



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÌA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación para la obtención del título de:
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:
PLAN DE COMUNICACIÓN INTERDEPARTAMENTAL,
EN LA MEJORA DE LA ELABORACIÓN PREVIA
PRESUPUESTO ANUAL.**

Autora: Romero Romero Ivonne

Tutor: PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2018

DEDICATORIA

A Dios por cuidar de mí en este duro camino, a mi madre, ya que ella me dio la vida, por su apoyo incondicional.

Romero Romero Ivonne

AGRADECIMIENTO

A mis hijos y amigos por el apoyo y el tiempo brindado durante todo este camino que he transitado para culminar una meta más en mi vida, porque sin su ayuda no hubiera llegado a este momento tan especial para mí.

Romero Romero Ivonne

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el diseño de investigación con el tema: Propuesta plan de comunicación interdepartamental, en la mejora de la elaboración previa del presupuesto anual. Y problema de investigación: ¿Cómo mejorar la comunicación interdepartamental?, presentado por Romero Romero Ivonne como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:
Romero Romero Ivonne

Tutor:
Simón Alberto Illescas Prieto

**CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE
TRABAJOS DE TITULACIÓN**



Yo, **Romero Romero Ivonne** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta plan de comunicación interdepartamental, en la mejora de la elaboración previa del presupuesto anual**, de la modalidad de **Presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresa**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Romero Romero Ivonne

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: 0920450285



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD




Número único de identificación: 0920450285

Nombres del ciudadano: ROMERO ROMERO IVONNE

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CARBO
(CONCEPCION)

Fecha de nacimiento: 24 DE AGOSTO DE 1981

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: TECNÓLOGO

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: VARGAS ALVARADO FRANKLIN ALEXIS

Fecha de Matrimonio: 23 DE AGOSTO DE 2003

Nombres del padre: No Registra

Nacionalidad: No Registra

Nombres de la madre: ROMERO ROMERO CARMEN

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 5 DE SEPTIEMBRE DE 2018

Condición de donante: NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 28 DE FEBRERO DE 2019
Emisor: ELSA JENNIFER ZURITA FAJARDO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 1 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 191-202-66526



191-202-66526

Ldo. Vicente Taiano G.
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



El ciudadano o persona ante quien se presente este certificado deberá validarlo en: <https://virtual.registrocivil.gob.ec>, conforme a la LOGIDAC Art. 4, numeral 1 y a la LCE.
La vigencia del documento es de 1 validación o 1 mes desde el día de su emisión. En caso de presentar inconvenientes con este documento escriba a enlinea@registrocivil.gob.ec



Factura: 001-003-000011645



20190901001D02308

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901001D02308

Ante mí, NOTARIO(A) CRISTIAN XAVIER QUIÑONEZ BASANTES de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) IVONNE ROMERO ROMERO portador(a) de CÉDULA 0920450285 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 28 DE FEBRERO DEL 2019, (13:33).


IVONNE ROMERO ROMERO
CÉDULA: 0920450285




NOTARIO(A) CRISTIAN XAVIER QUIÑONEZ BASANTES
NOTARÍA PRIMERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DE VOTACION
3 DE FEBRERO 2018

018 JUNTA Nº
018 - 236 NUMERO
0920450285 CÉDULA

ROMERO ROMERO IVONNE
APELLIDOS Y NOMBRES

QUAYAS PROVINCIA CIRCUNSCRIPCIÓN
QUAYAQUIL CANTÓN ZONA 6
FEBRES CORDERO PARROQUIA



CIUDADANA (S)

IDENTIFICACION Y VOTACION EN EL REFERENDUM Y CONSULTA POPULAR 2018

IDENTIFICACION Y VOTACION EN EL REFERENDUM Y CONSULTA POPULAR 2018



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

Nombre y Apellidos del Colaborador

Firma

CEGESCYT



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÌA
UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRATIVA Y
CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación para la obtención del título de:
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Plan de comunicación interdepartamental, en la mejora de la elaboración previa presupuesto anual.

Autora: Romero Romero Ivonne

Tutor: PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

RESUMEN

Debido a la presencia a un problema existente en la comunicación interdepartamental, este proyecto ayudaría a que mejore la comunicación entre departamentos, para la elaboración previa del presupuesto anual mejorando los procesos de comunicación interdepartamentales de CNEL, EP en la ciudad de Guayaquil, mediante el método Histórico- Lógico revisaremos la trayectoria real de los problemas y los acontecimientos que han suscitado dentro de la empresa en el tema en desarrollo, con los instrumentos a usar consiste en la comunicación verbal entre el entrevistador y el entrevistado con el fin de obtener datos, debe ser previamente con la encuesta y la entrevista, con técnicas de investigación que se efectúa mediante la elaboración de cuestionarios y formularios de manera verbal o escrita que se hace a una población, los beneficiarios al realizar este tema, sería los empleados entre departamentos para la realización anual del presupuesto. Importante es saber que este tema se encargara de resolver los problemas que existen en el atraso de la entrega del presupuesto.

Comunicación

Interdepartamental

Presupuesto

Anual.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÌA
UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRATIVA Y
CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación para la obtención del título de:
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Plan de comunicación interdepartamental, en la mejora de la elaboración previa presupuesto anual.

Autora: Romero Romero Ivonne

Tutor: PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

ABSTRACT

Due to the presence of an existing problem in interdepartmental communication, this project would help to improve communication between departments, for the preparation of the annual budget by improving the interdepartmental communication processes of CNEL, EP in the city of Guayaquil, using the method Logical- Logical we will review the real trajectory of the problems and the events that have arisen within the company in the developing subject, with the instruments to use consists in the verbal communication between the interviewer and the interviewee in order to obtain data, should To be previously with the survey and the interview, with investigation techniques that are carried out by means of the elaboration of questionnaires and forms in a verbal or written way that is done to a population, the beneficiaries when realizing this topic, would be the employees between departments for the realization annual budget Important to know that this issue will be responsible for solving the problems that exist in the delay of the delivery of the budget.

Communication

Interdepartmental

Budget

Annual.

ÍNDICE

Contenido:	Páginas:
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÌA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
Planteamiento del Problema	1
Ubicación del Problema en un Contexto.....	3
Situación Conflicto	5
Delimitación del Problema.....	6
Formulación del Problema.....	6
Variable de Investigación.....	6
Objetivos Generales.....	7
Objetivos Específicos.....	7
Interrogantes de la Investigación.....	7
Justificación e Importancia.....	7
Aspectos que justifican la investigación	8
Viabilidad de la Investigación	8

CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO	10
Antecedentes Históricos.	10
Antecedentes Referenciales.	17
Fundamentación Legal.....	20
Variables de la Investigación.....	22
Definiciones Conceptuales.	23
CAPITULO III	30
METODOLOGÍA	30
Datos de la Empresa.	30
Visión.	30
Misión.....	30
Logo de la Empresa.....	31
Organigrama	31
Descripción de actividades de los colaboradores	32
Diseño de Investigación.	32
Tipos de Investigación-	33
Población y Muestra.	34
Interpretación.....	35
Muestra.	36
Tipos de muestra.....	37
La entrevista.....	37
La encuesta.....	38
Procedimiento de la Investigación.....	38
Encuesta a los trabajadores	39
Entrevista al Líder.	39

CAPÍTULO IV	40
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	40
Aplicación a las técnicas e instrumentos-Encuesta	40
Entrevista al Líder del departamento.	50
Análisis e interpretación	50
Entrevista realizada al Líder de la Unidad de Negocio de Guayaquil.....	50
Análisis e interpretación	50
Plan de Mejoras.....	51
Componentes del Plan de Mejora	51
Objetivo del Plan de Mejora:	52
Contribuir con el liderazgo democrático	52
Plan de capacitación en comunicación.....	53
Recursos Económicos.....	54
Conclusiones.....	55
Recomendaciones	56
Bibliografía.	57
Linkografía.	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Paginas:
Gráfico 1.	
Pasos para una Buena Comunicación	4
Gráfico 2.	
Necesidades e Intereses	40
Gráfico 3.	
Incentivos	41
Gráfico 4.	
crecimiento	42
Gráfico 5.	
Comunicación.....	43
Gráfico 6.	
Relación interdepartamental.....	44
Gráfico 7.	
Remuneración Salarial	45
Gráfico 8.	
Tecnología	46
Gráfico 9.	
Tiempo Laboral	47
Gráfico 10.	
Motivación	48
Gráfico 11.	
Actitud Positiva	49

ÍNDICE DE TABLAS

Contenidos:	Paginas:
Tabla 1.	
Cuadro Comparativo	6
Tabla 2.	
Prototipos	34
Tabla 3.	
Universo	36
Tabla 4.	
Procedimiento.....	37
Tabla 5.	
Necesidades e interés	40
Tabla 6.	
Incentivos	41
Tabla 7.	
Crecimiento.....	42
Tabla 8.	
Comunicación.....	43
Tabla 9.	
Relación Interdepartamental.....	44
Tabla 10.	
Remuneración Salarial	45
Tabla 11.	
Tecnología	46
Tabla 12.	
Tiempo Laboral	47
Tabla 13.	

Motivación	48
Tabla 14.	
Actitud Positiva	49

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Las estrategias de comunicación interna se han convertido en un elemento indispensable y clave para el éxito empresarial de cualquier compañía o negocio. Se definen los canales e instrumentos de comunicación horizontal, transversal, descendente y ascendente empleados en cada una de las corporaciones, evaluando su efectividad. Para mejorar su gestión.

La comunicación empresarial abarca todas las técnicas que forman parte del proceso de comunicación: técnicas de gabinete de comunicación, técnicas de RR.PP., técnicas de publicidad de información... (Peña, 2005, p. 38).

Si se focaliza este flujo comunicacional en los aspectos más profundos de la empresa, nos hallaremos ante un marco de actuación interno, propio, doméstico, pero que debe coincidir en objetivos y finalidad con la comunicación externa, pues abarca todo el espectro de actuación comunicativa disponible. La comunicación interna u organizacional consiste, como es sabido, en la gestión de los mensajes que se intercambian entre los integrantes de una determinada entidad, así como entre la propia corporación y su entorno exterior.

El objetivo es crear, consolidar y mantener buenas relaciones entre los implicados, tal y como define Andrade (2005, p. 17), quien especifica que el fin último consiste en que los miembros se identifiquen más con la organización, suministrándoles la información necesaria, afianzando su integración y motivando una imagen positiva de la empresa. Se trata de un elemento clave que sustenta y articula el resto de las estrategias de comunicación de la compañía, cohesionando su estructura interna y ayudando a objetivos concreto.

Por extensión, bajo una correcta comunicación interna subyace el éxito empresarial, gracias a un efecto directo en la cuenta de resultados, tal y como explica Álvarez (2007), quien señala que esta labor “mejora la gestión de las organizaciones, potencia la calidad de los procesos productivos y favorece el clima de innovación”.

Real Academia de la Lengua Española. (2018), La palabra Comunicación proviene del latín *communis* que significa común.

El vocablo común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Esto indica a nivel etimológico la relación entre "comunicarse" y "estar en comunidad". La comunicación sirve entonces, entre otras funciones, para entender las relaciones entre la sociedad y la evolución comunicativa, la palabra “comunicación” significa la acción y efecto de comunicar o comunicarse y la correspondencia entre dos o más personas.

Al ser el hombre un ente social por naturaleza resultaría imposible entenderlo sin su interrelación con el entorno y en el marco de éste; su interrelación entre las organizaciones a las que pertenece.

