY BUENO	3,00	3,75
BUENO	70,00	87,50
REGULAR	4,00	5,00
MALO	1,00	1,25
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 4 COMUNICACIÓN



Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total d encuestados el 2.5% que corresponde a 2 personas responden que la comunicación dentro de la organización es excelente, el 3.75% que corresponde a 3 personas señalan que es muy buena, el 8.50% que corresponde a 70 personas mencionan que es buena, el 5% que corresponde a 4 personas afirman que es regular y el 1.25% que corresponde a 1 persona señala que es malo.

Por lo cual se recomienda que se mejoren los canales de comunicación, ya que es importante lo que queremos decir y cómo queremos decirlo, tratando de enviar correctamente el mensaje, fomentando a la vez participación entre los colaboradores.

Pregunta 5.- ¿La empresa utiliza tipos de comunicación: formal e informal para dar a conocer sus resoluciones?

Tabla 5 tipos de Comunicación

PREGUNTA 5		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	45,00	56,25
CASI SIEMPRE	5,00	6,25
ALGUNAS VECES	22,00	27,50
NUNCA	8,00	10,00
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 5 TIPOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 56.25% que corresponde a 45 personas responden que siempre se utiliza los diferentes tipos de comunicación, el 6.25% que corresponde a 5 personas señalan que es casi siempre, el 27.50% que corresponde a 22 personas mencionan que son algunas veces, y el 10% que corresponde a 8 personas afirman que nunca.

Por lo expuesto anterior se puede recomendar que se fomente la participación y la colaboración entre los colaboradores de la empresa de esta manera se podrá resolver los problemas que asechan a la misma de la mejor manera.

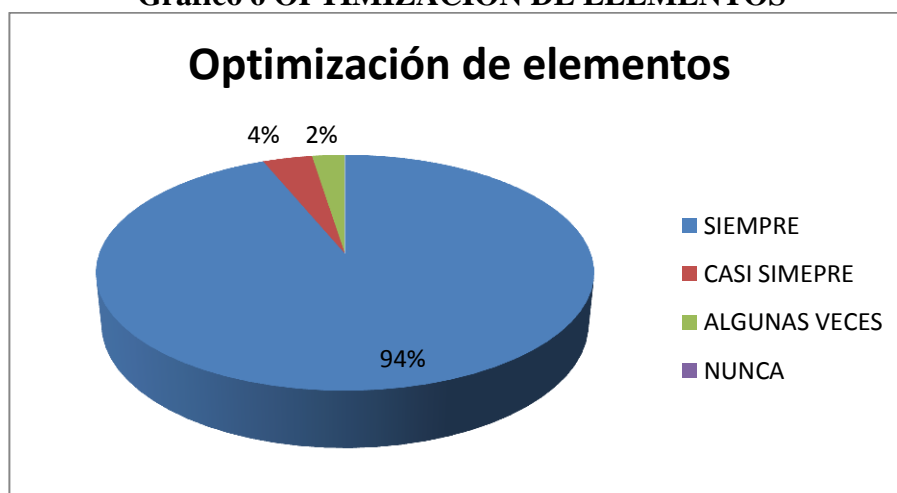
Pregunta 6.- ¿Cree usted que se debería optimizar los elementos (Mano de Obra, Tiempo, Materia Prima; Insumos) para mejorar el rendimiento de la empresa?

Tabla 6 Optimización de elementos

PREGUNTA 6		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	75,00	93,75
CASI SIEMPRE	3,00	3,75
ALGUNAS VECES	2,00	2,50
NUNCA	0,00	0,00
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 6 OPTIMIZACION DE ELEMENTOS



Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 93.75% que corresponde a 75 personas responden que siempre se debe optimizar los elementos, el 3.75% que corresponde a 3 personas señalan que casi siempre, el 2.5% que corresponde a 2 personas mencionan que algunas veces.

Por lo expuesto anterior se puede notar claramente lo que los colaboradores opinan por lo cual es recomendable optimizar los recursos de la organización de esta manera mejorar sin duda el rendimiento de la empresa a la vez satisfacer las necesidades tanto del cliente interno como externo.

Pregunta 7.- ¿Piensa usted que los recurso (materiales, tecnológicos, económicos y humanos) son importantes para mejorar el rendimiento?

Tabla 7 Recursos

PREGUNTA 7		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	2,00	2,50
CASI SIEMPRE	4,00	5,00
ALGUNAS VECES	70,00	87,50
NUNCA	4,00	5,00
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 7 RECURSOS



Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 2.5% que corresponde a 2 personas responden que siempre son importantes los recursos para mejorar el rendimiento de la empresa, el 5% que corresponde a 4 personas señala que es casi siempre, el 87.5% que corresponde a 70 personas mencionan que son algunas veces, y el 5% que corresponde a 4 personas afirman que nunca.

Por lo expuesto anterior se puede recomendar que se realicen consecutivamente capacitaciones al personal para que sepan el valor de la comunicación y a la vez lo pongan en práctica, de esta manera darles a conocer que el propósito de una excelente comunicación tiene como resultado facilitar los logros de la empresa y fomenta a la vez un adecuado clima laboral.

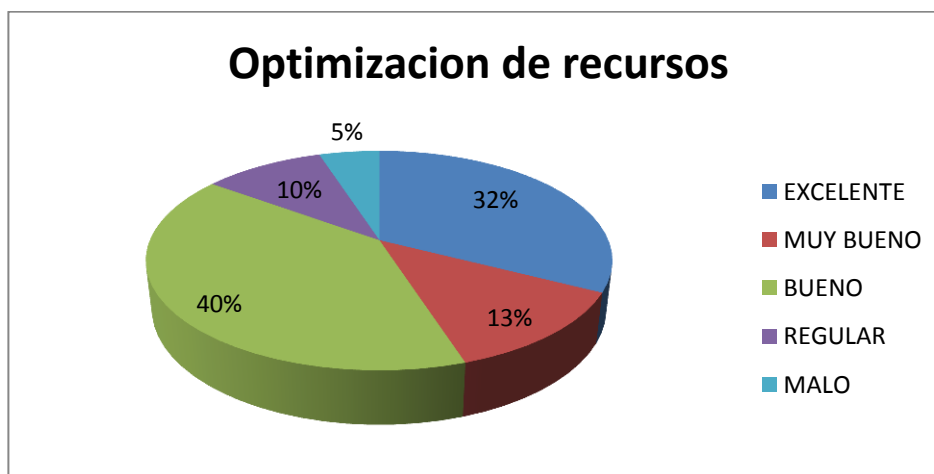
Pregunta 8.- ¿Considera usted que la optimización de los recursos (materiales tecnológicos, económicos y humanos) es?

Tabla 8 Optimización de recursos

PREGUNTA 8		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	26,00	32,50
MUY BUENO	10,00	12,50
BUENO	32,00	40,00
REGULAR	8,00	10,00
MALO	4,00	5,00
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 8 OPTIMIZACION DE RECURSOS



Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 32.5% que corresponde a 26 personas responden que es excelente la optimización de los recursos, el 12.50% que corresponde a 10 señalan que es muy bueno, el 40% que corresponde a 32 personas mencionan que es bueno, y el 10% que corresponde a 8 persona afirman que es malo mientras que el 5% que corresponde a 4 personas mencionan que optimizar los recursos es malo..

Por lo expuesto anterior se puede evidenciar que no todos los colaboradores optimizan recursos por lo cual se puede recomendar que se proporcione entrenamiento adecuado ya que la comunicación es una habilidad que se va aprendiendo, de esta manera evitar confusiones y a la vez resolver problemas

Pregunta 9.- ¿Considera usted que las etapas de los procesos de producción, (entrada, transformación o proceso, salida), presentan conflictos y errores dentro de la organización?

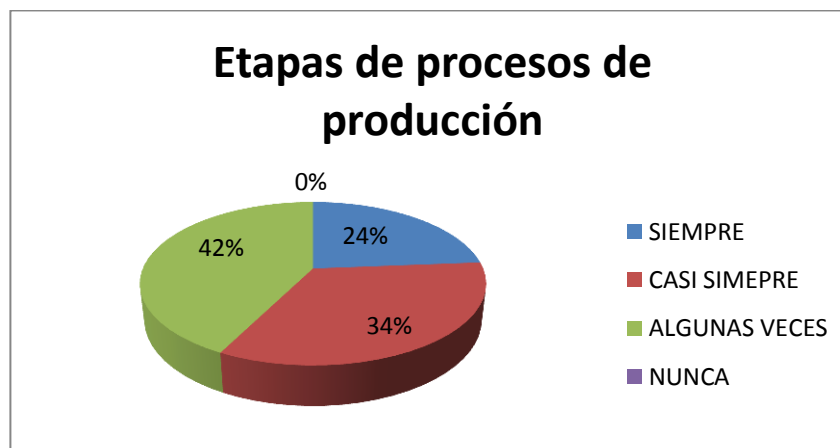
Tabla 9 Etapas de los procesos de producción.

PREGUNTA 9		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	19,00	23,75
CASI SIEMPRE	27,00	33,75
ALGUNAS VECES	34,00	42,50
NUNCA	0,00	0,00
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 9 ETAPAS DE PROCESOS DE PRODUCCION



Fuente: Encuesta

Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 23.75% que corresponde a 19 personas responden que siempre las etapas de los procesos de producción presentan conflictos dentro de la organización, el 33.75% que corresponde a 27 personas señalan que es casi siempre, el 42.50% que corresponde a 34 personas mencionan que son algunas veces.

