



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Diseño del Proyecto de Investigación previo a la obtención del título  
de:**

**TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“MEJORA PARA EL CLIMA LABORAL DE LOS INFOCENTROS  
SELECCIONADOS PERTENECIENTES AL MINISTERIO DE  
TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN  
EN EL PERIODO 2018”**

**Autora: Mayeza Yiguin Ivette Marisol**

**Tutor: Ing. Com. Marlo López Perero Mba.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2019**

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este logro a mi familia, que a lo largo de este camino siempre tuvieron la confianza que llegaría lejos y cumpliría con todo lo que me proponga; gracias a mi tutor por la paciencia, su guía y enseñanzas.

**Mayeza Yiguin Ivette Marisol**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios por bendecirme a lo largo de mi vida y hacerme más fuerte con cada obstáculo presentado; también quiero agradecer a mi familia y amigos por las palabras de aliento y esperanza, por el apoyo en momentos duros y por compartir tantas anécdotas juntas.

**Mayeza Yiguin Ivette Marisol**



## **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 proyecto de investigación con el tema: **“Mejora para el clima laboral de los infocentros seleccionados pertenecientes al ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la información en el periodo 2018”** y problema de investigación: **¿Cómo influye el clima laboral en los infocentros seleccionados para llevar cabo el proyecto emblemático perteneciente al ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información en la cantidad de personas que brindan la capacitación?**, presentado por Mayeza Yiguin Ivette Marisol 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:

**Mayeza Yiguin Ivette Marisol**

Tutor:

**Ing. Marlo López Perero Mba**

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

Yo, Mayeza Yiguin Ivette Marisol en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **MEJORA PARA EL CLIMA LABORAL DE LOS INFOCENTROS SELECCIONADOS PERTENECIENTES AL MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN EL PERIODO 2018** 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 Administración de Empresas, 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*.

**Mayeza Yiguin Ivette Marisol**

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cedula: 092942071-9

\_\_\_\_\_

Firma

## **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  
CEGESCYT

---

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

Mejora para el clima laboral de los Infocentros seleccionados pertenecientes al Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información en el periodo 2018.

**Autor:** Mayeza Yiguin Ivette Marisol  
**Tutor:** Ing. Marlo López Perero Mba.

**RESUMEN**

El Proyecto emblemático del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información se dedica a impartir capacitaciones de tecnologías de la información y comunicación a las personas que viven en sectores rurales y urbanos marginales; el desempeño laboral se están viendo afectadas por el mal clima laboral que se maneja en los centros de cómputo haciendo que el rendimiento de los funcionarios baje y se vean de alguna forma afectada las capacitaciones que se brinda a estas personas de sectores vulnerables; por tal motivo esta investigación ayudará a buscar una mejora para que los colaboradores mantengan una buena comunicación y relación entre sí, mediante técnicas de comunicación de interacción dinámica y efectiva, estrategias motivacionales que darán como resultado un fortalecimiento del proyecto, mejoría del nivel de compromiso de los servidores y por ende en bienestar de los usuarios que se benefician del proyecto Infocentros.

Clima Laboral

Infocentros

Capacitaciones



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: TECNÓLOGO EN ADMIISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

Mejora para el clima laboral de los Infocentros seleccionados pertenecientes al Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información en el periodo 2018.

**Autor:** Mayeza Yiguin Ivette Marisol

**Tutora:** Ing. Marlo López Perero Mba.

**ABSTRACT**

The flagship Project of the Ministry of Telecommunications and the Information Society is dedicated to providing information and communication technology training to people living in marginal rural and urban sectors; the work performance is being affected by the bad working climate that is handled in the computer centers causing the performance of the employees to go down and the training provided to these people from vulnerable sectors is affected in some way; For this reason, this research will help to seek an improvement so that the collaborators maintain good communication and relationship with each other, through communication techniques of dynamic and effective interaction, motivational strategies that will result in a strengthening of the project, improvement of the level of commitment of the servers and therefore in the welfare of the users who benefit from the Infocentros project.

Working environment

Infocenters

Trainings



## INDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN .....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
CAPÍTULO I .....	12
EL PROBLEMA.....	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
Ubicación del problema en un contexto.....	12
Situación del conflicto.....	13
Formulación del problema.....	14
Delimitación del problema .....	14
Variables de la investigación .....	14
Evaluación del problema .....	14
Variables. - .....	16
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos.....	16
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
CAPÍTULO II .....	18
MARCO TEÓRICO .....	18
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	18
Antecedentes Históricos .....	18
Niveles organizacionales de la empresa.....	19
Orígenes del clima laboral.....	20
Estructura organizacional.....	21
Antecedentes referenciales.....	24
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	26
PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2017 2021 .....	26

Objetivos Nacionales de Desarrollo .....	26
Eje 1: Derechos para Todos Durante Toda la Vida .....	26
Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad .....	26
Eje 3: Más sociedad, mejor Estado.....	28
LOSEP .....	29
Ley Orgánica del servidor público, Losep. (2016) .....	29
TITULO I .....	30
DEL SERVICIO PÚBLICO .....	30
CAPITULO UNICO .....	30
PRINCIPIOS, AMBITO Y DISPOSICIONES FUNDAMENTALES .....	30
LA LEY DEL CONSUMIDOR .....	31
DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES .....	31
LIBRO PRIMERO DEL SEGURO GENERAL OBLIGATORIO .....	33
TÍTULO I .....	33
DEL RÉGIMEN GENERAL .....	33
CAPÍTULO UNO.....	33
NORMAS GENERALES .....	33
Conceptualización de las Variables .....	35
Variables de la Investigación.....	35
GLOSARIO .....	37
CAPÍTULO III .....	40
METODOLOGÍA .....	40
DATOS DE LA EMPRESA.....	40
Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.....	40
Antecedentes: .....	40
Misión:.....	40
Visión: .....	41
PROYECTO INFOCENTROS ECUADOR .....	41
PROPÓSITO .....	41
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA .....	44
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA .....	45
INVESTIGACIÓN CUALICUANTITATIVA (MIXTA).....	46
Tipos de investigación.....	47
Investigación exploratoria .....	48

Investigación descriptiva .....	48
Investigación explicativa .....	48
Investigación correlacional .....	49
POBLACIÓN Y MUESTRA. ....	49
Concepto de población. ....	49
Tipos de población.....	50
Muestra .....	52
Tipos de muestreo .....	53
Técnicas e Instrumentos. ....	55
Formatos de Cuestionarios a emplear .....	57
CAPITULO IV .....	60
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS .....	60
DESARROLLO Y ANÁLISIS DE LAS HERRAMIENTAS APLICADAS .....	60
Encuesta a Colaboradores Infocentros.....	60
Entrevista a Lideres Administrativos de Infocentros* .....	67
Encuesta aplicada a usuarios de Infocentros .....	72
Análisis de los resultados obtenidos.....	77
PROPUESTA .....	79
DESARROLLO DE LA TÉCNICA 5W + 2H.....	79
DETALLE DEL 5W2H .....	81
Capacitación Periódica .....	81
Estrategias de Incentivos al cliente interno.....	82
Plan de mejora comunicacional .....	83
CONCLUSIONES .....	85
RECOMENDACIONES .....	86
BIBLIOGRAFÍA .....	87
ANEXOS .....	91
FOTOS DE LA EMPRESA.....	91

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **Ubicación del problema en un contexto.**

García (2017) Expresa que el clima laboral es uno de los aspectos más importantes para una empresa ya que es el conjunto de condiciones sociales y psicológicas que caracterizan a la empresa, y que influye de manera directa en el desempeño de los colaboradores.

El clima laboral en la actualidad ha cobrado gran repercusión e importancia dentro de las organizaciones para su correcto funcionamiento en tanto que ayuda a los empleados a desempeñar mejor su rol dentro de la misma; los empleados, además de tener necesidades materiales, también necesitan sentirse involucrados en un ambiente confortable, sentirse valorados dentro de la organización de la cual son parte para que así desarrollen su mayor potencial hacia ciertas tareas encomendadas y las empresas se vean beneficiadas alcanzando altos niveles de eficiencia y eficacia.

Según Gonçalves citado en (Sierra, 2015) expresa que: “La investigación relacionada con el clima laboral permite llevar a cabo a la empresa efectuar intervenciones certeras a nivel de diseño o rediseño de estructuras organizacionales, planificación estratégica, cambios en el entorno organizacional interno, gestión de programas motivacionales, gestión de desempeño, mejora de sistemas de comunicación interna y externa, mejora de procesos productivos, mejora en los sistemas de retribuciones, entre otros”

De igual manera Uría citado en (Idrovo, 2017) manifiesta que en los últimos años, los trabajadores en general se han mostrado insatisfechos con el clima laboral imperante en las empresas, lo que se ha convertido en un

factor de preocupación para muchos gerentes; el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier organización, por lo que se debe prestar primordial atención a su personal. El clima laboral, influye en forma determinante en diferentes aspectos como: bienestar psicológico, productividad, satisfacción, rotación, adaptación, etc.

### **Situación del conflicto.**

El proyecto emblemático del Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de información, son espacios de participación y encuentro en los que se garantiza el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), contribuyendo a la reducción de la brecha digital, fomentando el desarrollo, la innovación y el emprendimiento, gracias al aprovechamiento de las TIC.

colaboradores de este proyecto desde que inician a laborar experimentan cambios de experiencias a lo que se refiere ser servidores públicos, donde implica trabajar con calidad y calidez empleando enseñanzas tecnológicas a la comunidad, el compromiso de trabajar aplicando habilidades adicionales que a la larga los llevaran al bien común logrando las metas propuestas por el proyecto, sin embargo este clima laboral se ve afectado por varios aspectos negativos de parte de los funcionarios, como la falta de creatividad trayendo como consecuencia que los empleados no desarrollen nuevas ideas y no encuentren soluciones a los problemas que se les presente en su entorno laboral. Una actitud negativa no contribuirá al crecimiento del proyecto, ni mucho menos a la competitividad del colaborador.

El contexto de un buen clima laboral dentro del proyecto emblemático Infocentros hace referencia a un conjunto de acciones, estrategias, técnicas o procedimientos que se utilizaría para lograr las metas. Sin embargo, este entorno laboral se ve afectado por la falta de motivación que trae como consecuencia tareas no cumplidas a tiempo por los colaboradores, cierre

de mes con bajas capacitaciones y visitas de ciudadanos, no comunicar oportunamente de los problemas suscitados en los Infocentros, falta de compromiso con llevar un servicio de calidad y calidez a los ciudadanos que se benefician de este proyecto. Todos estos problemas afectan los objetivos principales del proyecto emblemático Infocentros.

### **Formulación del problema.**

¿Cómo influye el clima laboral en los Infocentros seleccionados para llevar cabo el proyecto emblemático perteneciente al Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información en la cantidad de personas que brindan la capacitación?

### **Delimitación del problema**

**Aspectos:** Clima Laboral

**Campo:** Talento Humano

**Área:** Infocentros de la Provincia del Guayas zona 2.

**Periodo:** 2018

### **Variables de la investigación**

**Independiente:** Clima Laboral

**Dependiente:** Incidencia en el personal que brinda el servicio de capacitación.

### **Evaluación del problema**

**Delimitado.-** ¿Cómo influye el clima laboral en los infocentros seleccionados para llevar cabo el proyecto emblemático perteneciente al ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información en la cantidad de personal que brinda la capacitación?

Mediante la realización de este proyecto de tesis se analizará el clima laboral de los Infocentros del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información para medir el desempeño del personal y obtener como resultado un ambiente de trabajo favorable para así evitar que las metas de los colaboradores en cuanto a cantidad de capacitaciones se vean afectadas.

**Claro.** - Es fácil identificar la variable dependiente que viene a ser la causa u objeto de estudio del problema clima laboral, así como también la variable independiente que se constituye en el efecto de este, cantidad de personal que brindan la capacitación.

**Evidente.** - Una de las principales causas de este problema surge por desmotivación, incumplimiento de sus tareas, negatividad, falta de iniciativa y de motivación.

**Concreto.** - Con estas observaciones se determina que la causa clima laboral es lo que se deberá mejorar para que el personal que brinda la capacitación este motivado en su ambiente laboral.

**Relevante.** - Esta problemática tiene gran importancia dentro de la provincia del Guayas, ya que los infocentros ayudan a las comunidades a capacitarse en tecnologías de la información y comunicación y a fomentar el desarrollo de las mismas.

**Original.** - El clima laboral no se ha tomado en consideración para mejorar el desempeño de los proyectos sociales que se encargan de ayudar y beneficiar a la comunidad, por tal motivo se propuesto mejorar el área de talento humano en esta investigación.

**Factible.** - Esta problemática tiene una solución de resultados óptimos que contribuyen a la mejora del clima laboral del personal de los Infocentros y

por ende a la obtención de mejores resultados laborales en el área que se desempeñan.

### **Variables. -**

**Independiente:** Clima Laboral

**Dependiente:** Incidencia en el personal que brinda el servicio de capacitación.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **Objetivo General.**

Proponer una mejora en el Clima Laboral del Proyecto Ampliación de la Red Infocentros del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Mintel), de manera que contribuyan a brindar un mejor servicio de capacitaciones.

### **Objetivos Específicos.**

- Fundamentar los aspectos teóricos sobre el clima laboral y sobre personal que brinda el servicio de capacitación.
- Diagnosticar el estado actual del clima laboral y su incidencia en el personal que brinda el servicio de capacitación.
- Proponer mejoras en el clima laboral.

## **JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.**

### **Conveniencia.**

El estudio de esta problemática es conveniente porque ayudará los empleados del proyecto a que estén motivados al momento de cumplir su trabajo, teniendo como repercusión positiva el buen desempeño de sus



funciones. Se considera que cuando existe un clima laboral más funcional provoca satisfacción en los empleados, compromiso con la organización a la cual pertenecen y esto hace que se brinde un mejor servicio al cliente cumpliendo así con los objetivos del proyecto.

### **Relevancia Social.**

Que se mantenga un buen clima laboral garantiza se brinde un mejor servicio a los beneficiarios de este proyecto; ya que se mejorará la motivación y el compromiso de los empleados para brindar un servicio de calidad. La obtención de mejores resultados mejorará el buen desempeño profesional haciendo que el proyecto no pierda el enfoque de ayuda comunitaria.

### **Implicaciones Práctica.**

El clima laboral del proyecto emblemático de MINTEL alcanza una problemática trascendental por ser un factor importante dentro del desarrollo de las actividades que se realizan, por eso este estudio se origina con el fin de mejorar el entorno laboral para que los empleados tengan una actitud motivacional al momento de cumplir con sus funciones laborables y brinden un mejor servicio a la colectividad.

### **Utilidad Metodológica.**

Este trabajo de investigación tiene utilidad metodológica porque se realiza a partir de diagnosticar las condiciones reales que tiene el proyecto, en cuanto al clima laboral por que la institución podrá asumir todas las propuestas que se realizan a partir de las mejoras contando con una relevancia social porque constituirá a un instrumento y guía para mejorar la problemática que actualmente vigente.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

##### **Antecedentes Históricos**

A lo largo de la historia, la empresa ha sido símbolo de grandes logros y desarrollo sociales, personales y empresariales, uno de los principales puntos de desarrollo a nivel mundial, fue el despunte empresarial que como lo menciona (Gepeese, 2017) se da a raíz de la revolución industrial, nace la Gran Bretaña a mediados del siglo XVIII. Fue posible por la existencia de una monarquía liberal y no absolutista, que consiguió evitar el panorama de revoluciones que se estaban extendiendo en otros países. Gran Bretaña quedó libre de guerras, ya que, aunque estuvo involucrada en algunas, no se desarrollaron en su territorio. A esto se unió una moneda estable y un sistema bancario bien organizado.

La Revolución industrial toma fuerza a nivel mundial, gracias a la repercusión que tuvo en las estrategias de manejo de personal, en especial cuando esta revolución es absorbida y adaptada por los EE. UU donde se produce un cambio total en el manejo del Recurso Humano.