Alberto Martínez, (2011) “a partir del momento en que el hombre se une con otros para desarrollarse y diferenciar papeles, funciones o tareas en beneficio mutuo, hablamos de una organización”¹.
(Pag.35)

La comunicación interna es un proceso complejo, multidimensional e imprescindible para el desarrollo de las organizaciones. El abordaje del diálogo es presentado y discutido en una perspectiva de negociación social del significado, siendo fundamental exponer sobre las cuestiones de relacionamiento e interacción de la dimensión comunicativa en las organizaciones contemporáneas. Comunicación y organización pasan a ser aspectos indisociables e interdependientes en la construcción y reconstrucción de los procesos organizacionales.

Se puede observar que hay una preocupación en Brasil en ampliar el comportamiento comunicativo de las organizaciones, «un ordenamiento simbólico que busca su fuerza en los nuevos medios de comunicación interactivos. Referente a las cuestiones de comunicación interna es fundamental entender la comunicación como un proceso que efectivamente comunica, involucra, innova, acrecienta conocimiento, en fin, desenvuelva a las personas en el interior de las organizaciones. (Marlene Marchiori, 2011).

Ubicación del Problema en un Contexto.

Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte, 2013, es una institución que con más de medio siglo de existencia y con una eficiente trayectoria en cuando al servicio a sus clientes, manteniendo sus altos estándares técnicos, laborales y de servicio al cliente, todo esto gracias a la buena administración de todo su personal.

Posee la cobertura más grande del País en cuanto a energía eléctrica, que incluye las provincias de Tungurahua, Pastaza, Napo, Morona Santiago y Bolívar, contando con 5 aproximadamente 300.000 clientes.

Plan de Comunicación Organizacional Interna para la empresa EEASA en donde se presentaron diferentes problemas en cuanto a la comunicación interna y se buscó dar solución a los distintos inconvenientes con estrategias específicas para cada problema detectado. Se realizó un diagnóstico con encuestas que fueron aplicadas a todos los colaboradores y segundo entrevistas que fueron realizadas a los jefes de cada departamento.

Los objetivos fueron planteados con visión al producto que se buscaba obtener en este caso el plan.

Primero se realizó un diagnóstico utilizando como herramientas a las encuestas que fueron aplicadas a todos los colaboradores y segundo entrevistas que fueron realizadas a los jefes de cada departamento. Una vez diagnosticados los problemas específicos de la comunicación se establecieron los enfoques a los cuales iban a ir dirigidos el producto final que es el Plan de Comunicación Interna.

En el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República (DAPRE), se propende por el fortalecimiento de la comunicación tanto al interior como al exterior de la entidad.

De esta manera se promueve la transparencia y la participación de funcionarios, órganos de control, veedurías ciudadanas y ciudadanía en general.



Gráfico 1.

Pasos para una buena comunicación

Nota: Fuente: Google imágenes (2018)

Situación Conflicto

Tubos Pacifico S.A. es una empresa del Grupo Electro cables, liderada por el Sr. Mauricio Neme que inicia sus operaciones en el 2009. Dedicada a la fabricación, comercialización y distribución de tubos plásticos de PVC y afines. Estos con los más altos estándares de calidad y tecnología bajo normas nacionales e internacionales.

Fue establecida en Guayaquil para abarcar el mercado de construcción y riegos brindando productos de sus tres categorías. Por lo que su misión es entregar la mejor y mayor gama de tuberías y accesorios en PVC, generando un valor continuo hacia los clientes y contribuyendo a mejorar su calidad de vida.

Lo que busca este proyecto de titulación, es realizar un plan de comunicación para la marca por lo que se identificó que enfrenta actualmente varios problemas entre los cuales se puede mencionar la falta de reconocimiento ante la competencia, es decir, en el mercado actual la marca Tubos Pacifico S.A. como tal no se encuentra en el Top of Mind del consumidor, debido a la baja inversión en marketing y comunicación que ha tenido la empresa.

Mediante este estudio, se considera que la marca podrá identificar los medios de comunicación que más le conviene para poder lograr su objetivo que es tener mayor reconocimiento y así encontrar una identidad que le permita diferenciarse del resto.

Para adquirir toda la información que se necesita para este proyecto, se estableció ciertos métodos de estudio, análisis, matrices y teoría que sirven de apoyo para sustentar resultados.

Dentro del plan de comunicación propuesto, se consideró utilizar herramientas del Marketing Digital, para poder difundir la marca de una forma más directa hacia la comunidad que se plantea desarrollar según los

la investigación realizada. Por esa razón, se debe contar con la participación de una persona preparada en el manejo de redes sociales, pautas on line, contenidos, entre otros; el encargado más conocido como Administrador de comunidades, se encargará del funcionamiento de la comunicación y publicidad y diseño de las mismas.

Tabla 1.

Cuadro Comparativo

Causas	Consecuencias
El poco reconocimiento ante la competencia	Bajos estándares competitivos
Uso de tecnología informática	Aumento en la comunicación interna y externa
Resultado del estudio	Mejorar los procesos establecidos

Nota: Autora: Romero. I (2018)

Delimitación del Problema.

- ❖ Campo : Administración
- ❖ Área : Procesos
- ❖ Aspectos: Comunicación interdepartamental, propuesta anual.
- ❖ Tema : Propuesta plan de comunicación interdepartamental, en la mejora de la elaboración previa del presupuesto anual.

Formulación del Problema.

¿Cómo incidir en el proceso informativo interdepartamental para la elaboración previa del presupuesto anual, de la Corporación Nacional de Electricidad EP, de la ciudad de Guayaquil, en el año 2018?

Variable de Investigación.

- ❖ Variable Independiente: Comunicación interdepartamental
- ❖ Variable Dependiente: Presupuesto anual.

Objetivos Generales.

Mejorar los procesos de comunicación interdepartamentales para la elaboración del presupuesto anual de CNEL, EP en la ciudad de Guayaquil

Objetivos Específicos.

- ❖ Fundamentar teóricamente procesos comunicación y presupuesto anual.
- ❖ Identificar métodos y técnicas de investigación al problema encontrado.
- ❖ Diseñar un plan de comunicación interdepartamental en la empresa CNEL EP

Interrogantes de la Investigación.

- ❖ ¿Cómo fundamentaremos de manera teórica los procesos de comunicación y presupuesto?
- ❖ ¿Cómo se identificará los métodos y técnicas dentro del problema encontrado?
- ❖ ¿Cómo diseñaremos un plan de comunicación interdepartamental?

Justificación e Importancia.

La empresa CNEL presenta un problema existente en la comunicación interdepartamental, la cual por medio de este proyecto, ayudaría a que mejore la comunicación entre departamentos.

Ya que este problema afecta a la realización de la entrega de información requerida por los entes reguladores externos, a pesar de que la empresa ha implementado muchas técnicas y herramientas, persisten las falencias en la entrega del presupuesto anual; con esto podemos entender que no es un problema técnico ni de herramientas sino de la mala comunicación entre departamentos.

Importante es saber que este tema se encargara de resolver los problemas que existen en el atraso de la entrega del presupuesto, para con esto

mejorar el problema ya antes mencionado y así exista una mayor eficiencia en la entrega del presupuesto de la CNEL EP

Los beneficiarios al realizar este tema, sería la facilitación de la comunicación entre departamentos para la realización anual del presupuesto anual, con esto mejorara también el compañerismo y la unión entre departamentos, haciendo que el proceso de la elaboración del presupuesto anual sea más efectiva y evitar atrasos.

Aspectos que justifican la investigación

- ❖ **Conveniencia:** Mejorará la comunicación existente entre departamentos y empleados.
- ❖ **Relevancia Social:** Las estrategias que se aplicarán a los involucrados en la realización del presupuesto anual, será bajar los niveles de stress y el uso de horas extraordinarias no pagadas.
- ❖ **Valor teórico:** La investigación realizada ofrecerá una idea sobre la mejora de comunicación entre departamentos.
- ❖ **Utilidad Metodológica:** Con el análisis de los resultados obtenidos se mejora la entrega del presupuesto anual de CNEL EP, de manera más precisa y en el tiempo establecido.

Viabilidad de la Investigación

Viabilidad Técnica

La investigación es viable técnicamente porque brinda a los involucrados un mejor estilo de comunicación y creación para la mejora de la entrega del presupuesto anual de CNEL EP.

Para ello es esencial contar con la colaboración de todos, así como tener el entusiasmo, la creatividad y la disponibilidad para mejorar.

El entusiasmo es muy importante porque a través de ella manifestamos buena entrega por parte de los empleados y áreas para crear acciones con claridad.

Viabilidad Económica

La investigación es viable económicamente porque mejorara la entrega del presupuesto anual, evitando gastos administrativos para la realización del mismo.

Viabilidad Organizacional

Por qué abordan las capacidades del ente u organización previstos como responsables de la ejecución y/u operación, mantenimiento y administración del emprendimiento, con todos los involucrados en las distintas etapas para la entrega del presupuesto anual de CNEL EP.

Viabilidad Social

En el plan de mejora desarrollado expone, de forma estructurada, la intervención con el conjunto de actores involucrados en la misma. Y buscar sus falencias y mejorarlas.

De esta forma ayudara a su personal y a las áreas en el ahorro de tiempos tanto ordinarios como extraordinarios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos.

En (1982) Henry Vernier- con motivo de una conferencia pronunciada en la escuela de leyes de Yale que llevaba por título *The public relations and the duties of the legal profession* dice que a mediados de los noventa la función de comunicaciones internas comienza, en muchos casos en el hemisferio norte a desprenderse de su dependencia de las gerencias o divisiones de recursos humanos, pasando a conformar junto a la comunicación externa lo que hoy se conoce como la gestión de comunicaciones.

Katz y Kahn (1986), la comunicación dentro de una organización podría entenderse como una red tejida entre los elementos que conforman dicha organización, 5 brindando a esta su característica esencial, ser un sistema.

En (1992), Williams R, cuando pensamos en la comunicación moderna, pensamos de inmediato en ciertas tecnologías. Una serie de inventos eficaces parece haber cambiado , permanentemente , la forma en que debemos pensar en la comunicación . Sin embargo, el mismo , tiempo las comunicaciones son siempre instituciones sociales. Es necesario , por consiguiente , tomar, tanto en términos generales como de forma precisa, en las verdaderas relaciones entre las tecnologías de la comunicación y las instituciones sociales.

Marín (1997) La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Lucas Marín (1997), añadiendo que la comunicación es el cemento con el que las unidades integradas en la empresa se mantienen unidas. Una suma de definiciones que encajan a la perfección con el tema tratado, pues como veremos más adelante, uno de los principales objetivos de la comunicación interna en una empresa es lograr que se sumen los esfuerzos individuales en busca de un objetivo común marcado por la dirección de la organización. Por lo tanto, hay que entender la comunicación no simplemente como un soporte que sustenta las diferentes actividades llevadas a cabo en la empresa, sino también como un recurso que se debe gestionar con éxito, puesto que las relaciones que se establecen entre los integrantes de las organizaciones se dan gracias a la comunicación entre estos, asignándose funciones, estableciendo compromisos y ayudando a aumentar el sentimiento de pertenencia a la empresa. En definitiva, es el proceso a través del cual las personas interactúan entre sí mediante el intercambio de símbolos que representan información, actitudes, ideas o emociones con el objetivo de influirse entre ellas.