Se puede evidenciar el pensamiento de los colaboradores, por lo cual es recomendable hacer una retroalimentación en cada uno de los procesos de la empresa de tal manera que se pueda evitar los llamados cuellos de botella que obstaculizan el trabajo.

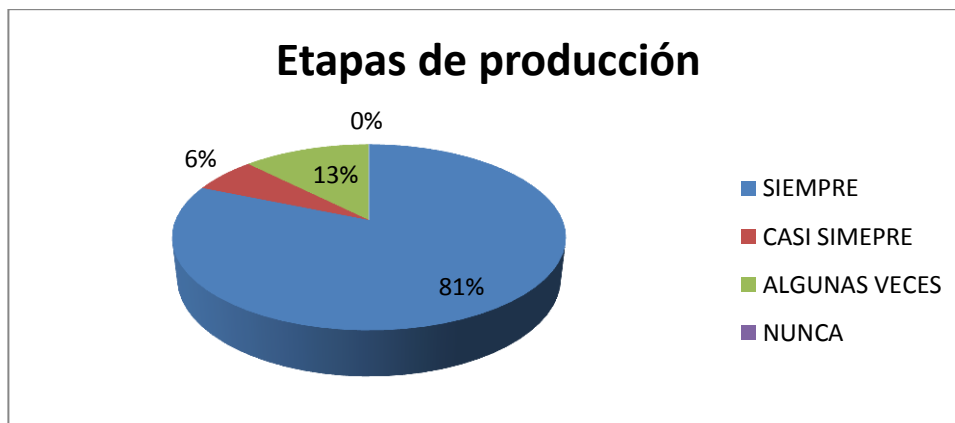
Pregunta 10.- ¿Cree usted que las etapas de los procesos de producción (entrada, transformación o proceso, salida) deberían ser mejoradas?

Tabla 10 etapas de comunicación

PREGUNTA 10		
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	65,00	81,25
CASI SIEMPRE	5,00	6,25
ALGUNAS VECES	10,00	12,50
NUNCA	0,00	0,00
TOTAL	80,00	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

Gráfico 10 ETAPAS DE PRODUCCION



Fuente: Encuesta
Elaborado por catalina Mejía

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 81.25% que corresponde a 65 personas responden que siempre deben ser mejoradas las etapas del proceso de comunicación, el 6.25% que corresponde a 5 personas señalan que casi siempre, el 12.50% que corresponde a 10 personas mencionan que algunas veces.

Por lo expuesto anterior se puede recomendar que se mejoren los procesos de producción, trabajando a la vez en equipo con el propósito de optimizar tiempo y ser más productivos, sin olvidarse de actualizarse e irse perfeccionando, es decir renovar las habilidades que poseemos.

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Formulación 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 del CHI cuadrado

H₀: la utilización de un plan de comunicación interna **NO** permitirá mejorar el rendimiento de la empresa ECUAMATRIZ

H₁: la utilización de un plan de comunicación interna **SI** permitirá mejorar el rendimiento de la empresa la utilización de un plan de comunicación interna No permitirá mejorar el rendimiento de la empresa

Tabla1 Frecuencias Observados

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVAS				TOTAL
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	ALGUNAS VECES	NUNCA	
SIEMPRE	54	19	6	1	80
CASI SIEMPRE	75	3	2	0	80
ALGUNAS VECES					
NUNCA					
TOTAL	129	22	8	1	160

Fuente: Encuesta realizada a los clientes internos

Elaborado por: Mejía, Catalina.

Tabla Frecuencias Esperadas

	O	E	O - E	(O - E) ²	(O - E) ²
					E
CLIENTES INTERNOS / MB	54	64.5	-10.5	110.25	1.71
CLIENTES INTERNOS / B	19	11.0	8.0	64.00	5.82
CLIENTES INTERNOS / R	1	0.5	0.5	0.25	0.50
CLIENTES EXTERNOS / MB	75	64.5	10.5	110.25	1.71
CLIENTES EXTERNOS / B	3	11.0	-8.0	64.00	5.82
CLIENTES EXTERNOS / R	0	0.5	-0.5	0.25	0.50
				$\chi^2 =$	15.55

Fuente: Encuesta realizada a los clientes internos

Elaborado por: Mejía, Catalina.

Calculamos la frecuencia esperada a través de la siguiente fórmula:

$$f_e = \frac{(Total\ o\ marginal\ de\ renglon)(total\ o\ marginal\ de\ columna)}{N}$$

Cálculos de Chi cuadrado:

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVAS			
	siempre	casi siempre	algunas veces	nunca
siempre	64.5	11.0	4.0	0.5
casi siempre	64.5	11.0	4.0	0.5

Fuente: Encuesta realizada a los clientes internos

Elaborado por: Mejía, Catalina.

El Estadístico de Prueba como se puede ver en la Tabla es de **15.55**. Este valor refleja grandes diferencias entre las frecuencias observadas y las esperadas si la hipótesis nula de independencia es cierta. El número de grados de libertad para la prueba es: 2

Fórmula para cálculo de grados de libertad:

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

En la cual r es el número de filas y c es el número de columnas.

Entonces,

$$Gl = (2 - 1)(3 - 1)$$

$$Gl = 2$$

El Chi cuadrado tabular con 3 grados de libertad es: 5.9915

Entonces:

El valor de X² Calculado = 15.55

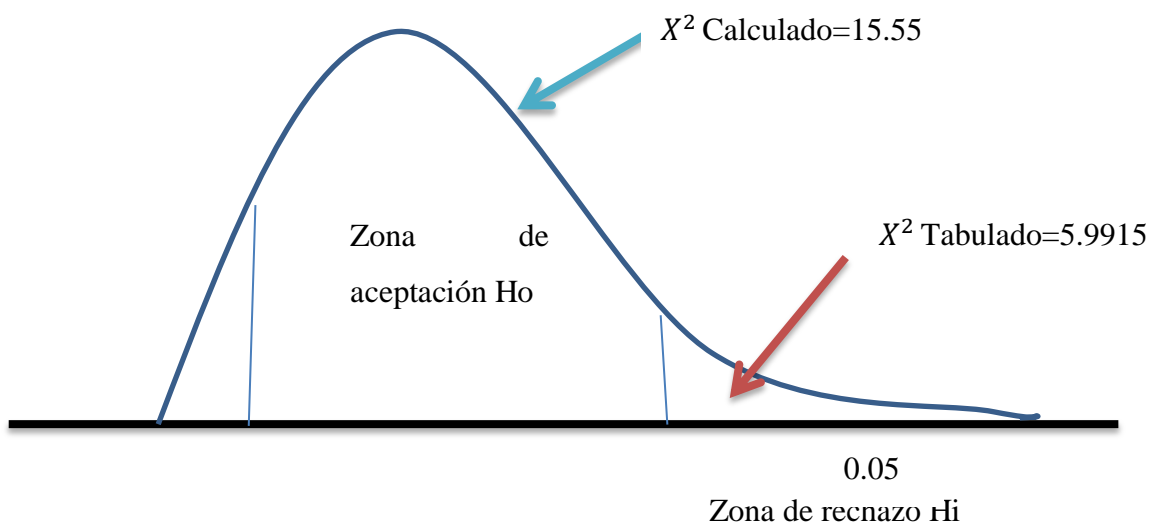
El valor de X² Tabulado = 5.9915

Dónde: Chi cuadrada calculada es: 15.55 > Chi cuadrada Tabular es 5.9915

Al trabajar con un nivel de significancia de 0.05

Las tablas, nos ofrece la información necesaria para tomar una decisión sobre la hipótesis: el valor estadístico (15.55), sus grados de libertad es 2 y su nivel crítico

(Sig=,000). Puesto que el nivel crítico es menor que 15.55 podemos aceptar la hipótesis de y concluir que la comunicación interna tiene mayor influencia en la empresa al conocer los objetivos a alcanzar y además concluir que comunicación interna incide en el rendimiento de la empresa, y que por lo tanto se llega a la conclusión de que la ejecución de un plan de comunicación interna permitirá mejorar el rendimiento en la empresa Ecuamatrix de la ciudad de Ambato.



Fuente: Encuesta realizada a los clientes internos

Elaborado por: Mejía, Catalina.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Una vez realizada las encuestas se concluye que si existiera una adecuada comunicación interna mejoraría en un 87,5% el rendimiento del personal ya que se evidencia que la empresa no cuentan con una adecuada comunicación entre áreas.

La empresa utiliza tipos de comunicación, formal e informal siempre en un 56,25% para dar a conocer sus resoluciones denotando que los diferentes tipos de comunicación utilizados no son los convenientes y suficientes, para su entendimiento.

En un 93.75% se considera que se debería siempre optimizar los elementos como la mano de obra, tiempo, materia prima, insumos; entre otros, para mejorar el rendimiento de la empresa, puesto que los procesos de producción presentan conflictos dentro de la organización.

Como resultado tenemos el “Plan de comunicación Interna para mejorar el rendimiento del personal de la empresa ECUAMATRIZ de la ciudad de Ambato” el cual sirve para optimizar las relaciones internas de la empresa. Esta se trata de poner énfasis en mejorar la calidad de la comunicación, acercado al personal la información necesaria para el cumplimiento correcto de las actividades.

Recomendaciones

Es de vital importancia capacitar a todo el personal de trabajo ya que existen falencias en cuanto a la comunicación, se debería hacerles partícipes de todas las actividades así como el dar a conocer los objetivos y metas de la organización para que realicen sus actividades de mejor manera, estableciendo estrategias de comunicación, la cual servirá de apoyo a que la comunicación fluya y que de esta manera se alcancen correctamente los objetivos y metas de ECUAMATRIZ.

