UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA AVÍCOLA " LA COMPAÑÍA" UBICADA EN LA PARROQUIA JUAN BENIGNO VELA DEL CANTÓN AMBATO EN EL AÑO 2023

AUTORES:

FRANCO MANTILLA KEVIN DAVID

GARCIA CAMPOS KARELYS DEYANEIRA

DIRECTORA:

LIC. PILAR CHÁVEZ, MSC.

GUARANDA_ECUADOR

2024

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

Comunicación Interna para Fortalecer el Clima Laboral en la Empresa Avícola " La Compañía" Ubicada en la Parroquia Juan Benigno Vela del Cantón Ambato en el año 2023

AUTORES:

Franco Mantilla Kevin David

Garcia Campos Karelys Deyaneira

DIRECTORA:

Lic. Pilar Chávez, MsC.

PARES ACADÉMICOS:

Lic. Kléber Romero, Mgs.

Lic. Juan Galarza, MsC.

GUARANDA_ECUADOR

2024

TEMA DE PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA AVÍCOLA " LA COMPAÑÍA" UBICADA EN LA PARROQUIA JUAN BENIGNO VELA DEL CANTÓN AMBATO EN EL AÑO 2023

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por su dirección, a la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) por abrirnos las puertas del conocimiento y brindarnos la oportunidad de obtener el Título de Tercer Nivel, a las autoridades y docentes que transmitieron sus conocimientos y estuvieron presentes en este proceso de formación académica.

De manera especial a la Lcda. Pilar Chávez, Msc. quien colaboró durante todo el proceso de titulación, a mí estimado Lic. Kléber Romero Quiroga, Mgs. que gracias a sus consejos, conocimiento, enseñanzas y tutorías que permitió el desarrollo de este trabajo, dedicando su tiempo para sacar adelante la presente investigación, además de ser una excelente tutor, guía y docente de nuestra institución.

De igual manera a la Carrera de Comunicación y a todos los docentes por participar todos sus conocimientos, experiencias y habilidades para la formación de buenos profesionales, agradecemos a cada uno de ellos.

KEVIN FRANCO & KARELYS GARCIA

DEDICATORIA

A Dios por darme la fuerza necesaria para culminar un meta más derramado toda su sabiduría sobre mí, por ser luz en medio de mi camino, quien me ha cuidado en cada momento de mi vida.

A mis padres García Edison y Campos Johana, por todo el sacrificio y esfuerzo brindado siempre gracias, por apoyo incondicional. Su comprensión para que jamás me rindiera gracias por ayudarme a atravesar todos y cada uno de los obstáculos que la vida me puso, para así poder conseguir una meta más en mi vida.

A mi futuro compañero de vida Franco Kevin, quien fue apoyo y colaboración, paciencia y comprensión que me ha brindado a lo largo de este viaje académico, ¡este logro es nuestro!

Finalmente, gracias a mi hermana y familiares que me apoyaron durante este trascurso de mi vida de una u otra manera.

GARCIA KARELYS

DEDICATORIA

Agradezco a mi Dios, gracias por iluminar mi camino, brindarme fuerza en los momentos difíciles y guiarme hacia la culminación de este importante logro académico.

A mis amados padres Franci y Gustavo, cuyo amor incondicional, sacrificio y apoyo han sido la base de todo este camino. Gracias a mi Mami Katy por creer en mí, por alentarme a seguir adelante y por ser mis pilares en cada desafío.

A mi amada novia, mi compañera de sueños y mi mayor motivación, gracias por tu amor, paciencia y comprensión en cada etapa de esta travesía. Tu presencia ha sido luz en los días oscuros y mi alegría en los días felices.

A mi hermana Belén, por su cariño, alegría, Tu apoyo ha sido invaluable y tu presencia en mi vida, un regalo inigualable.

A mis hermanos Antony y Alex, cómplices de travesuras y compañeros de vida, gracias por su amistad, lealtad y por ser mi fuente constante de alegría y camaradería. Juntos hemos superado obstáculos y celebrados triunfos, haciendo de este camino uno lleno de experiencias inolvidables.

A mi fiel amigo de cuatro patas, Tyler, cuya lealtad, cariño y compañía fueron un bálsamo en mis días más difíciles. Siempre te recordare viejo amigo, gracias, por tanto.

A mis queridos amigos, quienes han sido mi red de apoyo, mis confidentes y mis cómplices en cada aventura. Gracias por sus risas, sus consejos y por estar siempre presentes, celebrando cada logro como si fuera propio.

FRANCO KEVIN

CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS

UEB UNIVERSIDAD BOLIVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA COMUNICACIÓN MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

LIC. PILAR CHÁVEZ, MsC., LIC. KLÉBER ROMERO, Mgs., LIC. JUAN GALARZA, MsC., en su orden: Directora y Pares Académicos del Trabajo de Titulación: COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA AVÍCOLA " LA COMPAÑÍA" UBICADA EN LA PARROQUIA JUAN BENIGNO VELA DEL CANTÓN AMBATO, AÑO 2023, desarrollado por los estudiantes: **FRANCO MANTILLA KEVIN DAVID, GARCIA CAMPOS DEYANEIRA KARELYS.**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación.**

Guaranda, 23 de mayo del 2024

LIC. PILAR CHÁVEZ, MsC.
Director

LIC. KLÉBER ROMERO, Mgs.
Par Académico

LIC. JUAN GALARZA, MsC.
Par Académico

DERECHO DE AUTORIA

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

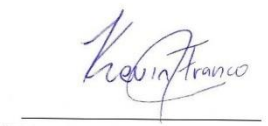
BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo/nosotros Kevin David Franco Mantilla y Karelys Deyaneira Garcia Campos portador/res de la Cédula de Identidad No 1725189045 y No 0953069846 en calidad de autor/res y titular / es de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA AVÍCOLA " LA COMPAÑÍA" UBICADA EN LA PARROQUIA JUAN BENIGNO VELA DEL CANTÓN AMBATO, AÑO 2023.**, modalidad presencial, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Kevin David Franco Mantilla
1725189045



Karelys Deyaneira Garcia Campos
0953069846

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DE PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN II
AGRADECIMIENTO III
DEDICATORIA IV
DEDICATORIA V
CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS VI
DERECHO DE AUTORIA VII
INTRODUCCIÓN ..... - 1 -
RESUMEN ..... - 2 -
ABTRACT ..... - 3 -
CAPÍTULO I ..... - 4 -
1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO ..... - 4 -
1.2. Formulación de problema ..... - 4 -
1.3. Preguntas de investigación: ..... - 4 -
1.4. Justificación ..... - 5 -
1.5. Objetivos ..... - 7 -
1.6. Idea a defender ..... - 7 -
1.7. Variables ..... - 7 -
1.8. Operacionalización de variables ..... - 8 -
CAPÍTULO II ..... - 12 -
2. MARCO TEÓRICO ..... - 12 -
2.1. Antecedentes ..... - 12 -
2.2. Marco científico ..... - 13 -
2.3. Marco conceptual ..... - 18 -
2.4. Marco legal ..... - 20 -
2.5. Marco geo-referencial ..... - 22 -
CAPÍTULO III ..... - 23 -
3. METODOLOGÍA ..... - 23 -
3.1. Tipo de investigación ..... - 23 -
3.2. Enfoque de la investigación ..... - 23 -
3.3. Métodos de investigación ..... - 24 -
4.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos ..... - 25 -
4.5. Universo, población ..... - 25 -

CAPÍTULO IV ..... - 26 -
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN ..... - 26 -
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados aplicada al público interno (trabajadores de la empresa) ..... - 26 -
CAPÍTULO V ..... - 41 -
5. PROPUESTA ..... - 41 -
5.1. Antecedentes ..... - 41 -
5.2. Propuesta de la nueva misión y visión “La Compañía” ..... - 43 -
5.3. Valores corporativos ..... - 43 -
5.4. Justificación ..... - 43 -
5.5. FODA de la empresa avícola “La Compañía” ..... - 45 -
5.6. Objetivos estratégicos comunicacionales ..... - 46 -
5.7. Desarrollo del plan ..... - 46 -
6. CONCLUSIONES ..... - 50 -
7. RECOMENDACIONES ..... - 51 -
8. BIBLIOGRAFÍA ..... - 52 -
ANEXOS ..... - 59 -
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ..... - 55 -
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA ..... - 56 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable Independiente ..... - 8 -
Tabla 2. Variable Dependiente ..... - 10 -
Tabla 3. Géneros de los encuestados: ..... - 26 -
Tabla 4. La comunicación interna mejora el clima laboral: ..... - 27 -
Tabla 5. La información que emite el jefe de la empresa cumple con las características de claridad, pertinencia y periodicidad: ..... - 28 -
Tabla 6. Comunicación interna en la empresa debe mejorar en las características establecidas: ..... - 29 -
Tabla 7. Canales de comunicación utiliza de forma permanente en la empresa para informar a sus empleados: ..... - 30 -
Tabla 8. Satisfacción de los canales de comunicación interna que utiliza la empresa: ..... - 31 -
Tabla 9. Con qué frecuencia el jefe se comunica con los empleados: ..... - 32 -
Tabla 10. Como es la comunicación dentro de la empresa: ..... - 33 -
Tabla 11. La empresa genera preocupación por sus empelados generando un buen ambiente de trabajo: ..... - 34 -
Tabla 12. Fomentar la participación y el trabajo en equipo en la empresa avícola "La Compañía": ..... - 35 -
Tabla 13. Libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa: ..... - 36 -
Tabla 14. La toma de decisiones es valorada y reconocida: ..... - 37 -
Tabla 15. Motivación de los empleados en el crecimiento profesional y personal: .. - 38 -
Tabla 16. Análisis de la entrevista ..... - 40 -
Tabla 17. FODA de la empresa ..... - 45 -
Tabla 18. Matriz del plan de comunicación para fortalecer el clima laboral de la avícola "LA COMPAÑÍA" ..... - 47 -
Tabla 19. Matriz del plan de comunicación para fortalecer el clima laboral de la avícola "LA COMPAÑÍA" ..... - 48 -
Tabla 20. Cronograma del plan de comunicación para fortalecer el clima laboral de la avícola "LA COMPAÑÍA" ..... - 49 -

ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES

Gráfico 1. Modelo de Shannon y weaver.....- 14 -
Gráfico 2. Cinco Axiomas de la Teoría de la Comunicación Humana.....- 15 -
Gráfico 3. Pirámide de Maslow .....- 17 -
Figura 1. Mapa de la matriz Juan Benigno Vela.....- 22 -
Gráfico 4. Géneros de los encuestados: .....- 26 -
Gráfico 5. La comunicación interna mejora el clima laboral:.....- 27 -
Gráfico 6. La información que emite el jefe de la empresa cumple con las características de claridad, pertinencia y periodicidad:.....- 28 -
Gráfico 7. Comunicación interna en la empresa debe mejorar en las características establecidas: .....- 29 -
Gráfico 8. Canales de comunicación utiliza de forma permanente en la empresa para informar a sus empleados:.....- 30 -
Gráfico 9. Satisfacción de los canales de comunicación interna que utiliza la empresa: .....- 31 -
Gráfico 10. Con qué frecuencia el jefe se comunica con los empleados: .....- 32 -
Gráfico 11. Como es la comunicación dentro de la empresa:.....- 33 -
Gráfico 12. La empresa genera preocupación por sus empelados generando un buen ambiente de trabajo: .....- 34 -
Gráfico 13. Fomentar la participación y el trabajo en equipo en la empresa avícola "La Compañía": .....- 35 -
Gráfico 14. Libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa:.....- 36 -
Gráfico 15. La toma de decisiones es valorada y reconocida: .....- 37 -
Gráfico 16. Motivación de los empleados en el crecimiento profesional y personal: .....- 38 -
Figura 2. Instrumentos de recopilación de datos.....- 57 -
Figura 3. Entrevista.....- 58 -
Figura 4. Tutorías.....- 58 -
Figura 5. Tutorías.....- 59 -
Figura 6. Tutorías.....- 59 -
Figura 7. Tutorías.....- 60 -

INTRODUCCIÓN

La comunicación es una necesidad esencial en el desarrollo de los seres humanos para interacción entre dos o más personas, mediante lenguaje oral, escrito, visual, etc. siendo así un proceso mediante el cual se permite emitir y receptar mensajes visuales como auditivos.