**Principales características:** Se produce un cambio rápido y en profundidad que afecta a todas las estructuras de la sociedad. Los cambios serán tecnológicos, socioeconómicos y culturales. Los tecnológicos irán desde el uso de nuevos materiales como el acero a fuentes energéticas como el carbón y máquinas motrices como la máquina de vapor, considerada como el motor inicial de la Revolución Industrial. Aparecen las máquinas de hilar y tejer, que consiguen aumentar rápidamente la producción con poco personal. Surgen técnicas para el desarrollo del trabajo y la especialización de la mano de obra. (Gepeese, 2017)

## **Niveles organizacionales de la empresa**

En las empresas pueden distinguirse tres partes o niveles jerárquicos: el nivel institucional, el nivel mediador o gerencial y el nivel técnico. Preferimos llamarlos respectivamente, nivel institucional, nivel intermedio y nivel operacional. (Chiavenatto, 2015)

- Nivel institucional: es el nivel estratégico; corresponde a lo más elevado de la empresa y está compuesto de los directores, propietarios o accionistas y los altos ejecutivos. En él se hallan el presidente y los directores responsables de los asuntos globales de la empresa, incluidos todos aquellos que proporcionan apoyo directo al personal de la cúpula (secretarías, asistentes, etc.) En algunas empresas el nivel institucional incluye también el consejo administrativo, como en la mayoría de las sociedades anónimas.
- Nivel intermedio: también se denomina mediador o gerencial y está situado entre el nivel institucional y el nivel operacional. Se encarga de la articulación interna de los dos niveles situados en la cima y en la base de la organización empresarial, respectivamente. Se trata de la línea del medio campo. También se encarga de elegir y captar los recursos necesarios, así como de distribuir y colocar los productos de la empresa en los diversos segmentos del mercado. Este nivel debe adecuar las decisiones del nivel institucional a las operaciones realizadas en el nivel operacional.
- Nivel operacional: también denominado nivel técnico o núcleo técnico, está localizado en las áreas inferiores de la empresa y se relaciona con los problemas asociados a la ejecución cotidiana y eficiente de las tareas y operaciones de la empresa; se orienta casi exclusivamente hacia las exigencias impuestas por la naturaleza de la tarea técnica que debe cumplirse, los materiales que deben procesarse y la cooperación de

numerosos especialistas requeridos en la ejecución de los trabajos. (Chiavenatto, 2015)

### **Orígenes del clima laboral.**

La historia del comportamiento organizacional tiene sus raíces en el enfoque conductista de la administración, en donde se cree que la atención específica a las necesidades de los trabajadores crea una mayor satisfacción y productividad. Esto se creyó dado a los estudios que efectuó Hawthorne, en donde cada vez que aumentaba la luz en una subsidiaria aumentaba la productividad de los trabajadores; bajaron la intensidad de la luz y la productividad siguió subiendo, en conclusión, los trabajadores se sentían importantes ya que estaban siendo observados. Pero esta creencia ha sido criticada por carecer rigor científico. (García Govea, M., Escalante Domínguez, M. y Quiroga San agustín, Y, 2012)

El movimiento de las relaciones humanas se basaba en la creencia de que existe un vínculo importante entre las prácticas administrativas, el estado de ánimo y la productividad. Los trabajadores llevan diversas necesidades sociales al trabajo, al realizar sus tareas se convertían en grupos de trabajo. A menudo, estos grupos satisfacen algunas de las necesidades de los obreros, siendo estos los más productivos. Entonces se decía que de acuerdo al ambiente, es como iba a hacer la productividad. Aquí se desarrolla la Teoría X y Y de McGregor en donde habla cosas pesimistas de los trabajadores (X) y la otra optimista (Y).

A principios de los años 60's, los estudios del comportamiento organizacional empezaron a recalcar que es difícil encontrar principios universales para el manejo de la gente, aplicables en todas las situaciones. El enfoque de contingencia en la administración hace hincapié en el hecho de que no existe un modo mejor de manejar la gente o al trabajo. Un método

utilizado a un grupo de personas no puede funcionar igual para todos. Este enfoque estimula a los gerentes y profesionales a que examinen las diferencias que existen en los trabajadores y así decidir qué acción tomar con cada persona.

Así mismo (García Govea, M., Escalante Domínguez, M. y Quiroga San agustín, Y, 2012) expresan que hay varios conceptos que hablan del clima laboral, pero sin duda alguna la mayoría coinciden en que la motivación es uno de los factores más importantes lo que la hace substancial para el rendimiento profesional esto conlleva a un buen ambiente organizacional donde los trabajadores perciben las características del temple que se maneja en dicha compañía influyendo en su comportamiento. Sin duda alguna el clima laboral es un instintivo de la supervivencia interna de una empresa u organización lo que da como resultado generando un alto grado de competitividad laboral. El clima laboral es un aspecto elemental en las organizaciones ya que es el ambiente en el que se desenvuelven los trabajadores y está compuesto por una serie de características perceptibles.

### **Estructura organizacional.**

Es la forma como está constituido el sistema administrativo formal en las que se encuentran la normas de trabajo, políticas empresariales, las relaciones de poder, las jerarquías y niveles organizacionales al igual que la asignación precisa de tareas, roles y funciones de los miembros y evitar la carga y la presión en el trabajo ya que afectan directamente el clima laboral de dicha organización (García Govea, M., Escalante Domínguez, M. y Quiroga San agustín, Y, 2012)

En toda empresa debe haber normas para establecer un adecuado comportamiento entre los empleados y por ende llevar un mejor control de las actividades empresariales y cumplimiento de las mismas. Los

colaboradores sentirán que son incluidos y escuchados por la empresa haciendo que la misma se vuelva en un ambiente positivo y con buen clima laboral.

Los empleados buscan sentirse cómodos cuando en la empresa se implementa medidas de seguridad, higiene, e incentivos económicos y morales; esto de alguna forma hará que mejore su desempeño y cumplimiento de metas dispuestas.

No nos debemos olvidar de los reconocimientos al esfuerzo y su productividad, como por ejemplo el mejor empleado del mes. Las oportunidades de ascenso, apoyo económico, incentivos y gratificaciones dentro del llamado programa de incentivos; son medidas que harán sentir al empleado contento y llevaran a un mejor clima laboral, lleno de armonía.

Las altas jerarquías se ven preocupadas por sus organizaciones, ya que se llegó a la conclusión de que donde existe un buen clima laboral, todo se puede mejorar y que por el contrario la carencia de ello hará que la empresa decaiga y se vaya debilitando a medida que pase el tiempo. La comunicación efectiva de la cual carecen muchos líderes de empresas afecta más de lo que se piensa en una organización, sin importar todos los recursos tecnológicos y nuevas ideas, sino existe una comunicación fluida grandes caídas le esperan a estas empresas.

Entorno social: es un conjunto de instrumentos ideales para el desarrollo de todas las actividades que realizan los empleados, al haber mejores condiciones de trabajo mejor será la calidad de vida del empleado y este a su vez retribuirá a la organización un mejor desempeño laboral. Todos estos factores condicionaran el clima organizacional y este influirá sobre el rendimiento y desempeño del personal, siendo importantes para la calidad del trabajo y la atención al cliente, la productividad y la rentabilidad, así

mismo sobre su satisfacción personal, afectando directamente a la cohesión e identificación organizacional.

En la Revista Líderes (El Comercio, 2013), explica: Los métodos de trabajo evolucionan, la tecnología permite incrementar la productividad, las telecomunicaciones son una herramienta clave, los espacios de trabajo son cada vez más amigables, sofisticados y funcionales, pero todavía persiste un punto que sigue sin resolverse en las empresas, sin importar el sector productivo al que pertenezcan: el clima laboral.

Este tema inquieta por igual a gerentes generales, directores de talento humano, catedráticos y empleados de una organización. Los expertos en temas de recursos humanos lo resumen de manera sencilla: cuando existe un buen clima o ambiente en la oficina, todo mejora. De lo contrario, los procesos de la compañía y las relaciones entre colaboradores se debilitan. William Ramos, director de la escuela de liderazgo Focus Internacional, ofrece charlas y capacitaciones a empresas de diferentes sectores. Él admite que la preocupación por generar un adecuado ambiente es una constante en distintas compañías de diferentes países. "Lo que más afecta a una compañía es el clima que producen los líderes. A pesar de las tecnologías y nuevas prácticas, la incorrecta comunicación es uno de los grandes abismos que separan a líderes de sus equipos" (El Comercio, 2013)

Otra opinión sobre el tema la tiene Troya, gerente de la consultora Human Plus citado en (El Comercio, 2013), Él manifiesta que no más del 10% de las empresas ecuatorianas aplica acciones encaminadas a generar un buen ambiente laboral. "Para lograrlo bastaría elevar los sueldos o entregar bonos a los empleados, pero eso no ayuda en el mediano o largo plazo". Dice que la clave es generar modelos de liderazgo, ofrecer a los colaboradores un balance entre la vida familiar y la profesional, generar la sensación de aprecio, facilitar los procesos de desarrollo, etc. "Estas acciones son propias de empresas que están evolucionando y que

reconocen el valor de la gestión de personal, pero que desafortunadamente todavía son minoría en Ecuador". Como los demás analistas, Troya indica que es necesario un plan de la empresa y que el departamento de RR.HH. evolucione en sus funciones.

El análisis sirve para la satisfacción, determinar y analizar el estado de la satisfacción laboral de los trabajadores, para encontrar aspectos que puedan entorpecer la obtención de los resultados programados. Conflictos: Identificar las fuentes de conflicto que puedan ocasionar resultados inadecuados y verse afectado el comportamiento de la toma de decisiones y las acciones planteadas, por tal motivo se debe tomar las medidas correctivas relacionadas con los proyectos puestos en práctica.

#### **Antecedentes referenciales.**

La propuesta de mejora del clima laboral y cultura organizacional está fundamentada en una investigación de la realidad institucional. El conocer el clima laboral ha concitado en interés de investigación y empleadores desde la segunda mitad del siglo XX, por la importancia que representa para la productividad organizacional. Además de la cultura organizacional y sus distintas acepciones, lo cual para realizar una investigación requiere claridad y una delimitación suficiente respecto del clima laboral (Rodríguez, 2015).

Es así que, la cultura organizacional ha sido entendida como el conjunto de particularidades que diferencian a una organización de otra; mientras que el clima laboral es el denominador común de la percepción individual de cada miembro, sobre su entorno. Si a estos aspectos se les agrega decisiones políticas, el resultado es una institución pública, sobre las cuales nuestro medio se conoce muy poco



El clima laboral consiste en un conjunto de características que rodea a los empleados en el medio ambiente organizacional y que marca una diferencia significativa de una empresa a otra para convertirse en un reflejo del comportamiento de la misma organización, dentro de este se integran diversos factores entre los que destacan: Que es externo al individuo, lo rodea y existe en la realidad organizacional. (Mayra García, 2014)

Este clima está relacionado con la motivación en el empleo debido a que afecta directamente a la satisfacción de los trabajadores pues al verse envueltos dentro de un clima laboral agradable responden de una mejor manera a los estímulos y colaboran con sus superiores para lograr el cumplimiento de objetivos de la organización y de esta manera puedan alcanzar con una mayor facilidad la realización de metas comunes.

Esta relación que existe entre el clima laboral y la motivación afecta directamente a la competitividad de una empresa puesto que al mejorar el ambiente interno se fortalece el rendimiento de los empleados que puede observarse de una forma más clara en los procesos de calidad y elaboración de los productos y servicios, esto es de suma importancia en un mundo como el nuestro ya que se encuentra en constante movimiento debido a la globalización. (Mayra García, 2014)

El clima laboral también llamado clima organizacional, está íntimamente ligado con las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en el medio laboral. Es fundamental la adaptación de las personas en el entorno laboral ya que de esto depende su grado de motivación en la organización para lograr un mejor desempeño en sus actividades, hay que destacar que cuando una persona se encuentra en un ambiente confortable, amigable y confiable la motivación será positiva, logrando así un crecimiento profesional y personal para cumplir las metas establecidas por la organización. (Chiavenatto, 2015)

Por lo mencionado anteriormente, es de vital importancia realizar un estudio de clima laboral, ya que este permite detectar aspectos claves que puedan

estar impactando el ambiente en la organización, debido a la dinámica que se establece entre el ambiente de trabajo y el desempeño personal de la actividad laboral, entendiéndose que el clima es un medio donde se manifiestan las habilidades o problemas que los trabajadores tienen dentro de la empresa para aumentar o disminuir su productividad.

Por tal motivo con esta investigación, queremos determinar las variables objetivas que afectan directamente a la percepción que tenemos las personas acerca de la calidad de trabajo, ya que todo esto influye negativamente en el desempeño y productividad total del proyecto.

## **FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2017 2021**

#### **Objetivos Nacionales de Desarrollo.**

#### **Eje 1: Derechos para Todos Durante Toda la Vida**

**Objetivo 1:** Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

#### **Políticas**

- 1.1 Promover la inclusión económica y social; combatir la pobreza en todas sus dimensiones, a fin de garantizar la equidad económica, social, cultural y territorial.
- 1.2 Generar capacidades y promover oportunidades en condiciones de equidad, para todas las personas a lo largo del ciclo de vida.

#### **Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad**

**Objetivo 4:** Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

## **Políticas**

4.1 Garantizar el funcionamiento adecuado del sistema monetario y financiero a través de la gestión eficiente de la liquidez, contribuyendo a la sostenibilidad macroeconómica y al desarrollo del país.

4.2 Canalizar los recursos económicos hacia el sector productivo, promoviendo fuentes alternativas de financiamiento y la inversión a largo plazo, con articulación entre la banca pública, el sector financiero privado y el sector financiero popular y solidario.

4.3 Promover el acceso de la población al crédito y a los servicios del sistema financiero nacional, y fomentar la inclusión financiera en un marco de desarrollo sostenible, solidario y con equidad territorial.

**Objetivo 5:** Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

## **Políticas**

5.2 Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

**Objetivo 6:** Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural.

## **Políticas**

6.1 Fomentar el trabajo y el empleo digno con énfasis en zonas rurales, potenciando las capacidades productivas, combatiendo la precarización y fortaleciendo el apoyo focalizado del Estado e impulsando el emprendimiento.

6.2 Promover la redistribución de tierras y el acceso equitativo a los medios de producción, con énfasis en agua y semillas, así como el desarrollo de

infraestructura necesaria para incrementar la productividad, el comercio, la competitividad y la calidad de la producción rural, considerando las ventajas competitivas y comparativas territoriales.

6.3 Impulsar la producción de alimentos suficientes y saludables, así como la existencia y acceso a mercados y sistemas productivos alternativos, que permitan satisfacer la demanda nacional con respeto a las formas de producción local y con pertinencia cultural.

### **Eje 3: Más sociedad, mejor Estado.**

**Objetivo 7:** Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía.

#### **Políticas**

7.2 Promover el diálogo como forma de convivencia democrática, mecanismo para la solución de conflictos y la generación de acuerdos locales y nacionales para afianzar la cohesión social.

7.3 Fomentar y fortalecer la auto-organización social, la vida asociativa y la construcción de una ciudadanía activa y corresponsable, que valore y promueva el bien común.

**Objetivo 8:** Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social.

#### **Políticas**

8.2 Fortalecer la transparencia en la gestión de instituciones públicas y privadas y la lucha contra la corrupción, con mejor difusión y acceso a información pública de calidad, optimizando las políticas de rendición de cuentas y promoviendo la participación y el control social.

**Objetivo 9:** Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo.

9.1 Promover la paz sostenible y garantizar servicios eficientes de seguridad integral.

9.3 Crear y fortalecer los vínculos políticos, sociales, económicos, turísticos, ambientales, académicos y culturales, y las líneas de cooperación para la investigación, innovación y transferencia tecnológica con socios estratégicos de Ecuador.

