

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE
CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA EN EL CANTÓN ZAMORA EN LA
PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE DURANTE EL PERIODO 2022

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DEL TALENTO
HUMANO

AUTORA

Buri Paccha Evelyn Mariuxi

DIRECTOR

Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.

Loja, 02 noviembre 2022

CERTIFICACIÓN

Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado, Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el cantón Zamora en la provincia de Zamora Chinchipe durante el periodo 2022; el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, noviembre 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. Quevedo', written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Ing. Jackson Michael Quevedo, Mgs

1104288418

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, noviembre de 2022

Nombres: Evelyn Mariuxi

Apellidos: Buri Paccha

Cédula de Identidad: 1900739168

Carrera: Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano

Semestre de ejecución del proceso de titulación: abril – octubre 2022

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:

Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el cantón Zamora en la provincia de Zamora Chinchipe durante el periodo 2022

En calidad de estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentado no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás

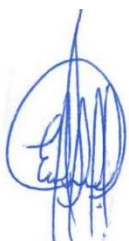
son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia, me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja.



.....
Evelyn Mariuxi Buri Paccha

C.I.: 1900739168

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación va dedicado a mi hermosa hija Noa Samantha, que es mi fortaleza y mi motivación para seguir superándome y preparándome para ser una gran profesional y contribuir a toda la sociedad; a mis padres y hermanas que son un gran apoyo y pilar para culminar este proceso académico tan anhelado para mi vida y que gracias a su ayuda brindada en este transcurso me han permitido lograr esta meta soñada.

Buri Paccha Evelyn Mariuxi

AGRADECIMIENTO

Agradecer primeramente a Dios por haberme permitido culminar este proceso académico, por regalarme salud, sabiduría y amor a mi carrera profesional; a mi hija, a mis padres, hermanas y amig@s más cercanos que me apoyaron y confiaron en mí para poder cumplir este gran objetivo planteado en mi vida; de igual manera agradezco a la Organización Casa Hogar Betania de Zamora por abrirme las puertas de esta noble institución y permitirme realizar mi aporte intelectual para mejorar los procesos dentro de esta institución, así mismo a todos los docentes que desde el primer día de clases me incentivaron a culminar mis estudios y de manera especial al Ing. Jackson Quevedo por su generoso aporte intelectual durante mi proceso de titulación que me guió y fortaleció los conocimientos adquiridos.

Buri Paccha Evelyn Mariuxi

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos del proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - Por sus propios derechos; el Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs., en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Evelyn Mariuxi Buri Paccha, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayor de edad emite la presente acta de cesión de derechos.

SEGUNDA. - Evelyn Mariuxi Buri Paccha, realizó la Investigación titulada: Plan De Comunicación Interna Para los colaboradores De Casa Hogar Betania De Zamora En El Cantón Zamora En La Provincia De Zamora Chinchipe Durante El Periodo 2022 para optar por el título de Tecnólogo en la Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección de la Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.

TERCERA. - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

CUARTA. - Los comparecientes el Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs., en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y Evelyn Mariuxi Buri Paccha, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado: Plan De Comunicación Interna Para Los colaboradores De Casa Hogar Betania De Zamora En El Cantón Zamora En La Provincia De Zamora Chinchipe Durante El Periodo 2022 a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

QUINTA. - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

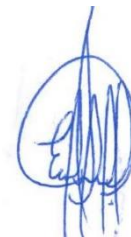
Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de noviembre del año 2022.



Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.

DIRECTOR

C.I.: 1104288418



Evelyn Mariuxi Buri Paccha

AUTORA

C.I.: 1900739168

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN	II
DECLARACIÓN JURAMENTADA	III
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	VII
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
1 RESUMEN.....	1
2 ABSTRACT	3
3 PROBLEMATIZACIÓN	5
4 TEMA	7
5 JUSTIFICACIÓN	8
6 OBJETIVOS	10
6.1 OBJETIVO GENERAL	10
6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	10
7 MARCO TEÓRICO.....	11

7.1	MARCO INSTITUCIONAL.....	11
7.2	MARCO CONCEPTUAL.....	21
8	METODOLOGÍA	30
8.1	TIPOS DE MÉTODOS.....	30
8.2	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	31
8.2.1	TIPOS DE TÉCNICAS	31
8.3	DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	33
9	ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	34
9.1	OBSERVACIÓN DIRECTA.....	34
9.2	ENTREVISTA	35
9.2.1	Entrevistados	35
9.2.2	Entrevistados	36
9.3	ENCUESTA.....	41
10	PROPUESTA DE ACCIÓN	61
10.1	INTRODUCCIÓN.....	61
10.2	PRESENTACIÓN	62
10.3	BENEFICIARIOS.....	63
10.4	ESTRUCTURA.....	64
	DOCUMENTO.....	65
	FICHA TECNICA.....	67
	INDICE DE CONTENIDO.....	68
	PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	69
	GLOSARIO DE TERMINOS	71
	MARCO LEGAL	72

DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA	73
CUADRO COMPARATIVO DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS	73
PROPUESTA DE ACCION	74
ACTIVIDADES DE PROPUESTA DE ACCION	75
CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES.....	84
PRESUPUESTO	85
RESULTADOS ESPERADOS	86
10.5 MEDIO DE SOCIALIZACIÓN.....	87
10.6 MATERIAL VISUAL UTILIZADO.....	88
10.7 ENTREGA DE RESULTADOS.....	95
11 CONCLUSIONES	96
12 RECOMENDACIONES.....	97
13 BIBLIOGRAFÍA	98
14.ANEXOS.....	102
14.1 PRESUPUESTO.....	102
14.2 CRONOGRAMA.....	103
14.3 OFICIO SOLICITUD A LA EMPRESA.....	105
14.4 OFICIO DE ACEPTACION PARA LA EJECUCION DEL PROYECTO.....	106
14.5 CERTIFICACIÓ DE APROBACIÓN – VICERRECTORADO.....	107
14.6 OFICIO DE SOLICITUD PARA SOCIALIZACION	108
14.7 OFICIO DE RESPUESTA PARA SOCIALIZACION	109
14.8 CERTIFICADO DE EJECUCION DEL PROYECTO.....	110
14.9 CERTIFICACION DE ABSTRACT.....	111

14.10	ENCUESTA APLICADA	112
14.11	ENTREVISTA APLICADA	116
14.12	PLAN DE SOCIALIZACIÓN	118
14.13	REGISTRO DE ASISTENCIA A LA SOCIALIZACION DEL PROYECTO	119
14.14	EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL PROCESO	120

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.....	12
FIGURA 2.....	13
FIGURA 3.....	19
FIGURA 4.....	19
FIGURA 5.....	20
FIGURA 6.....	21
FIGURA 7.....	24
FIGURA 8.....	25
FIGURA 9.....	25
FIGURA 10.....	41
FIGURA 11.....	42
FIGURA 12.....	43
FIGURA 13.....	44
FIGURA 14.....	45
FIGURA 15.....	46
FIGURA 16.....	47
FIGURA 17.....	48
FIGURA 18.....	49
FIGURA 19.....	50
FIGURA 20.....	51
FIGURA 21.....	52
FIGURA 22.....	53
FIGURA 23.....	54
FIGURA 24.....	55
FIGURA 25.....	56
FIGURA 26.....	57
FIGURA 27.....	58
FIGURA 28.....	59
FIGURA 29.....	60
FIGURA 31.....	120
FIGURA 30.....	120
FIGURA 32.....	121
FIGURA 33.....	121
FIGURA 34.....	122
FIGURA 35.....	122

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	14
TABLA 2.....	17
TABLA 3.....	18
TABLA 4.....	18
TABLA 5.....	20
TABLA 6.....	36
TABLA 7.....	37
TABLA 8.....	38
TABLA 9.....	41
TABLA 10.....	42
TABLA 11.....	43
TABLA 12.....	44
TABLA 13.....	45
TABLA 14.....	46
TABLA 15.....	47
TABLA 16.....	48
TABLA 17.....	49
TABLA 18.....	50
TABLA 19.....	51
TABLA 20.....	52
TABLA 21.....	53
TABLA 22.....	54
TABLA 23.....	55
TABLA 24.....	56
TABLA 25.....	57
TABLA 26.....	58
TABLA 27.....	59
TABLA 28.....	60
TABLA 29.....	102
TABLA 30.....	103
TABLA 31.....	103
TABLA 32.....	118

1 RESUMEN

La comunicación interna actualmente cumple un papel muy importante dentro de las empresas públicas y privadas ya que la misma tiene como finalidad alcanzar los objetivos de cada empresa. Por lo tanto, en Casa Hogar Betania de Zamora siendo una organización social sin fines de lucro; se ha evidenciado deficiencia en los canales y flujos de comunicación dentro del entorno laboral de sus colaboradores y que ha generado desinformación, estrés laboral, falta de trabajo en equipo y falta de compromiso hacia las funciones encomendadas a cada uno de ellos, generando como resultado conflictos y situaciones que friccionan la eficiencia, productividad y el clima laboral de la organización. Es por ello que el presente proyecto de investigación pretende aportar con procesos efectivos, eficientes y estratégicos que permitan fortalecer el ambiente y equipos de trabajo transmitiendo un lenguaje asertivo en esta institución de ayuda social.