La comunicación interna es aquella forma en que la empresa interactúa con sus empleados. Por la cual está dirigido al personal interno para integrar todo proceso involucrado en la transmisión y recepción de información entre los miembros de la empresa.

Con el pasar del tiempo el nivel de comunicación entre empleados cambia por eso es necesario la implementación de un plan de comunicación con el objetivo de aplicar estrategias que colaboren al mejoramiento y rendimiento basado en el trabajo en equipo contaras con un clima laboral donde se valoren sus ideas y opiniones para la toma de decisiones.

Estrategias comunicacionales

Clima laboral

Capítulo I: Se detalla la formulación del problema, preguntas de investigación, justificación, objetivos uno general y tres específicos, idea a defender, variables una dependiente y una dependiente con la operacionalización correspondiente.

Capítulo II: El desarrollo del marco teórico, los antecedentes, marco científico, marco conceptual, marco legal, marco geo-referencial.

Capítulo III: Se despliega la metodología, el tipo de investigación, enfoque de la investigación, métodos de investigación, técnicas e instrumentos de recopilación de datos, el universo, procesamiento de información.

Capítulo IV: Se encuentra los análisis y categorización de la información.

Capítulo V: El desarrollo de la propuesta**.**

RESUMEN

El propósito de este proyecto es identificar los factores que influyen en la comunicación interna de la empresa avícola "La Compañía" y examinar sus deficiencias para proponer una solución efectiva qué mejore el ambiente laboral dentro de la organización. Se utilizaron métodos cualitativo y cuantitativo para evaluar los aspectos negativos de la comunicación interna entre empleados y empleador, junto con encuestas y entrevistas dirigidas al personal interno para recopilar datos cualitativos y cuantitativos relevantes. Los resultados condujeron a la implementación de un plan de comunicación que incluye capacitaciones e implementación de canales oficiales, con el objetivo de fortalecer los valores y relaciones entre el personal de la empresa.

Palabras clave: Comunicación interna, Clima Laboral, Plan de Comunicación, Fortalecimiento.

ABTRACT

The purpose of this project is to identify the factors that influence the internal communication of the poultry company "La Compañía" and examine its deficiencies to propose an effective solution that improves the work environment within the organization. Qualitative and quantitative methods were used to evaluate the negative aspects of internal communication between employees and employer, along with surveys and interviews directed at internal staff to collect relevant qualitative and quantitative data. The results led to the implementation of a communication plan that includes training and implementation of official channels, with the objective of strengthening the values and relationships between the company's personnel.

Keywords: Internal communication, Work Environment, Communication Plan, Strengthening.

CAPÍTULO I

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del problema

La empresa avícola "La Compañía" es la entidad avícola más grande de la parroquia Juan Benigno Vela, líder en la producción de huevos de gallina ,la misma está conformada por 10 empleados los cuales recibe indicaciones a través de diferentes canales no oficiales lo que genera una inadecuada gestión de comunicación interna en la organización, provocando un vacío de información en los empleados, dando como resultado suposiciones que afectan a la comunicación, ocasionando un desbalance en el rendimiento productivo de los empleados, por lo cual puede interferir directamente en los resultados esperados de la empresa.

La carencia de una buena comunicación interna dificulta que exista una fluidez comunicacional entre los distintos miembros de la institución generando mensajes erróneos y generando así un clima laboral inadecuado en la organización

El clima laboral, como un componente propio de la vida organizacional, refleja la calidad de las relaciones, percepciones y el bienestar de los empleados en su entorno de trabajo, a medida que las empresas buscan maximizar la eficiencia y la productividad, es esencial abordar los desafíos emergentes que se produce al interior de la organización afectando el clima laboral, lo que inquieta significativamente la dinámica interna y, por ende, el rendimiento empresarial.

1.2. Formulación de problema

¿De qué manera la de comunicación interna fortalecerá el clima laboral en la empresa avícola "La Compañía", ubicada en la parroquia Juan Benigno Vela del cantón Ambato en el año 2023?

1.3. Preguntas de investigación:

1. ¿Cómo influye la comunicación interna en la percepción del clima laboral?

¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una comunicación efectiva en el clima laboral?

1. ¿De qué manera el clima laboral impulsado por una comunicación adecuada, contribuye al rendimiento y bienestar de los empleados?

2. ¿La comunicación interna bien gestionada al interior de la empresa genera productividad y satisfacción de sus empleados?
3. ¿Los empleados al estar bien informados se sienten identificados con la empresa y se empoderan con los objetivos corporativos?

1.4. Justificación

En la actualidad empresarial, la relevancia de cultivar y mantener un buen clima laboral se ha convertido en un tema central en la gestión de recursos humanos. Más allá de ser simplemente una preocupación superficial por el bienestar de los empleados, un ambiente laboral positivo se ha consolidado como un elemento estratégico crucial para el éxito y la sostenibilidad de las empresas.

Aunque con la creciente conciencia sobre la importancia del clima laboral la mayoría de las empresas enfrenta desafíos, en la gestión efectiva de la comunicación interna para mantener a los empleados motivados y comprometidos con las pretensiones de la empresa. De esta manera, se establece relaciones sanas, comprensivas y sencillas.

Se plantea la necesidad de entender cómo la comunicación impacta en la percepción del clima laboral, identificar las ventajas y desventajas que emergen de este fenómeno y analizar de qué manera estas, dinámicas pueden influir en la capacidad de una empresa para superar obstáculos y alcanzar el éxito.

Un buen clima laboral es esencial para el éxito de una organización, ya que impacta directamente en la productividad, la retención de talento y el bienestar general de los empleados. Fomentar un ambiente donde los colaboradores se sientan respetados, motivados y parte integral de la organización no solo mejora la satisfacción laboral, sino que también permite reconocer el alto rendimiento de los diversos miembros de la empresa como gerentes, directores y empelados.

Este trabajo de investigación busca rescatar estrategias y herramientas comunicacionales para una adecuada gestión de la comunicación interna, fundamentada en una serie de aspectos que demuestran la conexión directa entre un clima laboral favorable y el rendimiento empresarial.

Para un buen clima laboral vinculado con niveles más altos de productividad y rendimiento laboral, es cuando los empleados se sienten valorados, apoyados y reconocidos, están más inclinados a comprometerse con sus tareas y a contribuir de manera significativa a los objetivos de la empresa. La motivación resultante de un ambiente positivo se traduce en un aumento en la eficiencia y la calidad del trabajo.

El mercado laboral actual es altamente competitivo, y retener talento es tan importante como atraerlo. Un buen clima laboral actúa como un poderoso imán para los empleados talentosos, ya que las empresas que ofrecen ambientes positivos se vuelven destinos atractivos para profesionales calificados. La retención de talento ahorra costos asociados con la rotación de personal y garantiza la continuidad de la experiencia y el conocimiento dentro de la empresa.

El compromiso y la satisfacción de los empleados son factores determinantes en su desempeño y lealtad hacia la empresa gracias a una buena gestión de la comunicación interna, dando como resultado un buen clima laboral fomentando un sentido de pertenencia, facilita la comunicación efectiva y promueve relaciones laborales saludables. Los empleados que se sienten conectados y comprometidos son más propensos a dedicarse al éxito de la empresa, aportando ideas innovadoras y mostrando una mayor resiliencia frente a los desafíos.

Un clima laboral positivo contribuye al bienestar físico y mental de los empleados. Ambientes que promueven la salud y el equilibrio entre vida laboral y personal reducen el estrés, la ansiedad y otros problemas de salud asociados con entornos laborales adversos. La mejora en la salud de los empleados se traduce directamente en menor absentismo y una fuerza laboral más robusta y resiliente.

La innovación y la creatividad son motores esenciales para el crecimiento empresarial caracterizado por la confianza y la apertura proporciona el terreno fértil necesario para que los empleados se sientan cómodos al expresar nuevas ideas y enfoques.

1.5. Objetivos

Objetivo general:

Diagnosticar la comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la empresa avícola " La Compañía" ubicada en la parroquia Juan Benigno Vela del cantón Ambato en el año 2023.

Objetivos específicos:

- Identificar los factores que afectan al clima laboral de la empresa avícola " La Compañía".
- Realizar un diagnóstico situacional FODA de la empresa avícola “La Compañía” con el fin de conocer la realidad actual.
- Diseñar un plan de comunicación interno para fortalecer el clima laboral en la empresa mediante la implementación de estrategias comunicacionales.

1.6. Idea a defender

Con un plan de comunicación interno se fortalecerá el clima laboral en la empresa avícola " La Compañía" ubicada en la parroquia Juan Benigno Vela del cantón Ambato en el año 2023.

1.7. Variables

Variable dependiente: CLIMA LABORAL

Variable independiente: COMUNICACIÓN INTERNA

1.8. Operacionalización de variables

Matriz de Operacionalización de Variable

Tabla 1. Variable Independiente

Matriz de Operacionalización de Variables - Variable Independiente
Variable independiente: Comunicación interna

Definición	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Ítems**	**Técnicas/instrumentos**
La comunicación interna se refiere al intercambio de información, ideas y mensajes dentro de una organización, entre sus miembros y diferentes niveles jerárquicos. (Pérez, 2023)	Intercambio Mensaje	Conocimientos Comunicación	¿Considera que la comunicación interna mejoraría el clima laboral dentro de la empresa? ¿Qué canales de comunicación utiliza de forma permanente la	Encuestas – cuestionario

	Organización Miembros	Reuniones Colaboración	empresa para informar a sus empleados? ¿Usted se siente con libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa? ¿Como frecuencia usted colabora en las otras áreas de la empresa?	

Realizado por: Franco Kevin y Garcia Karelys

Matriz de Operacionalización de Variable Dependiente

Tabla 2. Variable Dependiente

Matriz de Operacionalización de Variables - Variable Dependiente
Variable dependiente: clima laboral

Definición	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Ítems**	**Técnicas/instrumentos**
El clima laboral hace referencia al entorno psicológico, organizacional y humano en el que se dan las relaciones de trabajo y que crea un ambiente laboral específico que puede motivar a los	Entorno Relaciones de trabajo	Promover las buenas relaciones personales. Fomentar la participación y el trabajo en equipo de los empleados.	¿Considera que la empresa se preocupa por sus empleados generando un buen ambiente de trabajo? ¿Considera usted que es necesario fomentar la participación y el trabajo	Encuestas – cuestionario

trabajadores o afectar su desempeño. (Gómez, 2023)	Motivar Desempeño	Medir la satisfacción laboral para conocer el estado de ánimo de los trabajadores. Motivar a los empleados en su rendimiento.	en equipo en la empresa avícola “la compañía”? ¿Se siente satisfecho con los canales de comunicación interna que utiliza la empresa? ¿A su criterio de qué manera la empresa motiva a los empleados a su crecimiento profesional y personal?	

Realizado por: Franco Kevin y Garcia Karelys

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

El presente proyecto de investigación presenta una revisión de los trabajos presentes en diseñar un plan de comunicación para mejorar la comunicación interna para fortalecer el clima laboral, mismo que fueron usados como referentes para el desarrollo de la presente.