Bordería, E., Laguna, a. Y Martínez, e. (1998), nos hablan de esta manera, que la comunicación es fundamental en el proceso de construcción, producción, reproducción, transmisión y consumo de sentido y de significados sociales, lo cual resulta básico analizar su devenir histórico ya que su papel ha existido en diferentes momentos del desarrollo de la humanidad y a la vez a contribuir en su misión actual y futura, lo mismo que la de las y los profesionales en este campo.

En general, su relevancia consiste en realizar una mejor comunicación mediante las etapas de su proceso evolutivo y explicar por qué funciona de la manera en que lo hace. (pag.85)

Muñoz, A. (1999), señala que es un plan de acción expresado en términos financieros. Conjunto de decisiones que van a determinar los propósitos de una empresa y los medios para lograrlos, incluyendo las disposiciones de los recursos materiales y humanos, las formas de organización, los métodos de trabajo y las medidas de tiempo, cantidad y calidad.

Pere, N. (2000), sostiene que un presupuesto es un plan detallado en el que figuran explícitas tanto las previsiones de ingresos como las necesidades de adquisición y consumo de recursos materiales y financieros para un determinado período de tiempo.

En (2000) Mario Barquero y José Daniel Barquero, indica que las Relaciones Públicas son indispensables para el éxito y desarrollo de la empresa global y su comunicación interna, a través de éste, los importantes costes que ahorra a la Empresa, la forma de descubrir oportunidades para obtener credibilidad y confianza de su organización ante sus diferentes públicos.

Sabrán seleccionar y evaluar las oportunidades en estrategias, conocerá un método científico para realizar una investigación. Sabrá cómo obtener la cooperación y evitar conflictos dentro de la empresa.

Conocerá las ventajas y desventajas de los diversos métodos de acción de un especialista en Relaciones Públicas. Conocerá las formas básicas del pronóstico de Relaciones Públicas y por qué se utilizan. Sabrá que los trabajos en conjunto generaran satisfacciones, están bien remunerados y ofrecen oportunidades de crecimiento.

Corporativa del Siglo XXI. (2000). A lo largo de la historia de las organizaciones, y como resultado de los exigentes cambios culturales que afectaron a los empleados, se fueron presentando nuevos escenarios comunicacionales que las empresas que no pudieron y no pueden obviar. Es por eso que el término comunicación interna fue ganando terreno.

Si bien los números indican un crecimiento continuo y constante, esta actividad todavía sigue en proceso de gestación o aun es una materia pendiente dentro de las empresas en la actualidad. Costa en su libro Imagen demuestra el avance de esta disciplina: En 1980, las empresas españolas dedicaban un 5% a esta actividad. Un 15% en 1990 y se prevé un 25% para él, (pag.131).

Trelles, I. (2001). La comunicación es una actividad muy antigua, cuyo surgimiento está vinculado con la aparición y evolución del hombre como ser social, al tomar conciencia de la necesidad de relacionarse con los individuos circundantes.

Como proceso presente en toda práctica humana, constituye uno de los principales pilares de la interacción social, que posibilita la formación de agrupaciones sociales con cualquier tipo de complejidad.

Allen y Rachlin. (2001), definen el presupuesto como el resultado de un proceso gerencial que consiste en establecer objetivos, estrategias y elaboración de planes que forman parte del proceso de administración.

Cárdenas y Nápoles (2002) refieren que es un sistema presupuestal, un instrumento de gestión que es cuantitativo porque los objetivos deben ser mensurables y su alcance requiere la destinación de recursos durante el periodo fijado como horizonte de planeamiento, es formal porque exige la aceptación de quienes están al frente de la organización, y además es el fruto de las estrategias adoptadas porque estas permiten responder al logro de los objetivos previstos. Para que las organizaciones tengan mayor productividad en sus recursos y el logro de sus objetivos, deben realizar presupuestos para que le permitan determinar cuáles son las áreas fuertes y débiles. En este sentido, se puede decir que el presupuesto se pone en práctica la planificación de dichos recursos y además, se puede controlar la asignación de estos.

Burbano y Ortiz (2004), un presupuesto es un es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.

Collado. F (2005), son sistemas productivos cuyo objetivo es cumplir con propósitos diferentes y especializados para beneficio de la sociedad.

Parafraseando al mismo autor, la especialidad de cada empresa está dada por su sentido o giro, y éste dependerá del tipo o servicio que brinda.

Andrade (2005), la comunicación es para la empresa el equivalente al sistema circulatorio del organismo animal o humano: permite que la sangre, que en este caso es la información, llegue a todos los rincones del cuerpo y les proporcione el oxígeno necesario para su sano funcionamiento, y por lo tanto, para la supervivencia misma del sistema.

Burbano (2005), el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un período con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlas, de igual forma, este autor indica que es una estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

Asociación de Educación Radiofónica de Ecuador (2007), lo define como una plan integrador y coordinado que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un período determinado con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia.

Martínez. A (2008), al ser el hombre un ente social por naturaleza resultaría imposible entenderlo sin su interrelación con el entorno y en el marco de éste; su interrelación entre las organizaciones a las que pertenece. Como lo ratifica, “a partir del momento en que el hombre se une con otros para desarrollarse y diferenciar papeles, funciones o tareas en beneficio mutuo, hablamos de una organización”.

Se acogió esta tesis de plan de comunicación de la Universidad Rafael Landívar de Guatemala realizada en el 2014. El tema se centra en el gobierno autónomo descentralizado, la misma que internamente se maneja bajo una estructura estrictamente jerarquizada y con procesos explícitos y regularizados; su cultura puede definirse como conservadora y con baja disposición al cambio.

La ejecución de proyectos y el desarrollo del trabajo diario se llevan a cabo apegado a estándares planificados y son monitoreados permanentemente. Constantemente se refuerza la importancia del manejo confidencial de la información, lo cual podría estar afectando la comunicación interna.

Y se maneja de manera jerarquizada para comenzar un cambio en la comunicación desde las cabezas hasta la última persona encargada del tema.

La siguiente tesis basada en un Plan de Mejora en la Comunicación de la Universidad Javeriana realizada en el 2014, en resumen nos indica que es fundamental entender ante todo que la vida social es un intercambio de relaciones nutridas por el contacto personal, que actúa como el puente articulador entre la construcción de cultura y desarrollo.

Por esta razón, es importante que en todas las organizaciones exista un lenguaje de comunicación único que permita que los miembros de la misma puedan entender su papel como sujetos sociales y participativos del entorno en el que se desarrollan.

Con esto todas las personas sabrán de antemano que papel ejerce dentro de la organización y como deberá afrontar su responsabilidad a tiempo.

La revista española Emprendedores en 2018, nos da a conocer que los medios de comunicación no es imprescindible contar con nutridos gabinetes de prensa ni con importantes recursos.

Cada vez son más las pequeñas las organizaciones que ven sus nombres impresos gracias a la creatividad de sus responsables, que han diseñado un plan de comunicación a su medida.

A diferencia de las grandes empresas, cuyos planes de comunicación se reflejan en extensos y detallados documentos, las pymes pueden

concretarlos en una serie de acciones y argucias para tratar con los medios informativos.

No es necesario realizar un plan de comunicación tan extenso y detallado como para tener un resultado mucho mejor, solo se necesita que se encuentre bien realizado y directo al punto donde se lo va aplicar.

La revista Argentina Buenos Negocios en 2018, dice que la comunicación interna no es algo en lo quedaban pensar sólo las grandes empresas., sino que es un tema que se debe tratar en general.

Darle la importancia que merece posibilita entre otras cosas, mejorar el clima y la productividad laboral. Y que existen muchas herramientas disponibles para ponerla en práctica.

Cada empresa puede optar por las que se adapten mejor a sus posibilidades u objetivos.

La revista La Voz de Houston nos dice que la comunicación es una de las funciones organizacionales que ayuda a una empresa a mantenerse eficiente y productiva. Una de las formas más importantes de la comunicación organizacional es la comunicación entre departamentos, indica el Instituto para las Relaciones Públicas.

La importancia de la comunicación entre los diferentes departamentos de una organización se hace más evidente cuando la comunicación se rompe. La implementación de políticas para fortalecer la comunicación interdepartamental ayuda a subrayar su importancia y mantener un flujo eficiente de información.

La Real Academia de la Lengua Española (2018), indica que la palabra comunicación proviene del latín communis que significa común. El vocablo común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Esto

indica a nivel etimológico la relación entre "comunicarse" y "estar en comunidad". La comunicación sirve entonces, entre otras funciones, para entender las relaciones entre la sociedad y la evolución comunicativa.

De acuerdo con, la palabra "comunicación" significa la acción y efecto de comunicar o comunicarse y la correspondencia entre dos o más personas.

Antecedentes Referenciales.

Tema : Granica

Autor : Prof. Manuel Tessi

Año : 2012

Es un conferencista, consultor y profesor, y una gran autoridad en el mundo de la comunicación interna indica, si realizamos un recorrido por las distintas metodologías claves para la correcta implantación de un plan de comunicación interna en una compañía.

La diferencia, es la metodología en general de países, mientras el tema en desarrollo va guiado a un solo proceso en especial.

Tema : Las grandes Compañías Latinoamericanas

Autor : Susana Cáceres

Año : 2005

Cuenta en su libro que son conscientes de esta necesidad perentoria, por lo que se plantean nuevas formas de técnicas para favorecer el flujo y la compartición de información y conocimientos dentro de las organizaciones.

La diferencia que tiene el tema de la autora, es la comparación existente entre diferentes técnicas de comunicación, mientras el tema en desarrollo va guiado a un solo proceso en especial.

Tema : Comunicación Interna en la Práctica

Autor : Manuel Tessi

Año : 2012

En su libro nos presenta las distintas metodologías claves para la correcta implantación de un plan de comunicación interna en una compañía.

Las cuales nos ayudaran a mejorar la comunicación interna de las áreas y mejorar las acciones y operaciones que se estén realizando dentro de una organización.

La diferencia del tema del libro y el problema existente en el área de presupuesto en la cual se está enfocan este proyecto es que no se está manejando ninguna metodología para que mejore la comunicación interna de la empresa.

Tema : La Empresa Emergente

Autor : Rafael Echeverría

Año : 2000

Una interesante visión que presenta sobre la situación paradójica a la que enfrentan hoy las empresas a nivel mundial para liderar la construcción del futuro a la vez que su propia transformación.

Para ellos, nos plantea una renovación completa de la forma de ver y entender la jerarquía y el cuadro de mando y por otra, un cambio profundo en la forma en que las empresas se ganan el interés y la confianza del empleado hacia la marca.

La diferencia con mi proyecto es que en cada empleado o filtro el cual tiene una participación dentro del proceso solo vela por su interés mas no trabaja

como un equipo o por el bien de la empresa tal y como lo señala Rafael Echeverría en su libro.

Tema : Micropoderes

Autor : Nuria Vilanova Giralt

Año : 2013

Vivimos en un momento en que la comunicación es la clave en la gestión de cualquier compañía.

Es importante rol que juegan los empleados de cualquier nivel jerárquico, en desarrollo empresarial, aportando las claves racionales y emocionales que ayuda que esto, sea una realidad.

La similitud con mi tema es que de la misma forma que lo dicho en el libro, el plan que he desarrollado tomo como parte fundamental a cada uno de los que intervienen en la realización del presupuesto anual sin tener encuentre el orden jerárquico.

Tema : Comunicación Interna, Pilar de las Estrategias Organizacionales

Autor : Susana Cáceres

Año : 2016

El libro aborda desde una mirada práctica y metódica la necesidad de gestionar la comunicación de forma sistematizada y planificada para que esta sea efectiva y duradera.

