



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

TEMA:

**PLAN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MEJORA
DEL CLIMA LABORAL DE LA EMPRESA PÚBLICA S.N.A.I, DEL CANTON
GUAYAQUIL**

Autor: Caicedo Goya Omar Fernando

Tutor: Elena Tolozano Benites

Guayaquil – Ecuador

2020



DEDICATORIA

A Dios por ser mi guía espiritual.

Mi abuelito Pedro Ciro Goya (+) que desde el cielo guía mis pasos.

Mi esposa Querida Isabel por apoyarme en cada decisión tomada para poder culminar satisfactoriamente esta etapa de mi vida.

Mis padres por mostrarme el camino del bien y la superación.

Omar Fernando Caicedo Goya



AGRADECIMIENTO

Al Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología por la oportunidad de prepararme académicamente, a todos los docentes que creyeron en mí y a todas las personas que aportaron con un granito de arena para la culminación de este proyecto de investigación.

Omar Fernando Caicedo Goya



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

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

TEMA:

**PLAN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MEJORA
DEL CLIMA LABORAL DE LA EMPRESA PÚBLICA S.N.A.I, DEL CANTÓN
GUAYAQUIL**

Autor: Caicedo Goya Omar Fernando

Tutora: Mg. Elena Tolozano Benites

RESUMEN

Esta investigación fue realizada con el propósito de desarrollar estrategias de comunicación interna para mejorar el clima laboral de una empresa pública y dejar cimentada las buenas relaciones comunicacionales a fin de propender hacia el cumplimiento de metas y objetivos empresariales. Este tema tenía como variable independiente la comunicación interna y como variable dependiente el clima laboral. El objetivo de este trabajo fue elaborar un plan de estrategia de comunicación interna para mejorar el clima laboral. Los tipos de investigación que se efectuaron en este proyecto fueron la descriptiva que detalló el problema y cómo se expresa dentro de la empresa y la explicativa que permitió clasificar como es exactamente el problema del que queremos obtener información. Frente a las carencias establecidas se desarrolló un plan de estrategias de comunicación interna para ayudar a mejorar el clima laboral, para la elaboración de esta investigación se recurrió a fuentes bibliográficas de libros, revistas científicas, artículos y blogs que coadyuvaron a favorecer la utilidad de la investigación.

COMUNICACIÓN INTERNA

CLIMA LABORAL

ESTRATEGIAS



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

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

TEMA:

**PLAN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MEJORA
DEL CLIMA LABORAL DE LA EMPRESA PÚBLICA S.N.A.I, DEL CANTÓN
GUAYAQUIL**

Autor: Caicedo Goya Omar Fernando

Tutora: Mg. Elena Tolozano Benites

ABSTRACT

This research was carried out with the purpose of developing internal communication strategies to improve the work environment of a public company and to establish good communication relationships in order to tend towards the fulfillment of business goals and objectives. This topic had internal communication as an independent variable and work environment as a dependent variable. The objective of this work was to develop an internal communication strategy plan to improve the work environment. The types of research that were carried out in this project were the descriptive one that detailed the problem and how it is expressed within the company and the explanatory one that allowed us to classify how exactly the problem we want to obtain information about. Faced with the established deficiencies, a plan of internal communication strategies was developed to help improve the work environment, for the preparation of this research, bibliographic sources of books, scientific journals, articles and blogs were used that contributed to favor the usefulness of investigation.

INTERNAL COMMUNICATION

WORKING ENVIRONMENT

STRATEGY

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Portada	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Carta de aceptación del tutor.....	iv
Cláusula de autorización.....	v
Certificado de aceptación del CEGESCIT	viii
Resumen.....	ix
Índice general	xi
Índice de cuadros.....	xiii
Índice de figuras.....	xiii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema	1
Ubicación del problema en un contexto	1
Situación conflicto	3
Formulación del problema.....	4
Delimitación del problema.....	4
Variables de la investigación.....	4
Evaluación del problema.....	5
Objetivos de la investigación.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
Justificación e importancia	7

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes históricos.....	10
Antecedentes referenciales.....	41
Fundamentación legal.....	43
Conceptualización de las variables.....	44

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Presentación de la empresa	46
Diseño de la investigación	51
Tipos de investigación.....	52
Población	53
Muestra.....	55
Técnicas e instrumentos de investigación.....	56

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta sobre clima laboral	59
Puesta en marcha del método planteado.....	71
Plan de mejoras.....	74
Conclusiones.	75
Recomendaciones.	76
Bibliografías.	77

ÍNDICE DE CUADROS

Contenidos:	Páginas:
Cuadro 1: Población.....	55
Cuadro 2: Respuesta pregunta 1	59
Cuadro 3: Respuesta pregunta 2.....	60
Cuadro 4: Respuesta pregunta 3.....	61
Cuadro 5: Respuesta pregunta 4.....	62
Cuadro 6: Respuesta pregunta 5.....	63
Cuadro 7: Respuesta pregunta 6.....	64
Cuadro 8: Respuesta pregunta 7.....	65
Cuadro 9: Respuesta pregunta 8.....	66
Cuadro 10: Respuesta pregunta 9.....	67
Cuadro 11: Respuesta pregunta 10.....	68
Cuadro 12: Respuesta pregunta 11.....	69
Cuadro 13: Respuesta pregunta 12.....	70
Cuadro 14: Plan de mejoras.....	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Contenidos:	Páginas:
Figura 1: Logo del S.N.A.I.....	46
Figura 2: Ubicación del S.N.A.I.....	47
Figura 3: Privadas de la libertad.....	48
Figura 4: Privadas de la libertad.....	49
Figura 5: Privados de la libertad.....	49
Figura 6: Organigrama del S.N.A.I.....	50

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

El Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) fue creado mediante el decreto Presidencial No. 560 el 14 de noviembre del 2018, tras la conversión del desaparecido Ministerio de Justicia Derechos Humanos y Cultos en dos secretarías: Secretaria de Derechos Humanos; Servicio Nacional de Atención Integral a Privados de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI)

Moreno (2019)

Que, mediante Decreto Ejecutivo No. 560 de 14 de noviembre de 2018, se dispuso la transformación del Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos en la Secretaria de Derechos Humanos, y la creación del Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de la Libertad y a Adolescentes Infractores; y se concedió el plazo de 60 días para culminar el proceso de transición para la reorganización institucional, transferencia y redistribución de las competencias del Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y cultos a distintas entidades de la Función Ejecutiva;" (pág. 1).

Teniendo este preámbulo, el presente proyecto de investigación se elabora atendiendo el origen del problema de la mencionada institución pública, con el

propósito de ofrecer una propuesta de solución. El problema se identifica en las falencias que existe en la comunicación interna que afecta negativamente al clima laboral de la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) ubicada en el cantón Guayaquil, en el año 2020.

La comunicación es una parte fundamental en las relaciones entre los seres humanos, mediante esta se actúa con otras personas y va creando interacciones de toda índole y más aún en sus lugares de trabajo con sus compañeros, si se considera que debe de integrar equipos para desarrollar las actividades diarias de la empresa (Dueñas, 2013)

Según como se menciona en el párrafo anterior Dueñas, indica que la importancia de la comunicación en las empresas, pero si existen errores en los procesos y políticas de comunicación y la falta de los canales de divulgación internos respectivos provocan desconcierto y desinformación entre los empleados de la organización, lo cual repercute negativamente entre otras cosas al clima laboral. De allí que es indispensable que dentro de una institución prevalezca una fluida comunicación, utilizando las diversas herramientas que tiene a su disposición todos los niveles de jerarquía para comunicar los distintos asuntos relacionados con la empresa y con su trabajo en sí.

La finalidad del presente trabajo de investigación es aportar con estrategias de comunicación que ayuden a alcanzar una excelente comunicación interna que propicien la mejora del clima laboral de la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI).

Situación de conflicto

Las falencias que existen actualmente en la comunicación interna de la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) es la principal causa de un mal clima laboral y está afectando significativamente en el desarrollo de las actividades de la misma.

Por eso la necesidad del estudio que se orienta a inicialmente a realizar un diagnóstico del problema que lleve a establecer las posibles causas que dan origen a la mala comunicación interna, proponer la alternativa de solución es decir las estrategias de comunicación para contribuir a mejorar el clima laboral negativo y hostil que existe.

Producto de la observación directa y de la experiencia del autor del estudio, se puede establecer en primera instancia los síntomas que se presentan originadas por las falencias de la comunicación interna, radican en que los empleados consideran que:

- ✓ No todos conocen a los directivos de la institución
- ✓ No se sienten identificados con la empresa
- ✓ Que no se escuchan sus quejas ni las ideas que pueden aportar
- ✓ No existe un medio para expresar ideas o sugerencias
- ✓ No existen canales de comunicación bidireccional
- ✓ No se realizan actividades para fortalecer el clima laboral
- ✓ Considera que no existe un líder en la empresa
- ✓ No se cumple las promesas que se hacen al trabajador
- ✓ No existe coherencia entre lo que se dice dentro de la empresa y lo que se dice fuera
- ✓ La información no le llega ni en tiempo, ni en forma
- ✓ Se filtra información negativa

Los síntomas que hace ver la situación en que se encuentra el clima laboral a consecuencia de las falencias en la comunicación interna:

- ✓ Bajo desempeño laboral en todos los niveles de la organización
- ✓ Incremento del número de faltas al trabajo, sin justificación comprobada
- ✓ Recurrente enfrentamientos verbales entre empleados de un mismo nivel, entre empleados y jefe departamentales, entre jefes departamentales
- ✓ Desinterés por contribuir al logro de los objetivos institucionales
- ✓ Poco sentido de pertinencia del empleado hacia la empresa

Todo lo que se ha expuesto hasta el momento en la investigación permite formular el problema de investigación.

Formulación del problema

¿Cómo contribuir a la comunicación interna para mejorar el clima laboral de la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2020?

Variables de investigación:

- **Variable independiente:** Comunicación interna
- **Variable dependiente:** Clima laboral

Delimitación del problema

Campo: Administración del talento humano

Área: Comunicación interna

Aspecto: Mejorar el clima laboral

Contexto: Empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI)

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Año: 2020

Evaluación del problema

- **Delimitado:** El siguiente problema se encuentra delimitado en el tiempo en el año 2020, fecha en la que se va a desarrollar la presente investigación, definiendo como población referencial para este análisis a los directivos, personal administrativo y de servicios de esta cartera de estado.
- **Claridad:** Hay bastante lucidez en la redacción del tema, al enunciar con el mismo, el afán de describir la actual situación de la comunicación interna y proponer mejoras al clima laboral de la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI), que nos permita el perfeccionamiento y progreso de la calidad de trabajo de cada uno de los trabajadores.
- **Evidente:** El problema es claro porque sus afirmaciones son evidentes y observables empíricamente, donde se denota el bajo rendimiento profesional de los trabajadores, elevado número de faltas al trabajo y un sinnúmero de enfrentamientos verbales por parte de ellos, la falta de una buena comunicación interna sumado al poco profesionalismo son la causa principal de un mal clima laboral.

- **Concreto:** La información que contiene cada uno de los capítulos en que se estructura la investigación están directamente relacionadas con el problema, tema y objetivos, respetando el hilo conductor del estudio.
- **Contextual:** Este trabajo es contextual porque la práctica social de la comunicación interna involucra al Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI), quien demanda profesionales competentes para el trabajo diario, comprometidos con cambiar paradigmas y resolver el problema.
- **Original:** El tema sobre la comunicación interna y su incidencia en el clima laboral es un tema que ha sido tratado bastante en la literatura ecuatoriana y enfocando en varios resultados que han sido exitosos para varias empresas, no obstante, en la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI), es la primera vez que realiza este tipo de estudio lo que lo hace original para este contexto.
- **Beneficiarios:** Los favorecidos de esta investigación son los empleados y directivos de la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI), posibilitando el enriquecimiento de las relaciones entre funcionarios y así mejorando la comunicación interna y por ende favoreciendo un agradable clima laboral.
- **Identifica los productos esperados:** Con el presente plan estrategias de comunicación interna se contribuirá a mejorar el clima laboral de la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI).

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:

Objetivo general

Elaborar un plan de estrategia de comunicación interna para mejorar el clima laboral de la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2020

Objetivos específicos

- Analizar distintas teorías que fundamenten desde la administración del talento humano la comunicación interna en función de mejorar el clima laboral de las empresas públicas.
- Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna y como afecta al clima laboral de la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) ubicada en el cantón Guayaquil
- Diseñar un plan de estrategias de comunicación interna, fundamentado en los resultados del diagnóstico que favorezca el clima laboral de la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) ubicada en el cantón Guayaquil.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación, que se realiza en la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de la Libertad y a Adolescentes Infractores (SNAI), se analiza la comunicación interna vista como herramienta que aplicada correctamente contribuye a mejorar el clima laboral de los empleados, logrando así poder lograr optimizar el talento humano de la misma.

Esta investigación se realiza con el propósito de mejorar el clima laboral de la empresa pública SNAI, logrando una comunicación interna efectiva y asertiva, mediante el desarrollo de un plan de estrategias de comunicación, y es aquí donde radica la importancia del estudio si se considera que la comunicación interna es una herramienta estratégica en las empresas, porque mediante un buen empleo de la información corporativa se puede transmitir correctamente a los empleados los objetivos estratégicos y valores que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios y retos a los que se enfrenta, es decir se logra buen un clima laboral (Dueñas, 2013).

Sustentado en lo expuesto con anterioridad se puede afirmar que este proyecto de investigación llega a establecer que lo más sobresaliente de un empleado público es que sepa optimizar a diario el uso que le da a cada medio, regular la información y comunicaciones de tal manera que se logren los objetivos por la empresa y lo más importante mejora del clima laboral de la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de la Libertad y a Adolescentes Infractores (SNAI).

El aporte práctico de la investigación está en elaborar un plan de estrategia de comunicación interna lo que servirá para que los empleados de la empresa desarrollen buenas prácticas de comunicación interna y así contribuir al mejoramiento del clima laboral.