Freire Jaramillo, Carla Maricela (2020) en su tesis titulada **plan de mejora de clima laboral enfocado en la comunicación interna de la empresa Back Up Comunicación Inmobiliaria, ubicada en la ciudad de Quito, en el período septiembre 2018 a julio 2019** establen que los responsables de la Gestión de Recursos Humanos son los principales involucrados en precautelar la dinámica de las interrelaciones de los colaboradores, para los fines de este trabajo se considera a la comunicación interna en la organización como un factor clave que dinamiza el clima laboral. Utilizando de técnica de sociabilización a los involucrados y toma de conciencia de la problemática identificada, mediante la cual se crea compromiso y responsabilidad. (Freire Jaramillo, 2020)

Otra investigación tomada como referencia de la Universidad César Vallejo de Perú con el tema de **Plan de comunicación interna para mejorar el clima laboral en el personal administrativo de la Empresa "Serconsult – Caraz",** por los autores Asencios Rodríguez, Steffany Elizabeth Marilyn, mencionan que tuvo como objetivo general determinar en qué medida el plan de Comunicación interna mejora el clima laboral del personal administrativo. El diseño de la investigación fue pre experimental, la técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Finalmente se aduce que un plan de comunicación interna mejoro el clima laboral de una empresa, a través de estrategias para así lograr los objetivos establecidos por la organización. (Mullo Oña, 2022)

El trabajo de estudio planteado**; La comunicación interna y clima laboral organizacional de la empresa pasteurizadora San Pablo en la cuidad de Píllaro,** elaborado por Guachi Díaz, Cristina Maricel (2013) se ha enfocado en el estudio de

la comunicación interna entre los trabajadores con el fin de mejorar el clima organización se ha detectado que existe poca comunicación entre trabajadores de la empresa, para lo cual se da a conocer los medios existentes de comunicación formal. Se establecen objetivos con el fin de que al diseñar sistemas de comunicación mejoren las relaciones personales de los trabajadores dentro de la empresa y de esa manera pueda obtener un mejor rendimiento por parte de los mismos. La técnica que se utilizó para esta investigación fue la encuesta. (Guachi Díaz, 2013)

La comunicación interna juega un papel fundamental en el funcionamiento de cualquier empresa. Se refiere al flujo de información entre los miembros de una organización y abarca una variedad de canales, procesos y prácticas destinadas a facilitar la interacción y la comprensión mutua. La comunicación dentro de una organización es un elemento muy importante en las relaciones interpersonales.

2.2. Marco científico

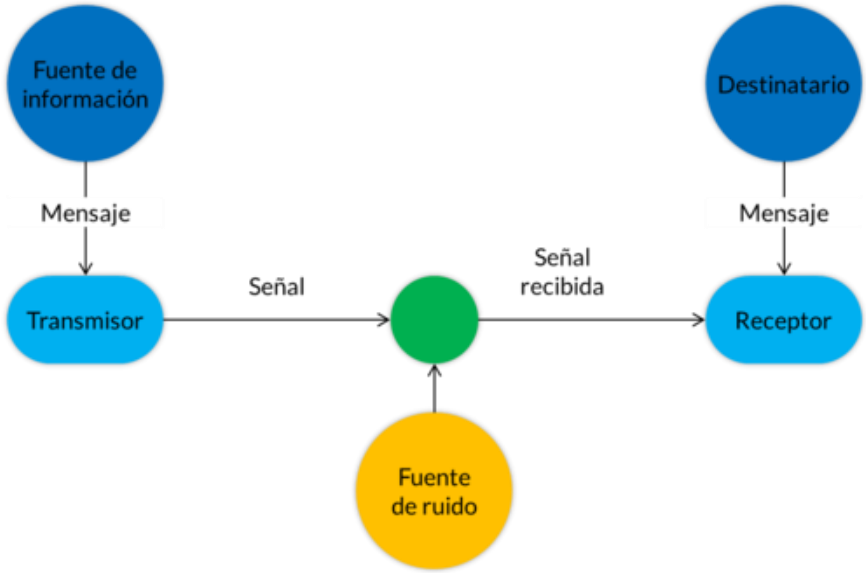
A continuación, se presentan las bases teóricas que sustentan la investigación sobre la creación de un plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la empresa avícola " la compañía"

El análisis del clima laboral desde una perspectiva comunicacional se apoya en diversas teorías que destacan la importancia de la interacción y la información en el entorno laboral.

La teoría de la comunicación

Claude Shannon y Warren Weaver, fueron los autores de esta teoría que se promulgó en 1940. La base de su teoría queda representada por el emisor y el receptor. Según manifestaron, el mensaje va del emisor al receptor a través del canal elegido para que se lleve a cabo ese proceso de comunicación. Esta teoría se centra especialmente en investigar y medir la información, además de valorar los sistemas de comunicación que existen para transmitir de forma óptima esos datos informativos. (Peiró, 2021)

Gráfico 1. Modelo de Shannon y weaver



Fuente : wikipedia.com

Realizado por: Kevin Franco y Karelys Garcia

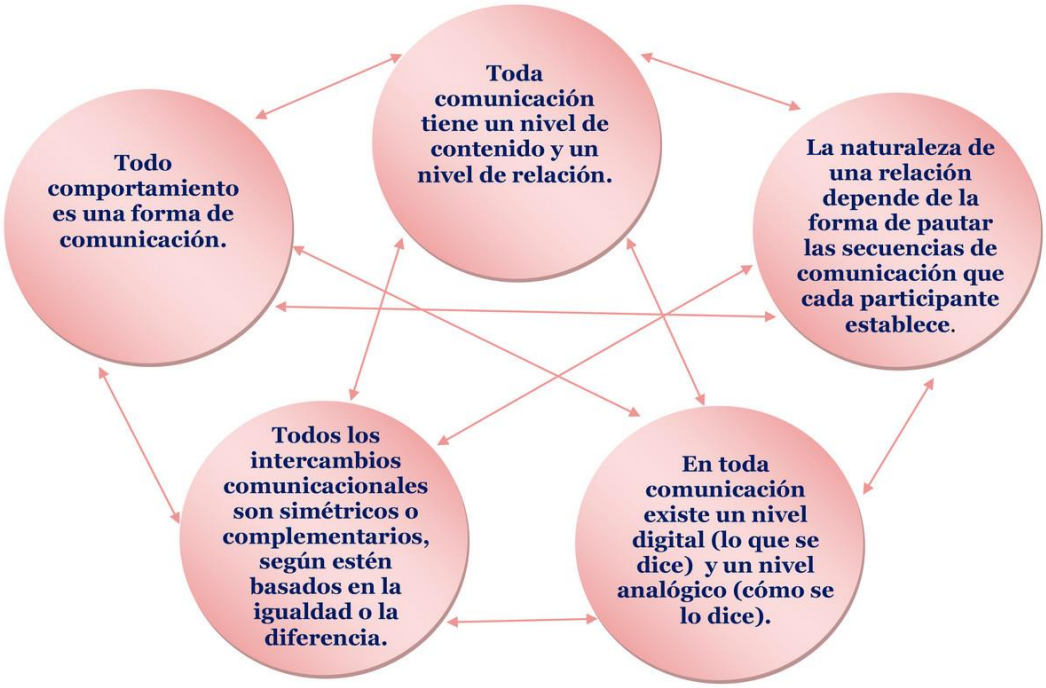
La teoría de la comunicación más conocida con la teoría de la información se percibe como un proceso que reduce la incertidumbre. En el contexto laboral, una comunicación clara y transparente contribuye a la comprensión mutua, fortaleciendo el clima organizacional.

Schramm, enfatiza cómo los canales de comunicación efectivos impactan la percepción del entorno laboral.

Teoría de la comunicación de la escuela sistémica de Palo Alto

La Escuela de Palo Alto, también conocida como la teoría de la comunicación humana de Watzlawick plantea que los problemas de comunicación entre las personas se deben a que no siempre tenemos el mismo punto de vista que nuestros interlocutores. La falta de cumplimiento de determinadas reglas comunicativas provoca fallos en la comprensión mutua y patrones de interacción patológicos. (Torres, 2017)

Gráfico 2. Cinco Axiomas de la Teoría de la Comunicación Humana



Fuente: Paul Watzlawick

Realizado por: Kevin Franco y Karelys Garcia

La Teoría de la Comunicación de la Escuela de Palo Alto tiene implicaciones significativas para la creación de un buen clima laboral. En el contexto laboral, la comunicación efectiva es fundamental para fomentar relaciones positivas entre los miembros del equipo, aumentar la colaboración y mejorar la productividad.

Los cinco axiomas de la comunicación según Paul Watzlawick son los siguientes:

1. **Es imposible no comunicarse:** Este axioma establece que toda conducta es una forma de comunicación, incluso el silencio o la falta de respuesta transmiten información. Incluso cuando alguien no está hablando activamente, su comportamiento, expresiones faciales y postura comunican algo.
2. **Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y uno de relación:** Este axioma distingue entre el contenido literal de un mensaje (información explícita) y el aspecto relacional (cómo se establece la relación entre los

interlocutores). El cómo se dice algo a menudo es más importante que lo que se dice.

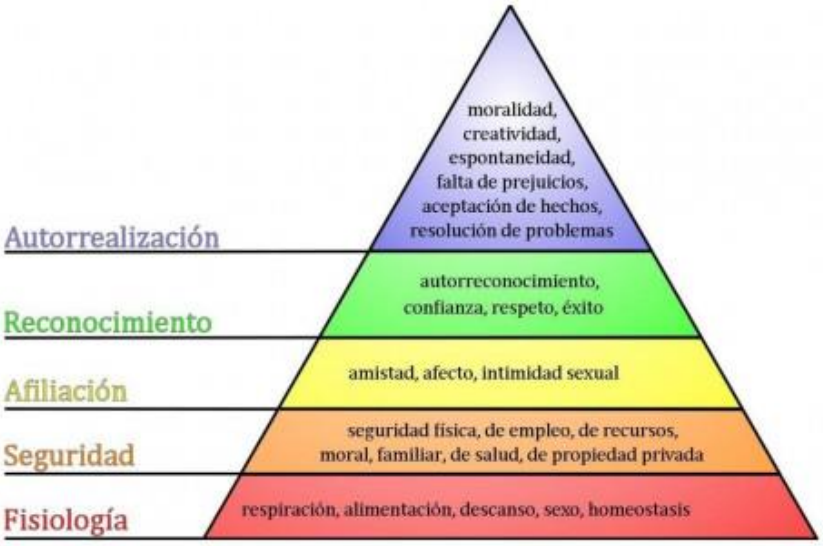
3. **La naturaleza de la relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación:** La puntuación se refiere a cómo las personas interpretan y estructuran las secuencias de interacción. La forma en que cada persona "puntúa" las interacciones puede influir en cómo se desarrolla la relación.
4. **Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente:** La comunicación digital se refiere al contenido explícito de un mensaje (palabras, datos), mientras que la comunicación analógica se refiere a cómo se comunica ese contenido (tono de voz, expresiones faciales, gestos). Ambas formas de comunicación son importantes para comprender el mensaje completo.
5. **Las comunicaciones pueden ser simétricas o complementarias:** Las interacciones simétricas implican una relación de igualdad o equilibrio, mientras que las interacciones complementarias implican roles diferentes y complementarios (por ejemplo, líder-seguidor). Las dinámicas simétricas y complementarias influyen en la naturaleza de la relación y cómo se desarrolla la comunicación.

Estos axiomas forman la base de la teoría de la comunicación de Paul Watzlawick y ayudan a comprender la complejidad de las interacciones humanas y cómo influyen en la percepción y comprensión mutua. (Montes, 2021)

Teoría de Maslow

La pirámide de Abraham Maslow es una ilustración gráfica que explica cómo los comportamientos humanos obedecen a la satisfacción de necesidades jerarquizadas. También es conocida como la pirámide de la jerarquía de las necesidades humanas Maslow dividió la pirámide en cinco niveles de modo que las personas, a medida que satisfacen los niveles más bajos, se van desarrollando nuevas necesidades en los niveles más altos. Los cinco niveles son: fisiológicas, seguridad, afiliación, reconocimiento, autorrealización. (Significados, Equipo, 2024)

Gráfico 3. Pirámide de Maslow



Fuente : Escuela de organozacion indistrial
Realizado por: Kevin Franco y Karelys Garcia

Aquí están los principales puntos de esta teoría:

1. **Necesidades Fisiológicas (Biológicas)**: Estas constituyen la base de la pirámide y están vinculadas a la **supervivencia física**. Incluyen necesidades como el aire, la comida, la bebida, el sueño, el abrigo, el sexo y el equilibrio de la temperatura corporal. Por ejemplo, una persona hambrienta buscará alimentarse para satisfacer esta necesidad.
2. **Necesidades de Seguridad**: Una vez que se han satisfecho las necesidades fisiológicas, las personas buscan sentirse **seguras y estables** en su entorno. Esto incluye la seguridad financiera, la estabilidad, el orden y la libertad. Por ejemplo, alguien preocupado por perder su casa debido a deudas buscará maneras de generar dinero para mantener la estabilidad.
3. **Necesidades de Pertenencia y Afiliación**: En este nivel, las personas buscan **pertenecer a grupos** como familia, amigos o compañeros de trabajo. La dinámica entre dar y recibir amor es la motivación principal. Por ejemplo, alguien que se siente aceptado en su grupo familiar buscará conexiones similares con personas afines.