Las grandes compañías latinoamericanas son conscientes de esta necesidad perentoria, por lo que se planea nuevas formas de técnicas para favorecer el flujo y la compartición de información y conocimientos dentro de las organizaciones.

La diferencia que existe con el tema es que en el libro se pone en práctica la sistematización y planificación de un buen manejo de la comunicación.

Fundamentación Legal.

Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social

Art. 2.- La presente Ley tiene aplicación obligatoria para todas las personas en el territorio ecuatoriano; las ecuatorianas y los ecuatorianos en el exterior; las instituciones públicas y las privadas que manejen fondos públicos o desarrollen actividades de interés público. Son sujetos de derechos de participación ciudadana todas las personas en el territorio ecuatoriano, las ecuatorianas y los ecuatorianos en el exterior, colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblos afro ecuatoriano y montubio, y demás formas de organización lícita, que puedan promover libremente las personas en el Ecuador o las ecuatorianas o ecuatorianos en el exterior.

Art. 45.- Participación ciudadana en las funciones Ejecutiva, Legislativa, Judicial, Electoral y de Transparencia y Control Social.- Las distintas funciones del Estado establecerán mecanismos para garantizar la transparencia de sus acciones, así como los planes y programas que faciliten la participación activa de la ciudadanía en su gestión. Estas funciones del Estado establecerán una agenda pública de consulta a la ciudadanía, grupos y organizaciones sociales en todos los temas.

El Art. 98, establece que “Los actos de la administración pública están sujetos a los principios de transparencia y publicidad y entreguen información clara, veraz, oportuna.

Constitución de la República del Ecuador, 2008

Art. 11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

1. Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.

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

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

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

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Art. 83 Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley en los numerales:

7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.

Código de Trabajo 2018.

Art. 8.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una

remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 9.- Concepto de trabajador.- La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

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

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.

Art. 47.- De la jornada máxima.- La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

El tiempo máximo de trabajo efectivo en el subsuelo será de seis horas diarias y solamente por concepto de horas suplementarias, extraordinarias o de recuperación, podrá prolongarse por una hora más, con la remuneración y los recargos correspondientes.

Art. 51.- Duración del descanso.- El descanso de que trata el artículo anterior lo gozarán a la vez todos los trabajadores, o por turnos si así lo exigiere la índole de las labores que realicen. Comprenderá un mínimo de cuarenta y ocho horas consecutivas.

Variables de la Investigación.

Variable Independiente: Comunicación interdepartamental.

Robbins (1999).La comunicación interna es un valor muy importante en la organización ya que permite establecer una interacción constante en el equipo.

Cuanto mayor es una empresa, más compleja y necesaria resulta. Esta comunicación es fundamental para fomentar la motivación en los trabajadores. (pág., 85)

Variable Dependiente: Presupuesto anual.

Gestiopolis (2002), es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia.

Definiciones Conceptuales.

- ❖ **Proceso** : Es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ **Informativo** : Que informa. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ **Interdepartamental**: Que afecta a varios departamentos. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ **Elaboración** : Acción y efecto de elaborar. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ **Acción** : Hecho, acto u operación que implica actividad, movimiento o cambio y normalmente un agente que actúa voluntariamente, en oposición a quietud o acción no física. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ **Adiestramiento** : Acción y efecto de adiestrar. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ **Burocracia**: Organización regulada por normas que establecen un orden racional para distribuir y gestionar los asuntos que le son propios. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ **Competitividad** : Rivalidad o competencia intensa para conseguir un fin. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ **Complejo** : Que se compone de elementos diversos. (Real Academia Española, 2018).

- ❖ Contexto
Entorno lingüístico del que depende el sentido de una palabra, frase o fragmento determinados. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Devaluación : Disminución del valor de una moneda o de otra cosa. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Elaboración : Acción y efecto de elaborar. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Explorados : Reconocer, registrar, inquirir o averiguar con diligencia una cosa o un lugar. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Explotación : Conjunto de elementos o instalaciones destinados a sacar provecho de un producto natural. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Filosofía : Conjunto de reflexiones sobre la esencia, las propiedades, las causas y los efectos de las cosas naturales, especialmente sobre el hombre y el universo. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Informativo : Que informa. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Inversión : Acción de invertir el orden, la dirección o la posición de una cosa (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Eficaz : Que tiene eficacia. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Organización : Acción y efecto de organizar u organizarse. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Proceso : Es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica. (Real Academia Española, 2018)

- ❖ Propósito : Determinación firme de hacer algo (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Relatividad : Cualidad de relativo. Academia Española, 2018)
- ❖ Tiempo : Duración de las cosas sujetas a mudanza, secuencia de los sucesos. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Globalizado: La globalización es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global. (Significados.com)
- ❖ Inmobiliarios : Refiere a aquello perteneciente o relativo a las cosas inmuebles. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Implementación:

Poner en funcionamiento o aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Inflación: Incremento excesivo de algo. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Informativo: Que informa. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Inversión: Acción de invertir el orden, la dirección o la posición de una cosa (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Legítima : Es aquella porción de bienes de que el testador (persona que hace el testamento) no puede disponer por haberla reservado. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Meta: Es el fin hacia el que se dirigen las acciones o deseos (Significados. Com)
- ❖ Metodología: Parte de la lógica que estudia los métodos (Real Academia Española, 2018).

- ❖ Objeto : Cosa material inanimada, generalmente de tamaño pequeño o mediano, que puede ser percibida por los sentidos. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Óptimos : Que es extraordinariamente bueno o el mejor, especialmente en lo que se refiere a las condiciones o características de una cosa. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Organización: Acción y efecto de organizar u organizarse. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Perjuicio: Daño moral o material que una persona o una cosa causa en el valor de algo o en la salud o el bienestar de alguien. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Proceso: Es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Primordial: Que es muy importante o fundamental
- ❖ Propósito: Determinación firme de hacer algo (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Proyección: Acción de proyectar. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Reconocimiento: Acción de reconocer o reconocerse. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Relatividad: Cualidad de relativo. Academia Española, 2018)
- ❖ Seguimiento: Acción de seguir algo o a alguien. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Social : De la sociedad humana o que tiene relación con ella. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Solvencia: Es la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones y generar fondos para atender en las condiciones preestablecidas los compromisos sellados con terceros. (Real Academia Española, 2018)

- ❖ Supervisión: Vigilancia o dirección de la realización de una actividad determinada por parte de una persona con autoridad o capacidad para ello. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Tiempo: Duración de las cosas sujetas a mudanza, secuencia de los sucesos. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Vivienda: Edificio, mobiliario, régimen de vida. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Globalizado: La globalización es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global. (Significados.com)
- ❖ Inmobiliarios : Refiere a aquello perteneciente o relativo a las cosas inmuebles. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Implementación:
Poner en funcionamiento o aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Inflación: Incremento excesivo de algo. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Informativo: Que informa. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Inversión: Acción de invertir el orden, la dirección o la posición de una cosa (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Legítima : Es aquella porción de bienes de que el testador (persona que hace el testamento) no puede disponer por haberla reservado. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Meta: Es el fin hacia el que se dirigen las acciones o deseos (Significados. Com)
- ❖ Metodología: Parte de la lógica que estudia los métodos (Real Academia Española, 2018).

- ❖ Objeto : Cosa material inanimada, generalmente de tamaño pequeño o mediano, que puede ser percibida por los sentidos. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Óptimos : Que es extraordinariamente bueno o el mejor, especialmente en lo que se refiere a las condiciones o características de una cosa. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Organización: Acción y efecto de organizar u organizarse. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Perjuicio: Daño moral o material que una persona o una cosa causa en el valor de algo o en la salud o el bienestar de alguien. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Proceso: Es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Primordial: Que es muy importante o fundamental
- ❖ Propósito: Determinación firme de hacer algo (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Proyección: Acción de proyectar. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Reconocimiento: Acción de reconocer o reconocerse. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Relatividad: Cualidad de relativo. Academia Española, 2018)
- ❖ Seguimiento: Acción de seguir algo o a alguien. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Social : De la sociedad humana o que tiene relación con ella. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Solvencia: Es la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones y generar fondos para atender en las condiciones preestablecidas los compromisos sellados con terceros. (Real Academia Española, 2018)

- ❖ Supervisión: Vigilancia o dirección de la realización de una actividad determinada por parte de una persona con autoridad o capacidad para ello. (Real Academia Española, 2018)
- ❖ Tiempo: Duración de las cosas sujetas a mudanza, secuencia de los sucesos. (Real Academia Española, 2018).
- ❖ Vivienda: Edificio, mobiliario, régimen de vida. (Real Academia Española, 2018)

CAPITULO III METODOLOGÍA

Datos de la Empresa.

Nombre de la Empresa: Corporación Nacional Eléctrica

Nombre de Comercial: CNEL-EP

Fecha de Constitución: 11 de Octubre del 2013

Registro Único de Contribuyente: 0910437136

Objeto Social: Energía

CNEL-EP Garzota queda ubicado en la Garzota

Visión.

Hasta el año 2021 ser la empresa referente en América Latina en creación y puesta en marcha de negocios y servicios de distribución energética con una visión integral del ser humano, la sociedad y la eficiencia empresarial.

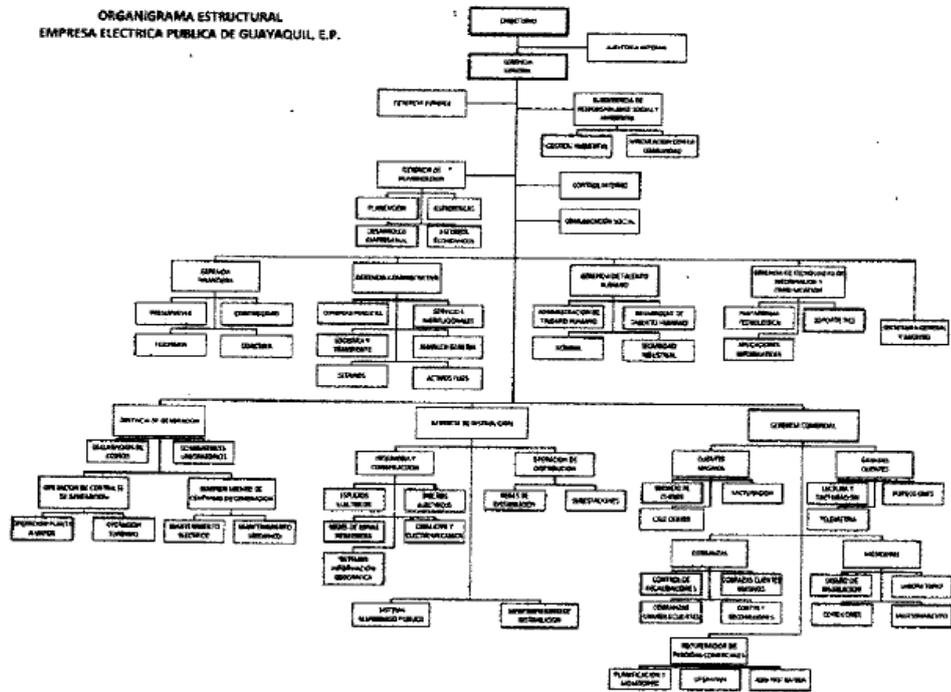
Misión.