Por esta razón el presente trabajo de investigación de comunicación interna tiene como objetivo facilitar los canales y medios de información para que la comunicación sea asertiva y efectiva en cada área; ya que la misma desempeña un rol importante donde se puede intercambiar ideas, sugerencias, técnicas y conocimientos necesarios para agilizar el flujo de información que se dan dentro de las áreas de trabajo de la organización. Para lograr lo antes mencionado se aplicó las técnicas observación, encuesta, entrevista y tabulación de datos a todo el personal administrativo, técnico y operativo con el fin de evaluar las falencias de los canales y flujos de comunicación y en base a esto determinamos necesario la implementación de un plan de comunicación interna que facilite de manera oportuna la correcta comunicación y con ello la eficiencia y productividad de la organización.

Por consiguiente, la propuesta de acción que se planteó en el Plan de Comunicación Interna se analiza las estrategias, actividades e información que ayuden a proporcionar de manera correcta los conocimientos necesarios para dar solución a las necesidades de comunicación interna en las áreas administrativas, técnicas y operativa de la organización beneficiando a los colaboradores con los instrucciones necesarias para el uso correcto de los canales y fluidez de información que permitan una comunicación interna eficiente y eficaz tanto al público interno como externo.

La comunicación constituye el desarrollo de la humanidad y por ende permite optimizar los recursos de toda empresa, donde las buenas prácticas comunicativas permitan la fluidez de información entre los colaboradores en sus áreas de trabajo los mismos que llevan a desempeñarse de manera ágil y eficiente. Siendo así se recomienda establecer las estrategias, actividades, pautas y herramientas necesarias para facilitar la activación o mejora de los canales y fluidez de información que permita una comunicación interna asertiva y fluida

2 ABSTRACT

Internal communication currently meets a very important role within public and private companies since it aims to achieve the objectives of each company. Therefore, in Casa Hogar Betania de Zamora, being a non-profit social organization; deficiency has been evidenced in the communication channels and flows within the work environment of its collaborators and it has generated misinformation, work stress, lack of teamwork and lack of commitment to the functions entrusted to each of them, generating conflicts as a result. and situations that affect the organization's efficiency, productivity and work environment. For this reason, this research project aims to contribute with effective, efficient, and strategic processes that allow for strengthening the environment and work teams by transmitting an assertive language in this social assistance institution.

This present internal communication research work aims to facilitate the channels and means of information so that communication is assertive and effective in each area; since it meets an important role where it can exchange ideas, suggestions, techniques, and knowledge necessary to speed up the flow of information that occurs within the work areas of the organization. To achieve the aforementioned, the observation, survey, interview, and data tabulation techniques were applied to all administrative, technical and operational personnel in order to evaluate the shortcomings of the communication channels and flows, and based on this we determined the implementation necessary. of an internal communication plan that facilitates correct communication promptly and with it the efficiency and productivity of the organization.

Therefore, the action proposal that was raised in the Internal Communication Plan analyzes the strategies, activities, and information that will help to correctly provide the necessary knowledge to solve the internal communication needs in the administrative, technical and administrative areas of the organization, benefiting the collaborators with the necessary instructions for the correct use of the channels and sharing information that allow an efficient and effective internal communication both to the internal and external public.

Communication constitutes the development of humanity and therefore allows optimizing the resources of any company, where good communication practices allow the flow of information among the collaborators in their work areas, which lead them to perform in an agile and efficient manner. Thus, it is recommended to establish the strategies, activities, guidelines and tools necessary to facilitate the activation or improvement of the channels and flow of information that allows assertive and fluid internal communication.

3 PROBLEMATIZACIÓN

Uno de los principales puntos en un ambiente laboral es la comunicación interna, es la parte motivadora que permite al personal expresarse, ser escuchada valorada y que sienta parte de la empresa, generando una lealtad hacia su lugar de trabajo con un compromiso que es usado como una estrategia fundamental en el Departamento de Recursos Humanos.