4. **Necesidades de Reconocimiento y Autoestima**: Aquí, las personas anhelan **reconocimiento, logros y respeto**. Esto incluye la autoestima y la valoración positiva de uno mismo. Por ejemplo, alguien puede esforzarse por recibir elogios en el trabajo o sentirse orgulloso de sus logros personales.
5. **Necesidades de Autorrealización**: En la cúspide de la pirámide, las personas buscan **desarrollar su máximo potencial**. Esto implica la búsqueda de significado, creatividad y crecimiento personal. Por ejemplo, alguien que se dedica a actividades artísticas o filantrópicas puede estar en busca de autorrealización. (García-allen, 2015)

2.3. Marco conceptual

Comunicación

La comunicación es un proceso fundamental que implica el intercambio de información, ideas, pensamientos, sentimientos o mensajes entre dos o más personas. Este intercambio puede ocurrir de diversas maneras, incluyendo el lenguaje verbal, no verbal o simbólico, así como a través de diferentes canales como el habla, la escritura, gestos, expresiones faciales, entre otros.

El modelo de Shannon y Weaver es muy atractivo debido a su sencillez y flexibilidad. Asimismo, representó un aporte trascendente en el desarrollo de las tecnologías de la información que utilizamos hoy en día. (MLAYUS, 2020)

Se realiza el proceso de comunicación en el momento en que se transmite un mensaje que va del Emisor a un Receptor por medio de un canal que pueda ser utilizado por ambas partes. Igualmente es básico para que se realice una comunicación correcta que tanto el Emisor como el Receptor compartan un mismo código. (CALDERA SERRANO, 2004)

Comunicación interna

La comunicación interna se refiere a los procesos y herramientas que una organización utiliza para facilitar la transmisión de información, mensajes y conocimientos entre los miembros internos de la misma, como empleados,

directivos y equipos. La comunicación interna es esencial para lograr la cohesión, la eficiencia y la alineación de objetivos dentro de una organización.

El principal objetivo de la comunicación interna es mantener a los colaboradores alineados y comprometidos con las aspiraciones, causas y discursos de la organización. De esa manera, se establecen y estimulan conductas que se conectan a lo que manifiesta la empresa. (Bruno, 2018)

La comunicación interna es aquella que está orientada y dirigida a mantener una buena comunicación con los trabajadores de una empresa. Su origen está relacionado con la idea de fomentar la comunicación entre los miembros que componen un negocio y motivarlos para que desempeñen con eficacia sus tareas. Además, con la comunicación interna se pretende escuchar las propuestas de los trabajadores y establecer una comunicación efectiva. (Peiró, economipedia comunicacion interna, 2021)

Clima organizacional

El clima organizacional se refiere al ambiente psicológico y emocional que prevalece en una organización. Este ambiente afecta la motivación, la satisfacción laboral y el desempeño de los empleados. A continuación, te proporciono una definición general y algunos autores destacados en el ámbito de la comunicación organizacional y el clima organizacional.

El clima organizacional es el ambiente generado por las prácticas de los trabajadores de una empresa y que se materializa en las actitudes que tienen para relacionarse entre sí. (Nirian, 2019)

El clima organizacional es el ambiente de una institución y se genera a partir de la percepción que tienen los integrantes de la propia organización. Es un fenómeno que se da como consecuencia de diversas de variables, como la cultura, las políticas internas, el trato hacia los empleados y las condiciones laborales. (Azkue, 2023)

Comunicación externa

La comunicación externa se refiere a las interacciones y mensajes que una organización tiene con su entorno externo, es decir, con personas o grupos fuera de

la propia organización. Esto puede incluir clientes, proveedores, accionistas, medios de comunicación, competidores, entre otros. La comunicación externa es fundamental para construir y mantener la imagen pública de una organización y para gestionar las relaciones con sus diversos stakeholders.

Menciona que la comunicación externa se define como el conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad, con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos. (PRIETO, 2017)

Comenta que la comunicación externa es algo fundamental para una empresa. Hay que tener en cuenta que una compañía tiene diferentes relaciones a nivel empresarial que hay que cuidar. Cuando hablamos de comunicación externa nos referimos a aquella que se establece con clientes, proveedores o incluso otras empresas. (PEIRÓ, 2021)

Plan de comunicación

El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicaciones, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización. Además de facilitar la orientación y evitar la dispersión a lo que puede llevar el trabajo día a día, el plan promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos, lo que hace es cuestionar continuamente y buscar mayor calidad. (Sierra, 2006)

2.4. Marco legal

Constitución de la República del Ecuador (2008)

La Constitución ecuatoriana de 2008 establece los principios fundamentales que rigen la comunicación en el país. Artículos relevantes incluyen:

- **Artículo 16: Derecho a la Comunicación.** Garantiza el derecho a la libertad de expresión y el acceso a la información como derechos fundamentales.

- **Artículo 384: Servicios de Comunicación Social.** Establece la regulación de los servicios de comunicación social para asegurar su pluralismo, independencia y responsabilidad.

Ley Orgánica de Comunicación (2013)

Esta ley es fundamental para entender la regulación de la comunicación en Ecuador. Para la comunicación interna, algunos aspectos relevantes son:

- **Libertad de Expresión en el Ámbito Laboral:** Explora cómo se aplica el derecho a la libertad de expresión dentro del ámbito laboral y cómo esta ley protege o limita este derecho.
- **Responsabilidad de la Empresa en la Comunicación Interna:** Analiza cómo la ley establece responsabilidades para las empresas en cuanto a la comunicación interna, asegurando transparencia y participación de los empleados.

Código del Trabajo

- **Artículo 47: Libertad Sindical y Derecho de Negociación Colectiva.** Revisa cómo este artículo protege el derecho de los trabajadores a comunicarse y asociarse para la defensa de sus intereses.
- **Artículo 60: Participación de los Trabajadores en las Utilidades.** Considera cómo este artículo puede influir en la comunicación interna al incentivar la participación de los empleados en asuntos económicos de la empresa.

Normativa de la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM)

- **Regulación de Contenidos Internos:** Examina cómo la SUPERCOM, como entidad reguladora, puede influir en los contenidos de comunicación interna y la responsabilidad de las empresas en este ámbito.

Código de Ética Empresarial

- **Adhesión al Código de Ética Empresarial:** Evalúa cómo las empresas en Ecuador se adhieren a códigos de ética que puedan regular la comunicación interna, promoviendo prácticas éticas y transparencia.

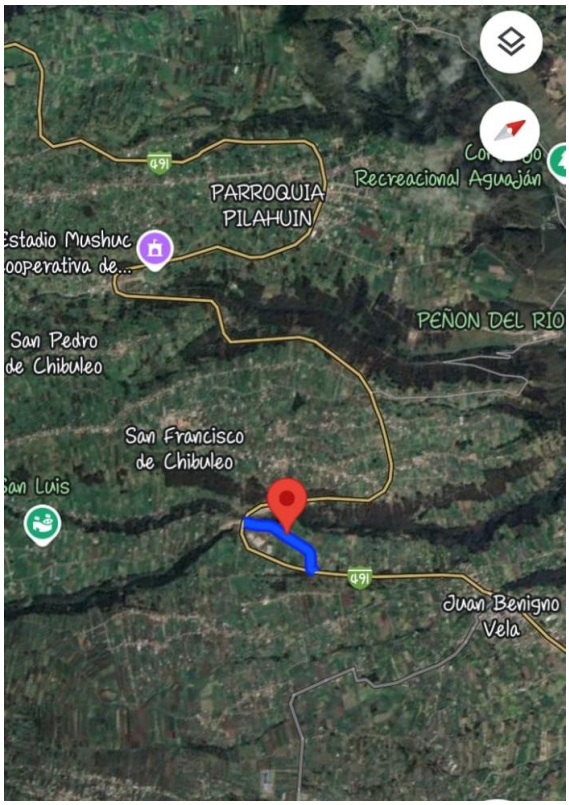
Ley de Participación Ciudadana

- **Mecanismos de Participación Interna:** Explora cómo esta ley puede fomentar la participación de los empleados en decisiones internas de la empresa, promoviendo una comunicación interna más inclusiva.

2.5. Marco geo-referencial

La avícola "LA COMPAÑÍA" en el cantón Ambato empresa que requiere un plan de comunicación con la falta de comunicación y un buen clima laboral, La avícola cuenta con una sola matriz se encuentra en la vía Ambato – Guaranda parroquia Juan Benigno Vela.

Figura 1. Mapa de la matriz Juan Benigno Vela



Fuente: https://maps.app.goo.gl/Qqf3QPN3QVw5SNaQ6

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

En el presente proyecto de investigación se utilizaron los diferentes tipos de investigación:

- Investigación descriptiva
- Investigación bibliográfica
- Investigación de campo

Investigación descriptiva

Este tipo de investigación descriptiva nos permitirá indicar cuál es la situación actual dentro de la empresa, facilitando la obtención de datos y el fortalecimiento del clima laboral, a través de un plan de comunicación y así poder identificar y solucionar la falta de comunicación interna de la empresa por medio de estrategias.

Investigación bibliográfica

Dentro de esta investigación se fundamentó en las teorías y criterios científicos de los textos físicos y electrónicos del área de la gestión de la comunicación Organizacional, entre otros. Se utilizará este tipo de investigación para obtener la información primaria y secundaria, etc. Ayudará a fortalecer la presente investigación.

Investigación de campo

A aquella investigación fuente principal para la recolección entre los empleados de datos precisos y relevante. Utilizando las técnicas de observación con diagnóstico y las encuestas obteniendo resultados estadísticos.

3.2. Enfoque de la investigación

La presente investigación tendrá un enfoque de investigación mixto en el enfoque cuantitativo en las cuales tendremos valores reales mediante la realización de encuestas al personal que conforma la empresa avícola “La Compañía” por otro

lado el enfoque cualitativo nos revelará el estado actual sobre el clima laboral de la empresa, atreves del método de observación y la entrevista.

3.3. Métodos de investigación

Método Descriptivo

Es una técnica de investigación que se centra en observar, registrar y analizar fenómenos tal como se presentan en su entorno natural, sin intervenir en ellos. Este método busca describir detalladamente características, comportamientos o situaciones, sin necesariamente buscar explicaciones o causalidades. Se utiliza en diversas disciplinas, como la sociología, la psicología, la antropología y la lingüística, entre otras. En la investigación descriptiva, se recopilan datos a través de observaciones directas, encuestas, entrevistas o análisis de documentos, con el objetivo de proporcionar una representación fiel y completa de los fenómenos estudiados. Los resultados obtenidos suelen presentarse en forma de descripciones detalladas, tablas, gráficos o narrativas, que permiten comprender mejor el objeto de estudio y establecer comparaciones o relaciones con otros fenómenos.

Método Inductivo

Es un enfoque de razonamiento que parte de observaciones específicas para llegar a conclusiones generales. Consiste en recopilar datos, identificar patrones o regularidades en esos datos, y luego formular hipótesis generales basadas en esas observaciones. Este método es fundamental en la ciencia y en la investigación, ya que permite generar teorías o leyes a partir de la evidencia empírica.

Método Deductivo

Es un enfoque de razonamiento lógico que consiste en partir de premisas generales o universales para llegar a conclusiones específicas. En este proceso, se aplican reglas de inferencia válidas para garantizar que las conclusiones obtenidas sean necesariamente verdaderas si las premisas son verdaderas y el razonamiento es válido. Esencialmente, implica razonar desde lo general hacia lo particular, utilizando la lógica para llegar a conclusiones específicas a partir de principios más amplios. Este método se utiliza en diversos campos, como las matemáticas, la filosofía, la ciencia y la resolución de problemas en general.

4.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

En la presente investigación se utilizaron los siguientes instrumentos de investigación:

- Observación
- Entrevista
- Encuestas

Observación

Es un registro metódico y confiables consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso y así lograr recolectar información suficiente para su posterior análisis.

Entrevista

Es un reporte dialogo o conversatorio entre el entrevistador y entrevistado sobre diversos temas de la empresa para recabar información primaria de la misma.