Planificar, ejecutar y controlar de manera integral la compra y distribución y comercialización de energía , así como gestionar la expansión de la cobertura de servicios en un marco de sustentabilidad económica y financiera considerando aspectos técnicos, valor social y cuidado del medio ambiente.

Logo de la Empresa



Organigrama



Anexo 3.

Descripción de actividades de los colaboradores:

Gerencia de Talento Humano: Coordina, agilita y apoyo para toda el área.

Administración de Talento Humano: Buscan el bienestar general de los empleados.

Desarrollo de Talento Humano: Recopilan la información de talentos nuevos que ingresan.

Nomina: Realizan el pago de nómina de empleados en general.

Diseño de Investigación.

Sabino (2000), su objeto es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerla.

Kerlinger (2002), sostiene que generalmente se llama diseño de investigación al plan y a la estructura de un estudio.

Es el plan y estructura de una investigación concebidas para obtener respuestas a las preguntas de un estudio.

Según Tamayo (2004), la investigación es la evolución, mediante la aplicación del método científico, procura adquirir información veraz y legítima, para entender, comprobar, reformar y aplicar el conocimiento.

Actividad que mediante la aplicación del método científico se obtiene información convincente.

El diseño de investigación señala la forma de conceptualizar un problema de investigación y la manera de colocarlo dentro de una estructura que sea guía para la experimentación (en el caso de los diseños experimentales) y de recopilación y análisis de datos.

Investigación de Campo: Se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección (como entrevistas o encuestas). Hernández (2014).p.170.

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables.

Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. Santa Paella y Feliberto Martins (2010), pag.88

Investigación Cuantitativa: Se basa sus resultados en datos medibles, en este sentido, la investigación cuantitativa extrae sus datos mediante la observación y medición, y emplea herramientas para analizar, resultados. Hernández (2014).p.170.

La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medicación numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas.

Este enfoque se comúnmente se asocia con prácticas y normas de las ciencias naturales y del positivismo. Hernández, Fernández y Baptista (2014).p. 4.

Tipos de Investigación-

Determina los procedimientos a seguir, técnicas y métodos que se emplean en la investigación, interviniendo en instrumentos, y la forma de cómo se estudia los datos obtenidos.

Tabla 2.

Prototipos.

Explorativo	Explicativo	Descriptivo	Correlacional
Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad.(Hernandez.R,2014,pag.632pag)	Es aquella que tiene relación casual; no solo persigue describir o acercarse a un problema, sino que trata de encontrar las causas. .(Hernandez.R,2014,pag.632pag)	Describe situaciones y eventos, esto es decir como es y se manifiesta determinado fenómeno. .(Hernandez.R,2014,pag.632pag)	Tiene como finalidad determinar el grado de relación o asociación no casual existente entre una o más variables. .(Hernandez.R,2014,pag.632pag)

Nota: Autora: Romero. I (2018)

Se considera que el presente proyecto debe tener un alcance explorativo y explicativo.

❖ Explorativo.

Presenta una visión general del problema en la entrega de viviendas y mostrara de manera más real las falencias existentes en el proceso.

❖ Explicativo.

Al encontrar y tener una visión general del problemas esta técnica ayuda a complementar la anterior buscando sus causas.

Población y Muestra.

- ❖ Población : Hace relación al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar. Hernández (2014).p.170.

- ❖ Según Tamayo (2012) "Señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación".

Interpretación.

Para nuestro proyecto tomaremos como población al personal que se encuentra involucrado en la realización del presupuesto anual de CNEL EP.

- ❖ Población Finita: Es aquella que indica que es posible alcanzarse o sobrepasarse al contar. Hernández (2014).p.170.

Es aquella cuyo elemento en su totalidad son identificables por el investigador. Arias,(2006).p.170.

- ❖ Población Infinita: Es aquella que se incluye un gran conjunto de medidas y observaciones que no se pueden medir. Hernández (2014).p.170.

Es aquella que cuyos elementos es imposible tener un registro identificable. Arias,(2006).p.81

Interpretación.

Tanto la población finita como la infinita nos ayudaran a tomar una muestra la cual podamos trabajar para realizar el proyecto, de esta forma saber dónde están las falencias en la comunicación interdepartamental ya sea escogiendo a un pequeño grupo de empleados o un conjunto de ellos.

Tabla 3.

Universo.

Población	Cantidad
Líder	1
Especialista	2
Profesional	25
Total	28

Nota: Autora: Romero. I (2018)

Muestra.

Se entiende por muestra al subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. Es decir, representa una parte de la población objeto de estudio. De allí es importante asegurarse que los elementos de la muestra sean lo suficientemente representativos de la población que permita hacer generalizaciones. Castro (2005), p.83.

La muestra se clasifica en probabilística y no probabilística. La probabilística, son aquellas donde los miembros de la población tienen la misma opción de conformarla a su vez pueden ser: muestra estratificada o por conglomerado o áreas. La no probabilística, la elección de los miembros para el estudio dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidades de conformarla. La forma de obtener este tipo de muestra es: muestra intencional u opinática y muestra accidentada o sin forma. Castro (2003), p.83.

Por otro lado, indica que la mayoría de autores coinciden que se puede tomar un aproximado del 30% de la población y se tendría una muestra con un nivel elevado de representatividad. Ramírez (1999), p.91.

Es un subgrupo de la población o universo. Hernández (2014) p.170.

Tipos de muestra.

Muestras probabilísticas.

Hernández (2014). La elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación. (p.17).

García, Ramos, & Ruíz (2008), el muestreo probabilístico o aleatorio puede calcularse de antemano mediante un experimento aleatorio, así mismo se entiende que este tipo de muestreo posee las ventajas de ser precisos, y sus conclusiones tiene una terminología científica, pero a pesar de eso este tipo de muestreo son más caros que los no probabilísticos. (p.109).

No se realiza la muestra porque el universo es mínimo.

Técnicas.

Tabla 4.

Procedimiento.

Técnicas	Instrumentos
La entrevista.	Formulario
La encuesta.	Cuestionario

Nota: Autora: Romero. I (2018)

La entrevista.

Kahm y Cannel(1957) utilizan el termino de entrevista para referirse a un patrón especializado de interacción verbal, iniciada con un propósito

específico y enfocado en áreas de contenido determinadas, lo que implica la eliminación de contenido ajeno a tales áreas .

Ringham y Moore (1957) define la entrevista como una conversación seria, que tiene un fin determinado.

Symonds, (1931) sostiene que la entrevista es un método para reunir datos durante una consulta privada o reunión; en la que una persona se dirige al entrevistador y ofrece cierto tipo de información.

Consiste en la comunicación verbal entre el entrevistador y entrevistado con el fin de obtener datos. Debe ser previamente diseñada en función al tema de estudio.

Diálogo entre dos o más personas, sobre algún hecho ocurrido, donde el entrevistado da su versión de los hechos según las preguntas formuladas por el entrevistador. Váida, J. (2003).p34.

La encuesta.

La encuesta es una técnica de investigación que se efectúa mediante la elaboración de cuestionarios y entrevistas de manera verbal o escrita que se hace a una población.

Preguntas estructuradas para obtener información sobre algún tema o situación determinada, con el fin de conocer el resultado de la situación actual a quien se está aplicando. Váida, J. (2003).p.41.

Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica. Naresh K. Malhotra, (2004).p.115.

Procedimiento de la Investigación

Para este proyecto se empleará la técnica de la encuesta y la técnica de la entrevista para recolectar la mayor cantidad de información y de esta forma saber las falencias existentes en la comunicación interdepartamental.

Encuesta a los trabajadores

Elaborada con diez preguntas, se aceptará contestaciones cerradas de elección múltiple, pero dirigidas a la investigación, el contenido y el orden corresponden a las circunstancias y propiedades de los individuos de la empresa.

Entrevista al Líder.

Formulada con cinco preguntas, con opción a ser respondidas de manera abierta, es decir que el Líder tendrá la opción de manifestar su opinión verbal libremente.

Tomaremos como referencia a cinco Líderes los cuales se encuentran al mando del personal a cargo de realizar el presupuesto anual, la realizaremos en sus distintas áreas de trabajo para poder ver las falencias existentes desde el inicio hasta el final del presupuesto anual.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas e instrumentos-Encuesta

1. ¿Usted cree que el Líder se preocupa por conocer las necesidades e intereses de la entrega de presupuesto anual?

Tabla 5.

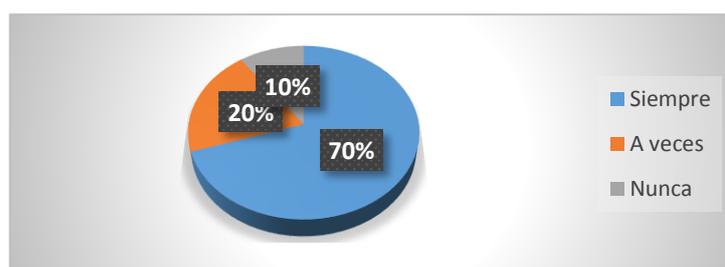
Necesidades e interés.

Alternativa	Cálculo	Porcentaje
Siempre	7	70%
A veces	2	20%
Nunca	1	10%
Total	10	100%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 2.

Necesidades e intereses



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

Se puede observar por parte del líder existe un porcentaje variado en prestar interés en la entrega del presupuesto anual, teniendo en cuenta que siempre lleva la mayoría con el 70%.

2. ¿Existe algún incentivos y/o reconocimientos por el trabajo bien realizado? (bonos e incentivos)

Tabla 6.

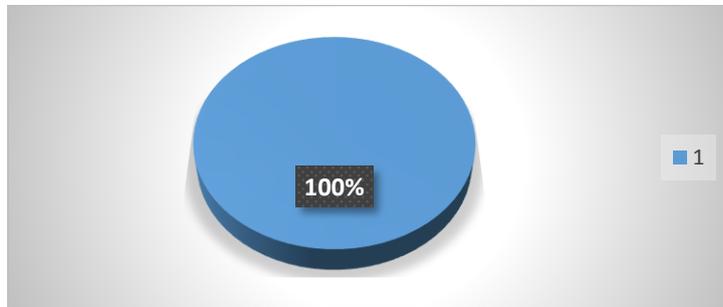
Incentivos.

Alternativa	Cálculo	Porcentaje
Siempre	0	0%
A veces	0	0%
Nunca	10	100%
Total	10	100%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 3.

Incentivos.



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

Se observa que no existe ningún bono o compensación por el buen trabajo realizado.

3. ¿En la empresa existen oportunidades de crecimiento?

Tabla 7.

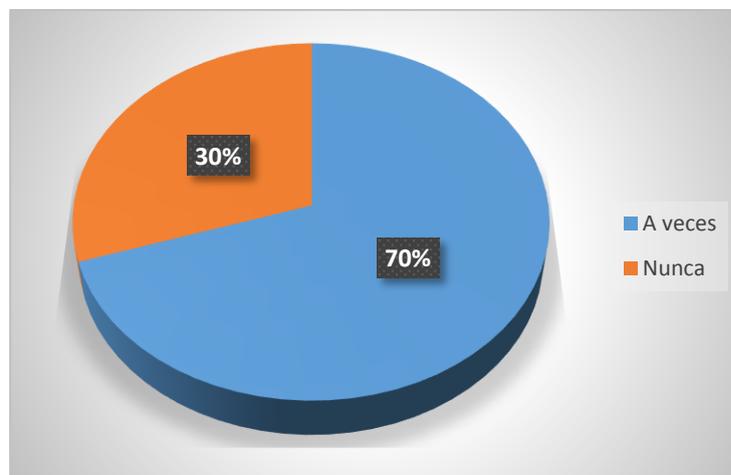
Crecimiento

Opciones	Cantidad	Porcentaje
A veces	7	70%
Siempre	0	0%
Muchas veces	0	0%
Nunca	3	30%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 4.