Se debe tomar muy en cuenta que el capital humano es parte fundamental de toda organización por lo que se recomienda además motivar al personal para que de esta manera sean eficientes y productivos además de adoptar estrategias para que la información sea la precisa y trabajen en bien de la organización, se debe además hacer una exhaustiva retroalimentación lo que provocara saber si la información se está dando de manera adecuada para el cumplimiento de sus funciones, teniendo en cuenta las herramientas adecuadas para tener relaciones más sólidas entre el personal de la empresa.

Mediante el plan de comunicación interna se lograra fortalecer las relaciones mediante diversas capacitaciones con el propósito de poder mejorar el ambiente laboral., fomentando participaciones con los colaboradores y así tener una mejor relación entre los miembros de la organización de esta manera se podrá tenerlos integrados, motivados ya que se utiliza una adecuada gestión en cuanto a la comunicación, se tendrá como beneficio la idealización del cliente interno y que a la vez trabaje con entusiasmos y ser partícipe de la comunicación.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos informativos

TÍTULO: Plan de comunicación interna, para mejorar la comunicación y el rendimiento del personal de la Empresa Ecuatoriana de Matricería Ecuamatriz CIA. LTDA., de la Ciudad de Ambato.

DATOS EMPRESA: ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA., de la Ciudad de Ambato.

Institución Ejecutora: Empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA., de la Ciudad de Ambato.

Localización: Provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato, en el nuevo parque Industrial (Santa Rosa vía Ecológica) S/N y Bernardino Echeverría.

Beneficiarios:

Cliente interno ya que mejorar su relación y clima laboral, además será participe de identificar mejor manera las actividades y tareas asignadas y que las cumplan de manera eficiente, mejorando así también su comunicación e interacción entre el personal.

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En un mundo globalizado y de cambios constantes nace la necesidad de mejorar el la comunicación interna para mejorar el rendimiento del personal, ya que debe existir una correcta y adecuada interacción entre los miembros de la organización por ende existir una excelente comunicación, para de esta manera se desenvuelvan eficientemente. Es importante además que la empresa proporcione la información necesaria para que se sientan involucrados en los beneficios de la misma.

6.3. JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta del plan de comunicación interna se lo plantea a partir de la investigación realizada en anteriores capítulo ya que es una problemática actual de ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA la cual requiere de una solución óptima y eficiente para optimizar las relaciones internas de la empresa. Esta se trata de poner énfasis en mejorar la calidad de la comunicación, acercado al personal la información necesaria para el cumplimiento correcto de las actividades; además se concentra la atención en puntos específicos de la organización para facilitar el entendimiento y la adecuada toma de decisiones

Es importante este plan de comunicación interna ya que analiza desde la situación actual de la empresa de esta manera conocer a que se dedica y que persigue como objeto a futuro, además se conocerá los canales de comunicación que se establecerán, tomando en cuenta los medios que se utilizaran y los mensajes que se enviaran, tomando en cuenta que la comunicación interna es un proceso de enviar y recibir es decir (retroalimentación) para de esta manera verificar que el receptor está recibiendo y entendiendo el mensaje.

Los beneficios son claros y que se irán evidenciando desde el primer día de ejecución del plan de comunicación interna, ya que en sí el cliente interno mejorará comunicación,

se comprometerá con la empresa, y sus actividades serán realizadas con mayor eficiencia y se verán resultados óptimos.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivos General

Desarrollar un plan de comunicación interna para para mejorar el Rendimiento de la Empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA

6.4.2. Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de la empresa.
- Establecer el diseño de medios para mejorar el rendimiento del personal de la empresa ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA
- Plantear mensajes de comunicación interna

6.5. Análisis de factibilidad

6.5.1 Socio- Cultural

ECUAMATRIZ posee un trabajo constate con el personal de su empresa, además que con este plan de comunicación se pretende mejorar las relaciones entre todas las personas que trabajan en la empresa; lo cual mejorará la participación y desenvolvimiento de los mismos, de esta forma ayudando a reducir el indicador de pobreza del cantón Ambato por necesidades básicas insatisfechas, que según datos del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010) es del 56,8% con respecto al de la provincia de Tungurahua.

6.5.2 Tecnológica

ECUAMATRIZ al ser una empresa dedicada al servicio de mantenimiento automotriz posee de una tecnología extraordinaria lo cual ayuda a ofertar productos de calidad, toda vez que en la provincia de Tungurahua el 26,30% de los hogares disponen de computador y el 71,5% dispone de teléfono celular (Instituto Nacional de Estadísticas y

Censos, 2010), además en el sector de la industria manufacturera y específicamente en empresas del tamaño de ECUAMATRIZ que tiene sobre los 80 empleados el uso de internet es de un 90,22%; este un dato que la empresa toma en cuenta no solamente para desarrollar la comunicación interna, sino para la comunicación externa.

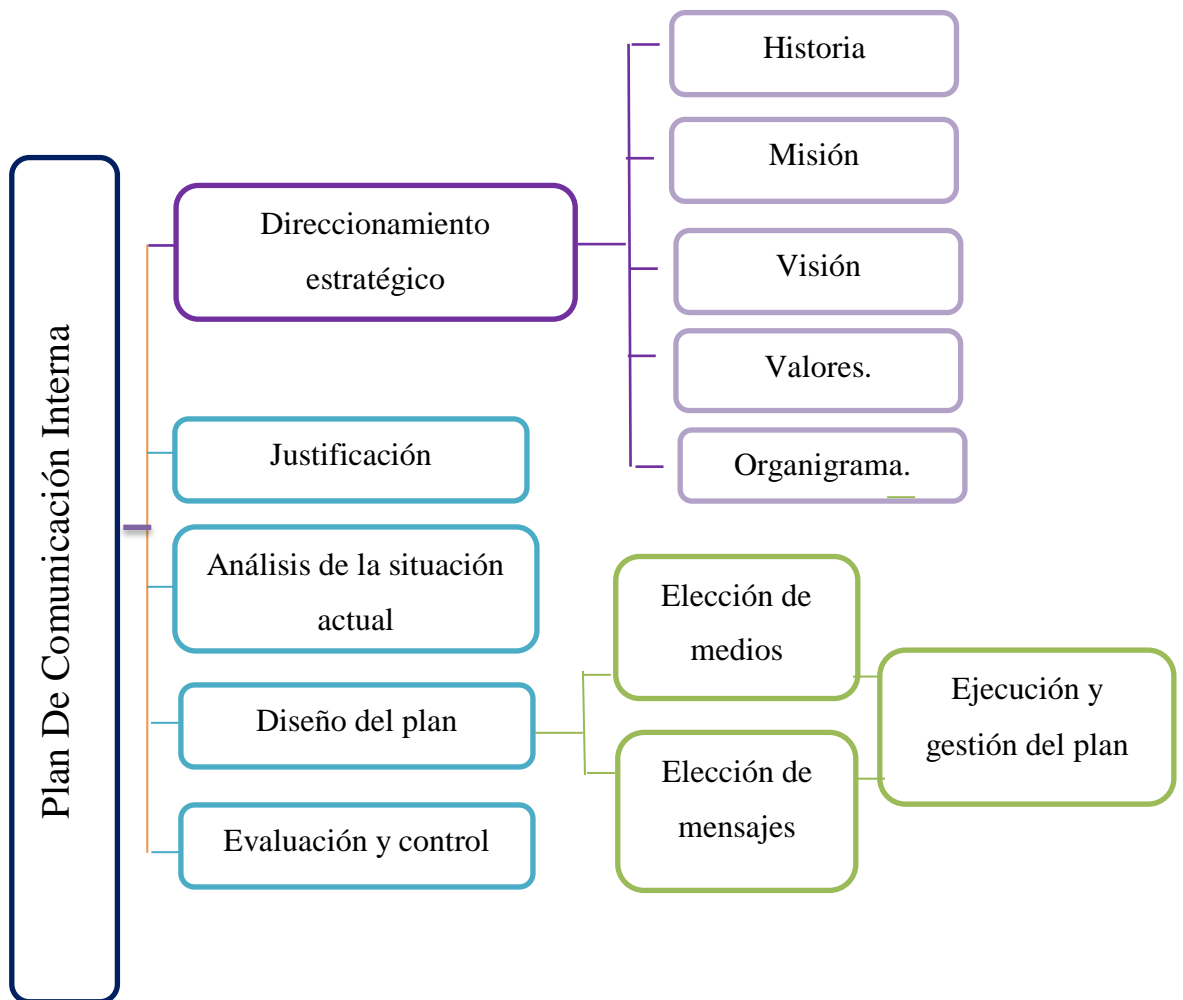
6.5.3 Económico – Financiero

En este aspecto ECUAMATRIZ y sus ejecutivo aprueban la investigación y el plan de comunicación interna, es así que apoya tanto económicamente y financiera para que si en el proceso se decide ejecutarlo, además de que proporciona la facilidad de otros recursos de suma importancia para la realización de la propuesta, que es muy importante para una empresa cuyo personal esta empleado en el sector de industrias manufactureras que es el 20,6% de la población ocupada en esta rama de actividad (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

6.5.4 Político – Legal

El plan de comunicación a detallarse no intercede con ningún estipulado en la ley pública del Ecuador y a su vez con las normas y reglamentos que posee la empresa, ya que este en sí tiene el propósito de implantar mecanismos que mejoren el desarrollo empresarial.

6.6. Modelo operativo



Elaborado por: Catalina Mejía

El presente modelo operativo fue fusionado de tres modelos operativos citados por (García, Ruiz, & Ventura, 2015) , (Sáenz, 2015) , (Cantos, 2013).