Relevancia social se establece a partir que el estudio se efectúa con el propósito de mejorar el clima laboral de los empleados de la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de la Libertad y a Adolescentes Infractores (SNAI), anteriormente no había sido posible efectuar un estudio investigativo sobre este tema, los resultados observados en el equipo de trabajo, la cooperación y responsabilidad de la

dirección del centro, la forma de comunicación de los líderes y la destreza de ahorrar bienes y recursos, garantizan que se puede llegar a ser una de las mejores empresas del sector público. Con todo esto se ratifica que la comunicación interna forma parte de uno de los más significativos procedimientos que se originan en la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos

Terrazas (2015) nos menciona que la comunicación entre individuos surge desde el instante que los seres humanos en su combate por sobrevivir se ven en la necesidad de transferir a sus semejantes sus percepciones, emociones y sensaciones, para esto se sirvió de gestos, gritos y demás ademanes lo que se estimó como su lenguaje biológico (pág. 1).

Así se tiene que la comunicación humana se genera a partir de una necesidad intrínseca de transmitir conocimientos y vivencias.

Terrazas (2015), expresa que:

Posteriormente surgió el lenguaje hablado y las manifestaciones pictóricas. Aparecen las pinturas rupestres, los jeroglíficos; logrando así el hombre, por primera vez expresar su pensamiento de un modo gráfico. Es importante destacar, que el pensamiento humano ha evolucionado tornándose cada vez más complejo y diverso acorde a este y como representación del mismo su expresión gráfica ha sufrido una evolución similar a lo largo de la historia, se ha pasado de las primeras figuras simples y esquemáticas que reproducían la realidad más cercana de sus creadores a las complejas composiciones de hoy,

inspiradas en todo tipo de temas, asistidas por un sinfín de técnicas (pág. 1).

De acuerdo con Luengo (2016) al analizar los orígenes de la comunicación humana sus etapas de evolución y el surgimiento de lo que conocemos como comunicación de masas, es importante ubicar la relación entre el comportamiento humano y la comunicación, entendiéndola como la capacidad de compartir significados sociales, esta relación evoluciona a lo largo de la historia.

Por lo tanto, conocer los orígenes de la comunicación humana y su evolución a través de las diferentes etapas históricas es fundamental para esta investigación, las etapas en las que los seres humanos aprendieron nuevas formas y medios para comunicarse y crear así nuevos sistemas de comunicación (2016).

En la primera etapa o era de los signos y señales la comunicación fue rudimentaria se utilizaban sonidos y señas que solo permitían una comunicación básica, es decir que no era posible entonces el desarrollo del pensamiento humano, hoy en día utilizamos signos y señas, pero estas tienen la función de contextualizar las ideas que generamos a través del lenguaje (2016).

En la segunda era la del habla y del lenguaje los seres humanos podían generar mensajes más largos porque contaban con un sistema de signos que les permitía clasificar el mundo, recordar, abstraer, la comunicación oral a través del lenguaje como un sistema de signos compartidos socialmente permitió un avance en el desarrollo de la comunicación humana sin embargo es cuando inicia la era de la escritura que los seres humanos pueden generar registros y almacenarlos en bibliotecas (2016).

Cabe indicar que en esta segunda era o etapa del habla y del lenguaje aparece el alfabeto, esto posibilita que conozcamos como eran o vivieron las sociedades a través de los registros que encontramos en papel, más adelante en 1455 Gutenberg inventa la imprenta y con ella la posibilidad de generar libros y otros productos impresos, que pueden llegar a un gran número de personas, el aparecimiento de la imprenta entonces representa uno de los hitos centrales en la evolución de la comunicación humana (2016).

Se puede pensar que las diferentes etapas de la comunicación aportaron al aparecimiento de los medios masivos. La era de los medios masivos inicia a principios del siglo XIX con el aparecimiento de la prensa escrita, el teléfono y el telégrafo, luego en el siglo XX se crea el cine, la radio y la televisión, de esta manera surge así la comunicación de masas y los medios de comunicación se convierten en elementos centrales dentro de la vida cotidiana de los seres humanos (2016).

Luego finalmente nos indica que: dentro de la evolución de la comunicación se presenta la era de los ordenadores que vivimos actualmente, esta se asocia a la idea del fortalecimiento de la sociedad de la información, es claro entonces como cada etapa de la comunicación permite ubicar modelos para entender a las sociedades y la nuestra, por ello debe ser entendida en su complejidad (2016).

Antecedentes teóricos

La Administración del Talento Humano: una visión desde su definición, objetivos e importancia

La Administración del Talento Humano de las diferentes empresas se encarga de brindar apoyo a los diferentes procesos, con la finalidad de fortalecer y afianzar las relaciones entre los trabajadores. Santana (2016) menciona que:

se reconoce hoy que es rentable para las empresas y en general, para el desarrollo económico de una sociedad, invertir en la capacitación y en la educación de los empleados (pág. 1).

También Caldwell (2009) dice que:

La administración del talento humano en general persigue la satisfacción de los objetivos de la organización en donde el esfuerzo humano es fundamental para el funcionamiento de cualquier empresa. Si el esfuerzo humano es positivo en la organización, esta avanzará pero de lo contrario se detendrá o retrocederá (pág. 1).

Unido a lo anterior Werther (2008) indica que:

Para lograr los objetivos de la organización, el departamento de capital humano ayuda a los gerentes de la compañía a identificar, obtener, desarrollar, evaluar, mantener y retener el capital humano que tengan las características que se necesitan. El propósito de la administración de capital humano es conseguir personas que contribuyan a las estrategias de la organización y que mejoren su efectividad y eficiencia. Por estas razones, los ejecutivos de recursos humanos desempeñan un papel de creciente importancia en la administración de las empresas modernas (pág. 11).

Pérez (2016) nos dice que:

La gestión del talento humano en la empresa y, en general, el recurso humano en las empresas ha cambiado drásticamente a lo largo de los años; anteriormente los departamentos de recursos humanos estaban enfocados a funciones exclusivas, como contrataciones, nóminas y beneficios; pero ahora, las compañías comienzan a entender el impacto positivo de contar con un equipo de empleados calificados,

comprometidos e involucrados con las metas de la organización (pág. 1)

De todo lo mencionado anteriormente podemos indicar que la gestión de talento humano es el motor principal para que la organización fluya de manera adecuada a la consecución de sus metas y objetivos, según lo mencionado por los autores el tener un departamento de talento humano organizado promoverá que se contrate personal idóneo y se mantenga un adecuado plan de capacitación para toda la compañía.

Objetivos de la Administración de Talento Humano

Para García A. (2015)

El objetivo general de la administración de Recursos Humanos es el mejoramiento del desempeño y de las aportaciones del personal a la organización, en el marco de una actividad ética y socialmente responsable. Este objetivo guía el estudio de la Administración de Recursos Humanos, el cual describe las acciones que pueden y deben llevar a cabo los Administradores de esta área (pág. 1).

Los objetivos de la Gestión del Talento humano, según Ortega (2014) son:

- Los objetivos sociales: Tratar al personal bajo ciertos principios éticos y socialmente responsables es decir no usar políticas discriminatorias por razones de sexo, raza, religión, grupo cultural u otros.
- Los objetivos corporativos: Reconocer que su actividad no es un fin en sí mismo es solo un instrumento para que la organización alcance sus objetivos y metas.
- Los objetivos funcionales: Mantener la contribución de los recursos humanos en un nivel adecuado para las necesidades de la organización.

- **Objetivos personales:** La administración de personal es un poderoso medio para permitir a cada integrante lograr sus objetivos personales en la medida que son compatibles y coincidan con los de la organización (pág. 1).

Por su parte Hernández (2015) considera que: los objetivos de la gestión de los recursos humanos deben contribuir con que la empresa produzca más y sea la mejor en fiel cumplimiento de estrategia de negocio. En ese marco la gestión de los recursos humanos busca mejorar el rendimiento del trabajo, ofrecer bienestar a los empleados y explicar claramente las tareas a desempeñarse (pág. 1).

Werther (2008) menciona en su obra Administración de recursos humanos que: los objetivos de la administración de capital humano no solo reflejan los propósitos e intenciones de la cúpula administrativa, sino que también deben tener en cuenta los desafíos que surgen de la organización, del departamento de personal mismo y de las personas participantes en el proceso (pág. 10).

Hoy en día se está cambiando el viejo y conocido dilema que veía a las personas como recursos del cual se hacían gala las organizaciones, pues bien, ahora se ha dado un giro drástico de esta proposición y se dice porque ahora las empresas están viendo a sus colaboradores no como un simple recurso del que antes utilizaban, sino que ahora ven a sus colaboradores como talentos que pueden formar y enseñarles que juntos, ellos y la empresa pueden llegar muy lejos y obtener grandes beneficios.

Es de esta manera como ahora las empresas ya no tienen departamento de Recursos Humanos, sino que este ha cambiado su nombre a Departamento de Talento Humano que busca obtener y calificar los mejores talentos de las personas.

Importancia de la Administración de Talento Humano

Para Navarro (2019) La gestión humana o talento humano es y debe ser considerada la columna vertebral de cualquier organización con o sin ánimo de lucro, es allí donde coexisten expectativas, necesidades, aspiraciones para desarrollar sus capacidades individuales y colectivas, si a las personas se les potencia su saber, creatividad e inteligencia las entidades tendrán sostenibilidad y desarrollo (pág. 1).

Comunicación interna, aspectos relevantes

A manera de introducción se puede afirmar que la comunicación interna se investigado en diferentes ámbitos, para referirnos a los mecanismos o canales de información que pueden existir dentro de una empresa o institución, en donde los únicos beneficiarios o destinatarios serán los empleados que trabajan dentro de la empresa, entonces la comunicación es una herramienta importante porque reduce los conflictos y mejora el clima laboral.

Terrazas (2015) indica sobre la comunicación: citando a André Martinet: “Es la utilización de un código para la transmisión de un mensaje de una determinada experiencia en unidades semiológicas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí” (pág. 1).

Unido a lo anterior Bruno (2018) expresa que el proceso de la comunicación interna es un segmento de la comunicación integrada que enfoca sus acciones en los colaboradores de una empresa. Sus objetivos esenciales son la transmisión y distribución de información relevante y estratégica en un ambiente corporativo (pág. 1).

Las personas no viven aisladas y tampoco son autosuficientes, sino que se relacionan continuamente con otras o con su ambiente por medio de la comunicación (Chiavenato, s/f, pág. 50). Entonces podemos decir que la

comunicación es muy importante ya que facilita de una manera efectiva y práctica intercambiar con otras personas sentimientos, ideas y pensamientos, queda muy en claro que comunicar, es mucho más que dar, manifestar o difundir mensajes.

Los objetivos de la comunicación interna a decir de Montiel (2017): Los objetivos que debe contemplar un plan de comunicación interna son:

- Informar: los trabajadores tienen que estar al corriente de la misión de la empresa, de su filosofía, de sus valores, de la estrategia, etc.
- Democratizar la comunicación: facilitar el diálogo entre la dirección y los trabajadores. Escuchar a los equipos es fundamental para toda organización.
- Potenciar la identidad y el sentimiento de pertenencia de los trabajadores a la compañía para conseguir retener el talento.
- Implicar y motivar: involucrar a todos los miembros de la organización que todos se sientan partícipes del proyecto común y tengan espacio para hacer aportaciones y tomar decisiones.
- Innovar: buscar e implementar diferentes medios que permitan la comunicación, haciendo uso de nuevas estrategias y herramientas que vayan más allá de las tradicionales (pág. 1).

Para hablar de la importancia de la comunicación interna se cita a Dueñas (2013) que menciona:

La comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual

genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano (pág. 1).

Desde el criterio del autor de esta investigación considera indicar que la comunicación interna es una pieza clave para el correcto funcionamiento de la empresa, puesto que de una buena comunicación depende que la empresa alcance sus metas y objetivos, las grandes organizaciones saben que el principal público en quien hay que pensar es en el equipo humano de su empresa.

Funciones, tipos y medios de la comunicación interna

La afirmación categórica del psicólogo austriaco Watzlawick (2007) sobre la comunicación lo deja claro: <<Es imposible no comunicarse>>, absolutamente todo comportamiento está definido como una forma de comunicación, así, en una empresa con decenas o cientos de trabajadores, gestionar como se produce la comunicación interna es primordial (pág. 1).

Funciones básicas:

Informar: Comunicar datos que tengan interés y relevancia en el receptor (Canive, 2020).

Función de mostrar afecto: Como herramienta para expresar admiración y afecto hacia alguien. Iniciar una conversación con uno de nuestros compañeros suele ser un signo de interés hacia su persona (Canive, 2020).

Función de persuadir: Convencer es la acción de persuadir a alguien a hacer o decir algo sin ejercer la violencia ni la coacción. La persuasión consiste en la utilización deliberada de la comunicación para cambiar, formar, o reforzar las actitudes de las personas (Alcaide, 2015).

Función instructiva o de comando: Esta función tiene como objetivo que el comportamiento o acción se realice como se pide. Por lo general, el mensaje es imperativo y proviene de una clase jerárquica o por alguna relación de autoridad como un maestro, familiar, jefe, entre otros. Los textos como leyes, recetas y manuales se consideran como parte de esta función instructiva (Redactores Profesionales, 2019).

Función de regular o de controlar: Esta es una combinación de las funciones de persuasión y comando. Son más comúnmente usadas dentro de equipos de trabajo y de personas, donde se hace necesario una convivencia e interacción sana entre las personas involucradas para lograr objetivos planteados (Ramírez, 2019).

Función de entretener: Simplemente para divertir y entretener al receptor (Canive, 2020).

Se indica desde la perspectiva del investigador que el ser humano por su característica principal de tener un cerebro muy bien desarrollado tiene la naturaleza de ser un ente social, es decir necesita siempre estar comunicándose y relacionándose en sociedad, por tal motivo busca hacerlo desde funciones básicas como la de informar ya que puede hacerlo de cualquiera manera, así como también la función de mostrar afecto que le ayuda a expresar sus sentimientos y también persuadir a otros dependiendo de sus necesidades o requerimientos.

Es muy importante mencionar también que, a lo largo de la evolución de la comunicación entre seres humanos, este siempre ha buscado la manera de controlar lo que le rodea usando como herramienta primordial la comunicación y así mismo servirse de ella como cuando tiene necesidad de diversión o entretenimiento.