Crecimiento



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados expuestos en porcentajes podemos ver que existe una baja oportunidad de crecimiento para sus empleados.

4. ¿Existe buena comunicación de parte del Líder con sus empleados?

Tabla 8.

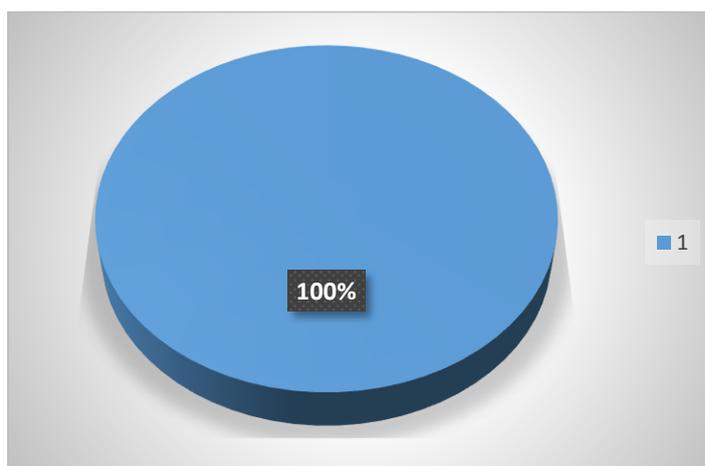
Comunicación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
A veces	0	0%
Siempre	10	100%
Nunca	0	0%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 5.

Comunicación



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

Es notable que existe una buena relación entre el Líder y empleados.

5. ¿El personal mantiene una buena relación laboral entre departamentos?

Tabla 9.

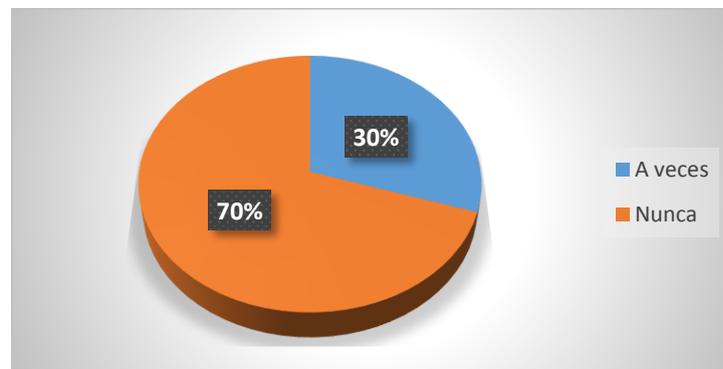
Relación interdepartamental

Opciones	Cantidad	Porcentaje
A veces	3	30%
Siempre	0	0%
Muchas veces	0	0%
Nunca	7	70%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 6.

Relación interdepartamental



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se observa que existe una dificultosa comunicación interdepartamental, tener en cuenta que existe un porcentaje muy bajo de comunicación.

6. ¿La remuneración salarial que recibe mensualmente es acorde a las actividades que realizan?

Tabla 10.

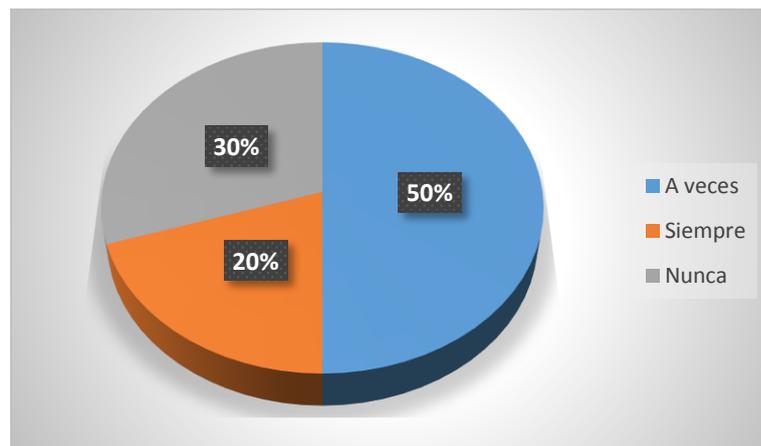
Remuneración Salarial

Opciones	Cantidad	Porcentaje
A veces	5	50%
Siempre	2	20%
Nunca	3	30%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 7.

Remuneración Salarial



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados expuestos se muestra que los empleados se encuentran satisfechos en un 50% con la remuneración que perciben por parte de la empresa

Tener en cuenta que el 20 y 30 % no se encuentran en su totalidad satisfechos.

7. ¿Cuenta con la tecnología necesaria para lograr un buen desempeño en su actividad?

Tabla 11.

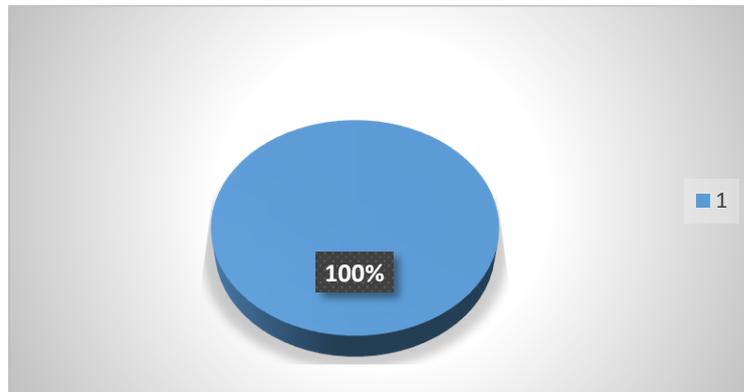
Tecnología.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
A veces	0	0%
Siempre	10	100%
Muchas veces	0	0%
Nunca	0	0%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 8.

Tecnología.



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

El porcentaje obtenido es satisfactorio ya que la empresa cuenta con la tecnología necesaria a sus empleados, para la ejecución de cada actividad que se realice en la elaboración del presupuesto anual.

8. ¿Cree usted que en el momento de la elaboración del presupuesto anual, se debe tomar horas no laborables?

Tabla 12.

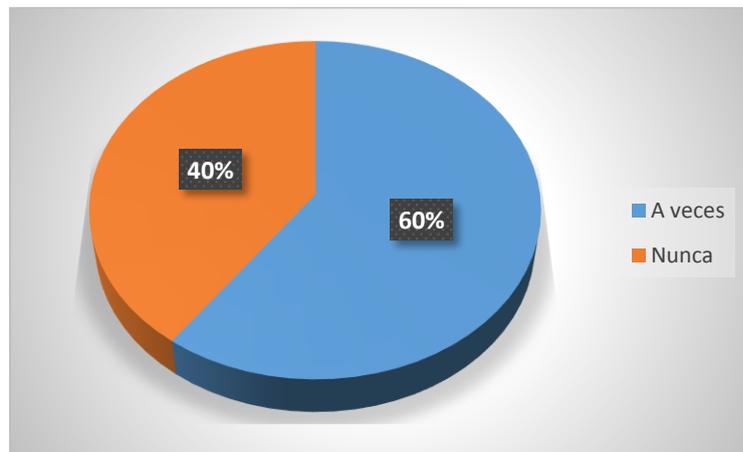
Tiempo laboral

Opciones	Cantidad	Porcentaje
A veces	6	60%
Siempre	0	0%
Muchas veces	0	0%
Nunca	4	40%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 9.

Tiempo laboral



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

Según los datos arrojados, la mayoría de empleados no se encuentran a favor de que se tomen horas fuera del horario normal de trabajo.

9. ¿Piensa usted que recibir de alguna manera motivación por parte de la empresa mejore el ambiente laboral?

Tabla 13.

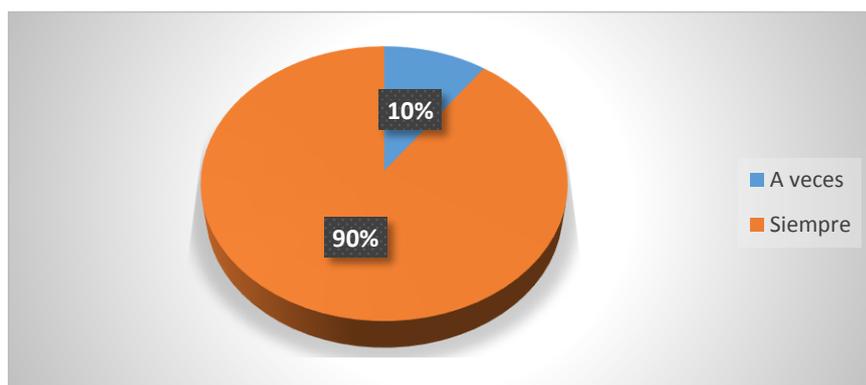
Motivación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
A veces	1	10%
Siempre	9	90%
Muchas veces	0	0%
Nunca	0	0%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 10.

Motivación



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

El 90% de los colaboradores están totalmente de acuerdo que la motivación es de gran importancia en la empresa, por lo tanto se requiere implementar motivación, logrando llevar a la empresa hacia el éxito.

Hay que tener en cuenta también al otro 10%, de empleados debe de tener el compromiso para realizar cada actividad encomendada.

10. ¿De acuerdo a su opinión cree usted que realiza sus actividades de manera positiva?

Tabla 14.

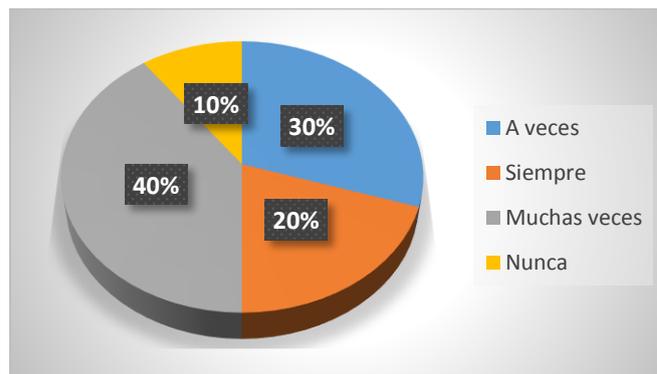
Actitud positiva

Opciones	Cantidad	Porcentaje
A veces	3	30%
Siempre	2	20%
Muchas veces	4	40%
Nunca	1	10%

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Gráfico 11.

Actitud positiva



Fuente : Datos de la Investigación

Nota: Autora: Romero, I (2018)

Análisis e interpretación

Los resultados muestran de manera dividida en porcentajes con muy poca diferencia, lo que da a entender que los trabajadores no están trabajando de manera motivada...

Con los resultados obtenidos por la encuesta el personal de la CNEP EP, no está totalmente satisfecho, ya que no existe motivación alguna por el trabajo realizado.

Entrevista al Líder del departamento.

Objetivo: Conocer las opiniones que tienen los empleados hacia las falencias que existe de la falta de comunicación interdepartamental.

El Líder manifiesta que existe una mala comunicación entre las diferentes áreas que se encuentran conectadas para la realización del presupuesto anual, debido a esto se genera el inconveniente en el tiempo de entrega del presupuesto.