## **LOSEP**

### **Ley Orgánica del servidor público, Losep. (2016)**

**Art. 23.-** Derechos de las servidoras y los servidores públicos. - Son derechos irrenunciables de las servidoras y servidores públicos:

a) Gozar de estabilidad en su puesto;

b) Percibir una remuneración justa, que será proporcional a su función, eficiencia, profesionalización y responsabilidad. Los derechos y las acciones que por este concepto correspondan a la servidora o servidor, son irrenunciables;

g) Gozar de vacaciones, licencias, comisiones y permisos de acuerdo con lo prescrito en esta Ley;

i) Desarrollar sus labores en un entorno adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar;

m) Reintegrarse a sus funciones después de un accidente de trabajo o enfermedad, contemplando el período de recuperación necesaria, según prescripción médica debidamente certificada;

n) No ser discriminada o discriminado, ni sufrir menoscabo ni anulación del reconocimiento o goce en el ejercicio de sus derechos; ñ) Ejercer el derecho de la potencialización integral de sus capacidades humanas e intelectuales;

ñ) Ejercer el derecho de la potencialización integral de sus capacidades humanas e intelectuales;

o) Mantener su puesto de trabajo cuando se hubiere disminuido sus capacidades por enfermedades catastróficas y/o mientras dure su tratamiento y en caso de verse imposibilitado para seguir ejerciendo efectivamente su cargo podrá pasar a desempeñar otro sin que sea disminuida su remuneración salvo el caso de que se acogiera a los mecanismos de la seguridad social previstos para el efecto. En caso de que se produjere tal evento se acogerá al procedimiento de la jubilación por invalidez y a los beneficios establecidos en esta ley y en las de seguridad social;

q) Recibir formación y capacitación continua por parte del Estado, para lo cual las instituciones prestarán las facilidades; y,

r) Los demás que establezca la Constitución y la ley.

## **TITULO I**

### **DEL SERVICIO PÚBLICO**

#### **CAPITULO UNICO**

#### **PRINCIPIOS, AMBITO Y DISPOSICIONES FUNDAMENTALES**

**Art. 1.-** Principios. - La presente Ley se sustenta en los principios de: calidad, calidez, competitividad, continuidad, descentralización, desconcentración, eficacia, eficiencia, equidad, igualdad, jerarquía, lealtad,

oportunidad, participación, racionalidad, responsabilidad, solidaridad, transparencia, unicidad y universalidad que promuevan la interculturalidad, igualdad y la no discriminación.

**Art. 2.- Objetivo.** - El servicio público y la carrera administrativa tienen por objetivo propender al desarrollo profesional, técnico y personal de las y los servidores públicos, para lograr el permanente mejoramiento, eficiencia, eficacia, calidad, productividad del Estado y de sus instituciones, mediante la conformación, el funcionamiento y desarrollo de un sistema de gestión del talento humano sustentado en la igualdad de derechos, oportunidades y la no discriminación.

## **LA LEY DEL CONSUMIDOR DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES**

**Art. 4.- Derechos del consumidor.** – Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;

5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad d bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado a momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
10. Derecho a acceder a mecanismos afectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e interese legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

**Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.** – Sin obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;



3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

## **LIBRO PRIMERO DEL SEGURO GENERAL OBLIGATORIO**

### **TÍTULO I**

#### **DEL RÉGIMEN GENERAL**

##### **CAPÍTULO UNO**

###### **NORMAS GENERALES**

Art. 1.- Principios Rectores.- El Seguro General Obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su organización y funcionamiento se fundamentan en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Para efectos de la aplicación de esta Ley: Solidaridad es la ayuda entre todas las personas aseguradas, sin distinción de nacionalidad, etnia, lugar de residencia, edad, sexo, estado de salud, educación, ocupación o ingresos, con el fin de financiar conjuntamente las prestaciones básicas del Seguro General Obligatorio. Obligatoriedad es la prohibición de acordar cualquier afectación, disminución, alteración o supresión del deber de solicitar y el derecho de recibir la protección del Seguro General Obligatorio. Universalidad es la garantía de iguales oportunidades a toda la población asegurable para acceder a las prestaciones del Seguro General Obligatorio, sin distinción de nacionalidad, etnia, lugar de residencia, sexo, educación, ocupación o ingresos. Equidad es la entrega de las prestaciones del Seguro General Obligatorio en proporción directa al esfuerzo de los contribuyentes y a la necesidad de amparo de los beneficiarios, en función del bien común. Eficiencia es la mejor utilización económica de las contribuciones y demás recursos del Seguro General Obligatorio, para garantizar la entrega oportuna de prestaciones suficientes a sus beneficiarios. Subsidiariedad es el auxilio

obligatorio del Estado para robustecer las actividades de aseguramiento y complementar el financiamiento de las prestaciones que no pueden costearse totalmente con las aportaciones de los asegurados. Suficiencia es la entrega oportuna de los servicios, las rentas y los demás beneficios del Seguro General Obligatorio, según el grado de deterioro de la capacidad para trabajar y la pérdida de ingreso del asegurado.

Art. 2.-Sujetos de Protección. - Son sujetos obligados a solicitar la protección del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:

- a. El trabajador en relación de dependencia;
- b. El trabajador autónomo;
- c. El profesional en libre ejercicio;
- d. El administrador o patrono de un negocio;
- e. El dueño de una empresa unipersonal;
- f. El menor trabajador independiente; y,
- g. Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales. Son sujetos obligados a solicitar la protección del régimen especial del Seguro Social Campesino, los trabajadores que se dedican a la pesca artesanal y el habitante rural que labora habitualmente en el campo, por cuenta propia o de la comunidad a la que pertenece, que no recibe remuneraciones de un empleador público o privado y tampoco contrata a personas extrañas a la comunidad o a terceros para que realicen actividades económicas bajo su dependencia.

Art. 3.- Riesgos cubiertos.- El Seguro General Obligatorio protegerá a sus afiliados obligados contra las contingencias que afecten su capacidad de trabajo y la obtención de un ingreso acorde con su actividad habitual, en casos de:

- a. Enfermedad;
- b. Maternidad;

- c. Riesgos del trabajo;
- d. Vejez, muerte, e invalidez, que incluye discapacidad; y,
- e. Cesantía.

El Seguro Social Campesino ofrecerá prestaciones de salud y, que incluye maternidad, a sus afiliados, y protegerá al jefe de familia contra las contingencias de vejez, muerte, e invalidez, que incluye discapacidad. Para los efectos del Seguro General Obligatorio, la protección contra la contingencia de discapacidad se cumplirá a través del seguro de invalidez.

## **Conceptualización de las Variables**

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

#### **Independiente**

**Clima Laboral:** El clima laboral de una organización influye directamente en la productividad y satisfacción de sus trabajadores. Un ambiente de trabajo respetuoso, colaborativo, dinámico y responsable es la llave para que la productividad global e individual aumente, se incremente la calidad del trabajo y se alcancen los objetivos propuestos. (Felipe Cristancho , 2018)

El clima laboral es de suma importancia para el desempeño de las actividades en el entorno empresarial, ya que va a delimitar el espacio de trabajo tanto de un individuo, como de una comunidad total, siendo su carácter de influyente el más representativo, ya que si un clima laboral es positivo, el desarrollo de actividades va a ser más provechoso, a diferencia de plantear un clima poco favorable según las distintas descripciones de los implicados en este tema; ya que si existe poca claridad, humedad excesiva, calor, malas posiciones, malos tratos y otros, la actividad laboral se verá disminuida de manera preocupante.

## **Dependiente**

Incidencia en el personal que brinda el servicio de capacitación:

Capacitación es un proceso educativo a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, por ejemplo, adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización en la cual se desempeña. (Florencia Ucha , 2019)

La capacitación es una herramienta básica de Talento Humano para la mejora de la relación entre la empresa y el trabajador, ya que brinda mejores opciones y expande sus horizontes, brindando mayor capacidad intelectual, acrecentando la fidelidad a su empresa, perfilando mejores oportunidades de desarrollo empresarial.

Existen dos tipos de capacitación, la inmanente y la inducida. La primera se origina propiamente dentro del grupo, es el producto del intercambio de las experiencias o fruto de la creatividad de alguno de los integrantes que luego será transmitida por este al resto de sus compañeros. Y en el caso de la inducida, la enseñanza proviene de alguien ajeno al grupo, por ejemplo, los cursos que se dictan en las empresas.

Entre los principales objetivos que se buscan lograr a través de la capacitación se cuentan los siguientes: productividad, calidad, planeación de los recursos humanos, prestaciones indirectas, salud y seguridad, desarrollo personal, entre otros. (Florencia Ucha , 2019)

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal; la capacitación busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa, en un proceso estructurado con metas bien definidas. (Edgardo Frigo , 2016)

## **GLOSARIO**

### **Coadyuvar**

Se refiere en contribuir, ayudar, auxiliar, cooperar, subvencionar, asistir y aportar con la consecución de alguna cosa, más de todo en realizar una actividad o de logro de alguna cosa.

### **Cohecho**

Es un delito que implica la entrega de un soborno para corromper a alguien y obtener un favor de su parte.

### **Cohesión**

Es la acción y efecto de adherirse o reunirse las cosas entre sí. La cohesión, por lo tanto, implica algún tipo de unión o enlace.

### **Conexa**

Tiene conexión o relación con algo.

### **Contingencia**

Suele referirse a algo que es probable que ocurra, aunque no se tiene una certeza al respecto. La contingencia, por lo tanto, es lo posible o aquello que puede, o no, concretarse.

### **Cosmovisión**

La palabra cosmovisión quiere decir visión del mundo, esto es, la perspectiva, concepto o representación mental que una determinada cultura o persona se forma de realidad. Por lo tanto, una cosmovisión ofrece un marco de referencia para interpretar la realidad, el cual contiene creencias, perspectivas, nociones, imágenes y conceptos.

### **Dádiva**

Se refiere a cualquier objeto, elemento o cosa que se ofrece o se recibe gratuitamente. Podría tratarse de un regalo, un presente, una donación, limosna o propina de manera desinteresada y generosa, solo para beneficiar a quien se lo está dando.

### **Derogar**

Abolición o anulación de una cosa establecida como ley, costumbre.

### **Emblemático**

Relativo al emblema como distintivo, insignia o figura representativa, así, mismo o que incluye. Representativo, ideográfico, significativo, simbólico e imaginario en cualquier elemento o cosa que se puede relacionar en ella.

### **Interculturalidad**

Se refiere a las relaciones de intercambio y comunicación igualitarias entre grupos culturales diferentes en atención a criterios como etnia, religión, lengua o nacionalidad, entre otros.

### **Menoscabo**

Se refiere a deteriorar algo al quitarle parte de la estimación que antes tenía; disminuir algo al reducirlo o acortarlo; o causar descrédito en la fama o en la honra.

### **Meritocracia**

Es un sistema basado en el mérito. Esto es, las posiciones jerarquizadas son conquistadas con base al merecimiento, en virtud, del talento, educación, competencia o aptitud específica para un determinado puesto de trabajo.

**Mitigación**

Acción de hacer más soportable o calmar un dolor, una molestia o una inquietud.

**Obsolescencia**

Hace mención a algo que se está volviendo obsoleto, antiguo o arcaico y que, por lo tanto, cae en desuso.

**Plurinacionalidad**

Hace referencia a la coexistencia de dos o más grupos nacionalidades dentro de un mismo gobierno, estado o constitución.

**Sujeción**

Se define a la acción o el acto de sujetar, contener, coger, paralizar, retener, agarrar una cosa.

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA**  
**DATOS DE LA EMPRESA**

**Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.**

**Antecedentes:**

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información es el Lic. Andrés Michelena.

El titular de esta cartera de Estado, se encarga de apoyar el proceso de mejoramiento de los servicios que prestan las instituciones del sector de telecomunicaciones, coordinar las acciones para a través de políticas y proyectos promocionar la Sociedad de la Información y del Conocimiento y las Tecnologías de la información y Comunicación. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2012)

**Misión:**

Ser el órgano rector del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en el Ecuador, que incluyen las telecomunicaciones y el espectro radioeléctrico, que emite políticas, planes generales y realiza el seguimiento y evaluación de su implementación, coordinando acciones con los actores de los sectores estratégicos para garantizar el acceso igualitario a los servicios y promover su uso efectivo, eficiente y eficaz, que asegure el avance hacia la sociedad de la información para el buen vivir de la población ecuatoriana. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2012)



## **Visión:**

Constituirse en la entidad, referente de la gestión pública, que lidere y gobierne todos los procesos necesarios para que los ciudadanos accedan y generen información y conocimiento, mediante el uso efectivo de las tecnologías de la información y comunicación integrados activamente al proceso de desarrollo social y solidario del Ecuador. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2012)

## **PROYECTO INFOCENTROS ECUADOR**

Los infocentros Comunitarios son espacio de participación y encuentro en los que se garantiza el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), contribuyendo a la reducción de la brecha digital, fomentando el desarrollo, la innovación y el emprendimiento, gracias al aprovechamiento de las TIC.

## **PROPÓSITO**

- Brindar acceso universal y democratizar las TIC.
- Fomentar conocimiento, uso de TICs para disminuir brecha digital.
- Fomentar la innovación y el emprendimiento.
- Promover el uso de los servicios gubernamentales en línea.
- Apoyar a la prevención de problemáticas sociales.
- Motivar a la creación de proyectos y soluciones tecnológicos.

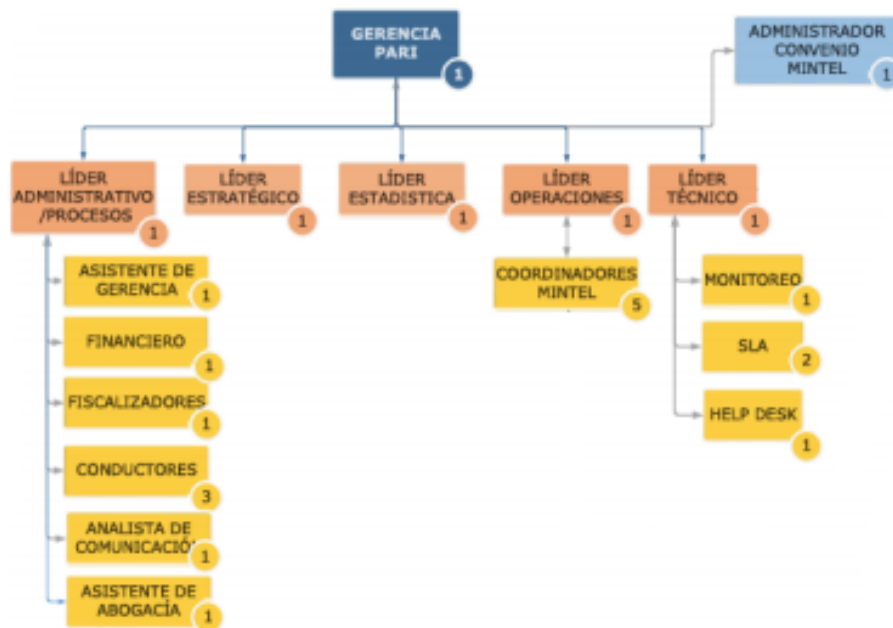
(Ecuador, 2018)

## Ilustración 1



**Fuente:** Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información

## Organigrama



**Fuente:** (Ministerio de Telecomunicaciones/Infocentros, 2017)

**Tabla 1.- Deserción Laboral Tres Últimos Años.**

	<b>2015 (base)</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018 (actual)</b>
<b>Choferes</b>	5	4	4	3
<b>Coordinadores MINTEL</b>	9	8	6	5
<b>Monitoreo</b>	4	3	2	1

**Fuente:** Investigación propia

En el presente cuadro, que va desde el año 2015 hasta el 2018, se muestra como poco a poco ha ido decreciendo, por deserción laboral, es decir, en todos los casos por renuncias, el personal operativo, siendo el caso más grave el del cargo de MONITOREO, el cual en tres años ha quedado con una sola persona; de promedio tienen alrededor del 25% anual de tasa de deserción.