Encuestas

Es un conjunto de preguntas abiertas y cerradas más utilizadas para la recopilación de información**,** lo que permite su tratamiento estadístico y posterior análisis.

4.5. Universo, población

Población

Elementos accesibles o unidad de análisis que perteneces al ámbito especial donde se desarrolla el estudio. (Condori-Ojeda, 2020) Se refiere al grupo específico de individuos, objetos o fenómenos que están siendo estudiados. Esta población es el conjunto total de elementos dentro del universo que comparten las características relevantes para la investigación.

Para tabular y recolección de datos la población de nuestra investigación serán todos los miembros que conforman del personal de la empresa que son 10 personas en total.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

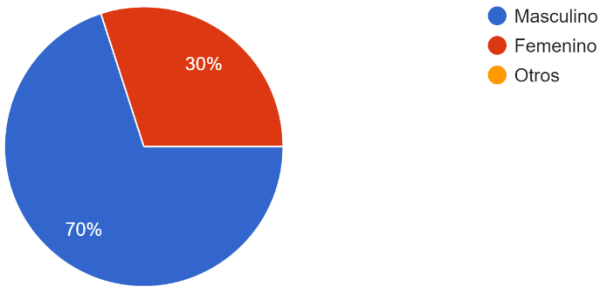
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados aplicada al público interno (trabajadores de la empresa)

Tabla 3. Géneros de los encuestados:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	7	70%
Femenino	3	30%
Otros	0	0%
Total	**10**	**100%**

Nota: Publico interno de la empresa avícola "La Compañía"- enero 2024
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 4. Géneros de los encuestados:



Nota: Publico interno de la empresa avícola "La Compañía"- enero 2024
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

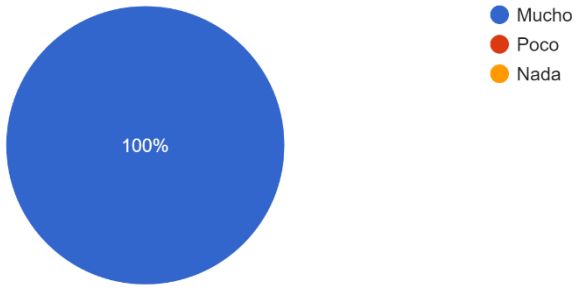
El 70% de todos los encuestados son de sexo masculino mientas que el 30 % corresponde al sexo femenino, teniendo en cuenta esto, que la comunicación interna dentro de la organización es mucho más informal lo que genera una distorsión en el mensaje provocando desinformación y a la vez provocando un ambiente tenso.

Tabla 4. La comunicación interna mejora el clima laboral:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	10	100%
Poco	0	00%
Nada	0	0%
Total	**10**	**100%**

Nota: La comunicación interna mejora el clima laboral -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 5. La comunicación interna mejora el clima laboral:



Nota: La comunicación interna mejora el clima laboral -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

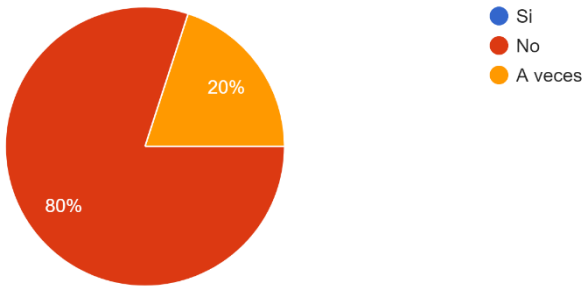
Todos los encuestados consideran que la comunicación interna mejoraría el clima laboral dentro de la empresa, lo que hace notar necesario un plan de comunicación interna urgente para mejorar el clima laboral en la empresa.

Tabla 5. La información que emite el jefe de la empresa cumple con las características de claridad, pertinencia y periodicidad:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	8	80%
A veces	2	20%
Total	**10**	**100%**

Nota: La información emitida cumple con las características de claridad, pertinencia y periodicidad – enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 6. La información que emite el jefe de la empresa cumple con las características de claridad, pertinencia y periodicidad:



Nota: La información emitida cumple con las características de claridad, pertinencia y periodicidad -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

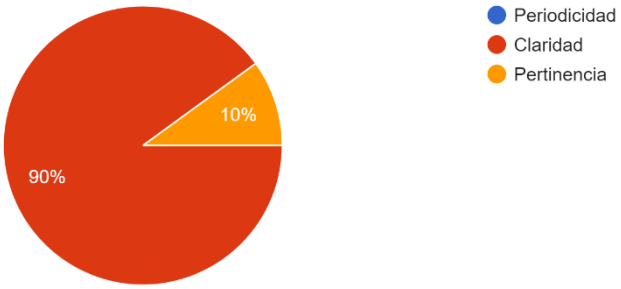
La mayoría de los encuestados demuestran claramente que la información emitida por jefe no cumple con las características establecida para una buena emisión de información, en si los datos reflejan una insatisfacción en el manejo de la comunicación interna, por ello la implantación del plan de comunicación ayudara a mejorar la relación de jefe a empleado.

Tabla 6. Comunicación interna en la empresa debe mejorar en las características establecidas:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Periodicidad	0	0%
Claridad	9	90%
Pertinencia	1	10%
Total	**10**	**100%**

Nota: Comunicación interna en la empresa debe mejorar en las características establecidas -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 7. Comunicación interna en la empresa debe mejorar en las características establecidas:



Nota: Comunicación interna en la empresa debe mejorar en las características establecidas -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

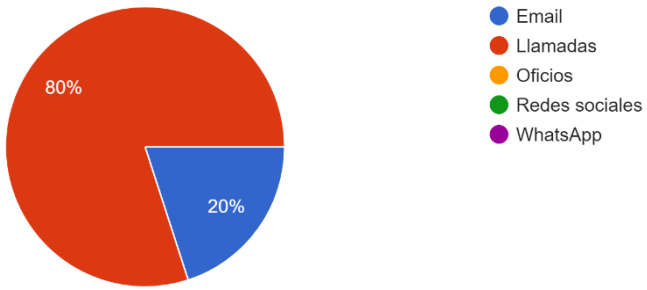
La gran mayoría de los encuestados están de acuerdo que la comunicación interna de la empresa debe mejorar en puntos tales como periodicidad, claridad y pertinencia, lo que mejoraría en gran manera la comunicación interna, dando como resultado un mejor clima laboral dentro de la organización.

Tabla 7. Canales de comunicación utiliza de forma permanente en la empresa para informar a sus empleados:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Email	2	20%
Llamadas	8	80%
Oficios	0	0%
Redes sociales	0	0%
WhatsApp	0	0%
Total	**10**	**100%**

Nota: Canales de comunicación utiliza de forma permanente en la empresa -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 8. Canales de comunicación utiliza de forma permanente en la empresa para informar a sus empleados:



Nota: Canales de comunicación utiliza de forma permanente en la empresa -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

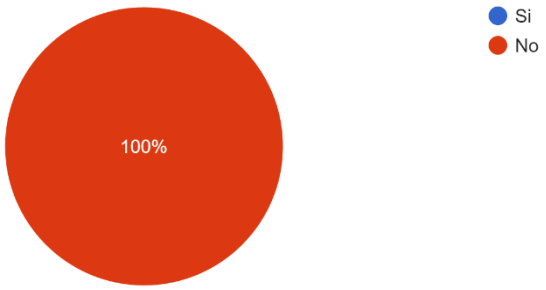
El canal de comunicación interno más utilizado por los encuestados son las llamadas, lo que muestra claramente la falta de un canal oficial dentro de la organización, es necesario la implementación de un canal oficial donde exista una buena comunicación entre los miembros de la empresa.

Tabla 8. Satisfacción de los canales de comunicación interna que utiliza la empresa:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

Nota: satisfacción de los canales de comunicación interna que utiliza la empresa -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 9. Satisfacción de los canales de comunicación interna que utiliza la empresa**:**



Nota: satisfacción de los canales de comunicación interna que utiliza la empresa-enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

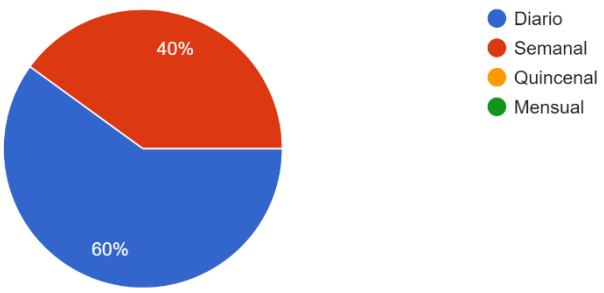
En los resultados obtenidos de los encuestados muestran que el 100%, de los empleados de la empresa avícola La Compañía no se siente satisfecho con los canales de comunicación implementados en la empresa, lo que genera una afectación dentro del clima laboral.

Tabla 9. Con qué frecuencia el jefe se comunica con los empleados:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Diario	6	60%
Semanal	4	40%
quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Total	**10**	**100%**

Nota: Con qué frecuencia el jefe se comunica con los empleados -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 10. Con qué frecuencia el jefe se comunica con los empleados:



Nota: Con qué frecuencia el jefe se comunica con los empelados -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

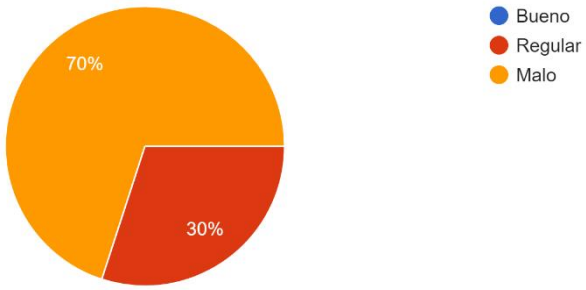
En los resultados obtenidos se logra determinar que la mayoría de los encuestados reciben comunicación diaria con su jefe, mientras que el 40% de los encuestados se comunica semanalmente con su superior, lo que muestra claramente la necesidad de tener una correcta comunicación interna.

Tabla 10. Como es la comunicación dentro de la empresa:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	0	0%
Regular	3	30%
Malo	7	70%
Total	**10**	**100%**

Nota: Con qué frecuencia el jefe se comunica con los empleados -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 11. Como es la comunicación dentro de la empresa:



Nota: Con qué frecuencia el jefe se comunica con los empleados -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

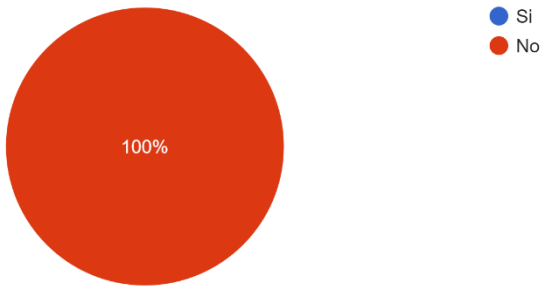
Los resultados obtenidos muestran al 70 % de los encuestados cree que la comunicación es mala, mientras que el 30% cree que es regular, lo que muestra claramente que no hay una buena comunicación dentro de la organización lo que afecta de gran manera el clima laboral dentro de la empresa.

Tabla 11. La empresa genera preocupación por sus empelados generando un buen ambiente de trabajo:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

Nota: La empresa genera preocupación por sus empelados generando un buen ambiente de trabajo -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 12. La empresa genera preocupación por sus empelados generando un buen ambiente de trabajo:



Nota: La empresa genera preocupación por sus empelados generando un buen ambiente de trabajo -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

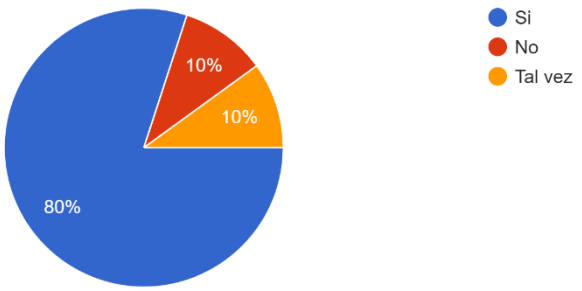
Según los resultados obtenidos se puede apreciar que todos los empleados creen que la empresa no se preocupa por generar un buen ambiente de trabajo lo que genera discrepancias dentro de la organización.