Plan de comunicación interna



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

HISTORIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA.

En el año 1981, Gustavo Villacreses y Fernando Valencia dos jóvenes emprendedores y actuales socios de la empresa Ecuamatrix, inician sus actividades al montar un pequeño taller para dar servicio de mantenimiento automotriz. A los tres meses y al ver que los resultados obtenidos no eran los deseados, deciden cerrar el taller y dedicar sus esfuerzos a elaborar piezas para otras empresas; bajo la sociedad denominada TECNOMETAL, desarrollan trabajos de mantenimiento de maquinaria industrial y posteriormente de producción de maquinaria la industria agroindustrial, construcción de tanques de almacenamiento y mobiliario entre otros.

TECNOMETAL funcionaba en la ciudad de Quito y AYMESA se convirtió en uno de sus principales clientes, para quienes se fabricaban auto-partes para los vehículos (ANDINO, CONDOR, GALA, SAN REMO y AMIGO).

En el año 1985, debido a la falta de tecnología para la fabricación de auto-partes, toman la difícil decisión de terminar la relación laboral con las empresas a quienes prestaban este tipo de servicios, y cerrar TECNOMETAL.

En el año 1988 Julio, motivados por la necesidad exigente de contar con una empresa que se especialice en la construcción de matrices para el uso metal mecánico industrial,

y con el firme propósito de liderar en la zona central del país en este ámbito, crean la empresa ecuatoriana Matricería "ECUAMATRIZ Cía. Ltda." e inicia sus actividades en un sector de Guachi Chico, fabricando matrices para la elaboración de auto-partes de los automotores Suzuki Forsa 1 y 2, camionetas: Mazda, Ford Courier. Siendo sus principales clientes las empresas AYMESA, MARESA, BOTAR, COENANSA.

En el año 1994, debido a la inestabilidad de las empresas automotrices, diversifican la producción de esta línea e inicia la fabricación de herramientas para la construcción creando la marca CLASS para: palas, carretillas, machetes, etc.

En el año 1996, implementan a sus líneas de producción, la línea eléctrica con el producto: cajas parte del sistema de energía eléctrica en las acometidas domiciliarias, en este año existe una crisis en la industria, especialmente en la automotriz, al extremo de casi abandonar la línea automotriz.

En el año 1997, establecen convenios y se inicia la producción para MABE, con el producto tubos reguladores de aire modelo largo, paralelamente elaboran invernaderos para el sector agrícola y guarda-choques de la camioneta Mazda 2200 pintados con pintura líquida horneable.

En el año 1998, trasladan las instalaciones de Ecuamatrix al galpón ubicado en el parque industrial, donde se incorpora al proceso de pintura: la cabina electrostática de pintura con el Horno Continuo, proporcionando al proceso de pintura una tecnología avanzada y a los productos un mejor acabado.

Actualmente en el desarrollo industrial y tecnológico que han alcanzado hasta el momento, ha permitido que Ecuamatrix Cía. Ltda., obtenga un prestigio importante en el Ecuador, en todo lo que comprende matricería, herramientas de la construcción, auto partes, línea eléctrica y servicios de troquelados

MISIÓN

Somos una empresa que desarrolla y comercializa productos de calidad internacional para nuestros clientes, sin distinción, utilizamos tecnologías apropiadas, adaptadas o desarrolladas internamente, respetamos el medio ambiente y buscamos satisfacer a nuestro personal, proveedores y accionistas a través de una relación equitativa que proporcione beneficios para cada uno.

VISIÓN

Ser una organización de apoyo permanente, ofreciendo soluciones efectivas a las necesidades de nuestros clientes con productos que faciliten su desempeño y contribuyan a impulsar su desarrollo.

VALORES

Respeto: Reconocer y considerar al otro como a uno mismo.

Honestidad: Presentar coherencia entre lo que se dice y se hace.

Apertura: Estar permanentemente dispuesto a aprender de otras personas y otras experiencias.

Transparencia: Tener claridad en la comunicación en el ámbito interno y externo de la organización.

Autocrítica: Aceptar que como seres humanos, representar la adquisición de experiencias y conocimientos que serán esenciales para evolucionar como empresarios y como personas.

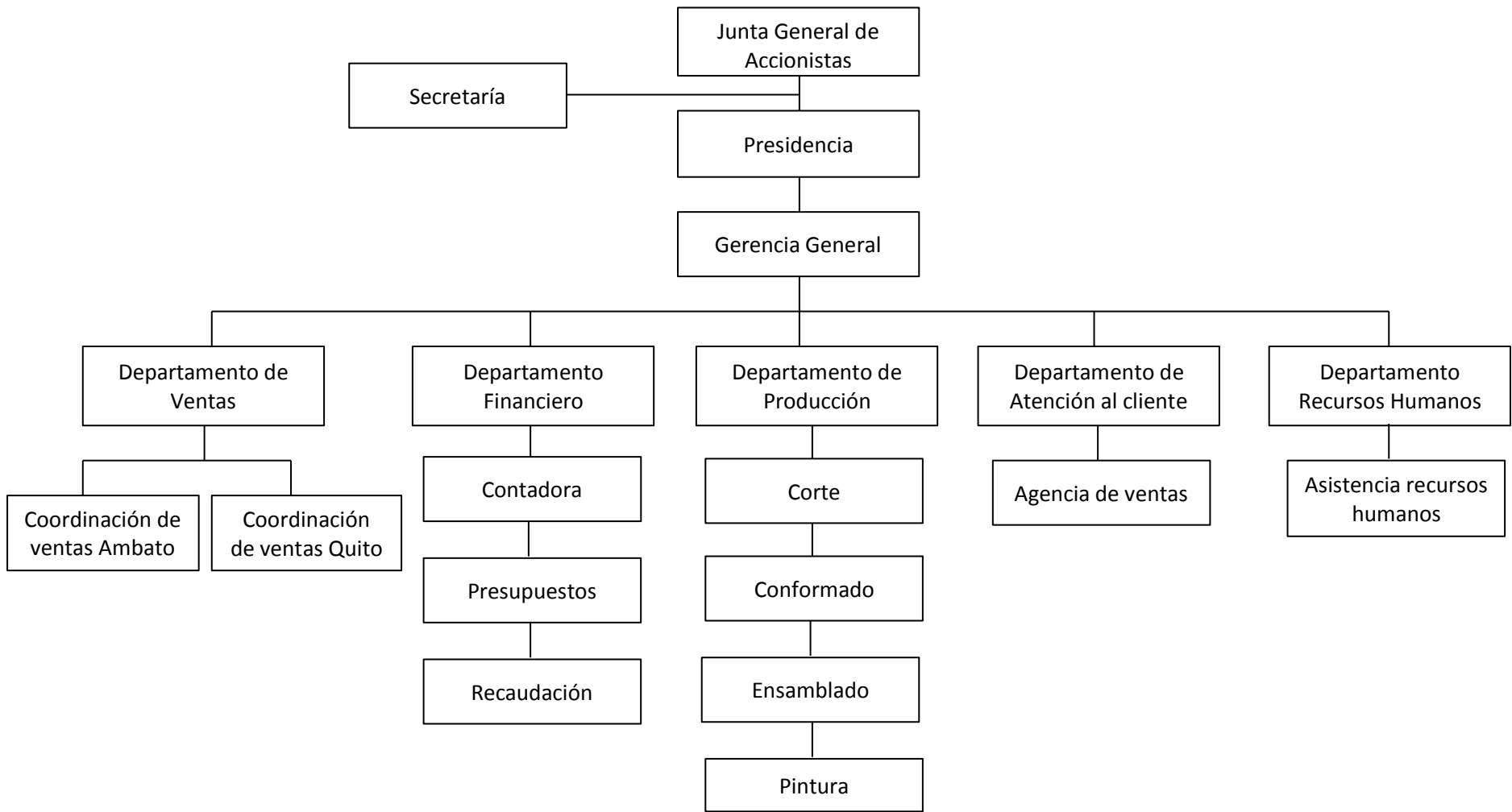
Pro actividad: Tomar acción sobre las oportunidades que se nos presentan a diario; prever, intuir, y actuar de manera positiva sobre todos los problemas que puedan ocurrir en el negocia.

Excelencia: Desarrollar las mejores prácticas en todos los ámbitos en que se desarrolla la empresa.