La comunicación interna en la ciudad de Zamora en los puestos de trabajo sufre de una deficiente investigación ya que en este entorno laboral no se ha hecho énfasis en lo que respecta a esta parte importante de un puesto de trabajo y verificar cuales son las falencias que tiene este punto clave al no contar con un reglamento o instructivo actualizada sobre comunicación interna. Cabe señalar que la organización Casa Hogar Betania de Zamora tiene una situación que ha generado la necesidad de apoyo acerca de comunicación interna ya que su personal no cuenta con un instructivo que ayude a mitigar la falta de comunicación entre sus colaboradores. (Ramirez M. M., 2014)

Cabe señalar que la comunicación interna en el Ecuador viene siendo deficiente en la mayoría de empresas por lo que se ha visto perjudicada en su identidad comunicativa lo que es reflejada en recurso humano siendo deficiente la falta de integración personal, falta de compromiso, confianza, cumplimiento de normas laborales y por otras causas que llegan afectar la comunicación interna en el puesto de trabajo dentro de una empresa. (Egas, 2018).

También tras la evolución de la comunicación propiciada por el internet y las redes sociales se ha convertido en una herramienta estrategia para poder alcanzar la comunicación entre todos sus clientes, por lo tanto algunas empresas del Ecuador está iniciando esta etapa aprendizaje, planificación e implementación dentro del ambiente laboral, siendo el 72% de las empresas que tiene a una persona encargada para el área de comunicación y publicidad dentro de la empresa, sin embargo un 50% aun no lleva a cabo esta innovación de una cultura digital entre sus trabajadores. Ya que es de gran importancia comunicar su accionar del día a día a todo el público que demanda información real, permanente y oportuna. (Buelvas, 2014)

Hay que mencionar que la comunicación interna a nivel mundial es un eje fundamental dentro de las organizaciones para poder realizar mayor producción, mayor expansión de mercados, competitividad, etc., por lo tanto, la comunicación es una estrategia que las organizaciones utilizan para poder interactuar con sus clientes internos que llegan a ser el personal que labora dentro de la empresa y sus clientes externos que llegan hacer los consumidores. Dicho esto, la comunicación interna actualmente es considerada positiva para poder afrontar un mayor desarrollo en la organización y generar un cambio de comportamiento humano, actitudes, decisiones acertadas, soluciones de problemas y trabajo colaborativo. En tal sentido es de suma importancia abordar el estudio de la comunicación interna para poder conocer, expandir y fortalecer este punto clave dentro de las organizaciones. (Hectony, 2012)

Hay que mencionar que las causas de una mala comunicación interna son un factor determinante para el buen funcionamiento de una organización y los factores que influirían será la falta de liderazgo aquel que no tenga las habilidades necesarias para dirigir, comunicar y orientar a todo un equipo de trabajo, porque sus objetivos no son claros, no habría motivación, su equipo no tendría una correcta retroalimentación sobre sus falencias, llevando a su equipo de trabajo a no desempeñarse en sus tareas de manera correcta y acertada y esto causara la desmotivación, desconfianza y una mala comunicación. (Ramírez A. , 2017)

Por ultimo las consecuencias de una mala comunicación interna es la falta de información que se puede perder de vista los objetivos comunes y puede causar desmotivación y falta de compromiso en sus actividades diarias, siendo estas claves para mantener un entorno laboral adecuado para cada trabajador, otras de las posibles consecuencias son disminución de la productividad, fuga de talento, inconformidad de los clientes. Por lo tanto todos estos son generadores de conflictos y situaciones que friccionan la eficiencia, productividad y el clima laboral de una organización. (Anonimo, REBOL, 2017)

4 TEMA

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA EN EL CANTÓN ZAMORA EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE DURANTE EL PERIODO 2022

5 JUSTIFICACIÓN

Este presente proyecto de Investigación se enfoca en la línea académica de Gestión administrativa, económica, comunicativa de las organizaciones que se relaciona con la sub-línea de Gestión Comunicacional Interna ya que la misma involucra al capital humano en procesos efectivos y eficientes con conocimientos estratégicos que permitirá transmitir los conocimientos adquiridos a cada trabajador con finalidad del éxito organizacional.