## **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Para el presente proyecto, se contemplan dos métodos en el análisis de valores estadísticos, el método cuantitativo y el método cualitativo, se utilizó ambas técnicas ya que necesitan los dos tipos de enfoques para medir tanto datos numéricos, como datos cualitativos, los que abarcan opiniones, ideas personales, características de ciertos datos, emociones y otros al momento de preguntar sobre temas específicos.

## **INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA**

La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes. La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectuales a una población mayor. Por otro lado, la investigación cualitativa es generalmente más explorada, un tipo de investigación que depende de la recopilación de datos verbales, de conducta u observaciones que pueden interpretarse de una forma subjetiva. Tiene un largo alcance y suele usarse para explorar las causas de problemas potenciales que puedan existir. La investigación cualitativa suele proveer una visión sobre varios aspectos de un problema de marketing. Suele preceder o conducirse tras la investigación cuantitativa, en función de los objetivos del estudio. (International Research, 2018)

### **Cualidades**

Una de las importantes discrepancias de los dos tipos de investigaciones es la diferencia en el procedimiento de recopilación de datos. La recopilación de datos es uno de los aspectos más importantes del proceso de investigación cuantitativa.

De acuerdo con los planteamientos extraídos del libro Metodología de la Investigación, el enfoque cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Sampieri, 2015).

Posterior a esto, los datos se compilan recelosamente sólo de las personas más relevantes para los objetivos del estudio, conocido como segmento

objetivo, esta muestra es un conjunto de personas que son afines a través de una sucesión de variables.

## **INVESTIGACIÓN CUALITATIVA**

La investigación cualitativa es una investigación acerca la forma en que las personas interpretan una determinada condición social o su entorno. Por lo general, implica entrevistas o conversaciones, que producen datos no numéricos. Un ejemplo de investigación cualitativa sería identificar qué tan efectivo es un programa social del gobierno, hablando con las personas directamente afectadas por él. La investigación cualitativa a menudo demanda mucho tiempo, principalmente porque requiere recopilar datos al interactuar con personas durante largos períodos. Luego, después de recoger los datos, analizar conversaciones y sacar conclusiones también consume mucho tiempo. (CGodoyR, 2018)

De igual manera, acorde a los planteamientos extraídos del libro Metodología de la Investigación, el enfoque cualitativo “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.” (Sampieri, 2015) En este enfoque las variables no se definen con la finalidad de manipularse experimentalmente, y esto indica que se analiza una realidad subjetiva además de tener una investigación sin potencial de réplica y sin fundamentos estadísticos.

### **Encuestas y datos numéricos**

Desarrollar una investigación requiere de una elección adecuada de temas objeto del estudio, de un correcto planteamiento de la problemática a remediar y de la dilucidación del método científico que se manejará para llevar a cabo dicha investigación.

Sumado a esto, se requiere técnicas y herramientas que apoyen al investigador en la realización de su estudio. Las técnicas son de hecho, recursos de los que se apropia el investigador para aproximarse a los hechos y acceder a su conocimiento.

Una encuesta es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población. (Universidad de Champagnat, 2017)

La encuesta es un medio básico pero muy eficaz y sumamente empleado en todo tipo de investigaciones, en especial cuando se trata de datos fríos, sin expresión sentimental, propia del encuestado, sin demostrar opiniones personales ni recursos propios de los lugares donde laboran; no da opción de agregar opiniones ni permite el sesgo en respuestas.

#### **Ventajas de la encuesta:**

- Es la técnica más utilizada y la que permite conseguir información de casi cualquier tipo de población.
- Permite la obtención de información sobre hechos pasados de los encuestados.
- Brinda una gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.
- Al momento de costearlo, resulta relativamente barato en comparación con la información que se obtiene con su aplicación.

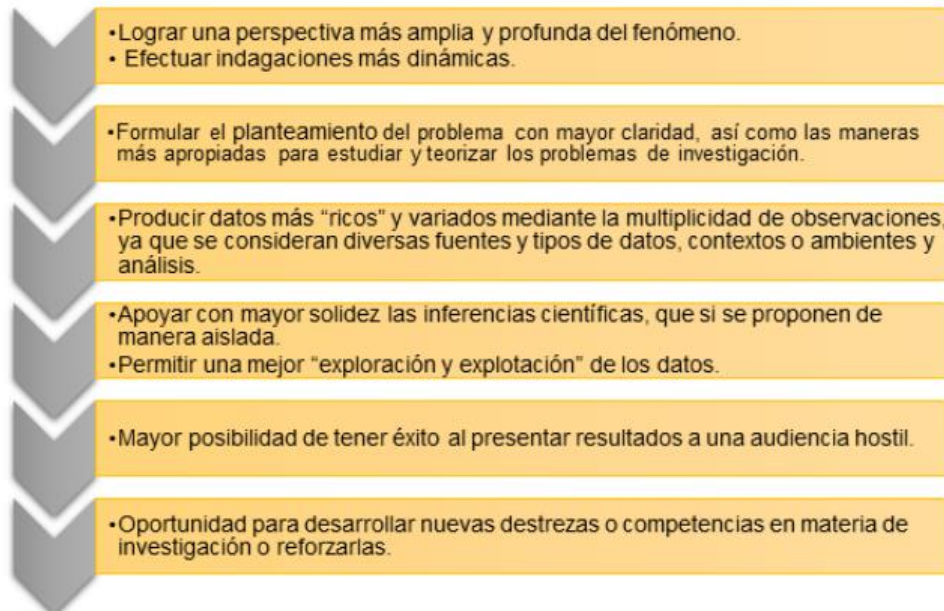
#### **INVESTIGACIÓN CUALICUANTITATIVA (MIXTA)**

Podemos definir el enfoque mixto como un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la

recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información obtenida y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Investigación Mixta, 2016) Es decir que el método mixto combina al menos un componente cuantitativo y uno cualitativo en un mismo estudio o proyecto de investigación.

En un “sentido amplio” visualizan a la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de éstos o dándoles igual importancia permitiendo utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar las debilidades potenciales presentes. (Investigación Mixta, 2016)

### Ilustración 2: Características del Enfoque Mixto



**Fuente:** Investigación Mixta Blog (Blog, s.f.)

### Tipos de investigación

Para la ejecución del presente proyecto se utilizará los siguientes tipos de investigación:

**Investigación exploratoria:** Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo. (Idrovo, 2017)

## **EL MÉTODO EMPÍRICO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación empírica se refiere a cualquier investigación fundada en la experimentación u observación, conducida generalmente a responder una pregunta específica o hipótesis. La palabra empírica significa que la información es obtenida mediante experiencia, observación y/o experimentación. (Cruz, 2018)

### **Investigación descriptiva:**

Manifiesta que el propósito de esta investigación es describir situaciones y eventos, es decir como es y cómo se manifiesta determinados fenómenos. (Idrovo, 2017)

El proyecto tiene investigación descriptiva ya que se va a puntualizar el comportamiento de los empleados, que funciones de su trabajo no se realiza con efectividad.

### **Investigación explicativa:**

El objetivo es explicar el fenómeno, llegar al conocimiento de las causas, es el fin último de la investigación. Se pretende llegar a generaciones extensibles más allá de los sujetos analizados; utilizan básicamente



metodología cuantitativa, a esta investigación se la conoce como investigación ex post-facto, estudios comparativos casuales.

En el proyecto se va a explicar los factores por la cual no hay un buen clima laboral, sus causas e importancia.

**Investigación correlacional:** Tiene como propósito medir el grado de incidencia de las variables que se manipulan en el problema, de tal manera que podamos relacionar la variable independiente que es el clima laboral con la variable dependiente que es el desempeño de los empleados, con el fin de evaluar las variaciones de comportamiento, determinando la causa, efecto y conceptualizando con una teoría. (Idrovo, 2017)

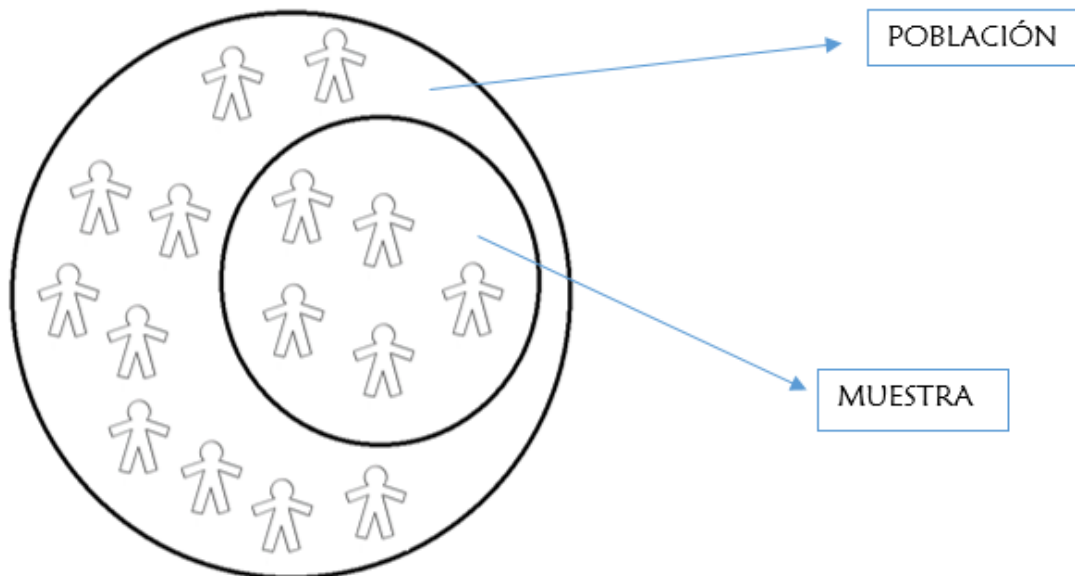
## **POBLACIÓN Y MUESTRA.**

### **Concepto de población.**

Es el total del mercado que se va a utilizar y donde se encuentra el target específico al que la investigación desea afectar, por tanto es pieza fundamental al momento de realizar una investigación. Por lo general no existe inconveniente al determinar dicha población, se debe tener muy en cuenta al ser más detallista, es decir, al determinar la muestra de este trabajo.

### Ilustración 3

## POBLACIÓN Y MUESTRA



Fuente: (Saber Metodología, 2016)

### Tipos de población

La población estadística cuenta con algunos tipos, los cuales se describen a continuación:

#### **Población finita**

Es aquella población que está compuesta por un número pequeño de elementos, artículos o sujetos. (Enciclopedia Económica , 2016)

#### **Población infinita**

Se denomina población infinita a aquella población que está compuesta por un número grande de elementos que debe pasar los cien mil elementos. (Enciclopedia Económica , 2016)

**Población real**

Este tipo de población, denominada real, se compone por un grupo de cosas existentes y meramente comprobables. (Enciclopedia Económica , 2016)

**Población hipotética**

Es la población conformada por un grupo posible e hipotético de determinadas cosas, difícilmente de comprobar. (Enciclopedia Económica , 2016)

**Población aleatoria**

Esta presenta alteraciones en sus cualidades de forma aleatoria, sin que exista una causa aparente. (Enciclopedia Económica , 2016)

**Población dependiente**

Los valores de este tipo de población dependen de una causa determinada. (Enciclopedia Económica , 2016)

**Población polinomial**

Contiene diversas características que deben ser medidas y estimadas para tenerla en cuenta. (Grudemi, 2016)

**Tabla 2.- Colaboradores de la empresa por Área o Departamento**

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>
Gerencia	1
Administrador convenio MINTEL	1
Líder Administrativo	1
Líder Estratégico	1
Líder Estadística	1
Líder Operaciones	1
Líder Técnico	1
Asistente de Gerencia	1
Financiero	1
Fiscalizadores	1
Conductores	3
Analistas	1
Asistentes de Abogacía	1
Coordinadores MINTEL	5
Monitoreo	1
SLA	2
Help Desk	1
	<b>24</b>

**Fuente:** Elaboración propia

## **Muestra**

La muestra es un subconjunto representativo de un universo o población. La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población.

Se puede decir que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus necesidades al que llamamos población. De la población es conveniente extraer muestras representativas del universo. (Saber Metodología, 2016) La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo.

## **Tipos de muestreo**

El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

**ALEATORIA:** Cuando se selecciona al azar y cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.

**ESTRATIFICADA:** Cuando se subdivide en estratos o subgrupos según las variables o características que se pretenden investigar. Cada estrato debe corresponder proporcionalmente a la población.

**SISTEMÁTICA:** Cuando se establece un patrón o criterio al seleccionar la muestra. Ejemplo: se entrevistará una familia por cada diez que se detecten. (Wigodski, 2015)

### **Muestra estratificada y no estratificada.**

El muestreo estratificado es un método de muestreo probabilístico que consiste en dividir a todo el universo o población sobre la cual se realiza la investigación en diferentes estratos o subgrupos. Generalmente, estos estratos se conforman por individuos que comparten características similares. Una vez estratificada la población, se debe seleccionar al azar los sujetos o individuos finales de cada uno de los estratos de forma proporcional, conformando de esta manera la muestra estadística. (Enciclopedia Económica, 2017)

El muestreo no probabilístico es aquella técnica utilizada en la muestra estadística que, al contrario de la muestra probabilística, se basa en un proceso que no les permite a todos los individuos de una población investigada tener la misma oportunidades de ser seleccionados. Es decir, este tipo de muestreo predomina a aquellos individuos que al cumplir con cierta cualidad o característica benefician a la investigación, entonces pueden ser parte de la muestra. (Enciclopedia Económica Ap., 2016)

### **Tipos de muestra no estratificada**

Al momento de clasificar al muestreo no probabilístico, podemos encontrar los siguientes tipos: Muestreo por cuotas, conveniencia, bola de nieve o discrecional (intencional).

Para esta investigación se va a emplear el muestreo no estratificado intencional, el mismo que indica como concepto:

Muestreo Discrecional, también conocido como muestreo por juicio o intencional. En este caso se consiguen las muestras y los sujetos se eligen para llegar a ser un grupo en donde la muestra busca un objetivo específico. En este particular, el encargado de la investigación sabe que algunas personas resultan más adecuadas para el análisis que otras. (Enciclopedia Económica Ap., 2016)

Para el caso de la investigación en curso, se va a intervenir a los 4 Infocentros que se encuentran en la parroquia Ximena, del cantón Guayaquil, teniendo un total de 60 encuestados, aplicando el tipo de muestreo Nn estratificado.

**Tabla 3: Desglose encuestados**

<b>Cargo en Infocentros</b>	<b>Cantidad por Infocentros</b>	<b>Total 4 Infocentros</b>
Fiscalizador	1	4
Conductor	3	12
Analista de comunicación	1	4
Asistente de Abogacía	1	4
Coordinadores MINTEL	5	20
Monitoreo	1	4
SLA	2	8
Help Desk	1	4
<b>Total encuestados</b>		<b>60</b>

**Fuente: Autora de la Investigación**

De igual manera, para la aplicación de la entrevista, se va a intervenir con los Líderes Administrativos y de Procesos de 2 de los Infocentros que se encuentran en la parroquia Ximena, del cantón Guayaquil, adicionalmente a 60 usuarios de los Infocentros de la ciudad.

## **Técnicas e Instrumentos.**

### **Técnicas.**

Mediante la utilización de estas técnicas nos permiten recolectar, procesar y analizar la información que se ha llevado a cabo a través de las fuentes de información sobre los hechos ocurridos en el área establecida.

**Encuesta:** Esta técnica es la más usada en las investigaciones ya que consta de un cuestionario que está formado por preguntas que se elaboran con la finalidad de obtener información.

**Entrevista:** Una entrevista de exploración es aquella plática cara a cara que se da entre el investigador y el sujeto de estudio. El fin de este tipo de entrevista es adquirir información relevante sobre un contenido de estudio, a través de contestaciones verbales dadas por el sujeto de estudio.

### **Instrumentos.**

Es el medio donde se recoge información a partir del contacto directo con el objeto de investigación.

**Cuestionario:** Es aquel proceso riguroso que brinda la posibilidad de conocer y describir directamente el objeto de estudio, para su respectivo análisis.