Tipos de comunicación interna

Raffino (2020) nos indica que: la comunicación interna se clasifica de acuerdo al lugar en la jerarquía de la organización que tengan los actores involucrados. O sea, dependiendo de qué niveles de la organización se comunican entre sí. Así, suele hablarse de:

- **Comunicación descendente:** aquella que proviene de cúpulas organizacionales, o sea, de los niveles altos de la jerarquía, y va destinada a los niveles bajos. En otros términos, de jefes a subalternos, o de gerentes a trabajadores. Suele ser un tipo de comunicación unidireccional.
- **Comunicación Ascendente:** Lógicamente, es la que va de los niveles bajos de la jerarquía a los niveles altos, o sea, como feedback de los subalternos hacia los directores, gerentes, jefes, etc. También sirve para dar ideas, sugerencias, proposiciones a quienes tomen en la organización las decisiones estratégicas.
- **Comunicación horizontal:** Es aquella que se da entre pares, como entre colegas de un mismo equipo, o entre coordinaciones a la misma altura, o entre jefes de distintos departamentos. No hay una relación jerárquica en ella, sino que se da entre iguales (pág. 1).

Para Morfin (2012) “la comunicación descendente es la más típica, la más frecuente, dirigida desde el superior al subordinado, normalmente son ordenes lo que se transmite” (pág. 1).

Morfin (2012) también menciona que existe una “comunicación cruzada: Tanto diagonal como lateral, se suele dar entre empleados de niveles parecidos, con

el objeto de compartir, conocer aprendizajes del trabajo en puestos equivalentes, así como resolver problemas” (pág. 1).

Según Morfin (2012) “la comunicación ascendente es la información que fluye al superior jerárquico, normalmente surge en un sistema de participación democrático” (pág. 1).

Después de analizar a estos autores citados, se puede decir que la comunicación interna en las empresas se mueve en varias direcciones dependiendo de a quien se quiere comunicar, se lo puede hacer en varios niveles dependiendo de la necesidad que se tiene, es así que un directivo se puede comunicar con sus subalternos y este a su vez con sus compañeros de trabajo, dicho de otra manera la comunicación debe darse en todos los sentidos para asegurar que la información llegue a todos y así ser más productivos.

Naturaleza de la comunicación interna

Según la autora Ríos (2015) la comunicación interna empresarial menciona que la naturaleza de la comunicación interna se da de dos maneras:

- Formal: Cuando la información fluye siguiendo la estructura organizativa de la empresa, comunicación estructurada y programada, suele ser descendente.
- Informal: Es más importante e influyente que la formal, no sigue la trayectoria de la estructura organizacional. Suele coexistir con la formal. Entraría dentro de esta el caso típico de un rumor. No es estructurada, no se puede programar ni anticipar (pág. 1).

Lo que siempre debe primar en una empresa muy bien organizada es la comunicación interna ya sea formal como también la informal, como ya hemos visto en párrafos anteriores la comunicación es imprescindible para que los

colaboradores se desenvuelvan en un ambiente positivo y lo primordial que se mantenga la motivación muy en alto ya que un colaborador motivado es un colaborador productivo.

Medios de transmisión de información

Diosveldy (2012) menciona que: la comunicación es un proceso exclusivamente humano. Sin embargo, en las diferentes fuentes bibliográficas constantemente se exponen puntos de vista y concepciones teóricas que muestran confusión entre el proceso comunicativo y la transmisión de información.

La transmisión de información tiene carácter unidireccional y unilateral, lo que altera la esencia interactiva del proceso comunicativo, o sea, el proceso comunicativo deja de ser tal si no garantiza interacción social, intercambios, interinfluencias, retroalimentación.

En cambio, el proceso comunicativo incluye la transmisión de información la que propicia o favorece la interacción social, intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier tipo de información mediante el habla, la escritura u otros códigos, y tiene carácter bilateral y bidireccional, posibilita la apertura y cierre de ciclos comunicativos (pág. 1).

Por otro lado, Morfin (2012) señala que existen varios medios de transmisión de información como son:

- Verbal: Orden del superior al subordinado
- Escrito: Boletines y más frecuentemente e mails, tablonas
- Corporal: Es importante percibir este lenguaje de las personas que están transmitiendo algo (pág. 1).

Analizando lo que mencionan tanto Diosveldy como Morfin se puede concluir que para que exista el proceso de la comunicación debe intervenir un factor fundamental como lo es la interacción de los entes sociales, pues si bien es cierto el ser humano es un ser social, y como tal necesita relacionarse y comunicarse con sus semejantes utilizando para ello su propio lenguaje verbal, su auxiliar como lo es la escritura y apoyándose también de sus gestos corporales, entonces al haber el proceso de la comunicación se satisface una necesidad imperiosa de las personas.

En función del grado de interacción

Según el grado de interacción la comunicación puede ser directa e indirecta.

Comunicación directa: Mitjana (2020) indica que: A grandes rasgos, la comunicación directa es la que se produce "en el aquí y ahora". Pero, ¿qué quiere decir eso? Cuando hablamos de la comunicación directa, estamos hablando de un tipo de comunicación humana que se realiza a través de una lengua natural, que es oral o signada (lengua de signos). La lengua natural es cualquier variedad lingüística que forma parte del lenguaje humano, y que tiene la misión de comunicar.

La comunicación directa, además, se caracteriza porque el mensaje o la información se transmiten, de emisor a receptor, de forma inmediata. Así, el envío y la recepción del mensaje es prácticamente simultáneo (pág. 1).

De lo que menciona esta autora sobre la comunicación directa vale rescatar que esta comunicación se desarrolla de forma personal entre emisor y receptor.

Por otro lado, Morfin (2012) indica que: "la comunicación directa es aquella donde la comunicación está basada en una herramienta o instrumento ya que

el emisor y el receptor están a distancia. Puede ser colectiva (periódicos, radio, libros) ser personal (hablar por teléfono, enviar un correo electrónico)” (pág. 1).

Comunicación indirecta: Rubio (2020) postula que: La comunicación indirecta, también llamada lenguaje indirecto, es el estilo comunicativo consistente en transmitir la información de forma no explícita, ni clara ni directa. Se diferencia claramente del lenguaje directo por el motivo de que en este se transmite las ideas de forma clara, verbalizando el mensaje y dando a entender las cosas tal y como se exponen, sin interpretaciones ni mensajes confusos (pág. 1).

Para su buen funcionamiento, la empresa tiene que generar la comunicación necesaria para que todo el personal que ahí labora tenga conocimiento de la filosofía empresarial, sus innovaciones y cambios, los objetivos, es decir todo lo que hace que la gente se identifique y llegue a comprometerse con la empresa. Menciono a continuación varias herramientas de enorme eficiencia

Herramientas de la comunicación interna

Montiel (2017) Aunque las nuevas tecnologías ofrecen nuevas propuestas para la comunicación interna, no hay que olvidar algunas herramientas tradicionales que siguen siendo muy efectivas. A continuación, ofrecemos algunas de las que se utilizan actualmente para sus beneficios.

- Manual de bienvenida: este documento se entrega cuando una persona entra a formar parte de una empresa. El documento debe incorporar la visión, misión y valores de la empresa entre otra información.
- Tablón de anuncios: Suele ser de gran eficacia si se encuentra situado en enclaves estratégico. Los mensajes deben ser

inspiradores. Puede presentarse en formato tradicional como un tablón de corcho o en nuevos formatos como una pantalla digital.

- Newsletter: las newsletter son interesantes para mantener al día a los trabajadores de la empresa sobre novedades, eventos, etc. Se recomienda que se envíen siempre con la misma regularidad (pág. 1).

Las herramientas de la comunicación interna a las que hace referencia la autora se podría decir que son herramientas que han estado presentes en la mayoría de empresas a nivel mundial, pero son herramientas que no se han quedado atrás en el paso del tiempo y aún se mantienen vigentes en la gran mayoría de empresas, estas herramientas nos ayudan mucho a que se mantenga una cultura de información hacia los colaboradores.

Según Zylberdyk (2003)

Uno de los puntos más importantes del ambiente laboral es la comunicación interna. Es la clave de la motivación, es lo que permite que la gente sienta que puede expresarse y que sus ideas serán escuchadas y valoradas, seguramente se sienta a gusto en su lugar de trabajo; generando una mayor fidelización de los empleados hacia la empresa, un mayor compromiso. Esto se convierte en una estrategia para el área de Recursos Humanos (pág. 1)

El manual del empleado

Zylberdyk (2003) indica que en “el manual del empleado se encuentra la información necesaria para que el empleado logre un excelente desempeño en sus funciones como también las condiciones y reglamentos de la empresa” (pág. 1)

Publicación institucional o “newsletter”

Según Buenos negocios (2018) “los newsletter se utilizan con el objetivo de informar a los empleados, en forma de revista, periódico, o folleto interno –en papel o digital-. Abarca todas las áreas y puede contener testimonios, artículos, fechas de cumpleaños e incluso, malas noticias” (pág. 1).

Cartelera

Para la revista Buenos negocios (2018) una cartelera “es un efectivo medio de comunicación siempre que se ubique en un lugar concurrido por los empleados, con fácil acceso visual. Es necesario actualizarla periódicamente. Puede incluir informaciones legales o sociales, resultados de la empresa, nuevas políticas o intercambio entre el personal” (pág. 1).

Circulares

Melchor (2020) menciona sobre las circulares y dice: Utilízalas cuando tengas que transmitir una comunicación oficial institucional a tus empleados. Ya bien sea una nueva incorporación a la plantilla, producto o servicio nuevo o para lanzar una nueva promoción. Hay distintos medios para enviar circulares, pero actualmente es más utilizado es el e- mail (pág. 1).

Reuniones

Y sobre las reuniones Melchor (2020) indica: “Seguro que ya realizas reuniones periódicas con tus empleados. Es una de las herramientas de comunicación interna más utilizadas por las empresas” (pág. 1).

Correo electrónico

Buenos negocios (2018) sobre el correo electrónico dice: “No todos los empleados cuentan con una computadora como herramienta de trabajo, pero

dependiendo del tipo de comunicación el e-mail es una herramienta muy útil, ya que representa un medio rápido de comunicación con muchos interlocutores. Es a la vez, de bajo costo y fácil de personalizar” (pág. 1).

Hoy en día el uso de correo electrónico en la gran mayoría de empresas a nivel mundial se ha incrementado de manera exponencial no es solo un lujo sino una necesidad, la globalización lo que está haciendo es que todas las organizaciones se digitalicen llevando consigo sus operaciones y manejo de requerimientos a nivel digital, siendo un gran aliado para esto el correo electrónico.

Buzón de sugerencias

Según Zapata (2012) “el buzón de sugerencias puede ser una caja, un ánfora o bien un medio a través del cual los empleados formulan ideas y las explican. También puede ser una dirección de correo electrónico o una página web creada por la empresa” (pág. 1).

Melchor (2020) nos dice que: “recoger las ideas y opiniones de tus empleados puede resultarte muy revelador. Escucha a tu trabajador para seguir mejorando y evolucionando” (pág. 1).

Este tipo de herramientas es bien utilizado en las empresas que prestan servicios, ya sea servicios profesionales o de venta de productos y es un canal donde el cliente tanto interno como externo puede dar su opinión sobre el servicio recibido.

Videoconferencias

Melchor (2020) indica que: “otra herramienta que es idónea para establecer una comunicación entre personas que se encuentran alejadas

geográficamente. La inversión es mínima y la efectividad comunicativa máxima” (pág. 1).

Intranet

Según Buenos negocios (2018)

El intranet es una red de comunicación dentro de la empresa. Su instalación es simple y económica, solo requiere la inversión en infraestructura. Su ventaja principal ser un medio rápido e instantáneo: Disponibilidad al instante de la información, material compartido o bases de datos de la empresa (pág. 1).

Barreras de la comunicación interna

Dentro de una empresa siempre vamos a encontrar barreras que impiden que se produzca una buena comunicación entre compañeros de trabajo, esto impide de cierta manera que no haya un buen clima laboral y por ende producir efectos negativos en la productividad.

Según Sánchez (2019) las barreras de la comunicación son muchas, y estas pueden originarse en cualquier fase del proceso. Las barreras de la comunicación son de diversos tipos, las cuales se describen a continuación:

Barreras Físicas: Se presentan en el medio físico en donde esta se produce.

Barreras Semánticas: Son aquellos elementos que tienen relación con el código utilizado en la comunicación, puede ser diferente entre el emisor del mensaje y quien lo recibe.

Barreras Fisiológicas: Se debe a problemas fisiológicos de quien emite o recibe el mensaje

Barreras Psicológicas: Están ligadas a las emociones y a la personalidad del emisor o el receptor.

Barreras Administrativas: Se presentan por las deficiencias en la planeación (pág. 1)

Beneficios de la comunicación interna

Todos sabemos y tenemos claro que una de las piezas claves para que la empresa funcione adecuadamente sin problemas de productividad es que esta tenga un adecuado canal de comunicación y sobre todo que la comunicación entre colaboradores sea óptima.

Pues Montiel (2017) nos indica que:

Una buena comunicación interna puede ser una gran aliada a la hora de alcanzar nuestros objetivos. Y que los principales beneficios que la comunicación interna proporciona son:

- 1.- Influye de forma directa y clara en la gestión del día a día y en los resultados finales de la organización.
- 2.- Optimiza procesos internos ya que satisface las necesidades propias de la empresa y contribuye a alcanzar sus objetivos.
- 3.- Ayuda a difundir la política y los valores de la organización.
- 4.- Reduce la conflictividad y mejora el clima laboral.
- 5.- Permite que las personas se sientan más involucradas en el trabajo y aumenta su motivación personal.
- 6.- Aumenta la confianza de los trabajadores.

- 7.- Promueve la retención del talento.
- 8.- Permite la resolución de problemas de manera sencilla.
- 9.- Promueve las buenas relaciones entre los trabajadores.
- 10.- Se genera un sentimiento de unidad (pág. 1).