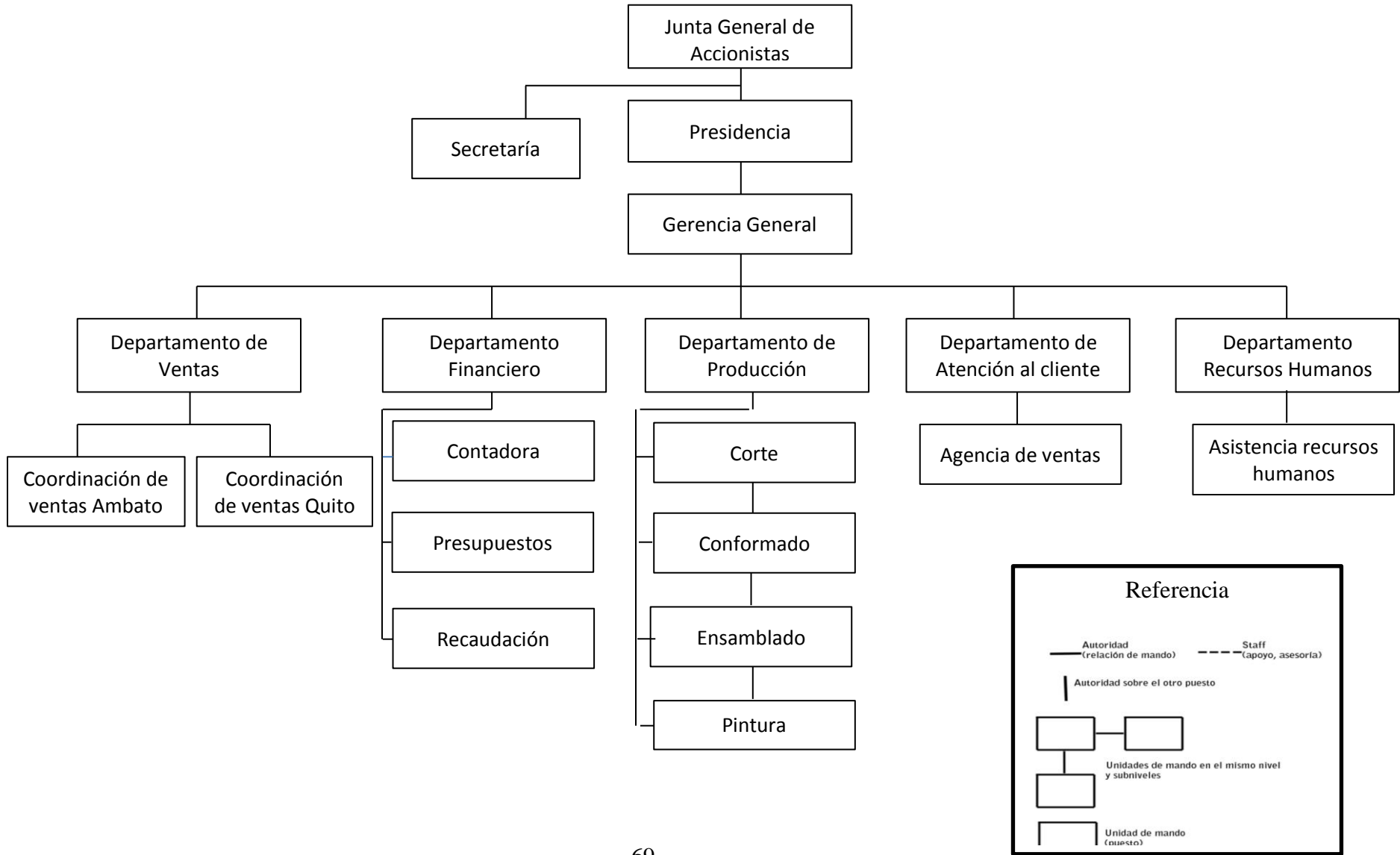
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ECUAMATRIZ

Organigrama Estructural (actual)



Organigrama Estructural (propuesto)



Justificación

Siendo la comunicación parte primordial en las empresas, se plantea incorporar un plan de comunicación interna que facilite la especificación de los objetivos y funciones a su vez favorecerá a los trabajadores ya que se los implicara más en sus labores, trabajando en clima laboral adecuado.

El presente plan de comunicación interna es una herramienta de gestión organizacional que permitirá que los colaboradores estén comprometidos con la organización, es importante escuchar a los clientes internos, crear así un lenguaje adecuado, una cultura y valores en común que los identifique, además se debe procurar que participen y medir el grado de satisfacción de los empleados en forma constante.

En el presente documento se plantea acciones de comunicación interna, en el cual se proponen las diferentes actividades y los medios de comunicación necesarios para transmitir la información teniendo como resultado beneficios como optimizar el rendimiento de los recursos de la empresa, difundir y consolidar la cultura organizacional, tener mayor competitividad, mejorar el desempeño de los puestos de trabajo y trabajando en un ambiente de confianza, de esta manera se generara un compromiso firme para que las metas y objetivos se cumplan, trabajando todos en una sola dirección.

Análisis de la situación

1. Al momento la empresa ECUAMATRIZ 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. Ecuamatrix 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.

Fortalezas	Oportunidades
<p>Disponibilidad de todos los recursos empresariales</p> <p>Participación al cambio por parte del empleado</p> <p>Tecnología y capital humano</p> <p>Política de precios competitivos para el mercado.</p> <p>Disponibilidad de 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> <p>Precios competitivos en el mercado</p>
Debilidades	Amenazas
<p>Ineficiente cultura de comunicación</p> <p>Desconocimiento de una adecuada comunicación</p> <p>Inadecuado clima laboral</p> <p>No existe una política de comunicación y socialización al cliente interno</p>	<p>Competencia</p> <p>Avances tecnológicos</p> <p>Entorno cambiante</p> <p>Inestabilidad del país</p> <p>Aumento de precios</p> <p>Inflación</p>

Matriz PCI

Tabla 11 PCI

FACTOR INTERNO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Fortalezas			
Disponibilidad de todos los recursos empresariales	0.10	3	0.30
Participación al cambio por parte del empleado	0.10	3	0.30
Tecnología y capital humano	0.12	3	0.36
Política de precios competitivos para el mercado.	0.08	2	0.16
Disponibilidad de cartera de clientes	0.10	3	0.30
Debilidades			
Ineficiente cultura de comunicación	0.15	3	0.45
Desconocimiento de una adecuada comunicación	0.15	3	0.45
Inadecuado clima laboral	0.15	3	0.45
No existe una política de Comunicación y Socialización al cliente interno	0.15	3	0.45
TOTAL	1.0		3.22

Elaborado por: Mejía (2014)

Puntuación de Impacto

1=Bajo 4=Muy alto

2= Medio 3=Alto

Análisis.

En la suma de la matriz PCI se encuentra por encima de del promedio de 2.5 con un puntaje de 3.22 lo que indica que la empresa sabe llevar al margen las fortalezas de la empresa, sin embargo se puede evidenciar que la empresa en cuanto a la situación interna es poco favorable ya que tienen mayor puntaje las debilidades es evidente la falta de comunicación que existe dentro de la organización, lo cual es conveniente hacer varios cambio con el propósito de que estas debilidades se conviertan en fortalezas para ECUAMATRIZ.

MATRIZ POAM

Tabla 12 POAM

FACTOR INTERNO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Oportunidades			
Apertura de adquisición de materia prima y recursos.	0.22	4	0.88
Apoyo financiero al sector industrial	0.10	3	0.30
Apertura de crecimiento del mercado	0.16	4	0.64
Contactos con proveedores	0.15	3	0.45
Precios competitivos en el mercado	0.12	3	0.36
Amenazas			
Competencia	0.10	3	0.30
Avances tecnológicos	0.15	4	0.60
Entorno cambiante	0.15	3	0.45
Inestabilidad del país	0.10	3	0.30
Aumento de precios	0.10	3	0.30
Inflación	0.10	3	0.30
TOTAL	1.0		4.88

Elaborado por: Mejía (2014)

1=Bajo 4=Muy alto

2= Medio 3=Alto

Análisis

Según la matriz POAM de la empresa ECUAMATRIZ responde de una manera positiva a las oportunidades aprovechándolas para el beneficio de la empresa, ya que tiene un porcentaje por encima del promedio de 3.5 con un puntaje de 4.87, reiterando que la empresa sabe afrontar las amenazas para convertirlas en oportunidades y encaminarlas a su favor.

En la matriz POAM se puede evidenciar que las que mayor responden es la de Apertura de adquisición de materia prima y recursos, seguido de Apertura de crecimiento del mercado y contactos con proveedores.

Por otro lado se encuentran las amenazas en donde en donde la más fuerte son los avances tecnológicos que de algún modo causa daño, pero la empresa ha sabido llevar al margen y manejarlas a su beneficio.

ESTRATEGIAS FODA

	FORTALEZAS F1: Disponibilidad de todos los recursos empresariales F2: Participación al cambio por parte del empleado F3: Tecnología y capital humano F4: Política de precios competitivos para el mercado F5: Disponibilidad de cartera de clientes	DEBILIDADES D1: Ineficiente cultura de comunicación D2: Desconocimiento de una adecuada comunicación D3: Inadecuado clima laboral D4: No existe una política de Comunicación y Socialización al cliente interno
OPORTUNIDADES O1: Apertura de adquisición de materia prima y recursos O2: Apoyo financiero al sector industrial O3: Apertura de crecimiento del mercado O4: Contactos con proveedores Precios competitivos en el mercado	ESTRATEGIAS FO Aprovechar la disponibilidad de recursos para la implementación de estrategias de comunicación necesarios para los empleados (F1,O1,O2) Realizar capacitaciones al personal aprovechando la tecnología y el capital humano (F3,F2,O3)	ESTRATEGIAS DO Desarrollo de la comunicación interna (D2,O4) Establecer espacios para que el cliente interno pueda tener la participación adecuada. (D4,O2,O4)
AMENAZAS A1: Competencia A2: Avances tecnológicos A3: Entorno cambiante A4: Inestabilidad del país A5: Aumento de precios A6: Inflación	ESTRATEGIAS FA Desarrollar un plan de Comunicación interna estableciendo herramientas de comunicación adecuadas que permitan mejorar la comunicación. (F1,F2,F3,F4,A2,A3)	ESTRATEGIAS DA Fomentar una adecuada comunicación interna para contrarrestar la competencia A1, D1,D2

Elaborado por: **Mejía (2014)**

Diseño del plan

El plan de comunicación en la empresa Ecuamatrix es un instrumento que permita evaluar los medios que se utilizan actualmente para comunicarse, en caso de ser necesario mejorarlas.