**Cuestionario estructurado:** Este instrumento se distingue del resto ya que previamente a la intervención entre el entrevistado y el investigador, se realiza una revisión de dicho contenido para un mejor flujo de tiempo e información. (Jervis, 2017)



## Formatos de Cuestionarios a emplear

### Preguntas para aplicar en la Encuesta al personal de los Infocentros

**Independiente:** Clima Laboral

**Dependiente:** Incidencia en el personal que brinda el servicio de capacitación.

1. ¿Tiene claro cuáles son los objetivos y prioridades del Proyecto de los INFOCENTROS?
2. ¿Se encuentra satisfecho o satisfecha con su participación en las decisiones que deben tomarse para la organización de actividades recreativas, culturales y pedagógicas en los INFOCENTROS?
3. ¿Las actividades que realiza diariamente en su trabajo le resultan interesantes y motivadoras?
4. ¿Siente que su trabajo le da la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos y destrezas, así como organizar su tiempo entre las labores en el INFOCENTRO y su vida personal?
5. ¿Está Ud. de acuerdo con la estrategia de comunicación que utiliza el Administrador y/o responsable del INFOCENTRO para informar de los asuntos y actividades importantes del proyecto?
6. ¿Considera que su área de trabajo se encuentra bien planificada y por tanto cumple con la programación requerida por el proyecto de los INFOCENTROS?
7. ¿Recibe algún reconocimiento o estímulo por las labores complementarias que realiza o por el cumplimiento de los objetivos del Proyecto?

## **Preguntas para aplicar en la Entrevista a los Lideres Administrativos y de Procesos de los Infocentros seleccionados**

1. Coménteme acerca de las principales dificultades con las que se enfrenta diariamente en su trabajo. (dos o más por favor)
2. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que considera Ud. para administrar o coordinar el Proyecto de los INFOCENTROS?
3. ¿Qué problemas Ud. ha logrado observar en sus compañeros/as de trabajo para la planificación y realización de actividades?
4. Qué otra situación que considere importante del clima laboral en los INFOCENTROS le gustaría comentar.
5. ¿Está Ud. conforme con la relación laboral que mantiene con sus compañeros/as de trabajo?

## **Cuestionario a aplicar en la Encuesta a los usuarios de Infocentros**

1. ¿Conoce usted la finalidad del Proyecto Infocentros?
  - Si
  - No
2. ¿Ha escuchado o visto algún comercial referente a los Infocentros?
  - Si
  - No
3. ¿Conoce usted si tienen algún costo los servicios en los Infocentros?
  - Sí
  - No

4. ¿Que necesito hacer para seguir un Curso de Capacitación?
- Acercarte a un banco y realizar algún pago
  - Seguir un curso en línea
  - Acercarte con tu cédula e inscribirte en cualquier Infocentro
  - No opina
5. ¿Qué actividades puedo realizar en un Infocentro?
- Realizar compras en línea
  - Utilizar los servicios de internet gratuitos.
  - Realizar cursos de capacitación en tecnologías de la información y comunicación.
  - Recibir guía y apoyo para iniciar o potenciar emprendimientos.
  - Realizar mis estudios de bachillerato a distancia -virtual.
  - Todas de las anteriores
  - Ninguna de las anteriores

## CAPITULO IV

### ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

A continuación, se presenta lo correspondiente a la tabulación e interpretación de las herramientas de investigación aplicadas en el presente proyecto de investigación. Se pretende, mediante la valuación de las respuestas entregadas, determinar propuestas favorables para la solución del problema planteado de manera inicial.

#### DESARROLLO Y ANÁLISIS DE LAS HERRAMIENTAS APLICADAS

##### Encuesta a Colaboradores Infocentros

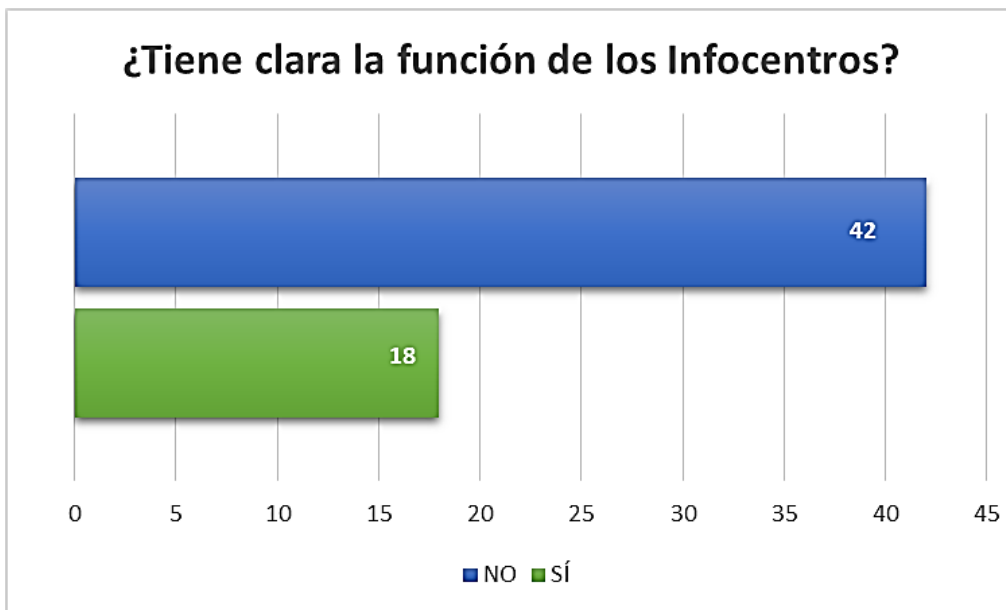
1. ¿Tiene claro cuáles son los objetivos y prioridades del Proyecto de los INFOCENTROS?

**Tabla 4 Objetivos Infocentros**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	30%	18
NO	70%	42
	100%	60

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 1.- Gráfico pregunta 1**



**Fuente:** Autora del documento

El 70% de los encuestados desconoce la funcionalidad total y el propósito base de la razón de ser de los Infocentros, cantidad que resulta preocupante ya que los integrantes del proyecto no tienen clara la dirección a seguir del proyecto, y esto es preocupante ya que no se puede transmitir correctamente el mensaje a los usuarios de estos centros tecnológicos.

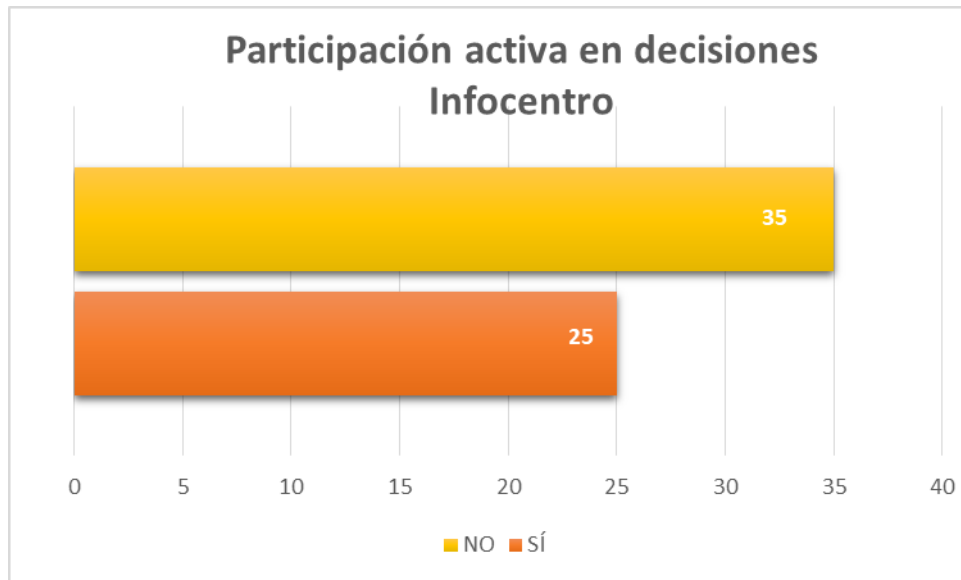
**2. ¿Se encuentra satisfecho o satisfecha con su participación en las decisiones que deben tomarse para la organización de actividades recreativas, culturales y pedagógicas en los INFOCENTROS?**

**Tabla 5 Participación activa en Infocentros**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	42%	25
NO	58%	35
	100%	60

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 2.- Gráfico pregunta 2**



**Fuente:** Autora del documento

La respuesta denota un poco de inconformidad por parte de las personas que forman parte de los Infocentros, ya que, según comentarios al momento de recibir las respuestas, existe centralización al momento de la toma de decisiones; no participan todos los integrantes del centro y, muchas veces, las decisiones ya se las reciben puesto que son tomadas por otro lado. Razón por la cual el 58% muestra su descontento al momento de la toma de decisiones en los Infocentros intervenidos.

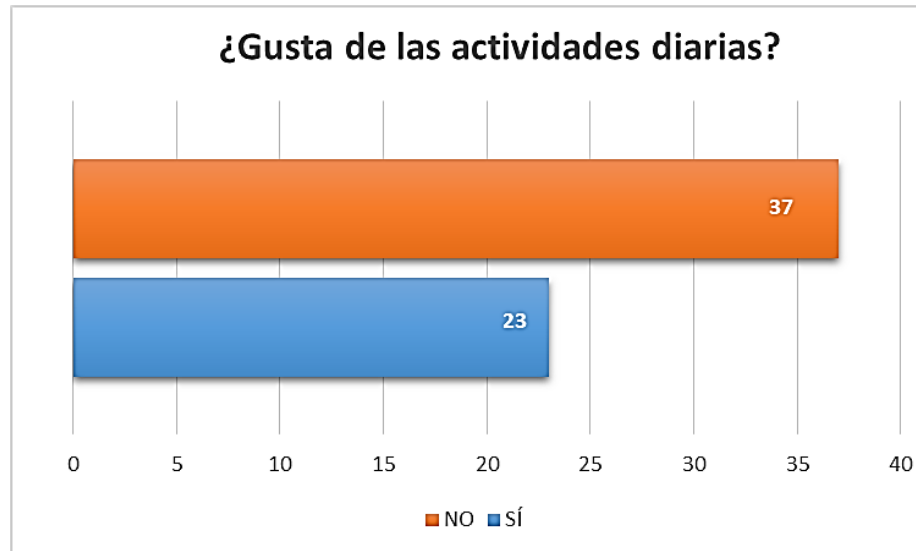
**3. ¿Las actividades que realiza diariamente en su trabajo le resultan interesantes y motivadoras?**

**Tabla 6 Gusto por actividades diarias**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	38%	23
NO	62%	37
	<b>100%</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 3.- Gráfico pregunta 3**



**Fuente:** Autora del documento

De igual manera, el reflejo de la inconformidad interna se hace presente en este 62% que no se siente a gusto con las actividades que desempeña en los Infocentros que se utilizaron para la presente encuesta. Uno de los principales motivos para esta inconformidad, son la falta de explicación y capacitaciones cada vez que se incorpora algún cambio en el sistema, ya sea de instrucciones a las personas que acceden al servicio, como en el sistema de trabajo en general, se denota una especie de “poca importancia” al cliente interno, según se expresaron.

- 4. ¿Siente que su trabajo le da la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos y destrezas, así como organizar su tiempo entre las labores en el INFOCENTRO y su vida personal?**

**Tabla 7 Oportunidad de aprendizaje**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	32%	19
NO	68%	41
	<b>100%</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 4.- Gráfico pregunta 4**



**Fuente:** Autora del documento

El común denominador que expresa la mayoría de encuestados no solo en esta, sino en la mayoría de preguntas es su inconformidad con la estructura interna de los Infocentros, sintiendo un sin número de falencias en el medio, dejando claro que el 68% de los encuestados se encuentra como en un callejón sin salida en su puesto de trabajo, no siente el aumento de oportunidades de un ascenso o mejora sustancial de su situación laboral, no dando paso a incrementos de sueldos o salarios, mejora en la jerarquía ocupacional, entre otros.

- 5. ¿Está Ud. de acuerdo con la estrategia de comunicación que utiliza el Administrador y/o responsable del INFOCENTRO para informar de los asuntos y actividades importantes del proyecto?**

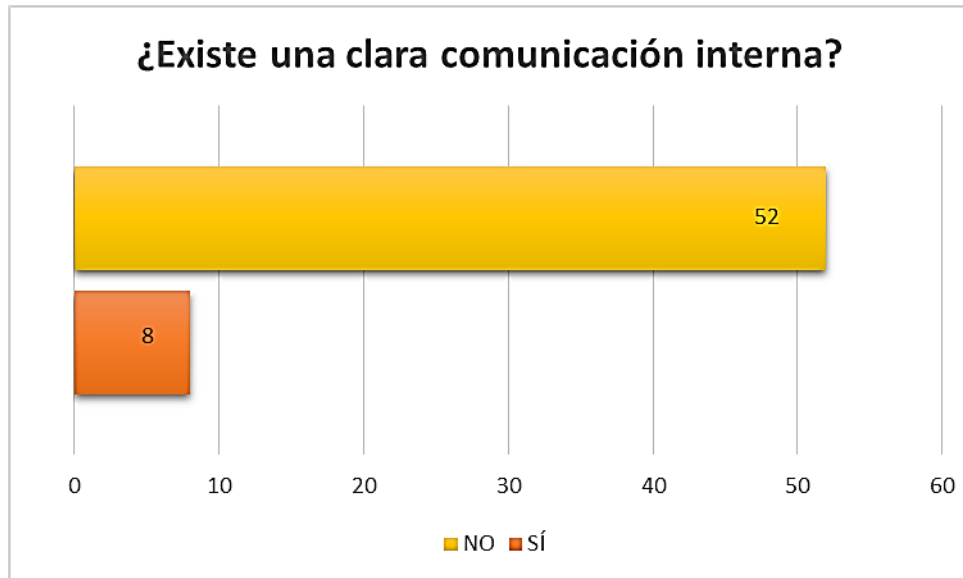
**Tabla 8 Oportunidad de aprendizaje**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	13%	8
NO	87%	52
	<b>100%</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Autora del documento



**Figura 5.- Gráfico pregunta 5**



**Fuente:** Autora del documento

El 87% de los encuestados afirma que la comunicación dentro de los Infocentros es un desastre, no se comunica a tiempo las decisiones tomadas, ya sea dentro de la sede, como de resoluciones fuera de la jurisdicción; no existe una política de manejo de la información implementada, no existe un clima laboral adecuado ya que no hay ningún Manual de Procesos ni políticas internas de manejo de la información. \

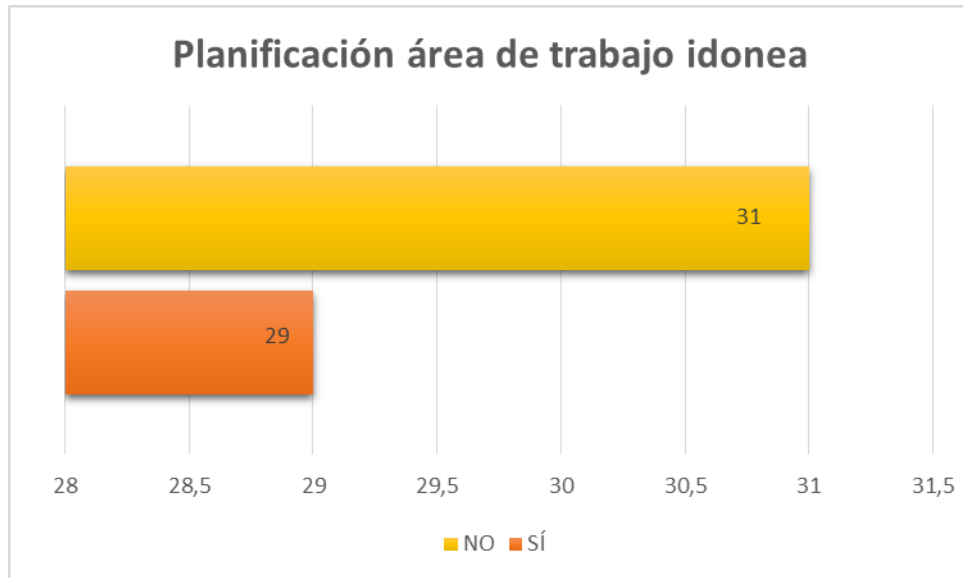
**6. ¿Considera que su área de trabajo se encuentra bien planificada y por tanto cumple con la programación requerida por el proyecto de los INFOCENTROS?**

**Tabla 9 Oportunidad de aprendizaje**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	48%	29
NO	52%	31
	<b>100%</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 6.- Gráfico pregunta 6**



**Fuente:** Autora del documento

El análisis de estas respuestas es muy relevante, ya que a pesar de no existir por los mandos medios y altos una adecuada comunicación, ni estructura de manejo de personal, dentro de la pequeña comunidad llamada departamento o área de trabajo, si existe armonía al momento de asignar responsabilidades a pequeñas tareas o a distribución equitativa de funciones. Siempre que estas distribuciones estén a cargo del propio departamento o área de trabajo.