En el ámbito académico, el proceso de titulación es un requisito indispensable que es emitido por la Ley Orgánica de Educación Superior para poder obtener el Título de Tecnóloga en Gestión de Talento Humano y poner a prueba todos los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas durante el proceso académico; ya que, con ello se podrá dar soluciones a los problemas que se presentan en las diferentes entidades con la finalidad de ejecutar las actividades de manera eficiente, tomando en cuenta que el capital humano es un activo intangible determinante en el éxito organizacional

Por otro lado, en el ámbito tecnológico se podrá implementar algunas herramientas, procesos, tendencias, estrategias que permitirán facilitar una comunicación interna dentro de los trabajadores de la Casa Hogar Betania de Zamora que permitan mejorar su ambiente laboral y fortalecer los equipos de trabajo dentro de la organización, obteniendo resultados positivos y una productividad efectiva, incentivando a seguir mejorando para brindar un servicio de manera eficiente con calidad y calidez.

Igualmente, el ámbito social dentro de la comunicación interna es un factor importante en una organización ya que permite un bienestar laboral saludable para cada trabajador lo que determina la productividad de cada uno en su área de trabajo y con ello a cumplir objetivos organizacionales, por lo tanto, es esencial transmitir un lenguaje asertivo que nos permita interactuar, intercambiar conocimientos, experiencias e ideas que nos faciliten el desarrollo de las actividades de manera eficiente.

Para finalizar el ámbito económico es esencial dentro de una organización ya que el optimizar recursos económicos es necesario e importante al requerir e implementar nuevo capital humano, tratando de evitar fuga de talento, mala gestión y personal desmotivado para realizar sus funciones encomendadas. Por lo tanto, implementar un plan de comunicación interna asertiva y efectiva dentro de las áreas de trabajo de la organización permitirá reducir recursos económicos e integrar a todos trabajadores con los objetivos y metas organizacionales.

6 OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer un Plan de Comunicación Interna para los trabajadores de Casa Hogar Betania de Zamora mediante estrategias, actividades y herramientas que faciliten la comunicación interna con cada trabajador para mejorar el ambiente laboral y lograr el éxito organizacional.

6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Recopilar información bibliográfica por medio de artículos científicos, libros y sitios webs verídicos como fuentes primarias y secundarias que ayude a lograr una comunicación fluida, adecuada, asertiva y efectiva con todo el personal.
- ✓ Aplicar los instrumentos metodológicos a través de encuestas y entrevistas que ayudan a obtener mayor acopio de información sobre la Comunicación Interna con la finalidad de identificar los posibles problemas que se encuentran adyacentes en la organización.
- ✓ Proponer un plan de Comunicación Interna para la Organización Civil Casa Hogar Betania de Zamora del Cantón Zamora mediante estrategias de Comunicación Interna con el fin de implementar un lenguaje asertivo que ayude a interactuar de manera correcta con todos los trabajadores.
- ✓ Socializar los resultados obtenidos del proceso investigativo a Casa Hogar Betania de Zamora del cantón Zamora, por medio de reunión presencial, que permitan concientizar al personal que conforma la organización, para alcanzar una comunicación asertiva y efectiva a los trabajadores, aumentando la productividad y el éxito organizacional

7 MARCO TEÓRICO

7.1 MARCO INSTITUCIONAL

Reseña Histórica

Casa Hogar Betania de Zamora, es una organización de la Sociedad Civil sin fines de lucro con personería jurídica obtenida mediante acuerdo ministerial N° 00017-2009 de fecha 23 diciembre del 2009, otorgado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), ofrece atención en nutrición, terapias y cuidado integral a las personas más vulnerables a nivel provincial, zonal y nacional a través de distintos convenios financiados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Zamora, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Zamora Chinchipe y Ministerio de Inclusión Económica y Social en proyectos dirigidos a la atención de Personas Adultas Mayores y Personas con Discapacidad; cuenta con sus propias instalaciones , acorde a las necesidades con espacios verdes e infraestructura adecuada que requiere cada usuario, personal capacitado y multidisciplinario, mismos que le permiten brindar una atención de calidad con calidez.

Filosofía Institucional

Misión

Brindar una atención integral de calidad con calidez satisfaciendo las necesidades de los grupos más vulnerables, ofreciendo los eficientes cuidados indispensables para su bienestar físico, mental y social

Visión

Ser una organización social referente a nivel provincial y nacional por la atención a las personas correspondientes a los grupos prioritarios en la restitución y cumplimiento de sus derechos con el fin de lograr una calidad de vida digna en esta población

Valores:

- ✓ **Solidaridad:** Compartir el mismo sentir en los momentos de alegría y angustia
- ✓ **Empatía:** Tratar a todos los usuarios con el mismo amor y respeto que nos gustaría ser tratados a nosotros o a los nuestros.
- ✓ **Respeto:** Expresamos nuestro respeto independientemente de su raza, religión, sexo todos compartimos los mismos derechos
- ✓ **Seguridad:** Brindar el espacio necesario para poder suplir todas las necesidades de cada usuario
- ✓ **Inclusión:** Integrar a todos los grupos de atención vulnerables, a formar parte de nuestra organización.