Palacios (2018) menciona que:

En una etapa de cambio de modelo de negocio, de transformación digital, como la actual, son tan importantes las acciones que deben realizarse para que el negocio siga evolucionando, como las que hay que evitar. Si las organizaciones no reaccionan dedicando presupuesto, tiempo y los recursos necesarios a la comunicación interna, probablemente, la empresa, se ubicará en una posición más débil perdiendo ventaja competitiva (pág. 1).

Vivaintra (2018)

Invertir en la comunicación interna es un requisito importante para que la empresa continúe creciendo de forma sostenible. Una de las barreras de la comunicación es la falta de habilidades de comunicación de los gestores, un buen equipo necesita un buen liderazgo y uno de los puntos de un buen líder es la capacidad de mantener la comunicación alineada con su equipo de trabajo (pág. 1)

Adicionando un poco más podemos decir que cada día la tecnología invade más las empresas, la modernidad se presenta en la manera como se comunican hoy en día las empresas, estamos pasando del típico modelo del memorando en papel a una comunicación más digital, pues ya se puede en estos tiempos enviar comunicados en masa es decir que al mismo tiempo le

lleguen a todos los colaboradores, esto evita la pérdida de tiempo y conlleva a ser más eficientes en los puestos de trabajo.

Elementos de la comunicación

Torres (2020)

Tal y como hemos visto, la comunicación está definida por ser un proceso dinámico, que no puede ser captado en su totalidad ni a partir de un modelo descriptivo de tipo lineal en el que un elemento de la comunicación produzca el siguiente, y este produzca otro, etc. Al comunicarnos todo surge a la vez, y no podemos separar cada una de estas piezas y analizarlas de manera aislada, separada del resto.

Por eso, este esquema de los elementos de la comunicación solo sirve de guía, como un mapa que nos ayuda a entender lo que está pasando y a través de qué medios podría estar compartiéndose una u otra información (pág. 1).

Chen (2020)

Menciona que: los elementos de la comunicación son todos los factores que intervienen en el proceso de envío y recepción de un mensaje. Cada elemento aporta un valor que, dependiendo de la circunstancia, ayuda a mejorar o a distorsionar la comunicación (pág. 1).

Según Raffino (2020)

Se denomina comunicación organizacional, comunicación institucional o comunicación corporativa al envío y recepción de información entre individuos interrelacionados o que forman parte de algún tipo de organización (pág. 1).

Romero (2019) indica que:

Los principales elementos del proceso de la comunicación son los siguientes:

- **Emisor:** Se define al emisor como el sujeto o fuente que comparte información o mensaje.
- **Receptor:** Se entiende por receptor al individuo o artefacto encargado de recibir el mensaje compartido por el emisor.
- **Mensaje:** El mensaje es definido como la información que se pretende comunicar entre el emisor y el receptor.
- **Contexto:** Es el entorno que rodea al emisor y al receptor, es decir el ambiente donde se realiza el intercambio de información.
- **Código:** Son los signos y normas que al combinarlos estructuran el mensaje; el lenguaje hablado o escrito, sonidos, símbolos, señas, avisos, etc.
- **Canal:** El canal es definido como el medio por el cual es transmitido un mensaje. La información siempre requiere viajar por un canal para ser emitida o recibida (pág. 1).

Entonces nos ha quedado claro que para que exista una comunicación debe primero haber ciertos canales o crearse ciertas condiciones para que La información que va del emisor al receptor pueda transmitirse y se pueda completar el ciclo de la comunicación.

Incidencia de la comunicación interna u organizacional

Según ArturoK (2012):

La comunicación en una empresa, conocida como la comunicación organizacional, es un factor determinante en el éxito de una empresa; una buena comunicación es sinónimo de eficiencia, organización y

coordinación, mientras que una mala comunicación puede ser motivo de ineficiencia, desorden y conflictos internos (pág. 1).

Según Velásquez (2020):

Es importante resaltar que la comunicación interna en las empresas debe fomentar el equilibrio emocional en sus empleados por medio de la motivación, el compañerismo, la solidaridad y el compromiso, que se complemente con una excelente gestión de grupo que facilite el crecimiento personal y colectivo generando un rendimiento constante y regular que permita la obtención de los resultados propuestos (pág. 1)

De lo anterior se enfatiza la importancia de la comunicación interna u organizacional y de las relaciones sociales, ya que, de su solidez, claridad y transparencia, dependen en gran medida la productividad y fortalezas que busca la organización y el desarrollo social de cada uno de sus funcionarios.

Clima laboral

Según Sánchez (2010) menciona que:

El clima laboral no es otra cosa que el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad empresarial. Si eres capaz de conseguir una mayor productividad con un buen clima laboral, tienes todo lo necesario para conseguir grandes éxitos en tu empresa.

El clima laboral u organizacional depende mayormente del personal que labora dentro de la empresa, son las emociones que estos transmiten a su entorno es decir a sus compañeros de trabajo, emociones que tienen el poder de causar cambios en el clima laboral. Es por ello la importancia de que las

empresas se esfuercen en mantener al personal motivado para de esta manera elevar el nivel de productividad.

A continuación, veamos lo que dicen otros autores referentes al clima laboral:

Según Champagnat (2002)

Por clima laboral se entiende el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta (pág. 1).

Conuerdo con lo dicho por este autor, pues si bien es cierto el clima laboral depende en sí de las percepciones de parte de las personas que conforman la empresa.

Según Arantes (2016)

Potenciar un buen clima laboral y optimizarlo supone ser conscientes de la necesidad de tomar una posición activa, por parte de los gestores de las empresas, para mejorar la productividad de la compañía (pág. 1).

Arantes (2016)

El buen clima laboral está considerado parte del salario emocional. Y más importante, es uno de los principales factores de retención de los empleados (pág. 1).

Analizando los dos postulados de Arantes habría que agregar que al fortalecer un mejor clima laboral no solo se mejoraría la productividad de la empresa, sino que también estaríamos fortaleciendo la motivación de nuestros colaboradores y lo más importante estaríamos abriendo el camino a que

nuestra empresa sea vista como ejemplo a seguir dentro del Ranking de mejores empresas para trabajar.

Factores que influyen en el clima laboral

Según Questionpro (2020) indica que los factores que influyen en el clima laboral son:

- 1.- Liderazgo flexible. Tener la capacidad de adaptarse a múltiples situaciones laborales, facilita un clima de trabajo positivo que guíara a la empresa al éxito.
- 2.- Relaciones sanas. Para ello debe respeto y buena comunicación.
- 3.- Autonomía. El tener independencia en tareas habituales genera un buen clima laboral. Dale la certeza a tu fuerza laboral de que confías en su labor y lograras también la felicidad en el trabajo.
- 4.- Igualdad. Cerciórate de que todos los miembros de la empresa sean tratados con criterios justos para evitar injusticias y envidias entre ellos.
- 5.- Espacios de trabajo óptimos. Ofrece el espacio adecuado para que el empleado desarrolle su trabajo, desde un lugar limpio, con buena iluminación, buena distribución de espacios y que cuenten con las herramientas necesarias para realizar su labor.
- 6.- Reconocimiento. En una empresa, el reconocimiento del trabajo bien hecho motiva a los empleados a crear un espíritu competitivo (pág. 1).

Calidad del clima laboral

Para Questionpro (2020) Lograr un buen clima laboral dentro de una organización es responsabilidad de los directivos, que con su cultura y su

manera de gestionar deben preparar el terreno adecuado para que este se desarrolle plenamente (pág. 1).

Cristancho (2015) dice que: Construir un clima laboral positivo es tarea de todos los integrantes de la compañía, para lograrlo se debe tener en cuenta que las condiciones físicas: iluminación, ventilación, distribución del espacio, influyen tanto como las interpersonales: liderazgo, confianza, respeto, etc. (pág. 1).

Evaluación del clima laboral

Según Questionpro (2020)

El departamento de recursos humanos es el indicado para evaluar el clima laboral que existe dentro de la empresa y así poder tomar decisiones para mejorarlo si es necesario (pág. 1).

Luevano (2017) menciona que:

Para realizar un diagnóstico del clima laboral lo más objetivo posible es conveniente garantizar la independencia entre el investigador y el objetivo del estudio. Otro aspecto que se debe garantizar es el anonimato del encuestado y la confidencialidad del proceso para así garantizar la mayor sinceridad posible en la respuesta. Adicionalmente, es importante dar retroalimentación a los empleados de los resultados obtenidos de la encuesta y mostrar los caminos de mejoramiento a fin de cambiar la percepción que ellos tienen de su empresa (pág. 1).

Cuando de evaluar el clima laboral de la empresa se trata, hay hacerlo tomando en cuenta la discreción sobre todas las cosas, no es agradable que el área encargada de hacerlo nos vea como colaboradores que se están

quejando porque talvez no se lleven bien algunos procesos, entonces para evitar esto se debe garantizar el anonimato del encuestado.

Herramientas de medición del clima laboral

Morales (2018) indica que:

Algunas de las herramientas más comunes son la observación, los grupos focales, las entrevistas y la encuesta:

Observación.

La observación directa consiste en que el jefe se dé cuenta de cómo los empleados trabajan para identificar los aspectos en el ambiente de trabajo que generan descontento entre los trabajadores.

Grupos focales.

Los grupos focales son una forma muy común de medir el clima laboral. Se trata de una charla con un grupo de 6 a 12 participantes a los que un moderador les hace preguntas sobre aspectos puntuales de la organización.

Entrevistas.

Las entrevistas pueden ser individuales o grupales y han de centrarse en aspectos más puntuales de la empresa. Las entrevistas de salida son una buena alternativa para conocer una percepción sincera sobre las condiciones laborales. Además, esta herramienta permite saber si en una empresa existen diferentes climas organizacionales.

Encuestas.

Aunque existen diversos modelos de encuesta de clima laboral, es fundamental que las preguntas se ajusten a la cultura y las dinámicas internas de la compañía (pág. 1).

Beneficios de la evaluación del clima laboral

Sobre los beneficios de la evaluación del clima laboral Solis (2020) menciona lo siguiente:

Ya sea que tú crees el clima laboral en tu empresa o que se cree solo, definitivamente tienes uno. Es tu decisión el construir tu camino al éxito con los ojos (u oídos) tapados o conocer la realidad de tu compañía y moldearla a tu favor para desarrollar planes estratégicos.

A continuación, se mencionan 5 beneficios de conocer el clima laboral de la organización.

1.- Desarrollar estrategias orientadas a datos. Cada día, líderes de empresas muestran más interés en tomar decisiones basadas en información.

2.- Desarrollo profesional. Encuestas de clima laboral revelan que tan satisfechos están tus empleados con sus oportunidades de desarrollo profesional, brindándote ideas para futuras capacitaciones.

3.- Prevenir costos de acciones legales. Conocer si en tu empresa hay casos de abusos, bullying, violencia o delincuencia puede ahorrarte dinero a tu empresa.

4.- Conocer a tus líderes. Encuestas de clima laboral no solo indagan en el sentir del empleado sino en su opinión acerca de todos los colaboradores

5.- Conocer el compromiso de tus empleados. Conocer el clima laboral de tu empresa y detectar faltas de compromisos te ayuda a desarrollar planes de acción tales como tácticas para mejorar la comunicación interna o campañas de socialización (pág. 1).

Al conocer de primera mano cómo se encuentra nuestro clima laboral podemos tomar correctivos para que este mejore si vemos que el clima laboral se encuentra hostil o negativo, y si el clima laboral es bueno se pueden mantener las acciones que hemos realizado a fin de que se mantenga un clima laboral positivo o agradable. No es fácil mantener un excelente clima laboral se necesita que toda la empresa se comprometa y se creen las condiciones necesarias para aquello.

Componentes a tener en cuenta en la medición del clima laboral

Para Morales (2018) Son varios componentes los que se tienen en cuenta, los cuales van desde la relación entre el colaborador y su cargo hasta las compensaciones y reconocimientos entregados por la empresa. Sin embargo, aquí los vamos a dividir entre componentes tangibles e intangibles.

Variables tangibles:

- 1.- Remuneración en términos económicos (salarios, bonos, primas)
- 2.- Condiciones de las oficinas (iluminación, acceso, seguridad)
- 3.- Capacidad organizacional, entendido como la disposición de los recursos que necesita la persona para trabajar.

Variables intangibles:

- 1.- Comunicación
- 2.- Tipos de liderazgo
- 3.- Grado de motivación y compromiso de los empleados
- 4.- Relaciones interpersonales y autonomía de las personas (pág. 1).

Métodos para un mejor clima laboral

Monsalvez (2018) indica que:

El clima laboral es determinante para el funcionamiento de una empresa ya que, un clima enrarecido puede llevar a una bajada importante de la productividad, a malos resultados empresariales y a la fuga de talento.

Ante este panorama, se hace necesario llevar a cabo una serie de acciones que ayuden a mejorar el clima de tu empresa rápidamente:

- **Generar confianza entre directivos y empleados:** para llevarlo a cabo es muy recomendable realizar reuniones periódicas para intercambiar ideas e impresiones.
- **Ofrecer formación:** la formación es un elemento muy valorado por los trabajadores. Mediante acciones formativas y cursos, los empleados se sienten motivados y, por lo tanto, se implican más con las actividades de la empresa.
- **Potencia la comunicación:** si consigues establecer canales de comunicación horizontal, conseguirás que los empleados se sientan más integrados en la empresa.

- **Aprende a delegar:** delegar tareas no es tarea sencilla, pero si aprendes a dar más responsabilidad a tus empleados, conseguirás incrementar su motivación al sentirte más valorados (pág. 1).

Para hacer una empresa más productiva y que llegue a ser más eficaz se debe mejorar el clima laboral o también llamado clima organizacional, es decir necesitamos hacer que los colaboradores estén motivados, tengan confianza en sí mismos y en sus compañeros y para hacer esto necesitamos conocer cuáles son los métodos que podemos aplicar.

Antecedentes referenciales

Permite recoger en forma breve y concisa teorías, conceptos que se relacionan con el tema para aclarar algunas ideas y así de esa manera tener una fuente de conocimientos sobre la comunicación y el clima laboral en una empresa.