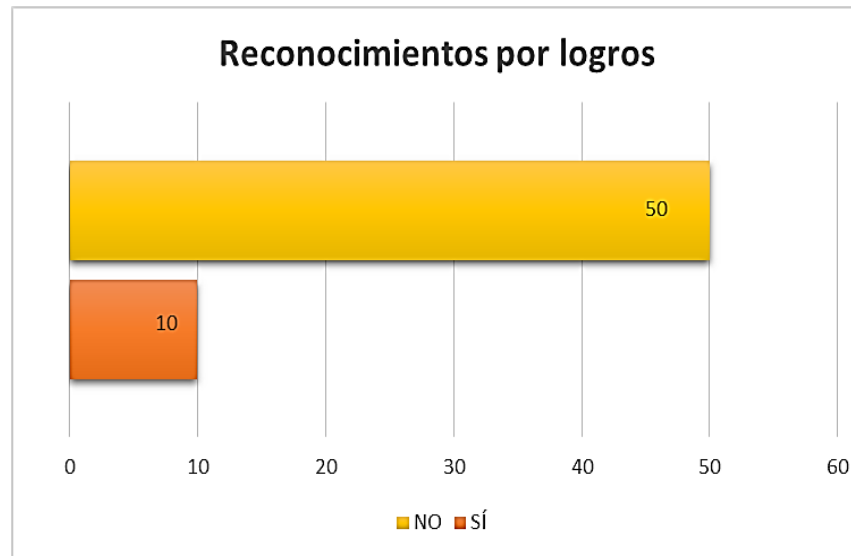
**7. ¿Recibe algún reconocimiento o estímulo por las labores complementarias que realiza o por el cumplimiento de los objetivos del Proyecto?**

**Tabla 10 Entrega de estímulos**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	17%	10
NO	83%	50
	<b>100%</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 7.- Gráfico pregunta 7**



**Fuente:** Autora del documento

La inconformidad no se da exclusivamente por no tener una estructura de trabajo definida o por no tener una adecuada comunicación, se da también porque los colaboradores no se sienten motivados a lograr metas administrativas o la consecución de objetivos de los proyectos, ya que no reciben ningún tipo de estímulo adicional que no sea horas libres sin recargo. Los colaboradores están siempre ávidos de obtener reconocimientos que excedan expectativas como lo son productos, alguna placa, algo de dinero extra o reconocimiento en la comunidad laboral.

### **Entrevista a Lideres Administrativos de Infocentros\***

*\*Entrevistas realizadas el 31 de Julio 7 de Agosto del año en curso, a los Lideres Administrativos de los Infocentros que estuvieron disponibles; Infocentro Ximena 1 e Infocentro Ximena 3.*

- 1. Coménteme acerca de las principales dificultades con las que se enfrenta diariamente en su trabajo.**

**I1:** Ante todo buenos días, yo soy Líder de Ximena Uno, Infocentro ubicado en la Parroquia Ximena, fue el primero en empezar operaciones y bueno, durante el primer año de trabajo las principales dificultades que se han presentado son la poca costumbre de los ciudadanos para este tipo de servicio, existe mucha ignorancia en el manejo de dispositivos electrónicos por tanto, por más que se desea ayudar, se nos va el tiempo en enseñar cosas básicas. Segundo y lo considero bien grave, es la deserción, hasta este momento, no existe persona de la tercera edad que haya llegado a su tercera clase, es grande el desperdicio de recursos por parte de los asistentes al Infocentro.

**I2:** Bueno, principalmente siento gran pesar en notar la desidia de las personas mayores de 45 años, con ellos se percibe la batalla perdida y súper desmotivados, piensan, según conversaciones que hemos tenido, que ya se les pasó el tren, que no pueden con la tecnología y que van a hacer el ridículo, por tanto no acceden al servicio.

**2. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que considera Ud. para administrar o coordinar el Proyecto de los INFOCENTROS?**

**I1:** Una ventaja sería la apertura de toda parroquia que hemos tenido la oportunidad de llegar, para aceptarnos y ofrecer el servicio; en muchas ocasiones, no basta con ofrecer un producto gratis; el conglomerado actual ya es más selectivo en sus “aceptaciones” de ingreso a su sector. Como desventaja, puedo señalar que los mismos usuarios se convierten en los obstáculos a enfrentar, ya que existen muchos paradigmas que romper; se va a tratar de acoplar las necesidades en ciertas personas.

**I2:** Una de las desventajas que se puede percibir es el tiempo de dedicación a este proyecto, tanto la parte interna, como los clientes en sí, internamente porque no existe un sistema que haga que se pongan la camiseta los

trabajadores del Infocentro, se los nota poco interesados en su labor, y creo yo que con justa razón, no reciben, mejor dicho, no recibimos ningún incentivo por parte de los superiores y ese malestar se tiende a proyectar a los clientes.

**3. ¿Qué problemas Ud. ha logrado observar en sus compañeros/as de trabajo para la planificación y realización de actividades?**

**I1:** Los problemas existen en toda estructura, algunos más latentes y visibles que en otros, nuestro Infocentro lastimosamente no es la excepción y muestra falencias de tipo organizacional, la toma de decisiones se la hace muchas veces fuera de la oficina y simplemente se las acoge, adicionalmente no tenemos un sistema de comunicación interna, ni directa con los directivos en Quito, así que se lo hace a través de correos electrónicos, por lo que resulta demorada la contestación.

**I2:** Más que problemas anotaría de manera personal, errores en la comunicación y tiempos de respuesta ya que las decisiones, por muy pequeñas que sean, se las debe tramitar de manera directa con Quito y eso resta tiempo, nos mantenemos de brazos cruzados y no podemos dar marcha a lo que se necesita comprar, implementar o enmendar; como se está a la espera de las respuestas, se las aplica de manera inmediata, y muchas veces se deja a un lado la retroalimentación a todo el personal, causando molestias a más de un empleado.

**4. Qué otra situación que considere importante del clima laboral en los INFOCENTROS le gustaría comentar.**

**I1:** Más bien quisiera recalcar el malestar por el poco o nulo incentivo que tenemos al momento del logro de objetivos, uno de los principales objetivos

fue la atención anual de más de 1500 personas por Infocentro y de los del sector, nosotros timbramos alrededor de 1855 personas, y jamás llegó el reconocimiento que mencionaron al inicio del proceso, que consistía en un agasajo entre todos los colaboradores del Infocentro incluidos los familiares, más órdenes de compra en un mercado local, pero nada. ¿Cree que para este periodo se va a dar la misma gestión?

**I2:** Bueno, lo ideal sería la corrección de las comunicaciones entre sedes, no tenemos una fuente de toma de decisiones en la región, se necesita estar en constante contacto con las oficinas de Quito, adicionalmente el clima laboral no es muy bueno porque los trabajadores no se sienten identificados con la institución, existe bastante desinterés en brindar un buen servicio y sólo cumplen a mi parecer, por el sueldo, más no porque les gusta lo que hacen y eso es preocupante, el clima laboral se puede volver un caos si todos piensan de manera unitaria.

**5. ¿Está Ud. conforme con la relación laboral que mantiene con sus compañeros/as de trabajo?**

**I1:** Yo creo que soy el menos indicado en responder esto, ya que por jerarquía, el trato va a ser bueno, pero me parece que los colaboradores del Infocentro están bastante arraigados a la idea de que no son tomados en cuenta, en parte por mí, pero se entiende que yo dispongo lo que me indican superiores, así que de cierta forma me ponen una de cal y una de arena, es común decir que no puedes caerle bien a todo el mundo, pero en la parte laboral, si tienes un cargo de primera línea, se torna algo pesado ver el desinterés justificado de cierta forma por parte de tu staff.

**I2:** El clima laboral en el Infocentro es denso, no existe una cultura organizacional establecida, no se maneja imagen corporativa, no tenemos decisión sobre asuntos superfluos como compra de insumos básicos de

limpieza, entre otros. Adicionalmente no hay incentivos por logros empresariales u objetivos planteados, todo esto en conjunto con la baja transparencia en la comunicación entre todo el personal; es urgente una mejora en el clima laboral a través de nuevas estrategias internas que permitan mayor armonía, unión y realce al cliente interno, identificándolo con la marca que lleva todos los días en su camiseta.

## Encuesta aplicada a usuarios de Infocentros

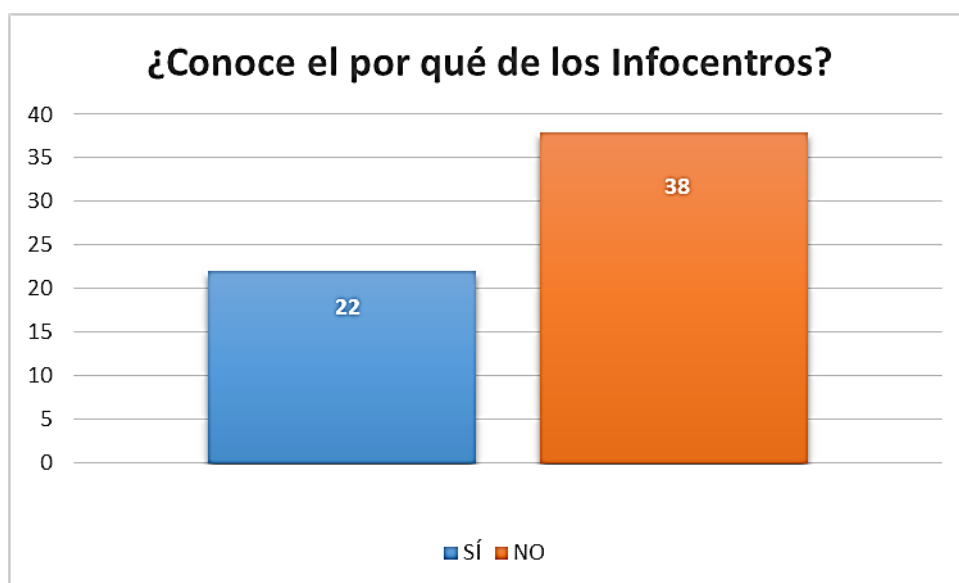
1. ¿Conoce usted la finalidad del Proyecto Infocentros?

**Tabla 11 Finalidad de Infocentros**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	37%	22
NO	63%	38
	100%	60

Fuente: Autora del documento

**Figura 8.- Gráfico pregunta 1, Encuesta 2**



Fuente: Autora del documento

La razón de ser básica de un Infocentro es ser un espacio comunitario de participación y encuentro, en los que se garantiza el acceso a las tecnologías de la información y telecomunicaciones (TIC), reduciendo la brecha digital, fomentando el desarrollo, brindando soporte a la comunidad, creando oportunidades de trabajo y brindando recursos a la comunidad.,



nada de esto es conocido por ningún usuario ya que no existe difusión de ningún tipo.

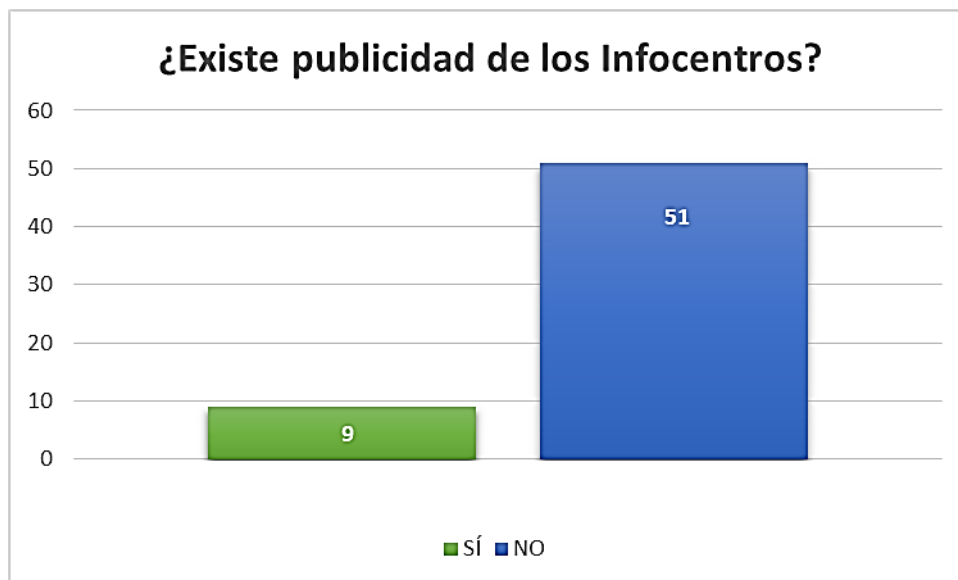
2. ¿Ha escuchado o visto algún comercial referente a los Infocentros?

**Tabla 12 Publicidad de Infocentros**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	15%	9
NO	85%	51
	<b>100%</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 9.- Gráfico pregunta 2, Encuesta 2**



**Fuente:** Autora del documento

De todos los 60 encuestados, el equivalente al 85% de estos no ha escuchado información referente a los Infocentros, ya que no existe una estrategia de promoción y de publicidad referente al negocio. Esto es perjudicial ya que agrava el problema de reconocimiento de marca, como indica la pregunta anterior, no hay identidad corporativa fijada, no existe imagen creada a través del tiempo, en fin, no hay beneficios que se puedan

demostrar ya que no existe una forma ni medio de difusión aprobado y utilizado para realizar estas actividades. Se recomienda el uso de estrategias de marketing para mejorar la promoción y publicidad de los Infocentros.

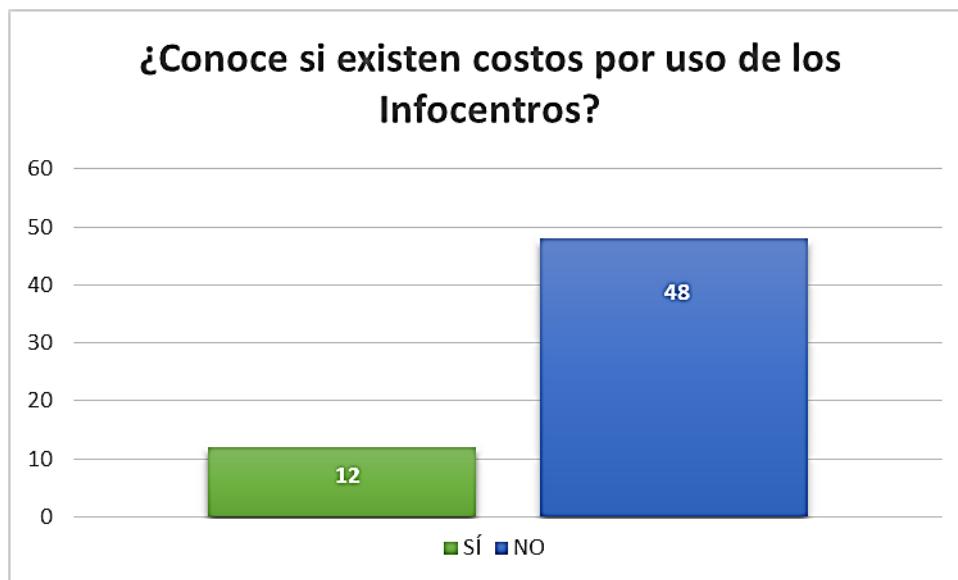
3. ¿Conoce usted si tienen algún costo los servicios en los Infocentros?