Tabla 12. Fomentar la participación y el trabajo en equipo en la empresa avícola "La Compañía":

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80%
No	1	10%
Tal vez	1	10%
Total	**10**	**100%**

Nota: Fomentar la participación y el trabajo en equipo en la empresa avícola "La Compañía" -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 13. Fomentar la participación y el trabajo en equipo en la empresa avícola "La Compañía":



Nota: Fomentar la participación y el trabajo en equipo en la empresa avícola "La Compañía" -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

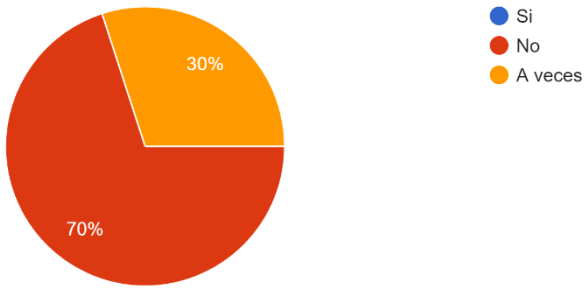
En los resultados obtenidos se puede apreciar que la mayoría de los empleados consideran que es necesario fomentar la participación y el trabajo en equipo dentro de la empresa, lo que muestra claramente que la gran mayoría de los empleados tienen la disposición de apoyar en otras áreas de la empresa

Tabla 13. Libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	7	70%
A veces	3	30%
Total	**10**	**100%**

Nota: Libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 14. Libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa:



Nota: Libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

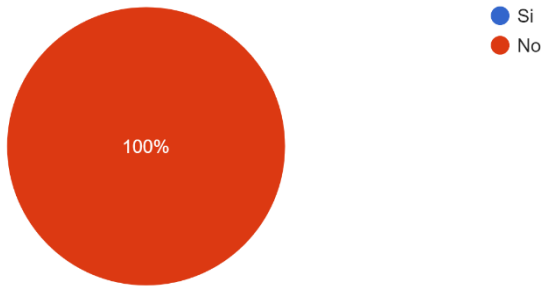
Los resultados obtenidos muestran que la gran mayoría de los encuestados no se sienten en la libertad de expresar sus ideas y opiniones dentro de la empresa, lo que limita la comunicación interna afectando de gran manera el clima laboral en la organización.

Tabla 14. La toma de decisiones es valorada y reconocida:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

Nota: La toma de decisiones es valorada y reconocida -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 15. La toma de decisiones es valorada y reconocida:



Nota: La toma de decisiones es valorada y reconocida -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

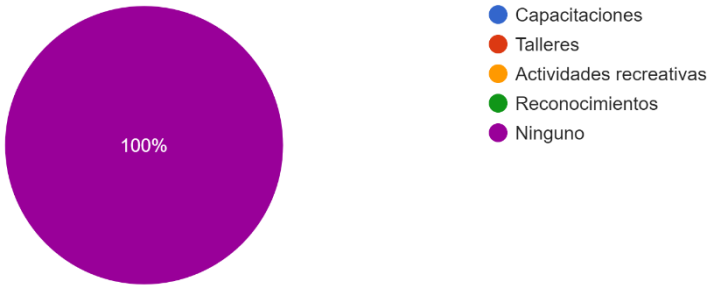
los resultados obtenidos muestran que todos los encuestados en la empresa no son reconocidas y valoradas sus ideas y opiniones para la toma de decisiones, lo que crea una deficiencia en el clima laboral dentro de la empresa.

Tabla 15. Motivación de los empleados en el crecimiento profesional y personal:

Opción categoría	Frecuencia	Porcentaje
Capacitaciones	0	0%
Talleres	0	0%
Actividades recreativas	0	0%
Reconocimientos	0	0%
Ninguno	10	100%
Total	**10**	**100%**

Nota: Motivación de los empleados en el crecimiento profesional y personal -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Gráfico 16. Motivación de los empleados en el crecimiento profesional y personal:



Nota: Motivación de los empleados en el crecimiento profesional y personal -enero 2024.
Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

Análisis:

En los resultados obtenidos se puede apreciar que con el 100% de las encuestas, la empresa no reconoce la participación ente sus trabajadores, lo que causa desmotivación en el personal dando como resultado un deplorable clima laboral en la empresa.

Entrevista a: Sr. Anthony Emanuel Nuñez. representante de los trabajadores de la empresa avícola "La Compañía" / enero -2024

1. ¿Cuál es su opinión sobre la comunicación interna en su empresa?

Creo que la comunicación interna es fundamental, pero en nuestra empresa, a menudo enfrentamos desafíos en cuanto a la claridad y la pertinencia de la información compartida.

2. ¿Cómo describiría su relación de comunicación con su jefe?

La comunicación con mi jefe a veces puede ser confusa debido a la falta de claridad en las expectativas y objetivos.

3. ¿Qué medidas sugiere para mejorar la comunicación interna y el clima laboral?

Se podrían implementar reuniones regulares de seguimiento, canales de comunicación más eficientes y claros, y fomentar un ambiente donde se valore la transparencia y el feedback constructivo.

4. ¿Qué estrategias considera efectivas para fomentar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo?

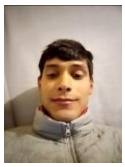
Considero que fomentar la comunicación abierta y transparente es fundamental. Además, incentivar el trabajo en equipo, reconocer los logros y promover un ambiente de respeto y apoyo mutuo son estrategias efectivas para crear un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

5. ¿Qué papel juegan el reconocimiento y la retroalimentación constructiva en la mejora del clima laboral?

El reconocimiento y la retroalimentación constructiva son esenciales para mejorar el clima laboral. El reconocimiento motiva a los empleados y les hace sentir valorados, mientras que la retroalimentación constructiva les ayuda a mejorar y crecer profesionalmente, fortaleciendo así la relación entre los equipos y generando un ambiente de confianza y aprendizaje continuo.

6. ¿Qué iniciativas o programas de bienestar y desarrollo personal podrían implementarse para mejorar el clima laboral y el compromiso de los empleados?

Se podrían implementar programas de bienestar que incluyan actividades como, actividades recreativas que fomenten un buen clima laboral, asesoramiento psicológico, y flexibilidad en los horarios de trabajo para adaptarse a las necesidades individuales de los empleados.



Análisis cualitativo de la entrevista a Sr. Anthony Emanuel Nuñez empleado principal de la empresa avícola "La Compañía" / enero -2024.

Tabla 16. Análisis de la entrevista

Pregunta	**Respuesta**	**Análisis**
1. ¿Cuál es su opinión sobre la comunicación interna en su empresa?	Creo que la comunicación interna es fundamental, pero en nuestra empresa, a menudo enfrentamos desafíos en cuanto a la claridad y la pertinencia de la información compartida.	La comunicación interna dentro de la empresa presenta falencias, generando malestar en los trabajadores.
2. ¿Qué medidas sugiere para mejorar la comunicación interna y el clima laboral?	Se podrían implementar reuniones regulares de seguimiento, canales de comunicación más eficientes y claros, y fomentar un ambiente donde se valore la transparencia y el feedback constructivo.	Los canales de comunicación dentro de la empresa no son oficiales, lo que genera una desinformación.

Realizado por: Franco Kevin y Garcia Karelys

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

Plan emergente de comunicación interna para la empresa avícola “La Compañía”, año 2024

Datos informativos

Responsable de ejecutar:

Propietario de la empresa avícola La Compañía

Beneficiarios:

Los empleados de la empresa avícola La Compañía

Indicadores:

Publico interno

Ubicación

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Dirección: Vía Ambato – Guaranda parroquia Juan Benigno Vela

Responsables:

Franco Mantilla Kevin David y García Campos Karelys Deyaneira

5.1. Antecedentes

Se vuelve pertinente incluir una pequeña reseña historia, de la empresa con el fin de identificar el contexto donde se pretende intervenir con un plan emergente de comunicación.

En la parroquia de nombre Juan Benigno Vela, cantón Ambato un joven emprendedor llamado Juan encontró su pasión por la agricultura mientras ayudaba a su abuelo en la granja familiar. Desde temprana edad, Juan se maravilló con la idea de criar animales y producir alimentos de alta calidad para su comunidad. Después de graduarse de la universidad técnica de Ambato con una licenciatura en agronomía, Juan decidió convertir su sueño en realidad al fundar una avícola de postura de gallinas llamada "La Compañía".

Con su conocimiento en agronomía y su pasión por la producción de alimentos de calidad, Juan comenzó a planificar meticulosamente cada aspecto de su empresa avícola. Buscó asesoramiento de expertos en avicultura y desarrolló un plan integral que incluía la selección de razas de gallinas adecuadas, la construcción de instalaciones modernas y la implementación de prácticas sostenibles.

Para financiar su proyecto, Juan se asoció con su padre quien contaba con el capital para poder producir huevos frescos y nutritivos. Juntos, formaron un equipo dedicado a hacer de "La Compañía" un referente en la industria avícola en el sector

La primera fase del proyecto involucró la construcción de un galpón innovador que cumplía con los estándares más altos de bienestar animal. Juan se aseguró de que las gallinas tuvieran suficiente espacio para moverse libremente, acceso a agua limpia y alimentación balanceada. Además, implementó tecnologías de vanguardia para monitorear la salud y el comportamiento de las aves, garantizando así su bienestar y productividad.

Una vez que las instalaciones estuvieron listas, Juan se enfocó en la selección de las mejores razas de gallinas ponedoras. Tras investigar y consultar con expertos, optó por razas conocidas por su alta producción de huevos y resistencia a enfermedades. Cada gallina fue cuidadosamente seleccionada y criada bajo condiciones óptimas para garantizar su salud y calidad de huevos.

Con el tiempo, "La Compañía" ganó reputación en localidad por la calidad excepcional de sus huevos. Juan implementó estrictos controles de calidad y certificaciones que aseguraron a los consumidores que estaban adquiriendo productos frescos y seguros para el consumo.

Con el tiempo, "La Compañía" se convirtió en un modelo de éxito para emprendedores avícolas y un ejemplo de cómo la pasión, el conocimiento y el compromiso pueden transformar una visión en una realidad próspera y sostenible.

5.2. Propuesta de la nueva misión y visión "La Compañía"

Misión:

En La Compañía, nuestra misión es producir huevos frescos y saludables de la más alta calidad, utilizando tecnologías innovadoras y prácticas sostenibles que garanticen el bienestar de nuestras gallinas y la protección del medio ambiente. Nos comprometemos a ofrecer a nuestros consumidores productos seguros, nutritivos y trazables, respaldados por estándares rigurosos de calidad y seguridad alimentaria. Además, buscamos ser un motor de desarrollo económico y social en nuestra comunidad, generando empleo, promoviendo la educación agrícola y contribuyendo al desarrollo sostenible de la región.

Visión:

En La Compañía, nuestra visión es ser reconocidos a nivel nacional e internacional como un referente en la industria avícola por nuestra innovación, calidad y compromiso con la sostenibilidad. Aspiramos a ser una empresa líder que inspire a otros a través de prácticas avícolas responsables y aporte al bienestar de las personas y del planeta, manteniendo siempre nuestro compromiso con el bienestar animal y la excelencia en la producción de huevos.

5.3. Valores corporativos

Valores

- Responsabilidad
- Compromiso
- Honestidad
- Respeto
- Eficiencia

5.4. Justificación

La implementación de un plan de comunicación efectivo en una empresa es una estrategia fundamental para mejorar el clima laboral y fortalecer la comunicación interna. Investigaciones recientes respaldan esta afirmación, destacando los múltiples beneficios que esta iniciativa puede aportar a la organización. En otras palabras, se menciona que la comunicación interna tiene que ver con el desarrollo

de comunicaciones efectivas entre los miembros de la empresa, desde los mensajes del día a día hasta anuncios por parte de la empresa.

Estudio realizado por Judge, Robbins (2018) señala que un buen plan de comunicación contribuye significativamente a aumentar la moral y motivación de los empleados. Al recibir información relevante y sentirse valorados, los empleados muestran un mayor compromiso con la empresa y un incremento en su desempeño laboral. (Judge, 2023)

El clima laboral se lo conoce como el entrono psicológico, organizacional y humano en el que se desarrolla las relaciones entre los empleados dentro de la empresa, es fundamental que la empresa capacite, trate y retribuya para sí lidiar con los conflictos y estar mejor preparado para llevar a cabo las tareas encomendadas y sentir un compromiso mayor por la empresa.