Análisis e interpretación

De acuerdo a lo expresado en la entrevista; existe un problema de comunicación interna entre departamento y a esto le sumamos la falta de motivación por parte de CNEL EP hacia sus empleados lo cual genera un malestar y no entregan el 100% de su trabajo generando un atraso en la entrega del presupuesto anual

Entrevista realizada al Líder de la Unidad de Negocio de Guayaquil.

De acuerdo a la entrevista realizada al líder de Talento Humano indica que se encuentra consciente del problema que existe en la comunicación interdepartamental, que se ha establecido varias estrategias pero no ha tenido buenos resultados.

Los empleados expresan que existe una baja comunicación entre las diferentes áreas que se conectan entre sí, debido a esto se genera el inconveniente en los tiempos de entrega de la información requerida por los entes externos.

Análisis e interpretación

De acuerdo a lo expresado en la entrevista, es la poca comunicación existente entre departamento y a esto le sumamos la falta de motivación por parte de la empresa hacia sus empleados lo que ocasiona problemas al momento de realizar el presupuesto anual de CNEL EP.

Plan de Mejoras

David Sánchez Paunero, (2019) “La planificación de la comunicación interna consiste en implementar, según la estrategia una serie de variables de comunicación como elementos comunes que intervienen en todo proceso comunicacional a través de un conjunto de programas coherentes e integrados” (p. 1)

Kabboul, F. (1994), el plan de mejora continua como una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas de los países en vías de desarrollo, cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado.

Abell, D. (1994), el mejoramiento continuo es simplemente una extensión histórica de uno de los principios de la gerencia científica, establecida por Frederick Taylor, quien asevera que todo método de trabajo es susceptible de ser mejorado

La gestión de la comunicación interna debe de conseguir la credibilidad del discurso interno, favoreciendo que los mensajes lleguen a través de las acciones de la comunicación interdepartamental para que estos puedan comprender que si existe comunicación se tendrá una mejora entrega del presupuesto anual de la CNEL EP.

Componentes del Plan de Mejora

1. **Seguimiento y Medición**
2. **Acciones concretas:** Debe de existir una buena comunicación para lograr las metas propuestas, para ello se debe tener entendido el cómo, el por qué y el para qué ejecutaremos estas acciones.

3. **Recursos:** se incluyen recursos humanos, físicos, financieros y tecnológicos que serán imprescindibles en la ejecución de la comunicación.
4. **Responsables:** serán las personas involucradas a realizar y poner en marcha la comunicación y se detallan cada una de sus funciones.

Objetivo del Plan de Mejora:

Mejorar los procesos de comunicación interdepartamentales para la elaboración del presupuesto anual de CNEL, EP en la ciudad de Guayaquil

Condiciones previas:

- ❖ Establecer un conjunto de programas coherentes que incluyan cada uno de los circuitos de comunicación transversal, haciendo la comunicación más ágil y adecuada a las necesidades de la organización.
- ❖ Evaluar la cultura de la organización. No se trata de una acción puntual sino de mejorar la gestión y la imagen interna y externa del servicio.
- ❖ Formular e interpretar una estrategia de comunicación de acuerdo con la realidad del día a día que, muchas veces, en las organizaciones debe de adaptarse a los cambios constantes impuesto por el entorno externo.

Contribuir con el liderazgo democrático

Impartir el escucha y el diálogo con los empleados, formando un ambiente de confianza entre el Líder y los colaboradores, para que así logren cumplir con los tiempos establecidos en la entrega de información para el presupuesto anual.

PLAN DE CAPACITACIÓN EN COMUNICACIÓN

TEMAS	OBJETIVOS	CONTENIDO	LUGAR Y FECHA	RECURSOS	RESPONSABLE
1. ¿Qué es la comunicación?	Comprender la importancia de una buena comunicación como base para una adecuada relación	Naturaleza general de la comunicación Definición de la comunicación	Sala de reuniones Noviembre 2018 10 horas	Guía de Trabajo Proyector Pantalla Refrigerio	Facilitador
2. Esquema de la comunicación interdepartamental	Conocer la importancia que tiene la comunicación no verbal y verbal	Que se considera comunicación no verbal y en que afecta en los procesos	Sala de reuniones Diciembre 2018 10 horas	Guía de Trabajo Proyector Pantalla Refrigerio	Facilitador
3. Comunicación Descendente	Identificar la comunicación descendente y su proceso	Funciones e incrementa ha sentido solidario con las demás áreas.	Sala de reuniones Enero 2018 10 horas	Guía de Trabajo Proyector Pantalla Refrigerio	Facilitador

TIEMPO ACTIVIDADES	2018 - 2019												
	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
¿ Qué es la comunicación ?	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Esquema de la comunicación interdepartamental					*	*	*	*					
Comunicación Descendente									*	*	*	*	

Recursos Económicos

Ingresos		Egresos	
Gerencia	\$4000	Pago de conferencista	\$ 2100
		Proyector (alquiler)	\$ 250
		Internet (contrata)	\$ 60
		Materiales	\$250
		Movilización y refrigerio	\$560
Total	\$4000	Total	\$3220

La Gerencia invierte \$ 4.000, para la capacitación que se realizara para el personal involucrado en la realización del presupuesto anual.

Realizada la tabla de ingresos y egresos, tenemos un capital de \$4.000 con un gasto total de \$3.220, el saldo a favor de \$780 serán utilizados para próximas capacitaciones.

Conclusiones

Según las investigaciones realizadas a la Compañía CENEL EP, se considera las siguientes conclusiones:

- ❖ Se fundamentara las variables de la comunicación y el presupuesto.
- ❖ Se utilizara la metodología apropiada.
- ❖ Diseñar el plan de comunicación de la empresa.
- ❖ No existe una buena comunicación interdepartamental
- ❖ Los altos mandos se encuentran exentos de la presión ejercida hacia los empleados encargados del presupuesto
- ❖ La comunicación en la empresa es muy escasa, existe un mal ambiente laboral y un trabajo insatisfactorio.
- ❖ Los trabajadores, se sienten desmotivados y no trabajan con actitud positiva.
- ❖ A pesar de que existe liderazgo en la empresa, se presenta ausencia por parte del Líder.

Recomendaciones

- ❖ Involucrar a todo el personal en las decisiones, de la empresa a través de dinámicas participativas.
- ❖ Debe existir incentivos económicos para aumentar la motivación laboral.
- ❖ Crear una mejor y clara comunicación entre departamentos
- ❖ Salario justo a cada empleado, se sentirán motivados y con deseos de trabajar.
- ❖ Después de diseñado el plan de comunicación dar el respectivo seguimiento para detectar nuevas falencias.
- ❖ Evaluar la comunicación por departamentos.
- ❖ De acuerdo a las actividades realizadas dar el debido reconocimiento al personal involucrado.
- ❖ Repartir de manera equitativa las labores a los empleados.

Bibliografía.

Arellano, E. (1998). La Estrategia de Comunicación como un Principio de Integración/Interacción, dentro de las Organizaciones. [Electronic Version].

Asín, A. (2008). Diagnóstico de Comunicación Interna en la Empresa Palacio de Convenciones de La Habana. Unpublished Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana, La Habana.

Bacal, R. (s.f). Internal Communication Strategies-The Neglected Strategic Element-. [Electronic Version]. Retrieved 25 de noviembre de 2008 from http://www.wikipedia.org/wiki/Internal_communications.

Benedit, B. (2008). Gestión de comunicación promocional hacia clientes en restaurantes del Palacio de Convenciones. Unpublished Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana, La Habana.

Bordería, E., Laguna, A. y Martínez, F. (1998). Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias. Madrid: Editorial Síntesis. Briggs, A.

Burke, P. (2002). De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación. Madrid: Taurus.

Cevallos, I. (2012) Metodología de la Investigación, Editorial Don Bosco. Ambato, Ecuador.

Chiavenato. (2007) Administración de Recursos Humanos, Editorial McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES. México DF, México.

Collao, F. (2005) La comunicación de las Organizaciones, Editorial Trilla. España.

Cardoso, H. (2002). Diseño de estrategias de comunicación. Consultado el 20 de octubre de 2008 from [http://Dante/Bibliografía/Psicología/Pregrado/Comunicación Social/](http://Dante/Bibliografía/Psicología/Pregrado/Comunicación_Social/)

Comunicación Organizacional/Estrategias/Diseño de estrategias de comunicación.

Cortina, L. (2008). Diagnóstico de Comunicación Interna en el Nivel Central de la Compañía Cubana de Aviación S. A y propuesta del Plan de Comunicación Interna para el período julio 2008 / julio 2009. Unpublished Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana, La Habana.

Costa, J. (1999). La Comunicación en acción. Barcelona: Paidós.

Ferdinand. P Drucker, (1954), The Practice Of Management, Editorial Sudamericana. México DF, México.

Fidias Arias. (2006). Introducción a la metodología científica (Quinta ed.). Caracas: Epísteme.

Fernández, C. (1997). La comunicación en las organizaciones. México: Trillas.

Gestiopolis. (2005) Revista de Gestión Política, Bogotá – Colombia.

Goldhaber, G. M. (1974). Comunicación Organizacional. México: Logos.

H. James Harrington, Mejoramiento de los procesos de la empresa, Bogotá, McGraw-Hill, 1992, 309 Págs.

Hernández. (2014) Metodología de la Investigación, McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES. México DF, México.5ta Edición.

I. Iñaki (2019) Modelo EFQM, Fundación de Navarra Navarra, España.1ra Edición.

Marín, A. L. (1997). La comunicación en las empresas y en las organizaciones. Barcelona: Casa Editorial Bosch.

Martinez, A. (2008). Marketing y Comunicación, Editorial Trillas. España

Muriel, M. L., Rota, G. (1980). Comunicación Institucional: Enfoque de las Relaciones Humanas. Quito: Editora Andina.

Pérez, D. (2007). Estrategia de Comunicación en la Dirección de Televisión Universitaria de la Universidad de las Ciencias Informáticas. Unpublished Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana, La Habana.

Piedra, M., Saladrigas, H., [et...al]. (2002). Manual de Relaciones Públicas. La Habana: Félix Varela.

Santos, M. (2005). Diagnóstico de Comunicación Organizacional en el Centro de Formación Nacional de ETECSA. Unpublished Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana, La Habana.

Tacoronte, A., Contreras, H. (s.f). Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional: caso Banco de Ciudad de la Juventud (Venezuela) / Grupo Santander. [Electronic Version]. Retrieved 14 de octubre de 2008

Trelles, I. (2001). Comunicación Organizacional: Selección de lecturas. La Habana: Félix Varela.

Trelles, I. (2001). Comunicación y cultura, entramados de interrelaciones. Espacio: Revista de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas (5), 38-40.

Trelles, I. (2002). Bases Teórico- Metodologías para una propuesta de Modelo de Gestión de Comunicación en las Organizaciones. Unpublished Tesis de Doctorado, Universidad de La Habana, La Habana.

Trelles, I. (2003). Comunicación organizacional ¿ciencia, disciplina o herramienta? Espacio: Revista de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas, (9), 25-27.

Trelles, I. (2005). Gestión de la Comunicación Institucional: reflexiones en torno a un concepto y una praxis. Espacio: Revista de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas, (10), 29-31.

Váida, J. (2003) Técnica y Metodología de investigación Administrativa aplicados a la gerencia de empresas, Editorial Estigma Editores. La Paz-Bolivia. 1a Edición.34-41

Williams, R. (1992).Historia de la comunicación.

Linkografía.

<https://www.monografias.com>.

<http://www.rae>.