**Tabla 13 Costos en Infocentros**

Opción	Porcentaje	Cantidad
SÍ	20%	12
NO	80%	48
	<b>100%</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 10.- Gráfico pregunta 3, Encuesta 2**



**Fuente:** Autora del documento

Esta es una muestra más del resultado de la escasa promoción y publicidad que manejan los Infocentros, y, probablemente es uno de los factores que inciden en la poca afluencia de usuarios, ya que piensan que el servicio ofertado tiene algún costo. Adicionalmente a esto, se debe mantener una

promoción exhaustiva de las ofertas de servicios que se mantienen, aclarando que todo lo que se realiza dentro de los Infocentros es gratuito, tales como: impresiones y fotocopiado, acceso a internet, capacitaciones a ciudadanos, desarrollo cultural, acceso a servicios en línea de los gobiernos seccionales y gobierno central, entre otros.

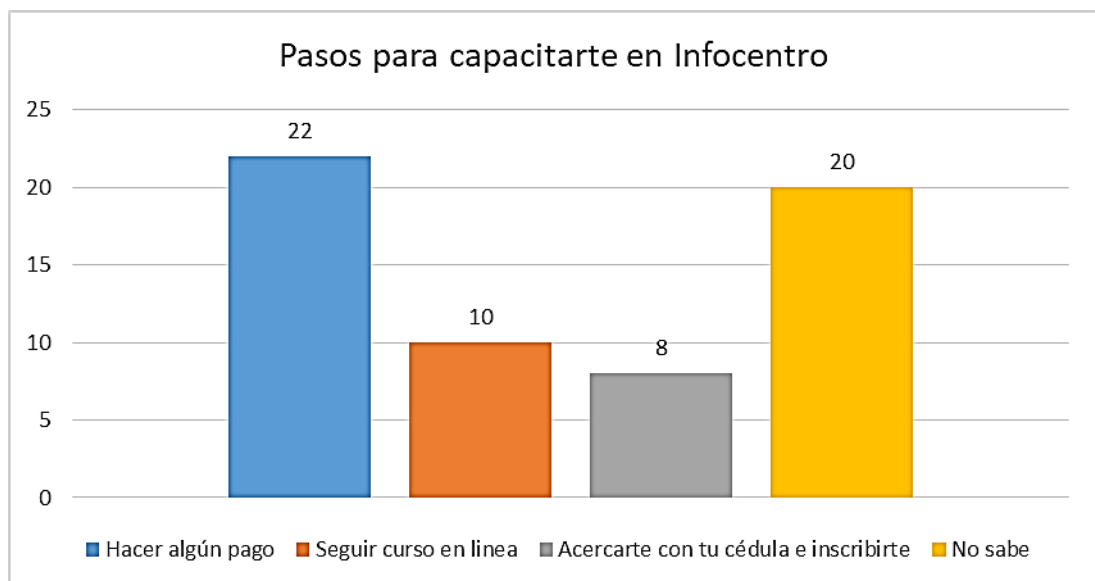
4. ¿Que necesito hacer para seguir un Curso de Capacitación?

**Tabla 14 Publicidad de Infocentros**

Opción	Porcentaje	Cantidad
Hacer algún pago	37%	22
Seguir curso en línea	17%	10
Acercarte con tu cédula e inscribirte	13%	8
No sabe	33%	20
	<b>100%</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 11.- Gráfico pregunta 4 Encuesta 2**



**Fuente:** Autora del documento

La falta de conocimiento de los servicios que ofrecen los Infocentros, vuelve a jugar una mala pasada en este punto, no existe una

comunicación oficial acerca de los beneficios que se accede en el lugar de estudio, adicionalmente, se desconoce que todo esto funciona de manera gratuita, no hay que realizar ningún pago en particular y no se necesita nada más que la cédula y las ganas de aprender. Solamente el 13% de los encuestados indican saber qué acciones realizar para su inscripción.

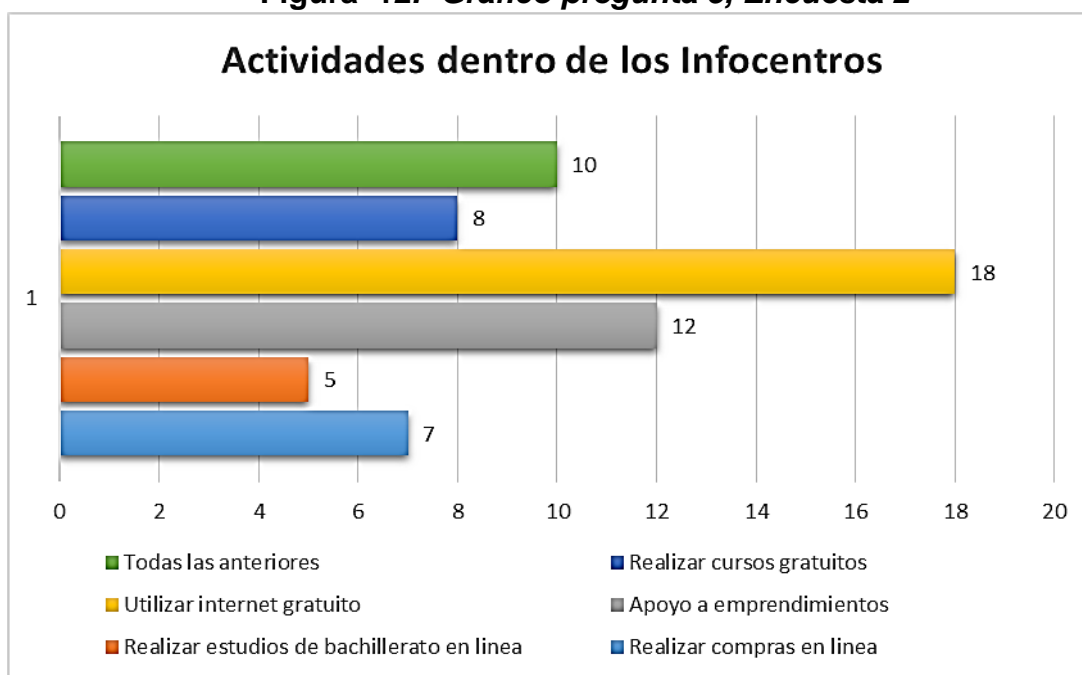
5. ¿Qué actividades puedo realizar en un Infocentro?

**Tabla 15 Actividades en Infocentros**

Opción	Porcentaje	Cantidad
Realizar compras en línea	12%	7
Realizar estudios de bachillerato en línea	8%	5
Apoyo a emprendimientos	20%	12
Utilizar internet gratuito	30%	18
Realizar cursos gratuitos	13%	8
Todas las anteriores	17%	10
	<b>100%</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Autora del documento

**Figura 12.- Gráfico pregunta 5, Encuesta 2**



**Fuente:** Autora del documento

Aquí se aprovechó para mostrar todos los servicios que ofrecen los Infocentros, pero no tuvo el efecto esperado, ya que los encuestados no conocían todos los servicios a los que se puede acceder en los centros, y las respuestas fueron un tanto esquivas, lo ideal era de que tenga mayores votantes la opción “todas las anteriores”, pero no fue tan aprovechada que se diga con el 17%, si fueron de manera masiva, el apoyo a emprendimientos y acceso a Internet tuvieron el 20% y 30% respectivamente, siendo los servicios más fuertes y significativos de los Infocentros.

### **Análisis de los resultados obtenidos**

Las dos herramientas utilizadas, coinciden en muchos puntos, algunos críticos, sobre el manejo del Talento Humano y el flujo de las comunicaciones de los Infocentros; los cuales se muestran ávidos de una reestructuración para la mejora del clima laboral.

Existe un riesgo inminente en la falta de incentivos, por más mínimos que estos sean al personal de los distintos Infocentros intervenidos, ya que no sienten su inclusión dentro de la estructura jerárquica de los centros, adicionalmente, ya no ponen mucho énfasis en la consecución de metas de carácter administrativo.

La comunicación, toma de decisiones y retroalimentación, son otros factores que casi no existen dentro de estas instituciones, se necesita establecer un canal comunicativo ágil, que no tenga trabas ni cortes en su flujo. Proponer y tener, en lo posible, mayor poder de decisión en distintas medidas y conclusiones que tomar, para descentralizar decisiones y poder realizar de manera directa compras de insumos básicos según la necesidad, entre otras actividades.

## **PROPUESTA DESARROLLO DE LA TÉCNICA 5W + 2H**

Para la consecución de los objetivos empresariales, es necesario además de mucha atención, planificación, buena gestión y otras cualidades propias de todo empresario, una herramienta que te permita detallar los inconvenientes y ventajas que se encuentran a libre albedrío en el mercado, todo esto se puede prever a través de la Gestión de Proyectos con la Técnica 5W2H.

Esta técnica funciona a través de la resolución de 5 preguntas cuyas letras iniciales en idioma inglés empieza con W, de ahí deriva su nombre, más el complemento de dos preguntas adicionales que empiezan con W, de ahí toda la estructura de la técnica.

A continuación se desglosa las preguntas sin orden específico:

### **5W**

- ¿What? (¿Cómo realizarás el proyecto?);
- ¿Why? (¿Por qué lo harás? / ¿Cuál es la justificación?);
- ¿Where? (¿Dónde?)
- ¿When? (¿Cuándo? / ¿Cuál es el plazo?);
- ¿Who? (¿Por quién? / ¿Quién será el responsable?).

### **2H**

- ¿How? (¿Cómo lo harás?)
- ¿How much? (¿cuánto cuesta?).

Esta técnica permite presentar un esquema en forma de cuadrícula que nos permite visualizar de mejor manera las oportunidades de mercado.

**Tabla 16.- Desarrollo del 5W+2H**

¿Qué?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
Desarrollo de estrategias de Capacitación periódica	A través de Conferencias, Charlas magistrales, talleres aplicativos que brinden datos de actualización a los distintos niveles de los Infocentros	Si se tiene al personal debidamente capacitado, este brindará un mejor rendimientos y su desempeño tiende a la alza, se siente motivado.	Directores Departamentales Recursos Humanos	Infocentros	Octubre 2019	\$400
Desarrollo de estrategias de Incentivos al cliente interno	Por medio de actividades de reconocimiento por logros empresariales obtenidos	Al reconocer logros administrativos o empresariales conseguidos, estamos afianzando o estrechando lazos corporativos entre empresa y colaborador, se va a sentir querido, reconocido por la empresa	Recursos Humanos, Financiero, Director Regional	Infocentros	Octubre 2019	\$950
Plan de mejora comunicacional	Estableciendo parámetros de comunicación interna, sin dejar a un lado ningún miembro organizacional	Para que los colaboradores, sin excepción jerárquica, se sientan incluidos en toda decisión que afecte de manera directa al personal	Directores Departamentales Recursos Humanos	Infocentros	Octubre 2019	\$350
<b>TOTAL</b>						<b>\$1.700.00</b>

**Fuente:** Marisol Mayeza



## DETALLE DEL 5W2H

**Capacitación Periódica:** Es necesario mantener al personal capacitado, en el elemento principal que todos deberían manejar; la información que ellos comparten, ya que muchas veces son ellos los que transmiten la idea del negocio, y no debemos descuidar de ese tipo de oportunidades. Como el personal de atención al cliente está en contacto directo con nuestros consumidores, se debe mantener al día sobre información del Infocentro, últimas novedades, detalles relevantes, y manejo de los utilitarios presentes dentro de las herramientas informáticas que poseen los locales.

Para esto se va a intervenir a los 4 Infocentros que se encuentran en la parroquia Ximena, del cantón Guayaquil, teniendo un total de 60 empleados, todos incluidos en estos ciclos de capacitaciones ya que se va a completar varios frentes de información.

1. **Capacitación en transformación digital:** La dinámica económica mundial, impulsa a las empresas a que avancen hacia la transformación digital; donde las temáticas de capacitación en esta área pretenden lograr un entendimiento y apropiación de las tecnologías de la información, lo que contribuirá a mejorar la productividad y la rentabilidad.
2. **Capacitación seguridad digital y ciberseguridad:** Un estudio realizado por RSA una de las mayores empresas tecnológicas, revela que el 70% de las empresas han tenido un incidente de seguridad, que afectó negativamente a sus operaciones comerciales. Las malas prácticas en ciberseguridad no solo afectan la confianza y reputación de una empresa, sino que puede significar la quiebra; por eso, mantener actualizado al personal de TI, resultará primordial en la gestión de los riesgos de seguridad de la información.

**Estrategias de Incentivos al cliente interno:** Cada persona que labora dentro de nuestra organización empresarial es también un cliente el cual se debe mantener satisfecho en todo momento. Los Directivos deben esforzarse y descubrir ideas que mantengan animado al cliente interno para que, este en retribución por buen trato, continúe apoyándonos con su buen trabajo; ya que es sumamente importante que se sienta valorado, de otro modo, no van a mostrar una diferenciación entre las otras empresas y el producto o servicio ofertado va a pasar desapercibido.

Mientras más apoyados y queridos se consideren, más comprometidos se sentirán de salvaguardar y cautivar clientes para la empresa. Lo mismo sucede en la vida real, mientras más queridos y rentables nos sentimos en un lugar, continuamos con ganas de seguir siendo parte de él y buscaremos hacerlo más agradable. Cada detalle es importante para los colaboradores. Hasta la mínima seña como recibir un comentario positivo sobre el trabajo realizado, escuchar sugerencias constructivas, reconocimientos económicos, entre un sinnúmero de cosas más pueden hacerles sentirse especiales.

1. **Premie y reconozca a los empleados por su buen trabajo:** Si bien esta es la forma más básica de incentivar y hacer sentir bien al cliente interno, en el caso de las Pymes el dar crédito a sus empleados y reconocerlos por su buen trabajo puede ser algo quizás no tan metido dentro de su cultura como sí puede ocurrir en el caso de las empresas grandes. Aunque usted no necesariamente necesita dar grandes premios a sus empleados, sí necesita recompensarlos y reconocer su labor de una forma atractiva que ojalá cada vez que lo haga ofrezca algo novedoso para mantener en un nivel importante la motivación y satisfacción de sus empleados.
2. **Realice actividades fuera de la empresa:** Picnics familiares, agasajos, reuniones esporádicas, mañanas deportivas, pausas

activas, entre otros, se logra mantener una buena relación con sus empleados, algo que efectivamente los hace sentir importantes y valorados y al tiempo se traduce en altos niveles de satisfacción.

**Plan de mejora comunicacional:** Escuchar las ideas y opiniones de los empleados y tenerlas en cuenta en momentos de decisiones (importantes o no), no sólo los hace sentirse valorados, también puede ser una gran manera en la cual los directivos pueden ayudar a desarrollar una cultura en la que se estimule e incite la creatividad e innovación por parte de los mismos trabajadores, ambas son cosas fundamentales para lograr también la satisfacción del cliente externo.

Escuchar las doctrinas, ideas, opiniones y demás opciones de los empleados y de igual forma, tenerlas en cuenta no sólo los hace sentirse valorados, también puede ser una manera que se pueda ayudar, corporativamente, a expandir una cultura en la que se incite y aliente la creatividad e innovación por parte de los mismos trabajadores, ambas son cosas fundamentales para lograr en conjunto, la satisfacción del cliente externo.

La forma mejor recomendada para empezar el cambio en lo concerniente a comunicación clara y directa es emplear el siguiente formato o modalidad:

1. Comunicación Horizontal: En la cual se implica a muchas personas (tanto personal voluntario, como remunerado) en el uso de herramientas comunicativas. En esta modalidad, no existe supremacía jerárquica, adicionalmente no se maneja mucho formalismo, es más bien de carácter abierto, de corte informal. El lenguaje es cercano, a veces divertido. Huye de excesivas formalidades.
2. Los mensajes deben de ser transmitidos con carácter proactivo; en lo posible, se va a tratar de aportar en cada retransmisión de un

mensaje, con propuestas para mejorar la situación contra la que se está combatiendo, de ser una mala noticia.