Se ha encontrado algunos trabajos interesantes sobre la comunicación y como incide en el clima laboral entre los que destacan:

Cardona (2012) en la Universidad Tecnológica Equinoccial en el año 2012 se declaró el tema Gestión de la comunicación interna organizacional en la optimización del clima laboral y resolución de conflictos, Tenía como objetivo general Realizar un estudio y análisis del manejo de la comunicación interna de las empresas y sus implicaciones para mejorar el clima laboral y disminuir los conflictos (pág 6).

Y en la parte de objetivos específicos tenía como, determinar la importancia del factor humano, la comunicación, la motivación, el conflicto y el clima laboral dentro de las organizaciones. Establecer la realidad del clima laboral en las organizaciones de servicio de laboratorio medico en la ciudad de Quito. Diagnosticar la situación actual del análisis de conflictos y del manejo de la comunicación interna por parte de los empresarios. Implantar una guía con

métodos y herramientas necesarias que ayuden a mejorar el clima laboral para beneficio del personal interno y de la organización (pág. 6).

Esta investigación que se ha realizado ayuda al presente estudio a tomar en consideración que para mantener un buen clima laboral es necesario tener una política de resolución de conflictos, la misma que nos facilitara posteriormente mantener una buena comunicación interna y por ende un clima laboral agradable.

Trujillo (2017) En la Universidad Inca Garcilaso de la Vega en el año 2017 se declaró también el tema Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017. Tenía como objetivo general Determinar de qué manera la comunicación interna influye en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas (pág. 6).

Y como objetivos específicos Identificar en qué medida la comunicación intrapersonal influye en el liderazgo de los trabajadores de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas. Determinar de qué manera la comunicación interpersonal influye en el trabajo en equipo de los trabajadores de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas. Identificar en qué medida la comunicación institucional influye en la motivación de los trabajadores de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas (pág. 6).

Este segundo trabajo de investigación citado aporta muchísimo a la investigación ya que nos ayuda a entender de mejor manera como la comunicación interna tiene influencia en el clima organizacional de la empresa y en como este puede afectar tanto positiva como negativamente la

productividad de nuestros colaboradores siempre yendo de la mano del manejo que se le dé dentro de la institución.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En lo que respecta a nuestra investigación, esta tiene la influencia directa en:

Ley Orgánica de Servicio Público

Legislativo (2011) dice que:

Título IV: De la Administración Técnica del Talento Humano

Capítulo I: De La Carrera Del Servicio Público

Artículo 122. Orientación de la carrera del servicio público. - se orienta a promover, atraer, motivar, mejorar y retener a las y los servidores públicos que demuestren las competencias más adecuadas; permitir su estabilidad y promoción; y, elevar los niveles de eficiencia del Servicio Público.

Capitulo II

Del Sistema Integrado de Desarrollo del Talento Humano

Del Sector Público

Sección 1a.

Estructura, objeto y características

Artículo 130. Estructura del sistema. - la administración del talento del servicio público, responde a un sistema integrado que está conformado por los subsistemas de planificación del talento humano; clasificación de puestos; reclutamiento y selección de personal; formación, capacitación y desarrollo

profesional; y, evaluación del desempeño. Además, se considerará como parte integrante del desarrollo del talento humano la salud ocupacional.

Artículo 131. Objetivo del sistema. - el objetivo del sistema integrado de Desarrollo del Talento Humano es garantizar en las instituciones del servicio público, un equipo humano competente, comprometido, capaz de adaptarse a nuevas políticas y realidades para asumir retos y conseguir el logro de los objetivos institucionales, con eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia, evaluación y responsabilidad.

Artículo 132. Característica del sistema. – El sistema propende a una gestión técnica y flexible, sustentada en puestos orientados a generar productos y servicios de los procesos, con grupos ocupacionales que integran puestos similares, para aplicar principios de equidad interna y competitividad externa que garanticen un trato equitativo a sus participantes, que estimule la profesionalización y capacitación de la o el servidor, promueva su desarrollo en la carrera institucional en función de los resultados, que impulse en el servicio público una cultura gerencial basada en la medición de objetivos y metas de la institución, de los procesos internos y del personal.

VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable independiente: Comunicación interna

A manera de introducción se puede afirmar que la comunicación interna se investigado en diferentes ámbitos, para referirnos a los mecanismos o canales de información que pueden existir dentro de una empresa o institución, en donde los únicos beneficiarios o destinatarios serán los empleados que trabajan dentro de la empresa, entonces la comunicación es una herramienta importante porque reduce los conflictos y mejora el clima laboral.

Variable dependiente: Clima laboral.

Questionpro (2020) indica que:

El clima laboral se encuentra muy relacionado con el manejo social de los directivos, con el comportamiento que tienen hacia los trabajadores y la manera en la que se relacionan, la interacción que tienen con la empresa, así como de las herramientas que se utilizan y las características propias de los empleados (pág. 1).

DEFINICIONES Y CONCEPTOS

Comunicación: La comunicación es el proceso de transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor (Delgado, 2019)

Mensaje: Es la información o conjunto de datos que se transmiten (Delgado, 2019)

Comunicación interna: Es la comunicación dirigida al trabajador o empleado de la compañía (García, 2017).

Videoconferencia: Es una comunicación que se establece a través de una red de telecomunicaciones y que implica la transmisión de sonido e imagen. Es decir: dos personas que mantienen una videoconferencia pueden escucharse y mirarse mutuamente a través de una pantalla (Porto, 2016).

Organizacional: Se recurre al termino "organizacional" cómo adjetivo o calificativo de cualquier tipo de elemento o situación relacionada con las organizaciones de diverso tipo. Es posible utilizar esta palabra en infinitas situaciones o para numerosos fenómenos (Bembibre, 2009).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Breve reseña histórica de la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI).

Nombre completo de la Empresa o institución, rama y/o ministerio al que pertenece:

Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI).



Figura 1 Logo del SNAI
Fuente: SNAI



Figura 2 Ubicación del SNAI
Fuente: SNAI

Identidad

El Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI), es una institución pública que garantiza los derechos a las personas privadas de la libertad adultas y adolescentes infractores, sus instalaciones operativas y administrativas se encuentran ubicadas para este estudio en el Cantón Guayaquil en la provincia del Guayas.

Misión

“Garantizar la atención integral a personas adultas y adolescentes en conflicto con la ley penal, mediante el desarrollo de habilidades y destrezas con el fin de contribuir positivamente en su reinserción a la sociedad” SNAI (2019)

Visión

“Ser una institución que contribuya a la reducción de la habitualidad en el cometimiento del delito, que fomente las condiciones para una cultura de paz, convivencia segura y reinserción social con la participación coordinada de las

instituciones públicas, privadas, las organizaciones de la sociedad civil y la comunidad” SNAI (2019).

Actividades que se realizan dentro del Centro de Rehabilitación Social

Dentro del marco de la rehabilitación de las personas privadas de libertad, dentro de los Centros de Rehabilitación Social se imparten las siguientes actividades y cursos de esparcimiento y ayuda para bajar el índice de cometimiento de los delitos.

Cine foro: Se utiliza como herramienta metodológica para facilitar que haya un dialogo entre la obra audiovisual y los espectadores.



Figura 3 fotografía de Privadas de Libertad Mujeres
Fuente: SNAI

Taller de confección de mascarillas y prendas de vestir: Aquí las personas privadas de la libertad aprenden a confeccionar toda clase de prendas de vestir.



Figura 4 fotografía de Privadas de Libertad Mujeres
Fuente: SNAI

Taller de computación: Donde las personas privadas de la libertad aprenden los conocimientos básicos de computación y a su vez se conectan con sus seres queridos a través de las redes sociales.



Figura 5 fotografía de Privados de Libertad
Fuente: SNAI

Organigrama del Servicio Nacional De Atención Integral a persona Adultas Privadas de la Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI)

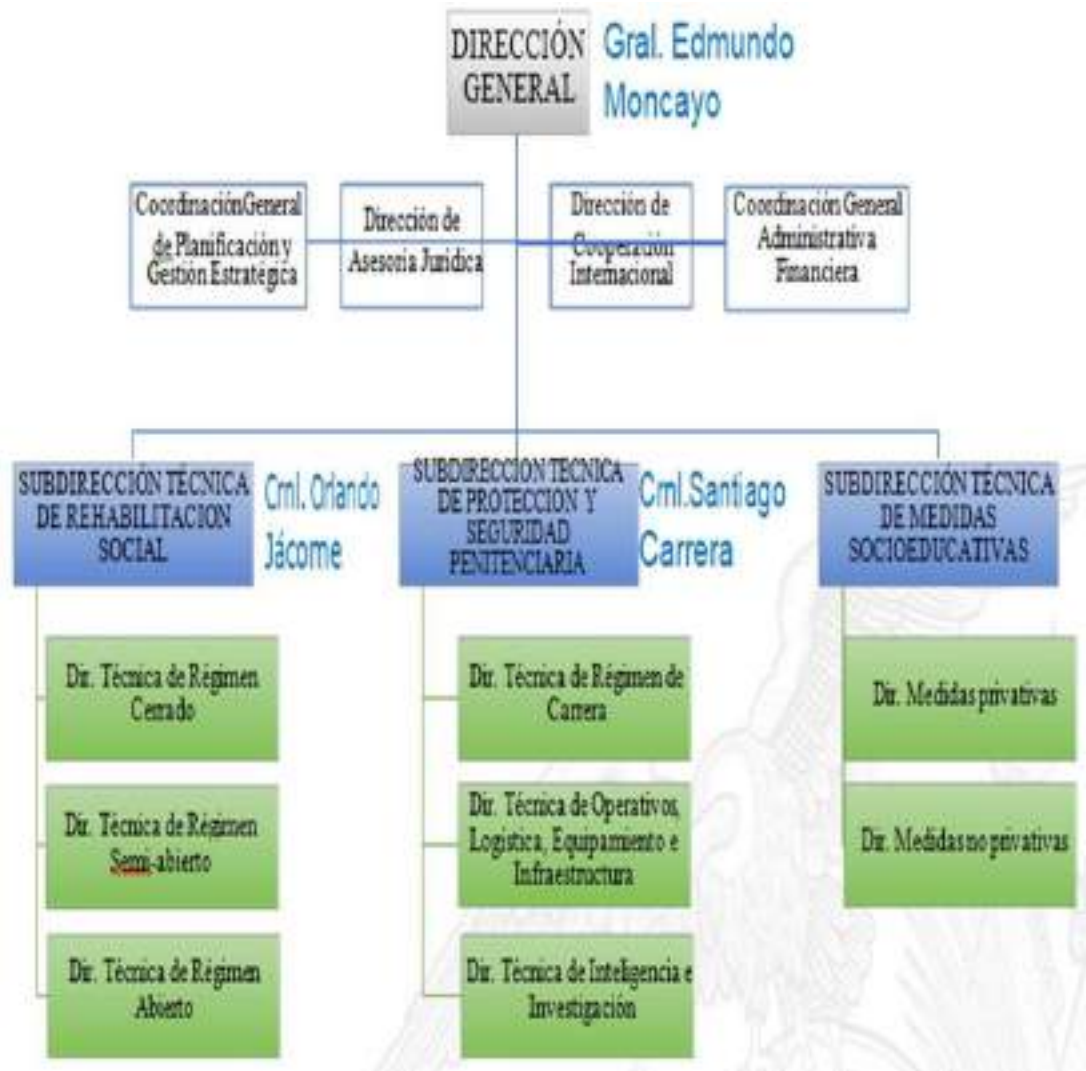


Figura 6 Organigrama del SNAI
Fuente: SNAI

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según Palella (2012) “El diseño de investigación se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio” (pág. 86).

Modalidad

Se realiza dos tipos de investigación: 1) Investigación bibliográfica o documental ya que se utiliza la información de revistas científicas, libros, documentos, folletos y demás respaldos que encontramos en la web. Y 2) investigación de campo porque se asiste durante varias semanas a la empresa que es objeto de estudio para la recolección de toda la información sobre esta investigación, y mis principales herramientas utilizadas son las encuestas.

Investigación bibliográfica o documental

Según Ayala (2019) indica que:

La investigación bibliográfica o documental consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información. Se le considera un paso esencial porque incluye un conjunto de fases que abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio (pág. 1).

Esta modalidad bibliográfica ayuda a recolectar información científica con un enfoque general sobre la presente investigación.

Investigación de campo

Según Palella (2012) “Consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos sin manipular o controlar variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural” (pág. 1).

Tipos de investigación

Investigación correlacional

Se aplica la investigación correlacional porque ayuda a evaluar y medir la relación que existe entre las dos variables de nuestro problema, la comunicación interna y el clima laboral de la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI).

Investigación descriptiva

Para Odon (2012) la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (pág. 24).

Desde mi perspectiva la investigación descriptiva tiene como objetivo detallar el problema como es y cómo se expresa dentro de la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI).

Investigación explicativa

Según Jervis (2019) indica que:

la investigación explicativa es un tipo de investigación cuya finalidad es hallar las razones o motivos por los cuales ocurren los hechos del fenómeno estudiado, observando las causas y los efectos que existen, e identificando las circunstancias. Con la investigación explicativa se intenta clasificar como es exactamente el problema del que se quiere obtener información. Como dice la palabra "explicativa", se trata de explicar, no solo de describir, como ocurre en otros tipos de investigación (pág. 1).

Población y muestra

Población

Según Jwigodski (2010) indica que: La población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Entre estas tenemos:

1. **Homogeneidad.** - que todos los miembros de la población tengan las mismas características según las variables que se vayan a considerar en el estudio o investigación.
2. **Tiempo.** - se refiere al período de tiempo donde se ubicaría la población de interés. Determinar si el estudio es del momento presente o si se va a estudiar una población de cinco años atrás o si se van a entrevistar personas de diferentes generaciones.

3. **Espacio.** - se refiere al lugar donde se ubica la población de interés. Un estudio no puede ser muy abarcador y por falta de tiempo y recursos hay que limitarlo a un área o comunidad en específico.
4. **Cantidad.** - se refiere al tamaño de la población. El tamaño de la población es sumamente importante porque ello determina o afecta al tamaño de la muestra que se vaya a seleccionar, además que la falta de recursos y tiempo también nos limita la extensión de la población que se vaya a investigar (pág. 1).