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/15950>

<https://upcommons.upc.edu>

<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis334.pdf>

<https://pyme.lavoztx.com/la-importancia-de-la-comunicacin-entre-los-diferentes-departamentos-de-una-organizacin-12577.html>

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/supesp/estrategia.htm>

ANEXOS

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Guayaquil, 15 de Noviembre de 2018

Señores

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano

Tecnología en Administración de empresas

Ciudad

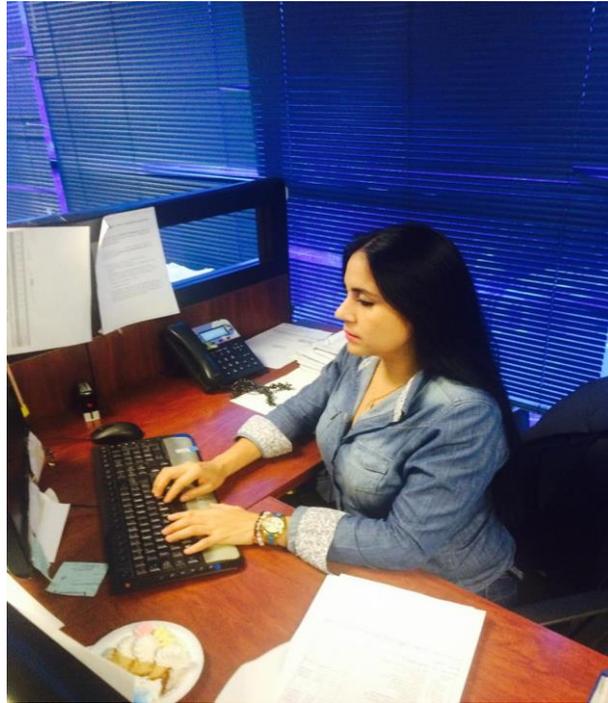
Yo Gisella del Rocío Gil Ávila identificado con CC de 0910437136, en mi calidad de Líder del área de Talento Humano de CENEL EP, autorizo a Ivonne Romero Romero, a utilizar información confidencial de la empresa para el proyecto: de comunicación interdepartamental, en la mejora de la elaboración previa presupuesto anual.

Como condiciones contractuales, el estudiante se obliga a (1) no divulgar ni usar para fines personales la información (documentos, expedientes, artículos, y demás materiales) que, con objeto de la relación de trabajo, le fue suministrada; (2) no proporcionar a terceras personas, verbalmente o por escrito, directa o indirectamente, información alguna de las actividades y/o procesos de cualquier clase que fuesen observadas en la empresa durante la duración del proyecto y (3) no utilizar completa o parcialmente ninguno de los productos (documentos, metodología, procesos y demás) relacionados con el proyecto. El estudiante asume que toda información y el resultado del proyecto serán de uso exclusivamente académico.

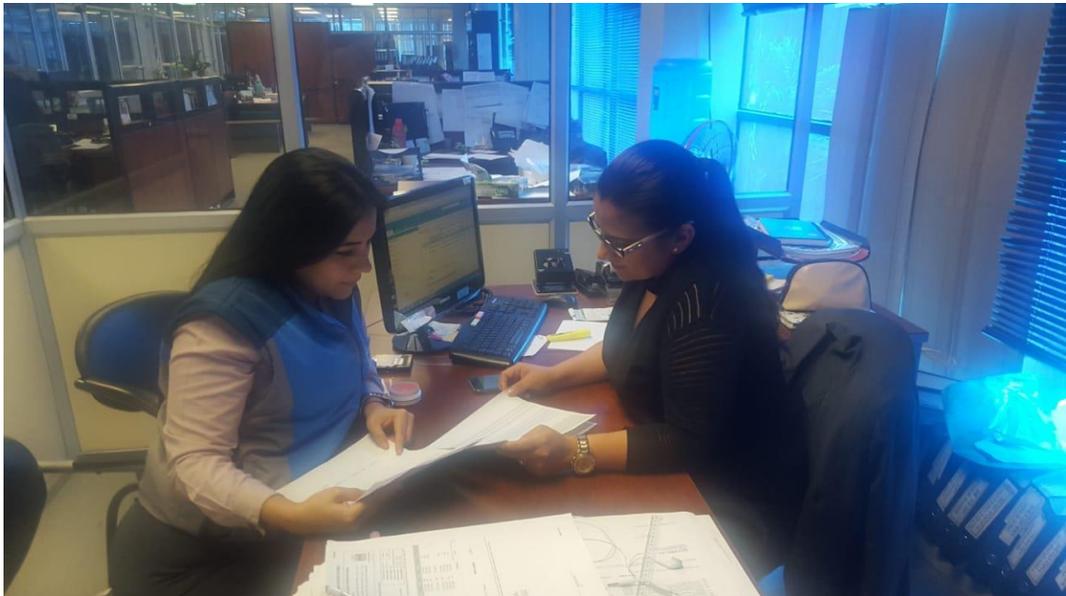
En caso de que alguna(s) de las condiciones anteriores sea(n) infringida(s), el estudiante queda sujeto a la responsabilidad civil por daños y perjuicios que cause a Nube, así como a las sanciones de carácter penal o legal a que se hiciere acreedor.

Atentamente,

Fotos



Área de presupuesto



Entrevista con la Lider de Área



Capacitación sobre la Comunicación Interna



Área Financiera



Revisión del Presupuesto

Cuenta Presupuestaria de Gastos por Activos

ACTIVO	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR REALIZADO	VALOR POR PAGAR
100	1000000	ACTIVO FIJO	1	1000000	1000000	1000000	0
101	1010000	ACTIVO FIJO MATERIAL	1	1010000	1010000	1010000	0
102	1020000	ACTIVO FIJO INMATERIAL	1	1020000	1020000	1020000	0
103	1030000	ACTIVO FIJO FINANCIERO	1	1030000	1030000	1030000	0
104	1040000	ACTIVO FIJO DE CAPITAL	1	1040000	1040000	1040000	0
105	1050000	ACTIVO FIJO DE INVERSIÓN	1	1050000	1050000	1050000	0
106	1060000	ACTIVO FIJO DE OPERACIÓN	1	1060000	1060000	1060000	0
107	1070000	ACTIVO FIJO DE MANTENIMIENTO	1	1070000	1070000	1070000	0
108	1080000	ACTIVO FIJO DE REPARACIÓN	1	1080000	1080000	1080000	0
109	1090000	ACTIVO FIJO DE OTRAS ACTIVIDADES	1	1090000	1090000	1090000	0
110	1100000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1100000	1100000	1100000	0
111	1110000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1110000	1110000	1110000	0
112	1120000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1120000	1120000	1120000	0
113	1130000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1130000	1130000	1130000	0
114	1140000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1140000	1140000	1140000	0
115	1150000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1150000	1150000	1150000	0
116	1160000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1160000	1160000	1160000	0
117	1170000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1170000	1170000	1170000	0
118	1180000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1180000	1180000	1180000	0
119	1190000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1190000	1190000	1190000	0
120	1200000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1200000	1200000	1200000	0
121	1210000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1210000	1210000	1210000	0
122	1220000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1220000	1220000	1220000	0
123	1230000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1230000	1230000	1230000	0
124	1240000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1240000	1240000	1240000	0
125	1250000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1250000	1250000	1250000	0
126	1260000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1260000	1260000	1260000	0
127	1270000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1270000	1270000	1270000	0
128	1280000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1280000	1280000	1280000	0
129	1290000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1290000	1290000	1290000	0
130	1300000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1300000	1300000	1300000	0
131	1310000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1310000	1310000	1310000	0
132	1320000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1320000	1320000	1320000	0
133	1330000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1330000	1330000	1330000	0
134	1340000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1340000	1340000	1340000	0
135	1350000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1350000	1350000	1350000	0
136	1360000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1360000	1360000	1360000	0
137	1370000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1370000	1370000	1370000	0
138	1380000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1380000	1380000	1380000	0
139	1390000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1390000	1390000	1390000	0
140	1400000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1400000	1400000	1400000	0
141	1410000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1410000	1410000	1410000	0
142	1420000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1420000	1420000	1420000	0
143	1430000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1430000	1430000	1430000	0
144	1440000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1440000	1440000	1440000	0
145	1450000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1450000	1450000	1450000	0
146	1460000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1460000	1460000	1460000	0
147	1470000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1470000	1470000	1470000	0
148	1480000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1480000	1480000	1480000	0
149	1490000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1490000	1490000	1490000	0
150	1500000	ACTIVO FIJO DE OTROS	1	1500000	1500000	1500000	0

Presupuesto Anual

Datos Generales.

1. Sexo: Femenino () Masculino ()

2. Edad: _____

3. Área dentro de la empresa: _____

Instrucciones.

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con esferográfico negro o azul con la letra (X) sólo una de las alternativas que usted considere, refleja mejor su situación dentro la empresa, sin opción a dejar una pregunta en blanco.

Encontrará una escala que significa A veces = (AV), siempre = S, Muchas Veces (MV), Nunca (N)

No existen respuestas correctas o incorrectas.

CUESTIONARIO

Escala:	AV	S	MV	N
A veces(AV), Siempre (S), Muchas veces (MV), Nunca (N)				
1. ¿Usted cree que el Líder se preocupe por conocer las necesidades e intereses de la entrega del presupuesto anual?				
2. ¿Existe algún incentivo y/o reconocimiento por el trabajo bien realizado?				
3. ¿En la empresa existen oportunidades de crecimiento?				
4. ¿Existe buena comunicación de parte del Líder con sus empleados?				
5. ¿El personal mantiene una buena relación laboral entre departamentos?				
6. ¿La remuneración salarial que recibe mensualmente es acorde a las actividades que realizan?				
7. ¿Cuenta con la tecnología necesaria para lograr un buen desempeño en su actividad?				
8. ¿Cree usted que en el momento de la elaboración del presupuesto anual, se debe tomar horas no laborables?				
9. ¿Piensa usted que recibir de alguna manera motivación por parte de la empresa mejorara el ambiente de trabajo?				
10. ¿De acuerdo a su opinión cree usted que realiza sus actividades de manera positiva?				

Nota: Autora: Romero, I (2018)

¡El cuestionario ha finalizado!

Muchas Gracias por su tiempo y colaboración

Ivonne Romero Romero

CI: 0920450285

FORMULARIO DE ENTREVISTA

Fecha: _____

Hora de Inicio: _____ **Hora de finalización:** _____

Entrevistado: _____ **Lugar:** _____

Entrevistador: _____

Objetivo: Obtener información sobre las situaciones que se vienen dando en la entrega del presupuesto anual.

1. ¿Cómo usted fomentaría la comunicación interdepartamental?

2. ¿Qué recursos utilizaría para mejorar los salarios de los empleados?

3. ¿Qué piensa usted que debemos mejorar como Líder?

4. ¿Cree usted que el trato entre líderes y empleados es uniforme?

5. ¿Cómo mediría la comunicación entre departamentos, para la entrega del presupuesto anual?

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el diseño de investigación con el tema: Propuesta plan de comunicación interdepartamental, en la mejora de la elaboración previa del presupuesto anual. Y problema de investigación: ¿Cómo mejorar la comunicación interdepartamental?, presentado por Romero Romero Ivonne como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.



Egresada:

Romero Romero Ivonne

Tutor:



Simón Alberto Illescas Prieto

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Wens Alberto Alatorre Wens Alberto Alatorre

Nombre y Apellidos del Colaborador