El plan de comunicación interna puede fortalecer la cultura empresarial entre los trabajadores. Para su fortaleza al momento de incorporarlo a la vida real, se recomienda seguir los siguientes estos pasos:

Determinar objetivos medibles: es importante precisar hasta donde se quiere llegar; por ejemplo, acortar errores o disminuir tiempos en las reuniones, establecer un mayor contacto entre determinadas áreas, etc.

Construir el contenido de la información a comunicar: la información deberá ser útil a los trabajadores. Por ejemplo, se puede establecer las funciones y el organigrama de la organización.

Seleccionar los medios de comunicación: la idea es evaluar cuáles son los medios más adecuados para conseguir los objetivos de comunicación.

## CONCLUSIONES

A través de esta propuesta, se pretende mejorar una de las cualidades más importantes que posee todo negocio, la cual es la transparencia de la información.

Se logró fundamentar los aspectos teóricos sobre el clima laboral y sobre personal que brinda el servicio de capacitación, todos estos se plasmaron en el Capítulo 2, donde se efectúa la recopilación de material teórico y se muestran aspectos fundamentales del Talento Humano.

La apropiada comunicación interna de una estructura empresarial es el eje fundamental en el desarrollo de las buenas relaciones de trabajo y de la educada ejecución de las actividades de trabajo; lo cual se logra diagnosticar en el Capítulo 3, donde se evidencia el estado actual del clima laboral y su incidencia en el personal que brinda el servicio de capacitación.

La comunicación debe ser una actividad de interacción dinámica e inquebrantable de información entre las secciones de la organización.

La propuesta de mejoras en el clima laboral fue la pieza fundamental en la construcción de la estructuración del plan de comunicación interna, se ha querido incluir a los colaboradores de todos los niveles jerárquicos, a las personas que prestan servicios profesionales y técnicos a los Infocentros.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda continuar con la propuesta de esta investigación, actualizando alcances, metodologías y demás para mantener a la vanguardia esta nueva oportunidad de mejora empresarial.

Actualizar los participantes del proceso, con el paso del tiempo es necesario refrescar autoridades dentro de un plan de actividades ya que se tienden a perder gustos al momento de mantener por demasiado tiempo en una misma actividad jerárquica.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amorós, E. (2008). *eumed.net enciclopedia virtual*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/420/FACTORES%20DE%20SATISFACCION%20LABORAL.htm>
- Blog. (s.f.). Obtenido de <http://investigacionmixtablog.blogspot.com/2016/03/>
- Cantera, F. J. (2003). En F. J. Cantera, & M. V. Ms.C. Bárbara Zas (Ed.), *la satisfaccion laboral* (págs. 5-8). Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/cuba/cips/caudales06/fscommand/60Z LC1120.pdf>
- Certo, S. (1992).
- CGodoyR. (2018). *Tesis de cero a cien* . Obtenido de <https://tesisdeceroa100.com/investigacion-cualitativa-cuando-la-estadistica-se-queda-corta/>
- Chiavenato. (1992). *eumed.net enciclopedia virtual*. (L. A. Maria Guadalupe Garcia Ramirez, Editor) Obtenido de [http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion\\_clima\\_organizacional.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html)
- Chiavenatto, I. (2015). *Administración Empresarial*. Madrid : McGraw Hill .
- Cruz, L. (2018). *Lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-empirica/>
- Ecuador, I. (2018). *Infocentros Ec* . Obtenido de <https://infocentros.mintel.gob.ec/que-son-infocentros/>
- Edgardo Frigo . (2016). *Foro de estudios y seguridad empresarial* . Obtenido de <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- El Comercio. (2013). *Revista Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/clima-laboral-inquietud-siempre.html>
- Enciclopedia Económica* . (2016). Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/poblacion-estadistica/>
- Enciclopedia Económica*. (2017). Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/muestreo-estratificado/>
- Enciclopedia Económica Ap*. (2016). Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/muestreo-no-probabilistico/>
- eumed. (2004). *eumed.net*. (E. Amorós, Editor) Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/420/FACTORES%20DE%20SATISFACCION%20LABORAL.htm>
- Felipe Cristancho . (2018). *Talent Clue* . Obtenido de <http://blog.talentclue.com/clima-laboral-y-su-influencia-en-la-productividad-de-la-organizacion>

- Felipe Cristancho. (27 de 11 de 2015). *Talent Clue*. Obtenido de <http://blog.talentclue.com/clima-laboral-y-su-influencia-en-la-productividad-de-la-organizacion>
- Florencia Ucha . (2019). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/capitacion.php>
- Florencia Ucha. (octubre de 2019). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/capitacion.php>
- García Govea, M., Escalante Domínguez, M. y Quiroga San agustín, Y. (Noviembre de 2012). *eumed.net*. Obtenido de Importancia del clima laboral en los resultados de una empresa y la competitividad, en contribuciones a la economía: <http://www.eumed.net/ce/2012/clima-laboral-empresa-competitividad.pdf>
- García, Z. J. (2017). *ITB BIBLIOTECA VIRTUAL*. Obtenido de [https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2018/01/02/PROYECTO\\_GARCIA\\_pdf\\_61.pdf](https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2018/01/02/PROYECTO_GARCIA_pdf_61.pdf)
- Gepeese. (10 de 03 de 2017). *Finanzas para todos*. Obtenido de [http://www.finanzasparatodos.es/gepeese/es/inicio/laEconomiaEn/laHistoria/r/evolucion\\_industrial.html](http://www.finanzasparatodos.es/gepeese/es/inicio/laEconomiaEn/laHistoria/r/evolucion_industrial.html)
- Gepeese. (10 de 03 de 2017). *Finanzas para todos*. . Obtenido de [http://www.finanzasparatodos.es/gepeese/es/inicio/laEconomiaEn/laHistoria/r/evolucion\\_industrial.html](http://www.finanzasparatodos.es/gepeese/es/inicio/laEconomiaEn/laHistoria/r/evolucion_industrial.html)
- Grudemi. (2016). *Enciclopedia Económica* . Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/poblacion-estadistica/>
- Gs. (s.f.).
- harvard. (s.f.). *retos de directivos*. (EAE Business School Harvard Deusto) Obtenido de <http://retos-directivos.eae.es/la-importancia-de-la-satisfaccion-laboral-para-el-exito-empresarial/>
- Idrovo, V. E. (2017). *ITB BIBLIOTECA VIRTUAL*. Obtenido de <https://sga.itb.edu.ec/>
- International Research. (2018). *Innternational Research Web*. Obtenido de <https://www.sisinternational.com/investigacion-cuantitativa/>
- International Research. (23 de febrero de 2018). *sisinternational.com*. Obtenido de <https://www.sisinternational.com/investigacion-cuantitativa/>
- Investigación Mixta*. (2016). Obtenido de <http://investigacionmixtablog.blogspot.com/>
- Jervis, T. M. (2017). *Lifeder* . Obtenido de <https://www.lifeder.com/entrevista-de-investigacion/>
- Maricela Carolina Peña Cárdenas, M. G. (2015). *REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS*. Obtenido de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v8n1-2015/RIAF-V8N1-2015-3.pdf>



- Martinez. (2007). *INFOcalSER: Investigación en Calidad del Servicio, Información y Productividad*. (M. Torres, Editor) Obtenido de <http://infocalser.blogspot.com/2008/07/la-productividad-concepto-y-factores.html>
- Mayra García. (2014). *Importancia del clima laboral en los resultados de una empresa y la competitividad*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2012/clima-laboral-empresa-competitividad.pdf>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (20 de noviembre de 2012). *telecomunicaciones.gob.ec*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información. (s.f.). *telecomunicaciones.gob.ec*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Ministerio de Telecomunicaciones/Infocentros. (2017). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Infocentros-Documento.pdf>
- NOVA, W. E. (11 de marzo de 2013). *escuela de organizacion industrial*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/motivacion-y-productividad/>
- Oldham, h. (s.f.). *retos directivos*. Obtenido de <http://retos-directivos.eae.es/la-importancia-de-la-satisfaccion-laboral-para-el-exito-empresarial/>
- Oldham, H. y. (1975). *comadrid*. (A.FORTEA, F. F. AGOST, Editores, & Universitat Jaume I (Castellón)) Obtenido de <http://www.copmadrid.org/webcopm/publicaciones/trabajo/1994/vol3/arti3.htm>
- Organization of American States. (2010). Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic5\\_ecu\\_ane\\_mdt\\_4.3\\_ley\\_org\\_ser\\_p%C3%BAb.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic5_ecu_ane_mdt_4.3_ley_org_ser_p%C3%BAb.pdf)
- Pastor, L. (21 de abril de 2014). *Revista Lideres*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/clima-laboral-inquietud-siempre.html>
- Proyecto Infocentros Ecuador. (25 de febrero de 2018). *infocentros.mintel.gob.ec*. Obtenido de <https://infocentros.mintel.gob.ec/que-son-infocentros/>
- Psicología Social y de las Organizaciones: Motivación, Satisfacción y Moral en las Organizaciones*. (s.f.). Obtenido de <http://www.psicologia-online.com/pir/teoria-de-los-valores-el-modelo-de-locke.html>
- QP. Question Pro. (2018). *www.Questionpro.com*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/clima-laboral.html>
- Ramos, W. (21 de abril de 2014). *revista lideres*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/clima-laboral-inquietud-siempre.html>

- Robbins. (1999). *blog*. Obtenido de <http://motivaciongrupob.blogspot.com/2012/03/motivacion-segun-varios-autores.html>
- Robbins. (18 de 09 de 2004). *uson digital*. Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/18914/Capitulo6.pdf>
- Rodriguez, H. (MAYO de 2015). *TESIS: "Propuesta de mejora del clima labora y cultura organizacional en el ministerio de coordinación de desarrollo social"*.
- Saber Metodología*. (2016). Obtenido de <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/poblacion-y-muestra/>
- Saber Metodología*. (2016). *sabermetodología,wordpress.com*. Obtenido de <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/poblacion-y-muestra/>
- Sampieri, H. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Sandra Sanches, F. F. (Marzo de 2008). *desarrollo del RR.HH*. Obtenido de [https://factorhuma.org/attachments\\_secure/article/1888/c212\\_060\\_a\\_Ranking\\_s%20internacionales\\_219\\_2.pdf](https://factorhuma.org/attachments_secure/article/1888/c212_060_a_Ranking_s%20internacionales_219_2.pdf)
- Sierra, M. (Enero de 2015).
- Sierra, M. (2015).
- superrhhero. (s.f.). *superrhheroes.sesame*. Obtenido de <https://superrhheroes.sesametime.com/satisfaccion-laboral-4-herramientas-para-medirla/>
- Troya, E. (Abril de 2014). *Revista Lideres*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/clima-laboral-inquietud-siempre.html>
- Universidad de Champagnat. (2017). *Gestiópolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/encuesta-cuestionario-y-tipos-de-preguntas/>
- Uría, D. E. (junio de 2011). *296Ing.pdf*. Obtenido de [www.296.lng.com](http://www.296.lng.com)
- Wigodski, J. (2015). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

## ANEXOS

### FOTOS DE LA EMPRESA

#### Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información



#### Infocentro Isla Trinitaria



### Infocentro Guasmo sur



### Megainfocentro Parque Samanes



## Infocentro Brisas del Salado



## Entrevistas









## 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 proyecto de investigación con el tema: **“Mejora para el clima laboral de los infocentros seleccionados pertenecientes al ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la información en el periodo 2018”** y problema de investigación: **¿Cómo influye el clima laboral en los infocentros seleccionados para llevar cabo el proyecto emblemático perteneciente al ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información en la cantidad de personas que brindan la capacitación?**, presentado por Mayeza Yiguin Ivette Marisol 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: *Marisol Mayeza*  
Mayeza Yiguin Ivette Marisol

*[Firma]*  
Tutor:  
Ing. Marlo López Perero Mba



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

Yo, Mayeza Yiguin Ivette Marisol en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **MEJORA PARA EL CLIMA LABORAL DE LOS INFOCENTROS SELECCIONADOS PERTENECIENTES AL MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN EL PERIODO 2018** 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 Administración de Empresas, 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*.

**Mayeza Yiguin Ivette Marisol**

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cedula: 092942071-9

*Marisol Mayeza*  
Firma





Factura: 001-002-000025284



20190901047D02395

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901047D02395**

Ante mí, NOTARIO(A) JUAN MANUEL TAMA VELASCO de la NOTARÍA CUADRAGESIMA SEPTIMA , comparece(n) IVETTE MARISOL MAYEZA YIGUIN portador(a) de CÉDULA 0929420719 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en NARANJAL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, 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 Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 8 DE OCTUBRE DEL 2019, (16:50).

*Marisol Mayeza*  
IVETTE MARISOL MAYEZA YIGUIN  
CÉDULA: 0929420719



NOTARIO(A) JUAN MANUEL TAMA VELASCO

NOTARÍA CUADRAGESIMA SEPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0929420719

Nombres del ciudadano: MAYEZA YIGUIN IVETTE MARISOL

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/NARANJAL/NARANJAL

Fecha de nacimiento: 9 DE AGOSTO DE 1991

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: MAYEZA NAVARRETE DOMINGO GABRIEL

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: YIGUIN FAJARDO MARIA TERESA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 5 DE OCTUBRE DE 2015

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 8 DE OCTUBRE DE 2019

Emisor: JUAN MANUEL TAMA VELASCO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 47 - GUAYAS - GUAYAQUIL



Handwritten signature: Marisol Mayeza



Código de certificado: 190-267-02423



190-267-02423

Handwritten signature of the Director General.

Lcd. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

# INFORMACIÓN ADICIONAL DEL CIUDADANO

**NUI:** 0929420719

**Nombre:** MAYEZA YIGUIN IVETTE MARISOL

## 1. Información referencial de discapacidad:

**Mensaje:** No se encontró persona con discapacidad %

1.- La información del carné de discapacidad es consultada de manera directa al Ministerio de Salud Pública - CONADIS en caso de inconsistencias acudir a la fuente de información

Información certificada a la fecha: 8 DE OCTUBRE DE 2019

Emisor: JUAN MANUEL TAMA VELASCO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 47 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 198-267-02424



198-267-02424




REPÚBLICA DEL ECUADOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CEDULA DE CIUDADANIA  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

№ 092942071-9

MAYEZA YIGUIN IVETTE MARISOL  
LUGAR DE NACIMIENTO: GUAYAS  
FECHA DE NACIMIENTO: 1991-08-09  
NACIONALIDAD: ECUATORIANA  
SEXO: F  
ESTADO CIVIL: SOLTERO




INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE V3343V2242

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE: MAYEZA NAVARRETE DOMINGO GABRIEL

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE: YIGUIN FAJARDO MARIA TERESA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: NARANJAL 2015-10-05

FECHA DE EXPIRACIÓN: 2025-10-05

Director General: *Marisol Mayeza*





CERTIFICADO DE VOTACIÓN  
24 - MARZO - 2019

0002 F JUNTA No. 0002 - 097 CERTIFICADO No. 0929420719 CEDULA No.

MAYEZA YIGUIN IVETTE MARISOL  
APELLIDOS Y NOMBRES

PROVINCIA: GUAYAS  
CANTÓN: NARANJAL  
CIRCUNSCRIPCIÓN:  
PARROQUIA: SANTA ROSA DE FLANDES  
ZONA:



08 OCT 2019

ELECCIONES SECCIONALES Y CPCCS  
2019

CIUDADANA/O:  
ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

*Marisol Mayeza*  
F. PRESIDENTA/E DE LA JRV

ES FOTOCOPIA DEL ORIGINAL  
QUE ME FUE EXHIBIDO

*Abg. Juan Manuel Tama Velasco*  
NOTARIO XLVII DEL CANTÓN GUAYACUIL



## 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.

Luis Alberto Alzate Luis Alberto Alzate p.

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT



Firma