Para conseguir la muestra y saber cuál es la población base para esta investigación se realiza un organigrama del Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) del cantón Guayas, el mismo que consta de 29 miembros, no es necesario obtener una muestra porque esta cantidad es pequeña y manejable.

La población de la investigación está formada por las autoridades y personal administrativo del Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI). Un total de 29 empleados donde $N=29$

Según López (2020) nos dice que: dentro de las poblaciones estadísticas, hay fundamentalmente dos tipos de poblaciones:

- **Población estadística finita:** Es aquella en la que el número de valores que la componen tiene un fin. Por ejemplo, la población estadística que nos indica la cantidad de árboles de una ciudad es finita. Es cierto que puede variar con el tiempo, pero un tiempo de terminado es finita, tiene fin.
- **Población estadística infinita:** Se trata de aquella población que no tiene fin. Por ejemplo, el número de planetas que existen en el

universo, aunque puede que sea finito, el número es tan grande y desconocido que estadísticamente se asume como infinito (pág. 1).

Delimitación de la población

La población del estudio es finita y tiene su ubicación en la parroquia Pascuales, zona Norte de la ciudad de Guayaquil, como se puede observar en el presente cuadro consta de 29 personas.

Cuadro 1 Población

Ítem	Cargo	Población
1	Director	1
2	Secretaria	1
3	Líderes de área	6
4	Abogados auxiliares	11
5	Trabajadores sociales	4
6	Psicólogos	3
7	Licenciados	3
TOTAL:		29

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Muestra

Para López (2020) “Una muestra estadística es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos” (pág. 1).

La muestra no se calcula considerando que en presente investigación la población está constituida por 29 empleados, por lo que nuestra población es finita.

Técnicas e instrumentos de investigación

Observación

Sanjuán (2011) indica que: la observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación (pág. 3)

Encuesta

Para Cáceres (2014) la 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 (pág. 1).

La encuesta se desarrolla a partir los pasos siguientes:

- Conocimiento general del tema
- Evaluación del interés
- Evaluación de la posibilidad de obtener información deseada
- Determinación objetivos específicos
- Indicación de tipo de usuarios

PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna y como afecta al clima laboral de la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) ubicada en el cantón Guayaquil

El diagnostico se basa en realizar tres fases con la finalidad de valorar la comunicación interna en la mejora del clima laboral de la empresa pública S.N.A.I, del Cantón Guayaquil, a fin de emitir juicios de valor sobre esto:

Fase I: Ordenar y estructurar el trabajo

Esta fase tiene como propósito organizar todo el trabajo, estructurar las acciones decisivas. Para ratificar la eficacia del trabajo contamos con información y datos verdaderos y necesarios de los diferentes departamentos del S.N.A.I.

En esta fase contamos con tres etapas:

Etapas 1: Conocer y entender los diferentes departamentos donde se va a llevar a cabo el plan de estrategia de comunicación interna en la mejora del clima laboral.

En esta etapa se describir el departamento del S.N.A.I donde se va a realizar la investigación, en este caso el Departamento Jurídico, Archivo, Estadística, Diagnostico y Laboral.

Etapa 2: Comunicar a los líderes de los departamentos de la empresa.

Se comunica a los departamentos en donde se va a desempeñar el trabajo, comunicando los objetivos y resultados que se esperan obtener y la obligación de cada uno para la preparación del trabajo.

Etapa 3: Organizar el trabajo.

Se organiza la encuesta, el cronograma de actividades a realizar y la entrevista donde se reflejará fecha, requerimientos necesarios, tareas realizadas y los responsables.

Fase II: Definir la necesidad real de desarrollar el estudio de las estrategias de la comunicación interna en la mejora del clima laboral de la empresa pública S.N.A.I.

En esta II fase estudiando a varios autores de lo que se expuso en el capítulo dos, la comunicación interna es una herramienta muy importante para el funcionamiento ordenado y también adecuado de las actividades de comunicación de la empresa y existe una relación directa con el clima laboral de la misma, el cual repercute directamente en el ánimo de los trabajadores.

Fase III: Definir las causas que inducen a plantear una estrategia de comunicación interna en la mejora del clima laboral en la empresa pública S.N.A.I.

Aquí en esta III fase se aplica la respectiva encuesta en los diferentes departamentos tanto al Departamento Jurídico, Archivo, Estadística, Diagnostico y Laboral de acuerdo a la muestra antes indicada, para a dar a conocer la calidad de la comunicación interna dentro de la organización.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta sobre clima laboral para ser aplicada a los empleados en la empresa pública S.N.A.I.

1. ¿Usted considera que la comunicación interna produce identificación institucional de parte del trabajador hacia la empresa?

Cuadro 2: Identificación Institucional

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	19	66%
NO	10	34%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

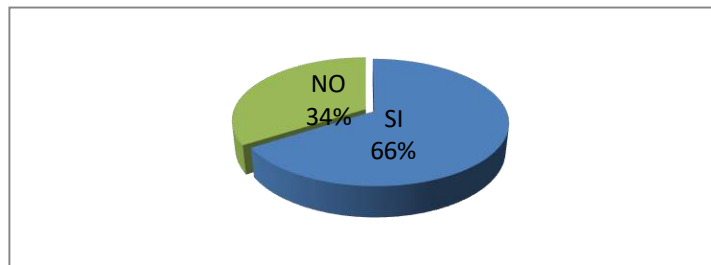


Figura 7: Identificación Institucional
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

Para esta investigación se considera que el 66% del personal dice que la comunicación interna SI produce identificación institucional de parte del trabajador hacia la empresa, mientras que el 34% dice que la comunicación interna NO produce identificación institucional ya que algunos colaboradores trabajan dentro del Centro de Rehabilitación Social en las oficinas y otros en campo, por tal motivo no todos piensan que la comunicación interna produce identificación institucional, pero deberían considerarlo el 100%.

2. ¿Podría usted, decir que existen canales de comunicación bidireccional?

Cuadro 3: Comunicación bidireccional

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	13	45%
NO	16	55%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

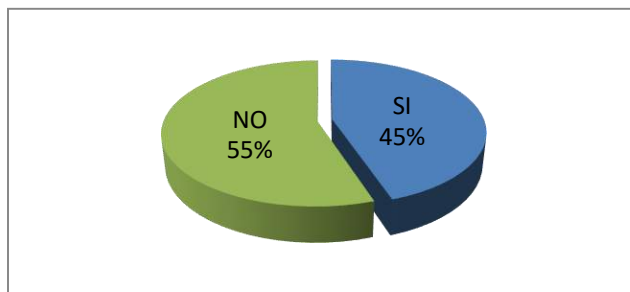


Figura 8: Comunicación bidireccional
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

En esta pregunta se puede observar que el 55% que equivale a 16 personas indican que NO existen canales de comunicación bidireccional, entretanto que el 45% equivalente a 13 personas dice que, SI existen dichos canales de comunicación bidireccional, se puede establecer entonces que la comunicación dentro de la empresa tiene falencias y estas no llegan a todos los colaboradores.

3. ¿Cómo parte de las actividades que la empresa realiza anualmente, alguna fortalece el clima laboral?

Cuadro 4: Fortalecimiento del clima laboral

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	11	38%
NO	18	62%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

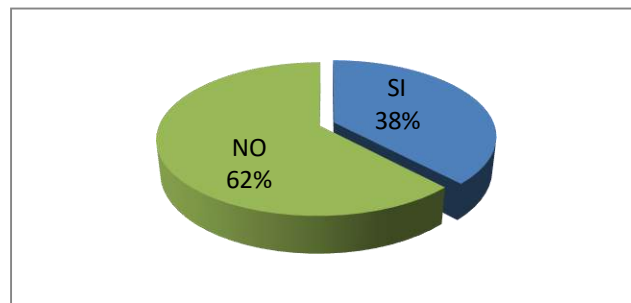


Figura 9: Fortalecimiento del clima laboral
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

Como podemos observar el 62% de los empleados mencionan que NO existen actividades que fortalezcan el clima laboral dentro de la empresa S.N.A.I, mientras que el 38% indica que, SI existen actividades que fortalecen el clima laboral de la empresa, con esto se puede indicar que es necesario aumentar las actividades tendientes a que se fortalezca el clima laboral entre colaboradores.

4. ¿Cuándo usted paso el proceso de integración a la empresa se sintió bienvenido?

Cuadro 5: Sentimiento de Bienvenida

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	14	48%
NO	15	52%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

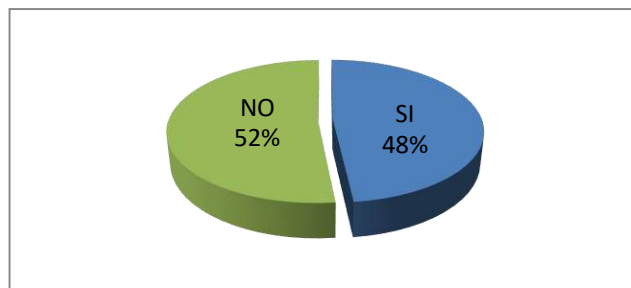


Figura 10: Sentimiento de bienvenida
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

Se puede observar que el 52% de los empleados mencionan que no se sintieron bienvenidos cuando ingresaron a la empresa y el 48% de empleados indico que, si se sintieron bienvenidos, podemos observar que hay deficiencia por parte del departamento de talento humano al no dar la bienvenida a los nuevos colaboradores, lo rescatable seria que el 100% de empleados se sientan bienvenidos en la empresa.

5. ¿Considera Usted que existe un buen ambiente de trabajo?

Cuadro 6: Buen Ambiente de trabajo

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	17	59%
NO	12	41%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

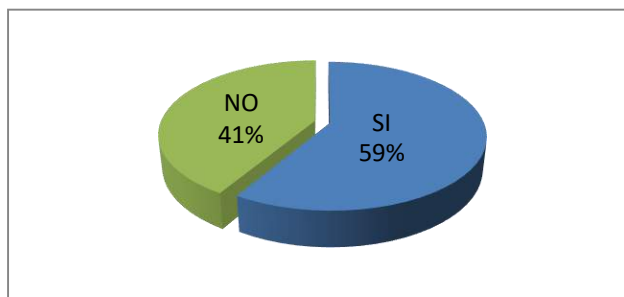


Figura 11: Buen ambiente de trabajo
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

En esta investigación vemos que el 59% de colaboradores consideran que, si existe un buen ambiente de trabajo, mientras que el 41% menciona que no lo hay, lo primordial sería que el 100% del personal sienta que si existe un buen ambiente de trabajo.

6. ¿Cómo parte del proceso de inducción usted, recibió la información relacionada con la empresa, como, por ejemplo: visión, misión, objetivos que contribuyera a identificarse y sentirse parte de la empresa?

Cuadro 7: Información de la Empresa

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	20	69%
NO	9	31%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

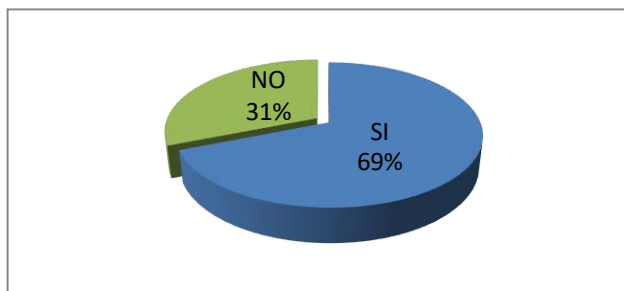


Figura 12: Información de la empresa
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

En esta encuesta podemos apreciar que las respuestas a la pregunta 6 con la opción Si tiene un porcentaje del 69%, en este caso son mayores al NO el cual tiene un porcentaje del 31%, esto da a conocer que la mayoría de personas si recibió información de la empresa cuando ingreso a laborar.

7. ¿Cómo parte del proceso de inducción, usted recibió la información y el adiestramiento necesario sobre las funciones del cargo a desempeñar?

Cuadro 8: Información del Área de Trabajo

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	29	100%
NO	0	0%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

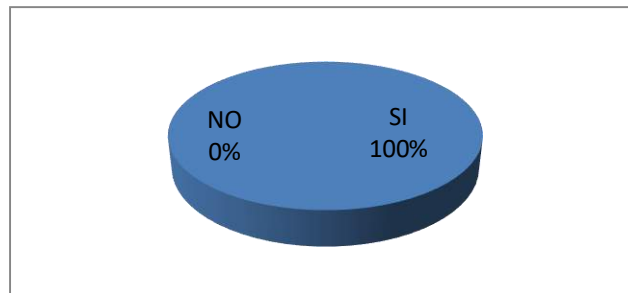


Figura 13: Información del área de trabajo
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

Aquí en esta preguntado 7 de la investigación, obtuvimos como resultado que todos los 29 colaboradores SI recibieron suficiente información sobre el área donde van a trabajar y la función que van a realizar, dando un porcentaje del 100%.

8. ¿La información que se recibe a través de los medios formales de comunicación establecidos en la empresa, es útil y relevante para las funciones que usted realiza?

Cuadro 9: Comunicados Internos

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	21	72%
NO	8	28%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

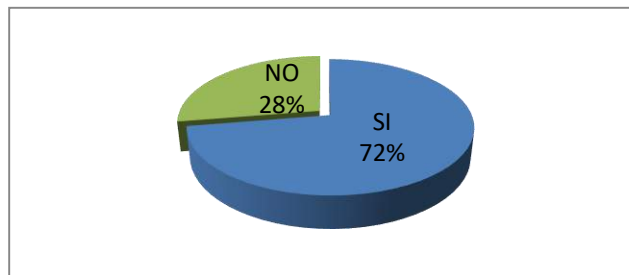


Figura 14: Comunicados Internos
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

Con respecto a que, si los comunicados internos proporcionan información útil el 72% contestó que SI, entretanto los restantes 28% indicaron que No le son útiles los comunicados internos, observando que a la mayoría de colaboradores si le son útiles los comunicados internos.

9. ¿La comunicación interna en el Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) es una actividad permanente y planificada?