La débil relación entre comunicación interna y clima laboral no solo restringe la información descendente desde la gerencia hasta los empleados, también implica escuchar, valorar las opiniones, ideas, sugerencias de los empleados.

Actualmente existe diferentes tipos de comunicación dentro de una empresa, la comunicación descendente es aquella que va desde los directivos de la empresa hacia sus trabajadores, son capaces de facilitar conocimientos, encargar responsabilidades, ayudar en el crecimiento del personal. Por otra parte, la comunicación ascendente está orientado a la retroalimentación en este caso va desde los trabajadores hacia los directivos para su crecimiento y satisfacción laboral de cada trabajador.

El plan emergente de comunicación interna establece cuándo y cómo se van a poner en marcha las estrategias eficientes con el fin de alcanzar, cumplir los objetivos fijados por la empresa. Un buen plan de comunicación interna puede ser muy útil para comunicar, la información de manera correcta a cada uno de los integrantes de una empresa.

Con la implementación del Plan de comunicación, se intenta mejorar el clima laboral de la empresa generando estrategias comunicacionales internas capaces de ser más completas y efectivas posibles con los datos obtenidos de las encuetas. De

modo que ayuden a mejorar el clima laboral, asegurando las buenas relaciones entre empelados y gerentes.

5.5. FODA de la empresa avícola "La Compañía"

Tabla 17. FODA de la empresa

Fortalezas	**Oportunidades**
• Buena ubicación de la empresa avícola "La Compañía". • Experiencia en la industria avícola. • Amplia red de distribución. • Productos de alta calidad. • Tecnología avanzada en producción de huevos.	• Implementación de un plan de comunicación interno para fortalecer el clima laboral. • Capacitación en comunicación interna para mejorar el clima laboral. • Implementación de herramientas de comunicación interna, como software de gestión de proyectos. • Mejora en los procesos de retroalimentación y evaluación del desempeño.
Debilidades	**Amenazas**
• No existe un plan establecido de comunicación interno. • Falta de canales de comunicación efectivos entre los departamentos. • Alta rotación de personal debido al mal clima laboral. • Pérdida de eficiencia en la producción debido a la falta de coordinación entre los equipos.	• Empresas con personal capacitado. • Competencia en el mercado de productos avícolas. • Pérdida de clientes debido a la falta de una buena comunicación por parte el servicio al cliente.

Realizado: Franco Kevin y Garcia Karelys

5.6. Objetivos estratégicos comunicacionales

- Fortalecer el clima laboral de la avícola "La Compañía" por medio de capacitaciones a los directivos en el adecuado manejo de la comunicación formal e informal
- Determinar canales de comunicación interna efectivos para una información pertinente y permanente.

5.7. Desarrollo del plan

Metas y estrategias

Meta 1. Mejorar la comunicación interna con el objetivo de fortalecer el clima laboral, donde se define el crecimiento profesional donde se sientan reconocidos y se valora sus ideas y opiniones para la toma de decisiones en la empresa.

Meta 2. Proporcional canales y medio de comunicación interna permanente para la transmisión de información para gerentes y empleados de manera ascendente y descendente, generados un canal formal para compartir información clara y rápida.

Estrategias comunicacionales de la meta 1

Estrategia. Comunicación ascendente, descendente y horizontal

Acciones:

- Capacitaciones en manejo de información ascendente los empleados.
- Capacitación en manejo de información descendente al gerente.
- Capacitación del manejo de información horizontal al público interno.
- Taller de relaciones humanas.
- Taller de trabajo en equipo.

Estrategias comunicacionales de la meta 2

Estrategia. Canales de comunicación internos

Acciones:

- Implementar un grupo de WhatsApp para información urgente de orden formal con mensajes cortos, claros y rápidas.
- Agregar un buzón de sugerencias interno, con el fin generar libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa.

Tabla 18. Matriz del plan de comunicación para fortalecer el clima laboral de la avícola "LA COMPAÑÍA"

Objetivo 1: Fortalecer el clima laboral de la avícola "La Compañía" por medio de capacitaciones a los directivos en el adecuado manejo de la comunicación formal e informal.				
Estrategias	**Actividades**	**Meta**	**Recursos**	
			Responsable	**Beneficiarios**
1. Comunicación ascendente descendente y horizontal.	• Capacitación en manejo de información ascendente los empleados. • Capacitación en manejo de información descendente al gerente • Capacitación del manejo de información horizontal al público interno • Taller de trabajo en equipo	Mejorar la comunicación interna con el objetivo de fortalecer el clima laboral, para que en tres meses se mejore el 30%	Franco Kevin y Karelys García	Gerente y Empleados

Realizado por: Franco Kevin y Garcia Karelys

Tabla 19. Matriz del plan de comunicación para fortalecer el clima laboral de la avícola "LA COMPAÑÍA"

Objetivo 2: Determinar canales de comunicación interna efectivos para una información pertinente y permanente.				
Estrategias	**Actividades**	**Meta**	**Recursos**	
			Responsable	**Beneficiarios**
2. Canales de comunicación internos	• Implementar un grupo de WhatsApp para información urgente de orden formal con mensajes cortos, claros y rápidas. • Agregar un buzón de sugerencias interno, con el fin generar libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa.	Proporcional canales y medio de comunicación interna permanente con el fin de mejorar la relación de comunicación interna entre gerente y empleados para que en un mes se mejore el 20%	Franco Kevin y Karelys García	Gerente y Empleados

Realizado por: Franco Kevin y Garcia Karelys

Tabla 20. Cronograma del plan de comunicación para fortalecer el clima laboral de la avícola "LA COMPAÑÍA"

ESTRATEGIAS	Junio 2024				Julio 2024				Agosto 2024			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Comunicación ascendente descendente y horizontal												
Canales de comunicación internos												

Realizado por: Franco Kevin y Garcia Karelys

6. CONCLUSIONES

- La comunicación interna es un componente vital en el funcionamiento de cualquier organización, y su impacto en el clima laboral y el desempeño de los empleados es innegable. En el caso específico de la empresa avícola La Compañía, nuestra investigación ha revelado cómo la falta de una comunicación efectiva y transparente ha generado una serie de desafíos que han afectado significativamente la dinámica laboral y la satisfacción de los empleados.
- En el análisis FODA se identificó la situación actual de la empresa sobre la falta de información clara y oportuna, la confusión en los roles y responsabilidades, y la ausencia de canales adecuados para la retroalimentación eran indicadores claros de que la comunicación interna no estaba cumpliendo su función como catalizador de un entorno laboral saludable y productivo.

7. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al gerente de la empresa avícola “La Compañía” tomar medidas para mejorar el clima laboral y crear un ambiente favorable, esto se puede lograr mediante la implementación de estrategias comunicacionales que tengan como objetivo principal garantizar la efectividad de la comunicación interna dentro organización. Esto es crucial para crear un ambiente laboral positivo y productivo en la empresa Avícola "La Compañía".
- Desarrollar estrategias específicas para mejorar la comunicación interna, se estaría trabajando directamente en la mejora del clima laboral. Una comunicación interna efectiva y transparente promueve la confianza entre los empleados, reduce los malentendidos y conflictos, y fortalece la cohesión del equipo.

8. BIBLIOGRAFÍA

Azkue, I. d. (29 de 05 de 2023). *"Clima organizacional" Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de "Clima organizacional" Enciclopedia Humanidades: https://humanidades.com/clima-organizacional/.

Bruno, E. (20 de 07 de 2018). *rockcontent ¿Qué es la comunicación interna?* Obtenido de rockcontent ¿Qué es la comunicación interna?: https://rockcontent.com/es/blog/comunicacion-interna/

CALDERA SERRANO, J. &. (2004). *La fórmula de comunicación de Lasswell como método para implementar bases de datos documentales en los medios audiovisuales. Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, bibliotecología E información, 18(37).* Obtenido de La fórmula de comunicación de Lasswell como método para implementar bases de datos documentales en los medios audiovisuales. Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, bibliotecología E información, 18(37).: https://doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2004.37.4048

Condori-Ojeda, P. (2020). *aacademica.org*. Obtenido de aacademica.org: https://www.aacademica.org/cporfirio/18

Freire Jaramillo, C. M. (febrero de 2020). *Repositorio ups*. Obtenido de Repositorio ups: http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/18471

García-allen, J. (30 de Mayo de 2015). *Psicologia y mente Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas*. Obtenido de Psicologia y mente Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas: https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow

Gómez, D. (11 de 09 de 2023). *blog.hubspot.es*. Obtenido de blog.hubspot.es: https://blog.hubspot.es/service/que-es-clima-laboral

Guachi Díaz, C. M. (sep de 2013). *Repositorio de la uta*. Obtenido de Repositorio de la uta: https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/5740

Judge, R. (10 de abril de 2023). *linkedin publicado por Jesús Rodolfo*. Obtenido de linkedin publicado por Jesús Rodolfo: https://es.linkedin.com/pulse/la-participaci%C3%B3n-del-personal-y-el-desempe%C3%B1o-de-jes%C3%BAs-rodolfo

MLAYUS, A. (19 de 03 de 2020). *agustinmlayusinfo.data.blog Modelo de comunicación de Shannon y Weaver*. Obtenido de agustinmlayusinfo.data.blog Modelo de comunicación de Shannon y Weaver: https://agustinmlayusinfo.data.blog/2020/03/19/modelo-de-comunicacion-de-shannon-y-weaver-2/

Montes, D. (17 de Marzo de 2021). *Encora 5 axiomas para mejorar la comunicación y la colaboración de su equipo*. Obtenido de Encora 5 axiomas para mejorar la comunicación y la colaboración de su equipo: https://www.encora.com/es/blog/5-axiomas-para-mejorar-la-comunicaci%C3%B3n-y-la-colaboraci%C3%B3n-de-su-equipo

Nirian, P. O. (18 de 12 de 2019). *economipedia clima organizacional*. Obtenido de economipedia clima organizacional: https://economipedia.com/definiciones/clima-organizacional.html

PEIRÓ, R. (01 de 05 de 2021). *economipedia comunicación externa* . Obtenido de economipedia comunicación externa : https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-externa.

Peiró, R. (01 de 05 de 2021). *economipedia comunicacion interna*. Obtenido de economipedia comunicacion interna: https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-interna.html

Peiró, R. (01 de Mayo de 2021). *economipedia Teoría de la información*. Obtenido de economipedia Teoría de la información: https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-informacion.html

Pérez, O. (09 de 06 de 2023). *Blog PeopleNext*. Obtenido de Blog PeopleNext: https://blog.peoplenext.com/comunicacion-interna-en-las-emp

PRIETO, S. (27 de 02 de 2017). *La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo*. Obtenido de La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo: https://grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/

Sierra, F. (2006). *"Comunic@rte. Guía de comunicación solidaria"*. Obtenido de "Comunic@rte. Guía de comunicación solidaria".: https://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion_plan_de_comunicacion_PPVE.pdf

Significados, Equipo. (11 de 01 de 2024). *significados Pirámide de Maslow*. Obtenido de significados Pirámide de Maslow: https://www.significados.com/piramide-de-maslow/

Torres, A. (10 de Mayo de 2017). *Psicologia y mente La teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick*. Obtenido de Psicologia y mente La teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick: https://psicologiaymente.com/social/teoria-comunicacion-humana-paul-watzlawic

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO
TESIS FRANCO GARCIA.docx.pdf

AUTOR
kevin David y karelys Deyaneir Franco M antilla, García Campos

RECUENTO DE PALABRAS
9230 Words

RECUENTO DE CARACTERES
52397 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS
53 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO
1.6MB

FECHA DE ENTREGA
Apr 24, 2024 12:04 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME
Apr 24, 2024 12:05 PM GMT-5

1% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 1% Base de datos de publicaciones

***Excluir* del Reporte de Similitud**

- *Base de datos de Internet*
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- Material citado
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de trabajos entregados

24 - Abril / 2024

Resumen

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA

Avícola La Compañía

Ambato 02-12-2023

Estimados KEVIN FRANCO –KARELYS GARCIA:

Nos complace informarte que Avícola “La Compañía” ha revisado la solicitud para realizar el trabajo de titulación en nuestras instalaciones y nos complace otorgarte el permiso para llevar a cabo dicho proyecto.