Público Objetivo

El público objetivo son todas las personas que trabajan en la empresa ECUAMATRIZ (cliente interno)

Responsables

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

Diseño del Mensaje

Los mensajes se los hará dependiendo del tipo de información que emita al cliente interno estos es: información escrita y audiovisual; misma que cumplirá con el siguiente objetivo del plan de comunicación interna.

Objetivo

Informar al cliente interno sobre las acciones que se están llevando a cabo, capacitándolos y motivándolos a participar de las mismas para el mejoramiento de la comunicación y rendimiento de ECUAMATRIZ.

Mensaje para cliente interno	
Principal	Secundario
Para ECUAMATRIZ eres muy importante y tu bienestar, es el bienestar de la empresa.	Juntos produciendo soluciones efectivas

Elección de medios

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
- Buzón de sugerencias

2. Información electrónica

Sitios web

Correos electrónicos

3. Información oral

- Reuniones
- Entrevistas
- Teléfono

Medio	Información	Público Objetivo	Mensaje	Responsable
Escritos	Memorándum Informes Buzón de sugerencias	Cliente interno	Misión Visión Valores Productos	Jefe de área o gerente
Electrónicos	Sitios web Correo electrónico	Cliente interno	Aplicación de red para recibir y enviar mensaje de texto.	Jefe de área o gerente
Oral	Reuniones Entrevistas Teléfono	Cliente interno	Entablar una conversación directa con la persona en cuestión.	Jefe de área o gerente

Información escrita

Modelo de memorándums

Para los memorándum deberá ser impresas en hojas de papel bond de A3 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

	<p>ECUAMATRIZ CIA. LTDA</p> <p>MEMORANDUM</p>
<p>DE:</p> <p>PARA:</p> <p>FECHA:</p> <p>ASUNTO:</p>	
<p>Por medio de la presente se le comunica al usted el acuerdo de la próxima reunión que será el día lunes 06 de Marzo, de 2015 en la sala de reuniones de la empresa.</p>	

Elaborado por: **Mejía (2014)**

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

Dirigía a quien está dirigido



INFORME

ASUNTO:

FECHA:

Información electrónica

Modelo de Sitios web

El objetivo principal de sitios web es el de dar a conocer los productos que ofrece la empresa.

Correos electrónicos lo que servirá para recibir y enviar mensajes de texto, y fomentar así la facilidad para comunicarse.



Información oral

- Reuniones
Dar a conocer noticias importantes sobre la empresa como las ventas, clientes, entre otros.
- Entrevistas
El objetivo principal de la entrevista es tener un encuentro cara a cara con la persona en cuestión con el propósito de entablar una conversación
Se debe tener la información oportuna
Interpretar la información obtenida
Evaluar datos e impresiones.
- Teléfono
Dar a conocer información sin importar las distancias
Facilita la comunicación en red

Programa de acción

Estrategias	Objetivos	Plan de Acción	Recursos	Tiempo		Responsables	Indicador de Resultados	Costo \$
Aprovechar la disponibilidad de recursos para la implementación de estrategias de comunicación necesarios para los empleados	Crear comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Generar 3 reuniones a la semana. ✓ Socializar la información ✓ Análisis de conclusiones y recomendaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Materiales ✓ Tecnológico 	lun 01/01/15	lun 01/02/15	Gerente	Estrategias de Comunicación	100,00
Realizar capacitaciones al personal de nuevas herramientas de comunicación aprovechando la tecnología y el capital humano	Conocer nuevas herramientas de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir los temas de capacitación ✓ Establecer el personal para cada tema de capacitación. ✓ Establecer horarios de capacitación. ✓ Contratar el capacitador. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Material ✓ Humano ✓ Tecnológico ✓ Económico 	mar 08/02/15	lun 14/02/15	Gerente	Plan de Capacitación	300,00
Desarrollo de la comunicación interna	Cumplir los objetivos y metas de la empresa ECUAMATRIZ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir herramientas de comunicación Interna. ✓ Definir mediante el organigrama los niveles de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Material ✓ Tecnológico 	mar 15/02/15	lun 21/02/15	Gerente	Plan de Comunicación	150,00

		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Socializar la información. 						
<p>Establecer espacios para que el cliente interno pueda tener la participación adecuada.</p>	<p>Mejorar el desarrollo de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar el cronograma para definir espacios de comunicación. ✓ Definir las fechas de participación para cada área de trabajo. ✓ Socializar la información. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Material ✓ Tecnológico 	<p>mar 22/02/15</p>	<p>vie 25/02/15</p>	<p>Gerente</p>	<p>Plan de Desarrollo Interno</p>	<p>100,00</p>
<p>Desarrollar un plan de Comunicación interna que permitan mejorar la comunicación.</p>	<p>Mejorar la comunicación interna de la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer objetivos ✓ Definir Herramientas de Comunicación ✓ Establecer Espacios de comunicación ✓ Análisis de Resultados ✓ Socialización de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Material ✓ Tecnológico 	<p>lun 01/03/15</p>	<p>jue 10/03/15</p>	<p>Gerente</p>	<p>Indicadores para evaluar el programa propuesto</p>	<p>350,00</p>

Elaborado por: Mejía catalina (2014)

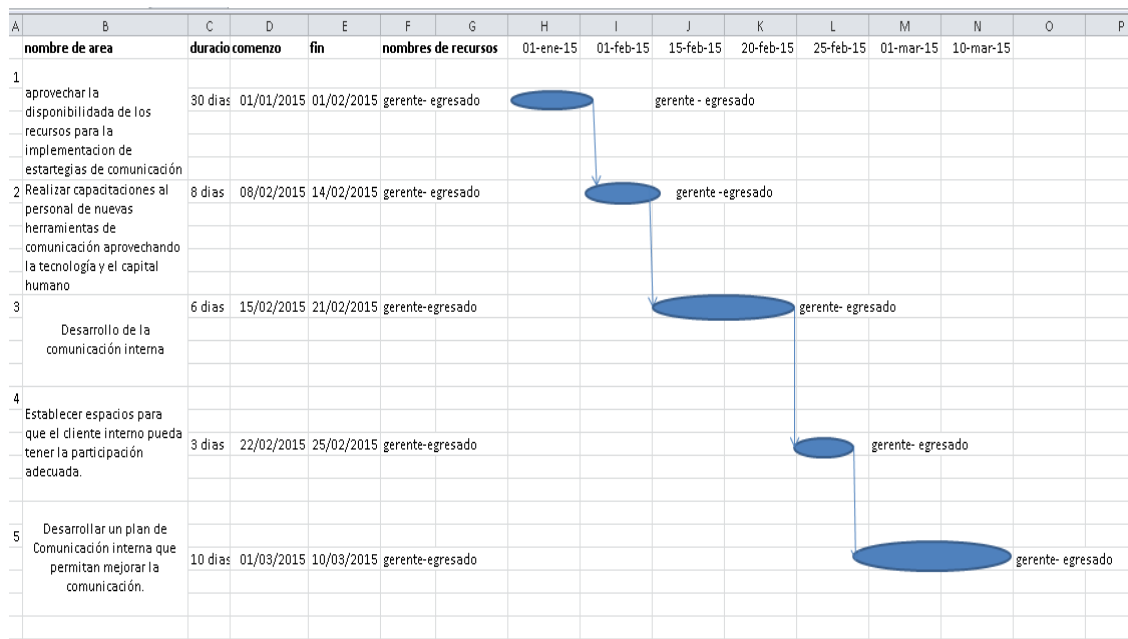
Costos de la propuesta

DESCRIPCIÓN	COSTO
Implementación de estrategias	\$ 100,00
Capacitaciones	\$ 300,00
Direccionamiento estratégico	\$150,00
Creación de espacios	\$ 100,00
Diseño propuesta	\$350,00
Fin	\$1000.00

Elaborado por: Mejía Catalina (2014)

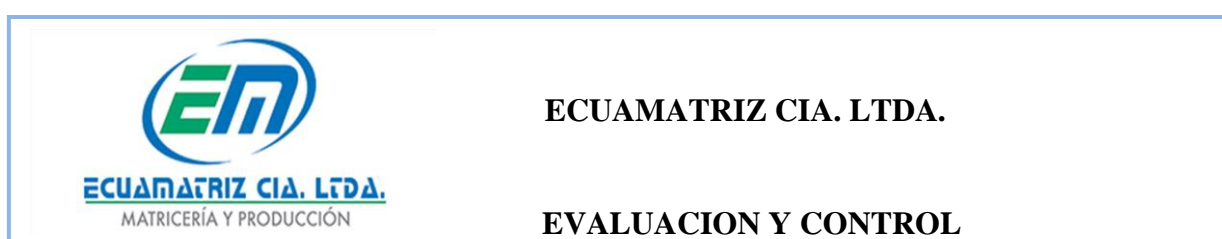
El presupuesto para la aplicación de la propuesta del plan de comunicación interna es de 1000,00 dólares americanos.

Cronograma



Evaluación y control

El Plan Comunicación Interno se desarrolló previo a un análisis de su situación actual, identificando las necesidades y requerimientos de los colaboradores y del gerente de la empresa ECUAMATRIZ para poder conocer si se cumple con el plan de comunicación interna de manera eficiente así poder tener un buen clima laboral para que los colaboradores puedan desempeñarse mejor en sus funciones y de la mejor manera.



PREGUNTAS	RESPUESTAS
1.- ¿Quién evalúa?	Gerente de ECUAMATRIZ
2.- ¿A quién evalúa?	Cliente interno
3.- ¿Para qué se evalúa?	Conocer la efectividad de la comunicación así como los medios que se emplea
4.- ¿Cuándo se evalúa?	Al final de la aplicación del plan de comunicación interna.
5.- ¿Qué criterios se evaluará?	Información, medios empleados
6.- ¿Qué se desea obtener?	Una adecuada comunicación
7.- ¿Cuál es el propósito?	Mejorar las relaciones internas y mejorar el desempeño, trabajando en un entorno de confianza.