Cuadro 10: Comunicación Interna

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	18	62%
NO	11	38%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

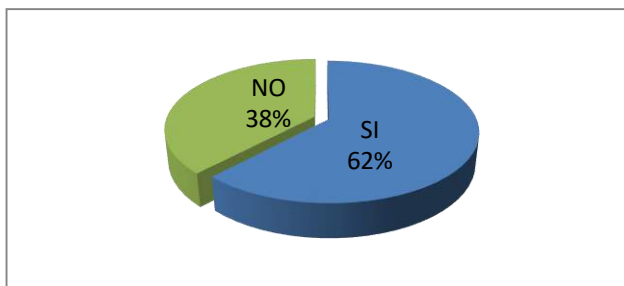


Figura 15: Comunicación interna
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

Sobre la consulta si la comunicación interna es una actividad permanente y planificada el 62% de los empleados contesto que, SI es permanente y planificada, mientras el 38% dijeron que la comunicación interna NO es permanente ni planificada, lo que nos da a entender que se puede mejorar y planificar en gran manera la comunicación entre los colaboradores.

10. ¿La revista o publicación interna para el empleado, considera usted le proporciona información útil?

Cuadro 11: Utilidad de la publicación Interna

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	20	69%
NO	9	31%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

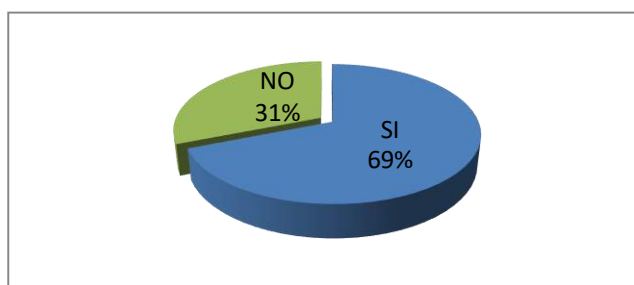


Figura 16: Utilidad de la publicación interna
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

En la pregunta 10 sobre si proporciona información útil la publicación interna para el empleado tenemos que el 69% de los consultados dijo que SI proporciona información útil mientras el 31% indico que NO le proporciona información útil, lo que significa que si existen empleados que se percatan de lo que se publica en las carteleras.

11. ¿Está usted informado sobre el Código de Ética y de Conducta del Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI)?

Cuadro 12: Conocimiento del Código de ética

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	23	79%
NO	6	21%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

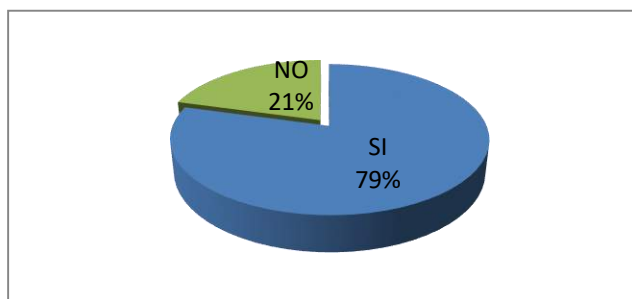


Figura 17: Conocimiento del código de ética
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

Al consultar en la pregunta 11 sobre si conocen el código de ética en la empresa la mayoría en este caso el 79% indica que, SI conoce el código de ética, y el 21% NO lo conoce.

12. ¿Existe algún departamento o persona que de manera imparcial escuche las quejas, así como las ideas y sugerencias que pueden aportar los empleados?

Cuadro 13: Existencia de un departamento de quejas

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	34%
NO	19	66%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

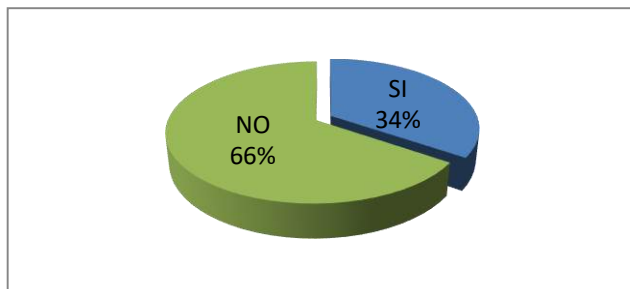


Figura 18: Existencia de un departamento de quejas
Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

Análisis e interpretación

Al consultar sobre si existe una persona o departamento que escuche sobre las quejas, ideas y sugerencias que aportan los empleados a la empresa el 66% contestó que NO, mientras el 34% indicó que Si hay quien los escuche dentro de la empresa, esto nos indica que falta más atención por parte de los directivos hacia los empleados.

Puesta en marcha del método planteado

Fase I: Ordenar y estructurar el trabajo.

Etapas 1: Conocer y entender los diferentes departamentos donde se va a llevar a cabo el plan de estrategia de comunicación interna en la mejora del clima laboral.

Los diferentes departamentos donde se va a llevar a cabo el trabajo de investigación son los Departamentos Jurídico, Archivo, Estadística, Diagnostico y Laboral, en estos departamentos es donde la empresa tiene su personal más concentrado, al ser considerados estos departamentos como áreas sensibles y donde se llevan a cabo procesos tan delicados como es manejo de información jurídica y personal de las personas privadas de libertad, necesitan estar comunicados internamente.

Cada uno de estos departamentos maneja cierto tipo de información que por separados no tendrían tanta relevancia, pero cuando se unen para intercambiar información se vuelven muy importantes para los procesos que se manejan internamente, como son procesos para la concesión de prelibertad, rebajas de pena, régimen semiabierto, entre otros beneficios que tienen las personas privadas de la libertad.

En estos departamentos se manejan dinámicas especiales entre compañeros de trabajo, pues si bien es cierto cada uno responde por sus actos es necesario que haya un flujo libre de intercambio de información entre compañeros y entre departamentos.

Etapa 2: Comunicar a los líderes de los departamentos de la empresa.

Para desarrollar esta presente investigación se pone en conocimiento de todos los líderes y jefes de los diferentes departamentos que se va a llevar a cabo esta encuesta, luego de esto se informa a los colaboradores todo al respecto de lo que se va a realizar y para que todo salga muy bien necesitamos que nos colaboren con información 100% real y verídica.

Etapa 3: Organizar el trabajo a realizar.

Para poder comprender como la comunicación interna mejora el clima laboral de la empresa se puso en marcha una encuesta fundamentada en el tema de estudio o asunto sobre el plan de estrategia de comunicación interna para mejorar el clima laboral, el mismo que se lo va a ejecutar en fases, adicional se lleva a cabo un control de las actividades.

Fase II: Definir la necesidad real de desarrollar el estudio de las estrategias de la comunicación interna en la mejora del clima laboral de la empresa pública S.N.A.I.

Se tiene indicios que apuntan a que la comunicación interna dentro de la empresa pública Servicio Nacional de Atención Integral a Privados de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) está en deterioro y esto conlleva a que el clima laboral se vuelva hostil y desagradable con la consecuente baja de productividad de los colaboradores, tanto es así que es necesario de manera urgente llevar a cabo un plan de fortalecimiento de la comunicación interna para mejorar el clima laboral de la empresa.

Fase III: Definir las causas que inducen a plantear una estrategia de comunicación interna en la mejora del clima laboral en la empresa pública S.N.A.I.

En esta fase se aplica la respectiva encuesta la misma que nos arroja como causas de conflictos en el clima laboral lo siguiente:

- No existe una verdadera identificación institucional por parte de los colaboradores.
- No existe una comunicación bidireccional dentro de la empresa.
- No se realizan actividades que fortalezcan el clima laboral de la empresa.
- La mayoría de los colaboradores no se sintieron bienvenidos cuando ingresaron a trabajar en la empresa, es decir hay una falta de pertenencia por parte de ellos.
- No existe un buen ambiente de trabajo.
- Hay deficiencias en lo concerniente a informar sobre la empresa a los nuevos colaboradores.
- Existen falencias en el proceso de inducción y en algunos casos este no existe dentro de la empresa.
- En el S.N.A.I no existe persona o departamento que escuche las quejas, ideas o sugerencias de los empleados.

Plan de mejoras

Cuadro 14:

PLAN DE MEJORAS

Objetivo: Desarrollar un Plan de Estrategia de Comunicación Interna para mejorar el Clima Laboral.

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?
FASE I Ordenar y estructurar el trabajo	Insuficiente clasificación del trabajo	Se lo divide en 3 etapas	Mes de enero 2021	Líder Departamental	Departamento Jurídico, Archivo, Estadística, Diagnostico y Laboral.
FASE II Definir la necesidad real de desarrollar el estudio de las estrategias de la comunicación interna en la mejora del clima laboral de la empresa pública S.N.A.I	Mejorar el clima laboral	Recopilación de la información	Mes de enero y febrero 2021	Líder Departamental	Departamento Jurídico, Archivo, Estadística, Diagnostico y Laboral.
FASE III Definir las causas que inducen a plantear una estrategia de comunicación interna en la mejora del clima laboral de la empresa pública S.N.A.I	Cambiar la forma de comunicación dentro de la empresa	A través de Encuestas	Mes de febrero 2021	Líder Departamental	Departamento Jurídico, Archivo, Estadística, Diagnostico y Laboral.

Elaborado por: Omar Fernando Caicedo Goya

CONCLUSIONES

Examinando la investigación ejecutada en la empresa Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad S.N.A.I, el autor advierte las siguientes conclusiones:

- De acuerdo a los resultados conseguidos se pudo observar que en la empresa no todos piensan que la identificación institucional está bien definida en todos los colaboradores, se pudo ver que hasta llega a pasar desapercibida por los mismos colaboradores.
- También se detectó que dentro de la empresa no existe un canal de comunicación bidireccional, pues la comunicación solo va en un solo sentido y no existe la respectiva retroalimentación por parte de los colaboradores o de los clientes externos.
- Se pudo evidenciar que no existe un buen ambiente de trabajo dentro del Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad S.N.A.I, lo cual no permite que haya un crecimiento social y productivo por parte de los empleados.
- Dentro de la investigación se halló que no existe un verdadero proceso de inducción hacia los colaboradores nuevos, esto impide que haya un buen rendimiento de los empleados, además ayuda a que se incrementen las dudas y por consiguiente no se logre una correcta adaptación al puesto de trabajo.
- Se pudo observar que dentro del Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad S.N.A.I no existe un área o persona encargada de escuchar los reclamos y quejas de los

empleados, no se les da la oportunidad de expresarse y así de esta manera disminuir la desconfianza del empleado hacia la empresa.

- En los diferentes departamentos se constató que el principal problema de la disminución de la productividad y bajo desempeño laboral es la falta de comunicación interna entre empleados.

RECOMENDACIONES

- El departamento de talento humano debe ayudar a fortalecer la comunicación interna dentro de la empresa S.N.A.I y en los departamentos donde esta no existe crear formas para que todos los colaboradores estén comunicados.
- Para posteriormente obtener buenos resultados sobre la comunicación interna se debe crear canales informativos, es decir salas de chat informativas interdepartamental, crear plataformas de intranet y utilizar las carteleras de información.
- Se recomienda al Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad S.N.A.I ejecutar un estudio de esta investigación de ser posible cada 6 meses para observar el avance de la comunicación interna y ver si hay mejoras en el clima laboral de la empresa.
- Es recomendable asignar recursos para llevar a cabo capacitaciones que incrementen el conocimiento de los empleados, y fomenten la comunicación interna.
- Desarrollar actividades de integración que resalten el liderazgo de los empleados.

Bibliografía

- Alcaide, J. C. (15 de diciembre de 2015). *juancarlosalcaide.com*. Obtenido de juancarlosalcaide.com:
<https://www.juancarlosalcaide.com/2017/12/15/comunicacion-persuasiva/>
- Arantes, B. (24 de 03 de 2016). *blog.talentclue.com/5-acciones-mejorar-el-clima-laboral*. Obtenido de blog.talentclue.com/5-acciones-mejorar-el-clima-laboral:
blog.talentclue.com/5-acciones-mejorar-el-clima-laboral
- ArturoK. (21 de 05 de 2012). *www.crecenegocios.com*. Obtenido de www.crecenegocios.com: <https://www.crecenegocios.com/la-comunicacion-en-una-empresa/>
- Ayala, A. M. (2019). *lifeder.com*. Obtenido de lifeder.com:
<https://www.lifeder.com/investigacion-bibliografica/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20bibliogr%C3%A1fica%20o%20documental,selecci%C3%B3n%20de%20fuentes%20de%20informaci%C3%B3n>
- Bembibre, C. (julio de 2009). *definicionabc.com*. Obtenido de definicionabc.com:
<https://www.definicionabc.com/social/organizacional.php>
- Ben Caldwell, L. G. (15 de diciembre de 2009). *www.sidar.org*. Obtenido de www.sidar.org:
<http://www.sidar.org/acti/jorna/4jorna/ivponen/imagenac/ponencia.htm>
- Bruno, E. (20 de octubre de 2018). *rockcontent.com*. Obtenido de rockcontent.com:
<https://rockcontent.com/es/blog/comunicacion-interna/>
- Bruno, E. (29 de marzo de 2019). *rockcontent.com*. Obtenido de rockcontent.com:
<https://rockcontent.com/es/blog/comunicacion-interna/>
- Buenosnegocios. (26 de 07 de 2018). *www.buenosnegocios.com*. Obtenido de www.buenosnegocios.com:
<https://www.buenosnegocios.com/notas/comunicacion-interna/9-herramientas-utiles-la-comunicacion-interna-n448>
- Caceres, O. (11 de agosto de 2014). <https://es.slideshare.net/oscarcaceres9862/tecnicas-de-investigación-entrevista-encuesta-y-observación>. Obtenido de <https://es.slideshare.net/oscarcaceres9862/tecnicas-de-investigacion-entrevista-encuesta-y-observación>: <https://es.slideshare.net/oscarcaceres9862/tecnicas-de-investigación-entrevista-encuesta-y-observación>