Estamos emocionados de poder contribuir al desarrollo académico y profesional de los estudiantes, y confiamos en que el proyecto será una experiencia enriquecedora tanto para ustedes como para nuestra empresa.

Estaremos disponibles para brindarte toda la colaboración y apoyo necesario durante la realización el trabajo de titulación. Además, nos comprometemos a proporcionar acceso a las instalaciones, datos y recursos que requieran para llevar a cabo el proyecto de manera exitosa.

Recordamos que es importante respetar las políticas y normativas de nuestra empresa, así como mantener la confidencialidad de la información a la que puedan tener acceso durante la investigación.

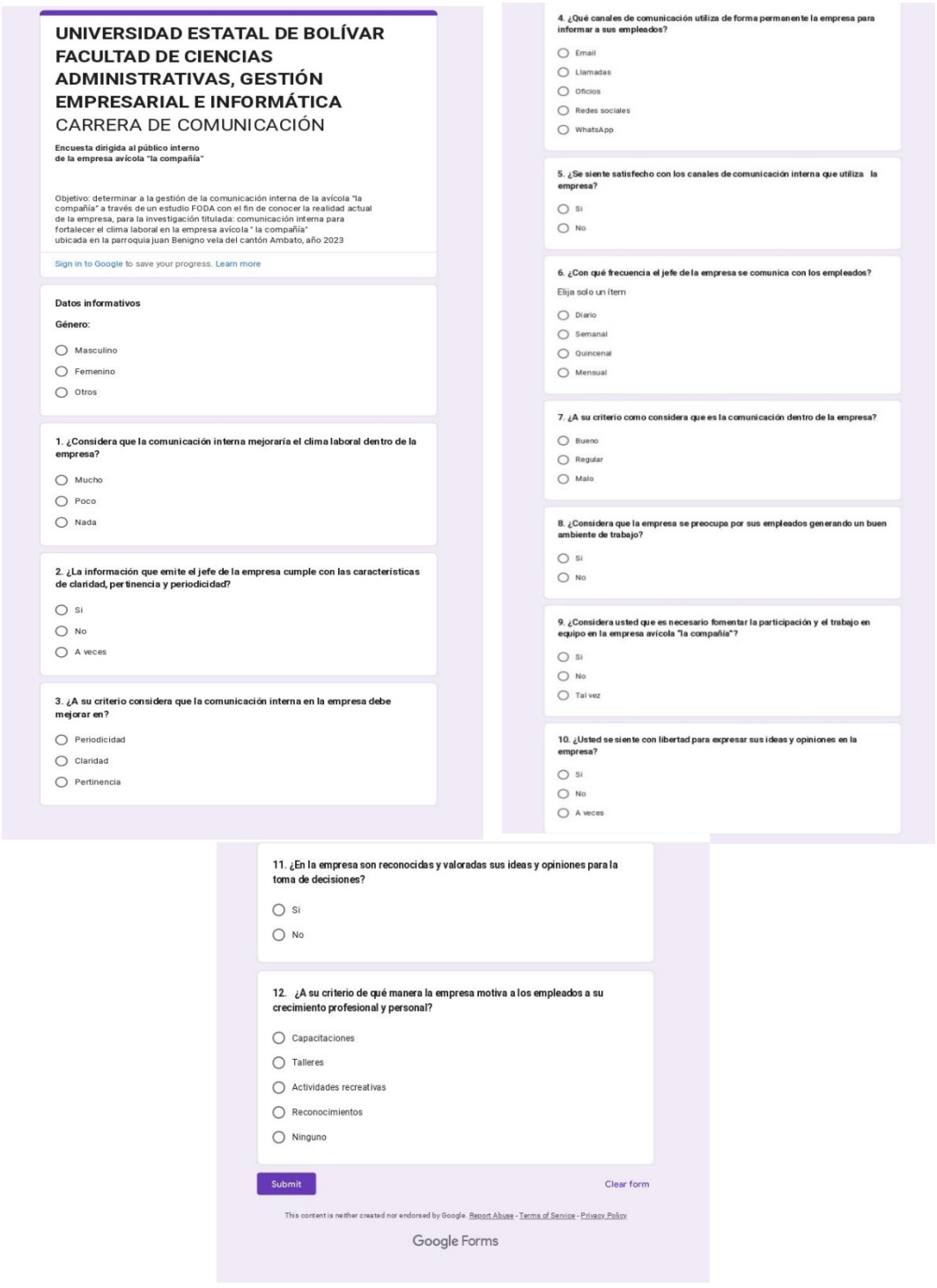
Una vez más, felicitaciones por este logro y deseamos mucho éxito en su trabajo de titulación.

Atentamente.

JUAN CARLOS RIVADENEIRA

PROPIETARIO DE LA EMPRESA AVICOLA “LA COMPAÑÍA”

Figura 2. Instrumentos de recopilación de datos



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Encuesta dirigida al público interno de la empresa avícola "la compañía"

Objetivo: determinar a la gestión de la comunicación interna de la avícola "la compañía" a través de un estudio FODA con el fin de conocer la realidad actual de la empresa, para la investigación titulada: comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la empresa avícola " la compañía" ubicada en la parroquia juan Benigno vela del cantón Ambato, año 2023

Sign in to Google to save your progress. Learn more

Datos informativos

Género:

- Masculino
- Femenino
- Otros

1. ¿Considera que la comunicación interna mejoraría el clima laboral dentro de la empresa?

- Mucho
- Poco
- Nada

2. ¿La información que emite el jefe de la empresa cumple con las características de claridad, pertinencia y periodicidad?

- Si
- No
- A veces

3. ¿A su criterio considera que la comunicación interna en la empresa debe mejorar en?

- Periodicidad
- Claridad
- Pertinencia

4. ¿Qué canales de comunicación utiliza de forma permanente la empresa para informar a sus empleados?

- Email
- Llamadas
- Oficios
- Redes sociales
- WhatsApp

5. ¿Se siente satisfecho con los canales de comunicación interna que utiliza la empresa?

- Si
- No

6. ¿Con qué frecuencia el jefe de la empresa se comunica con los empleados?

Elija solo un ítem

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

7. ¿A su criterio como considera que es la comunicación dentro de la empresa?

- Bueno
- Regular
- Malo

8. ¿Considera que la empresa se preocupa por sus empleados generando un buen ambiente de trabajo?

- Si
- No

9. ¿Considera usted que es necesario fomentar la participación y el trabajo en equipo en la empresa avícola "la compañía"?

- Si
- No
- Tal vez

10. ¿Usted se siente con libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa?

- Si
- No
- A veces

11. ¿En la empresa son reconocidas y valoradas sus ideas y opiniones para la toma de decisiones?

- Si
- No

12. ¿A su criterio de qué manera la empresa motiva a los empleados a su crecimiento profesional y personal?

- Capacitaciones
- Talleres
- Actividades recreativas
- Reconocimientos
- Ninguno

Submit Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse - Terms of Service - Privacy Policy

Google Forms

Fuente:

https://docs.google.com/forms/d/1QmHev_XrY7XfNHwWAyl232Y9dAqa4oVJno7ppi_WwE0/edit?pli=1

Figura 3. Entrevista



Entrevista realizada a Ing. Antoni Núñez, representante de los trabajadores de la empresa avícola “La Compañía”

Figura 4. Tutorías



Figura 5. Tutorías

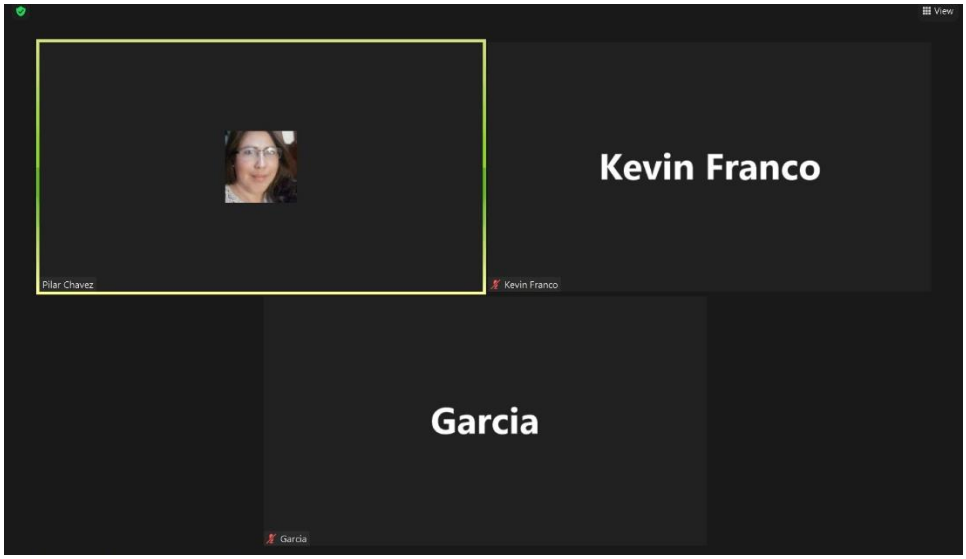


Tutoría de revisión de trabajo de investigación con el Lic. Kleber Romero, Mgs.

Figura 6. Tutorías



Figura 7. Tutorías



Tutoría de revisión de trabajo de investigación con la tutora Lic. Pilar Chávez, Mgs.

FORMATO DE LA ENTREVISTA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA: COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA AVÍCOLA " LA COMPAÑÍA" UBICADA EN LA PARROQUIA JUAN BENIGNO VELA DEL CANTÓN AMBATO, AÑO 2023

OBJETIVO: Conocer la situación actual de la empresa avícola La Compañía

Nombre: Sr. Anthony Emanuel Núñez empleado principal de la empresa avícola "La compañía"

1. ¿Cuál es su opinión sobre la comunicación interna en su empresa?
2. ¿Cómo describiría su relación de comunicación con su jefe?
3. ¿Qué medidas sugiere para mejorar la comunicación interna y el clima laboral?
4. ¿Qué estrategias considera efectivas para fomentar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo?
5. ¿Qué papel juegan el reconocimiento y la retroalimentación constructiva en la mejora del clima laboral?

FORMATO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Encuesta dirigida al público interno de la empresa avícola "la compañía"

Objetivo: Diagnosticar el clima laboral para establecer estrategias de comunicación interna para la investigación titulada: comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la empresa avícola " la compañía" ubicada en la parroquia juan Benigno vela del cantón Ambato, año 2023

Datos informativos

Género:

Masculino

Femenino

Otros

Cuestionario

1. **¿Considera que la comunicación interna mejoraría el clima laboral dentro de la empresa?**

Mucho

Poco

Nada

2. **¿La información que emite el jefe de la empresa cumple con las características de claridad, pertinencia y periodicidad?**

Si

No

A veces

3. **¿A su criterio considera que la comunicación interna en la empresa debe mejorar en?**

Periodicidad

Claridad

Pertinencia

4. **¿Qué canales de comunicación utiliza de forma permanente la empresa para informar a sus empleados?**

Email

Llamadas

Oficios

Redes sociales

WhatsApp

5. **¿Se siente satisfecho con los canales de comunicación interna que utiliza la empresa?**

Si

No

6. **¿Con qué frecuencia el jefe de la empresa se comunica con los empleados?**

Elija solo un ítem

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

7. **¿A su criterio como considera que es la comunicación dentro de la empresa?**

Bueno

Regular

Malo

8. **¿Considera que la empresa se preocupa por sus empleados generando un buen ambiente de trabajo?**

Si

No

9. **¿Considera usted que es necesario fomentar la participación y el trabajo en equipo en la empresa avícola "la compañía"?**

Si

No

Tal vez

10. **¿Usted se siente con libertad para expresar sus ideas y opiniones en la empresa?**

Si

No

A veces

11. **¿En la empresa son reconocidas y valoradas sus ideas y opiniones para la toma de decisiones?**

Si

No

12. **¿A su criterio de qué manera la empresa motiva a los empleados a su crecimiento profesional y personal?**

Capacitaciones

Talleres

Actividades recreativas

Reconocimientos

Ninguno