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, C. E. (2004). *MANUAL PARA LA INTEGRACION DE SISTEMAS DE GESTION: CALIDAD, MEDIO AMBIENTE Y.* madrid.
- Adam, R. (2009). *ADMINISTRACION DE LA PRODUCCIÓN Y LAS OPERACIONES.* Madrid.
- Aguilera, J., & Orejuela, G. (20 de abril de 2014). *RRPPnet Portal de Relaciones Públicas.* Obtenido de www.rrppnet.com.ar: <http://www.rrppnet.com.ar/gestiondelacomunicacioninterna.htm>
- Amendola, L. J. (2006). *ESTRATEGIAS Y TACTICAS EN LA DIRECCION Y GESTION DE PROYECTOS.* VALENCIA: UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA.
- Andrade, H. (2005). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL INTERNA, procesos , disciplina y técnica.* MADRID: CRISTINA SECO.
- Arias, B., Verdugo, M. A., & Rubio, V. (2007). *EVALUACION DE LA ACTIVIDAD MODELO LOCAL DE VALLADOLID (PROGRAMA HELIOS).* VALLADOLID.
- Barcía, R. (2010). *SINONIMOS CASTELLANOS.* COLOMBIA - BOGOTA: UNIVERSIDAD DEL ROSARIO.
- Belohlavek, P. (2005). *Overall Equipment Effectiveness.* Mexica.
- Beltrán Alfaro, F. (2007). *DIAGNOSTICOS DE PRODUCTIVIDAD POR MULTIMOMENTOS.* Barcelona.
- Bravo, J. (2005). *LOS NUEVOS CONCEPTOS DEL CONTROL INTERNO.* MADRID: DIAZ DE SANTOS S.A.

- Cantos, J. (28 de Octubre de 2013). *www.canasto.es*. Obtenido de *www.canasto.es*:
<http://canasto.es/2013/10/la-comunicacion-interna-como-lubricante-para-tu-empresa/>
- Casani, F., Llorente, A., & Pérez, E. (2006). *ECONOMIA DE LA EMPRESA*. MEXICO.
- Caso Neira, A. (2006). *SISTEMA DE INCENTIVOS A LA PRODUCCIÓN*. MADRID.
- Castañeda, L. (2005). *EN BUSCA DEL ASCENSO EN EL TRABAJO*. MEXICO.
- Castañeda, L. (2008). *UN PLAN DE FORMACIÓN EN LIDERAZGO PARA JOVENES*. ESPAÑA.
- Cervera, J. (2006). *LA TRANSICION A LAS NUEVAS ISO 9000 : 2000 Y SU IMPLANTACION*. MADRID: DIAZ DE SANTOS S.A.
- Coca Altamirano, K. M. (2012). *COMUNICACION INTERNA ACTIVA ENTRE EL TALENTO HUMANO Y MARKETING, EN BUSCA DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN EL CENTRO ARTESANAL HUAMBALO*. AMBATO.
- Combeller Rodríguez, C. (2005). *LA CULTURA DE CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LAS EMPRESAS*. MEXICO.
- Cornejo, M. A. (2011). *EXCELENCIA DIRECTIVA PARA LOGRAR LA PRODUCTIVIDAD*. MEXICO.
- Cruz Bustinduy, I. (2010). *LA COMUNICACION INTERNA EN LAS COMUNICACIONES*. BARCELONA: LLUIS PASTOR.
- De la Fuente, D., Fernández, I., & García, N. (2006). *ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN INGENIERIA*. ASTURIAS.
- Díaz, C. (2011). *BARAJA ESPAÑOLA*. MADRID.
- Ecuatoriana de Matriceria ECUAMATRIZ Cía. Ltda. (2014). *Análisis FODA*. Ambato: Ecuamatriz.

- Fiallos Núñez, L. A. (2012). *LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU EFECTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LA INSTITUCIÓN SECAP DE AMBATO*. AMBATO.
- Fleitman, J. (2007). *EVALUACION INTEGRAL PARA IMPLANTAR MODELOS DE CALIDAD*. MEXICO: PAX MEXICO , LIBRERIA CARLOS CESARMAN, S.A.
- García, J., Ruiz, A., & Ventura, R. (2015). *Revista Latina de Comunicación*. Recuperado el 26 de Febrero de 2015, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999gjn/81haba3.htm>
- González García, M. J. (2006). *HABILIDADES DIRECTIVAS*. MALAGA.
- González, D., Hernández, A., Martínez, A., Soriano, L. M., & Ureña, F. (2006). *la educación física en secundaria*. BARCELONA.
- González, R. Á. (2004). *CRITICA DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. MEXICO: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO.
- Gutiérrez, M. (2004). *ADMINISTRAR PARA LA CALIDAD CONCEPTOS ADMINISTRATIVOS DEL CONTROL TOTAL DE LA CALIDAD*. MEXICO: LIMUSA S.A.
- Haro Morando, M. (2010). *PSICOLOGIA SOCIAL*. MADRID.
- Huertas García, R., & Dominguez Galceran, R. (2008). *DECISIONES ESTRATEGICAS PARA LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES EN EMPRESAS DE SERVICIOS Y TURISTICAS*. España.
- Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la O.E.A. (2006). *METODOLOGIA DE LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS AGRICOLAS*. GUATEMALA: OEA.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo de población y vivienda 2010*. Quito: INEC.

- JD, R., & Ferrandez, M. (2008). *LIDERAZGO Y COACHING*. ESPAÑA: LIBROSENRED.
- Jiménez García, J. (2005). *LA COMUNICACION INTERNA*. ESPAÑA: EDICIONES DIAZ DE SANTOS, S.A.
- Klenowski, V. (2005). *DESARROLLO DE PORTAFOLIOS PARA EL APRENDIZAJE Y LA EVALUACIÓN*. MADRID: NARCEA S.A.
- Laxe González, F. (2007). *LECCIONES DE ECONOMIA MARITIMA*. ESPAÑA.
- Lorente, A. P. (2007). *LA COMUNICACIÓN EN LA PAREJA*. ESPAÑA: RIALP S.A.
- Marchant, L. (2007). *ACTUALIZACIONES PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL*. MEXICO.
- Marrodan, C. (2005). *LAS CIENCIAS DE LA GESTION APLICADAS A LA ADMINISTRACION DEL ESTADO*. México.
- Mellado, C. (2005). *Gestión de la Comunicación Interna en la Pequeña Empresa Industrial: un Análisis de los Procesos*. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Ministerio de Educación y Ciencia . (2007). *HABILIDADES DEPORTIVAS Y CALIDAD DE VIDA CONDICIÓN FISICA*. MADRID.
- Moncayo Gutiérrez, D. (2008). *PLAN DE COMUNICACION INTERNA PARA PARMALAT LTDA*. BOGOTA.
- Montoro Sánchez, M. A., CastroGregorio, & Diez Vial, I. (2014). *ECONOMIA DE LA EMPRESA*. ESPAÑA.
- Morales, P. (2009). *EVALUACION DEL DESEMPEÑO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD EN PANADERIA EL ENJAMBRE DE LA CIUDAD DE AMBATO*. AMBATO.

- Moreno Bayardo, M. G. (2010). *INTRODUCCION A LA METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. MADRID.
- Moreno, M. G. (2006). *DIDACTICA FUNDAMENTAL Y PRACTICA*. MEXICO: PROGRESO S.A.
- Morris, C. (2009). *INTRODUCCION A LA PSICOLOGIA*. MADRID.
- Muñiz, R. (8 de junio de 2014). *Marketing XXI*. Obtenido de www.marketing-xxi.com: <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- Naciones Unidas. (15 de marzo de 2014). *ONU*. Obtenido de <http://www.un.org>: <http://www.un.org/es/members/growth.shtml>
- Namakforoosh, & Naghi, M. (2005). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. LIMUSA.
- O'Sullivan, R. J. (2006). *LA COMUNICACION HUMANA*. CARACAS: TEXTO.
- Padilla Marquez, C. (2008). *LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL EN MEXICO*. MEXICO.
- Pascual, R. d. (2006). *FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN HUMANA*. ESPAÑA: IMPRENTA GAMMA.
- Pinto Prades, J. L. (2007). *ECONOMIA DE LOS GASTOS SOCIALES*. MURCIA.
- Ramírez, E. (2007). *CAPITAL HUMANO COMO FACTOR DE CRECIMIENTO ECONOMICO*. MADRID.
- Reyes, P. A. (2004). *ADMINISTRACION MODERNA*. LIMUSA: LIMUSA S.A.
- Rodríguez, G. (2008). *DOMINE EL COACHING Y POTENCIE SU EMPRESA*. MEXICO.
- Rosales Obando, J. (2006). *ELEMENTOS DE MICRO ECONOMIA*. MEXICO.
- Rubio, F. (2005). *ESTUDIO DE LA MOTIVACIÓN HUMANA*. española.