- Canive, T. (2020). *sinnaps.com*. Obtenido de sinnaps.com: <http://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/funciones-elementos-de-la-comunicacion>
- Cardona, K. (02 de 2012). *Gestion de la comunicacion interna Organizacional en la optimizacion del clima laboral y resolucion de conflictos*. Quito: Ute.
- Champagnat, U. d. (20 de 07 de 2002). *www.gestiopolis.com/clima-laboral/*. Obtenido de www.gestiopolis.com/clima-laboral/: <https://www.gestiopolis.com/clima-laboral/>
- Chen, C. (08 de julio de 2020). *significados.com*. Obtenido de [significados.com](https://www.significados.com/elementos-de-la-comunicacion/): <https://www.significados.com/elementos-de-la-comunicacion/>
- Chiavenato, I. (s.f.). *Administracion de recursos Humanos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Cristancho, F. (27 de noviembre de 2015). *blog.talentclue.com*. Obtenido de [blog.talentclue.com](http://blog.talentclue.com/clima-laboral-y-su-influencia-en-la-productividad-de-la-organizacion): <http://blog.talentclue.com/clima-laboral-y-su-influencia-en-la-productividad-de-la-organizacion>
- Delgado, I. (16 de septiembre de 2019). *significados.com*. Obtenido de [significados.com](https://www.significados.com/comunicacion/): <https://www.significados.com/comunicacion/>
- Diosveldy Navarro Lores, F. V. (marzo de 2012). *eumed.net*. Obtenido de [eumed.net](https://www.eumed.net/rev/cccss/19/nlpb2.html#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20es%20un%20proceso%20exclusivamente%20humano.&text=As%C3%AD%20%20el%20proceso%20humano%20a,se%20considera%20transmisi%C3%B3n%20de%20informaci%C3%B3n): <https://www.eumed.net/rev/cccss/19/nlpb2.html#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20es%20un%20proceso%20exclusivamente%20humano.&text=As%C3%AD%20%20el%20proceso%20humano%20a,se%20considera%20transmisi%C3%B3n%20de%20informaci%C3%B3n>
- Dueñas, F. C. (20 de agosto de 2013). *blog.acsendo.com*. Obtenido de [blog.acsendo.com](https://blog.acsendo.com/la-importancia-de-la-comunicacion-interna-en-las-organizaciones/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20es%20una,cultura%20de%20apropiaci%C3%B3n%20de%20fidelidad%20y): <https://blog.acsendo.com/la-importancia-de-la-comunicacion-interna-en-las-organizaciones/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20es%20una,cultura%20de%20apropiaci%C3%B3n%20de%20fidelidad%20y>
- F, L. (2016). *Origenes y evolucion de la comunicacion Humana [Grabado por L. F]*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Garcia, A. (25 de marzo de 2015). *sites.google.com*. Obtenido de [sites.google.com](https://sites.google.com/site/acgmaddunefa/objetivod-de-la-administracion-de-recur): <https://sites.google.com/site/acgmaddunefa/objetivod-de-la-administracion-de-recur>
- Garcia, I. (29 de diciembre de 2017). *economiasimple.net*. Obtenido de [economiasimple.net](https://www.economiasimple.net/glosario/comunicacion-interna): <https://www.economiasimple.net/glosario/comunicacion-interna>

- Hernandez, J. R. (04 de mayo de 2015). *eoi.es*. Obtenido de eoi.es:
<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2015/05/04/gestion-de-recursos-humanos-importancia-y-objetivos/>
- Jervis, T. M. (2019). *www. ifeder.com*. Obtenido de www.lifeder.com:
<https://www.lifeder.com/investigacion-explicativa/>
- JWIGODSKI. (14 de Julio de 2010). *www.metodologiaeninvestigacion.blogspot.com*.
 Obtenido de www.metodologiaeninvestigacion.blogspot.com:
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Legislativo. (24 de marzo de 2011). *www.atencionintegral.gob.ec*. Obtenido de
 www.atencionintegral.gob.ec: <https://www.atencionintegral.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/17.-Reglamento-LOSEP.pdf>
- Lopez, J. F. (2020). *www.economipedia.com*. Obtenido de www.economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/poblacion-estadistica.html#:~:text=Poblaci%C3%B3n%20estad%C3%ADstica%20finita%3A%20Es%20aquella,la%20componen%20tiene%20un%20fin.&text=Poblaci%C3%B3n%20estad%C3%ADstica%20infinita%3A%20Se%20trata,que%20existen%20en%20>
- Luevano, J. A. (01 de mayo de 2017). *revistas.unlp.edu.ar*. Obtenido de revistas.unlp.edu.ar:
<https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/download/3130/5060?inline=1>
- Melchor, M. (11 de 02 de 2020). *www.mariamelchor.com*. Obtenido de
 www.mariamelchor.com: <https://www.mariamelchor.com/blog/15-herramientas-para-establecer-una-buena-comunicacion-interna-en-tu-empresa>
- Miguel Terrazas L. (29 de junio de 2015). *Origen de la comunicacion y su importancia*.
 Obtenido de prezi.com: <https://prezi.com/hpoow1oi6xrg/origen-de-la-comunicacion-y-su-importancia-junto-con-su-conc/>
- Mitjana, L. R. (2020). *psicologiymente.com*. Obtenido de psicologiymente.com:
<https://psicologiymente.com/social/comunicacion-directa>
- Monsalvez, S. (14 de febrero de 2018). *empresas.infoempleo.com*. Obtenido de
 empresas.infoempleo.com: <http://empresas.infoempleo.com/hrtrends/7-acciones-mejorar-clima-laboral-empresa-rapidamente>
- Montiel, S. (26 de julio de 2017). *deustoformacion.com*. Obtenido de deustoformacion.com:
<https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/objetivos-beneficios-comunicacion->

- Porto, J. P. (2016). *definicion.de/videoconferencia*. Obtenido de [definicion.de/videoconferencia: https://definicion.de/videoconferencia/](https://definicion.de/videoconferencia/)
- Questionpro. (2020). *www.questionpro.com/es/clima-laboral.html*. Obtenido de www.questionpro.com/es/clima-laboral.html:
<https://www.questionpro.com/es/clima-laboral.html>
- Raffino, M. E. (22 de julio de 2020). *concepto.de*. Obtenido de [concepto.de](https://concepto.de/comunicacion-interna/):
<https://concepto.de/comunicacion-interna/>
- Raffino, M. e. (13 de 02 de 2020). <https://concepto.de/comunicacion-organizacional/>. Obtenido de <https://concepto.de/comunicacion-organizacional/>:
<https://concepto.de/comunicacion-organizacional/>
- Ramirez, J. (2019). *lifeder.com*. Obtenido de [lifeder.com](https://www.lifeder.com/funciones-comunicacion/):
<https://www.lifeder.com/funciones-comunicacion/>
- Redactores Profesionales. (05 de 2019). *funcionesdel.com*. Obtenido de [funcionesdel.com](https://www.funcionesdel.com/sociedad/funciones_de_la_comunicacion.html):
https://www.funcionesdel.com/sociedad/funciones_de_la_comunicacion.html.
- Rios, L. M. (27 de abril de 2015). *comunicacionintempre.blogspot.com*. Obtenido de comunicacionintempre.blogspot.com:
<http://comunicacionintempre.blogspot.com/2015/04/comunicacion-interna-empresarial.html>
- Romero, M. L. (05 de 2019). <https://www.lifeder.com/ejemplos-elementos-comunicacion/>. Obtenido de <https://www.lifeder.com/ejemplos-elementos-comunicacion/>:
<https://www.lifeder.com/ejemplos-elementos-comunicacion/>
- Rubio, N. M. (2020). *psicologiyamente.com*. Obtenido de [psicologiyamente.com](https://psicologiyamente.com/social/comunicacion-indirecta):
<https://psicologiyamente.com/social/comunicacion-indirecta>
- Rueda, S. B. (2020). *www.questionpro.com/blog/es/clima-laboral-por-motivacion/*. Obtenido de www.questionpro.com/blog/es/clima-laboral-por-motivacion/:
<https://www.questionpro.com/blog/es/clima-laboral-por-motivacion/>
- Sanchez, A. (22 de 11 de 2019). *conceptodefinicion.de/barreras-de-la-comunicacion*. Obtenido de conceptodefinicion.de/barreras-de-la-comunicacion:
<https://conceptodefinicion.de/barreras-de-la-comunicacion/>
- Sanchez, L. (11 de marzo de 2010). *emprendepyme.net*. Obtenido de [emprendepyme.net](https://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html):
<https://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html>

- Sanjuan, L. D. (Enero de 2011).
http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf. Obtenido de
http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf:
<http://www.psicologia.unam.mx/>
- Santa palella Stracuzzi, F. M. (2012). *Metodologia de la Investigacion Cuantitativa*. caracas: FEDUPEL.
- Santana, J. C. (2016). *dominiodelasciencias.com*. Obtenido de dominiodelasciencias.com:
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/268>
- SNAI. (2019). <https://www.atencionintegral.gob.ec/mision-vision/>. Obtenido de
<https://www.atencionintegral.gob.ec/mision-vision/>:
<https://www.atencionintegral.gob.ec/mision-vision/>
- Solis, J. J. (2020). <https://blogs.evaluar.com/como-beneficia-un-buen-clima-laboral-a-las-empresas>. Obtenido de <https://blogs.evaluar.com/como-beneficia-un-buen-clima-laboral-a-las-empresas>: <https://blogs.evaluar.com/como-beneficia-un-buen-clima-laboral-a-las-empresas>
- Torres, A. (2020). *psicologiaymente.com*. Obtenido de psicologiaymente.com:
<https://psicologiaymente.com/cultura/elementos-de-comunicacion>
- Trujillo, L. k. (2017). *Influencia de la comunicacion interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones publicas descentralizadas del sector energia y minas*. Lima: universidad inca garcilaso de la vega.
- Velasquez, A. F. (2020). *www.questionpro.com*. Obtenido de www.questionpro.com:
<https://www.questionpro.com/blog/es/comunicacion-interna-impacto-2/>
- Vivaintra. (2018). *es.vivaintra.com*. Obtenido de es.vivaintra.com:
<https://es.vivaintra.com/novidades/post/77/9-barreras-que-impiden-el-exito-de-la-comunicacion-interna>
- Werther, W. D. (2008). *Administracion de Recursos Humanos*. Mexico: McGraw-Hill interamericana.
- Zapata, L. (12 de marzo de 2012). *talentosreunidos.com*. Obtenido de talentosreunidos.com:
<https://talentosreunidos.com/2012/03/12/el-buzon-de-sugerencias/>

Zylberdyk, Y. (20 de 04 de 2003). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de *www.gestiopolis.com*:
<https://www.gestiopolis.com/herramientas-comunicacion-interna-empresa/>

ANEXOS



Buenos días/tardes, mi nombre es Omar Fernando Caicedo Goya, alumno del Instituto Superior Universitario Bolivariano. Estoy desarrollando un estudio dirigido a recabar información sobre la comunicación interna en la mejora del clima laboral del S.N.A.I, previo a mi proyecto de grado.

ENCUESTA SOBRE EL TEMA:

PLAN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MEJORA DEL CLIMA LABORAL DE LA EMPRESA PÚBLICA S.N.A.I, DEL CANTON GUAYAQUIL

INSTRUCCIONES

A continuación, usted encontrará varias preguntas encaminadas a conocer su opinión sobre diversos aspectos de esta investigación. Mediante el siguiente cuestionario queremos conocer cómo es el clima laboral de la empresa pública S.N.A.I

El cuestionario consta de doce preguntas. Le pido de favor lea y analice las preguntas de cada sección y conteste la alternativa que más se acerca a lo que usted piensa. Sus respuestas son confidenciales y serán reunidas junto a las respuestas de otras personas que también están siendo consultados sobre el tema.

Muchas gracias.

Cuestionario

1. ¿Usted considera que la comunicación interna produce identificación institucional de parte del trabajador hacia la empresa?

SI

NO

2. ¿Podría usted, decir que existen canales de comunicación bidireccional?

SI

NO

3. ¿Cómo parte de las actividades que la empresa realiza anualmente, alguna fortalece el clima laboral?

SI

NO

4. ¿Cuándo usted paso el proceso de integración a la empresa se sintió bienvenido?

SI

NO

5. ¿Considera Usted que existe un buen ambiente de trabajo?

SI

NO

6. ¿Cómo parte del proceso de inducción usted, recibió la información relacionada con la empresa, como, por ejemplo: visión, misión, objetivos que contribuyera a identificarse y sentirse parte de la empresa?

SI

NO

7. ¿Cómo parte del proceso de inducción, usted recibió la información y el adiestramiento necesario sobre las funciones del cargo a desempeñar?

SI

NO

8. ¿La información que se recibe a través de los medios formales de comunicación establecidos en la empresa, es útil y relevante para las funciones que usted realiza?

SI

NO

9. ¿La comunicación interna en el Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI) es una actividad permanente y planificada?

SI

NO

10. ¿La revista o publicación interna para el empleado, considera usted le proporciona información útil?

SI

NO

11. ¿Está usted informado sobre el Código de Ética y de Conducta del Servicio Nacional de Atención Integral a Personas Adultas Privadas de Libertad y Adolescentes Infractores (SNAI)?

SI

NO

12. ¿Existe algún departamento o persona que de manera imparcial escuche las quejas, así como las ideas y sugerencias que pueden aportar los empleados?

SI


NO

Gracias por su participación.

Correo de confirmación del tutor – Aprobación del URKUND



Katherine Santiana Rosado
Mar 10/11/2020 09:11
Para: Usted

 Calcedo Goya Omar Fernand...
203 KB

Buen día

Por este medio se adjunta reporte de urkund el mismo que si cumplió con el porcentaje aceptado por la Institución lo cual le permite continuar con el siguiente proceso

Departamento de Investigación

Antes de imprimir este mensaje, por favor compruebe que es necesario hacerlo. AHORRE PAPEL Y SALVE UN ARBOL / SAVE A PAPER. SAVE A TREE *Cláusula de Confidencialidad: La información contenida en el presente mensaje es confidencial, está dirigida exclusivamente a su destinatario y no puede ser vinculante. El ITB no se responsabiliza por su uso. Este mensaje está protegido por la Ley de Propiedad Intelectual, Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de datos, reglamentos y acuerdos internacionales relacionados. Si usted no es el destinatario de este mensaje, recomendamos su eliminación inmediata. La distribución o copia del mismo, está prohibida y será sancionada de acuerdo al Código Penal y demás normas aplicables. La transmisión de información por correo electrónico, no garantiza que la misma sea segura o esté libre de error, por consiguiente, se recomienda su verificación.