- Sáenz, J. (26 de Febrero de 2015). *www.vitoria-gasteiz.org*. Obtenido de *www.vitoria-gasteiz.org*: <http://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/22/31/2231.pdf>
- Sepulveda, C. (2005). *DICCIONARIO DE TERMINOS ECONOMICOS*. SANTIAGO DE CHILE.
- Soteras, M. (14 de marzo de 2014). *RRPPnet Portal de Relaciones Públicas*. Obtenido de *www.rrppnet.com.ar*: <http://www.rrppnet.com.ar/intracomunicacion.htm>
- Tejada, B. (2007). *ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE ALIMENTACION (calidad, nutrición, productividad y beneficios)*. COLOMBIA.
- Tena Suck, A., & Rivas Torres, R. (2007). *MANUAL DE INVESTIGACION DOCUMENTAL*. BARCELONA.
- Terry, W. (2004). *MANUAL DEL EMPOWERMENT*. REINO UNIDO: THAU, S.L.
- Tomal, F. (2006). *PSICOLOGIA COMUNITARIA EN LA ENSEÑANZA Y LA ORIENTACIÓN*. MADRID.
- Urcola, J. L. (2008). *LA MOTIVACION EMPIEZA EN UNO MISMO*. MADRID.
- Valverde, M. (2009). *EL DISEÑO ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA AVICOLA SAN ANDRES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. AMBATO.
- Wells, R. (2006). *INTRODUCCION A LA ECONOMIA: MICROECONOMIA*. NEW YORK.

ANEXOS

ENCUESTA

ECUAMATRIZ CIA. LTDA.

OBJETIVO.

- ✓ Determinar de qué manera incide la Comunicación Interna en el Rendimiento de la empresa “ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA.”

INSTRUCCIÓN

- ✓ Lea detenidamente todas las preguntas.
- ✓ Conteste con sinceridad
- ✓ Marque con una X la respuesta correcta.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la empresa:.....

Dirección de la empresa:.....

1.- ¿Considera usted qué la función de la comunicación interna (control, Motivación, expresión emocional, información, integración) es?

- | | |
|-----------|-----|
| Excelente | () |
| Muy Bueno | () |
| Bueno | () |
| Regular | () |
| Malo | () |

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

2.- ¿La motivación que realiza la empresa en el proceso de comunicación interna es?

- Excelente ()
- Muy Bueno ()
- Bueno ()
- Regular ()
- Malo ()

3.- ¿Considera usted que la comunicación interna tiene mayor influencia en la empresa al conocer los objetivos a alcanzar?

- Siempre ()
- Casi Siempre ()
- Algunas veces ()
- Nunca ()

4.- ¿Cómo califica usted a la comunicación que existe dentro de la organización?

- Excelente ()
- Muy Bueno ()
- Bueno ()
- Regular ()
- Malo ()

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

5.- ¿La empresa utiliza tipos de comunicación: formal e informal para dar a conocer sus resoluciones?

- Siempre ()
- Casi Siempre ()
- Algunas veces ()
- Nunca ()

6.- ¿Cree usted que se debería optimizar los elementos (Mano de Obra, Tiempo, Materia Prima; Insumos) para mejorar el rendimiento de la empresa?

- Siempre ()
- Casi Siempre ()
- Algunas veces ()
- Nunca ()

7.- ¿Piensa usted que los recurso (materiales, tecnológicos, económicos y humanos) son importantes para mejorar el rendimiento?

- Siempre ()
- Casi Siempre ()
- Algunas veces ()
- Nunca ()

8.- ¿Considera usted que la optimización de los recursos (materiales tecnológicos, económicos y humanos) es?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

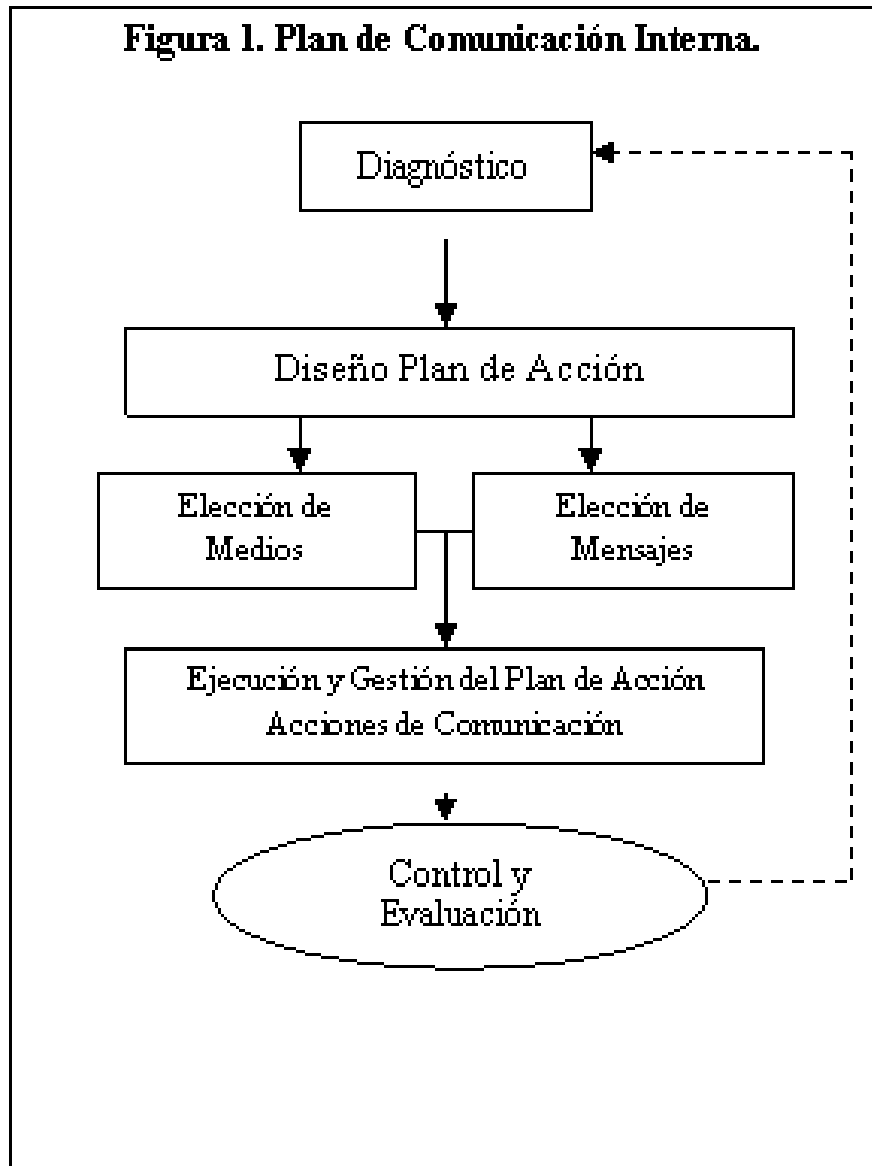
9.- ¿Considera usted que las etapas de los procesos de producción, (entrada, transformación o proceso, salida), presentan conflictos y errores dentro de la organización?

- Siempre
- Casi Siempre
- Algunas veces
- Nunca

10.- ¿Cree usted que las etapas de los procesos de producción (entrada, transformación o proceso, salida) deberían ser mejoradas?

- Siempre
- Casi Siempre
- Algunas veces
- Nunca

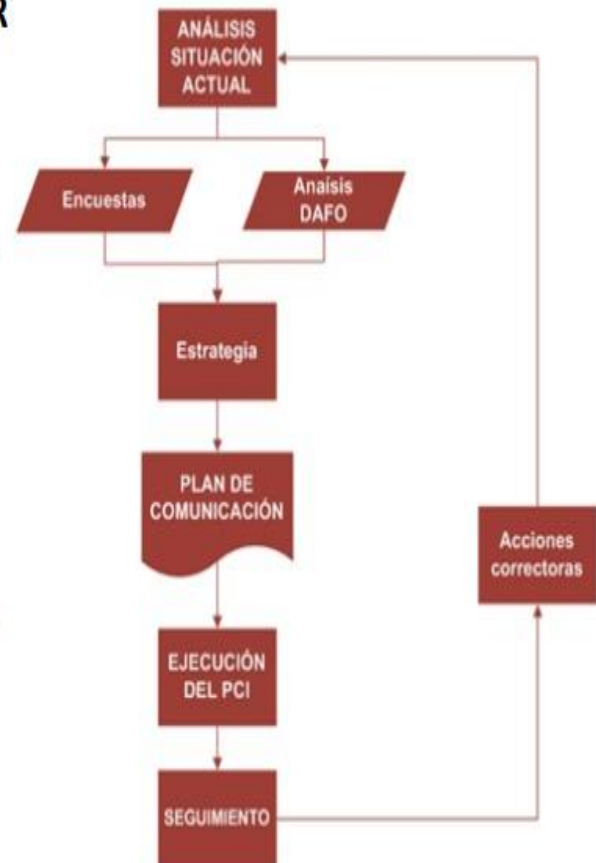
Modelos Operativos



(García, Ruiz, & Ventura, 2015)

PLAN DE COMUNICACIÓN INTER

1. Justificación
2. Análisis de la situación actual
 1. El contexto de nuestra institución
 2. La CI en la Biblioteca
 3. Informe sobre encuesta interna sobre CI
 4. Análisis DAFO
3. Arquitectura del PCI
 1. Objetivos
 2. Recursos instrumentales
 3. Recursos humanos. Funciones de los responsables
 4. Programa de acciones
4. Plan de acción. Ejecución del PCI
5. Seguimiento y medición



(Sáenz, 2015)



(Cantos, 2013)

LA EMPRESA ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA SE DEDICA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CAJAS PARA MEDIDORES DE LUZ YA SEAN DE ACERO INOXIDABLE O DE PLASTICO TAMBIEN PRODUCE PALAS, CARRETILLAS.

Ing. Alfonso Camacho Pereda



EMPRESA ECUATORIANA DE MATRICERIA ECUAMATRIZ CIA. LTDA.