Identidad

Figura 1

Logo Institucional



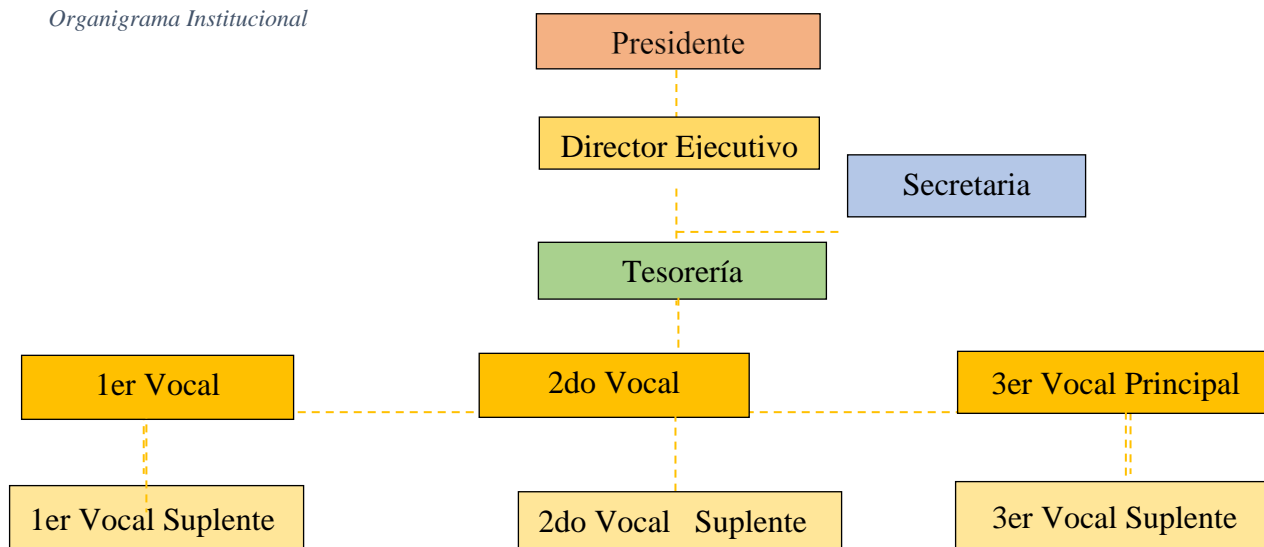
Nota: Referencia a la descripción del logo institucional vigente

Los jóvenes del ayer residentes en nuestra organización deben sentirse como el Señor visitando a sus amigos en el pueblo cercano de Jerusalén- Betania, esta palabra viene siendo descifrada como un lugar acogedor como un hogar, el mismo que el director ejecutivo tuvo la iniciativa de colocar este nombre a esta institución por la acogida a los diferentes grupos vulnerables, así mismo la imagen de las manos y el pan dan a entender que siempre habrá quien le brinde una ayuda en cualquier momento que necesite. Finalmente, la frase utilizada en el logo institucional nos da a entender que no todos tienen la bendición de llegar a la edad de un adulto mayor que es sabio por todos sus años de vida que le han permitido disfrutar de los grandes aprendizajes que la vida les puso en el camino y que tienen el privilegio de poder compartir lo vivido.

Organigrama General

Figura 2

Organigrama Institucional



Nota: Referencia del organigrama institucional de la empresa Casa Hogar Betania de Zamora 2022

Tabla 1.

Plantilla. del Personal

Ítem	Nombres Y Apellidos			Cargo	Departamento	Correo Electrónico
1	Efrén Stalin España Pineda			Terapista Ocupacional	Gerontología	stalin2301@gmail.com
2	Evelin Jaramillo	Estefanía	Vargas	Trabajadora Social	Gerontología	evelinestefaniav@gmail.com
3	Angie Jiménez	Katherine	Saca	Psicóloga	Gerontología	angie.ka96@hotmail.com
4	Milton Correa	Eduardo	Andrade	Terapista Físico	Gerontología	peruano198712@hotmail.com
5	Jimmy Cumbicus	Miguel	Montero	Cuidador/A	Gerontología	jimmymontero14@gmail.com
6	Marcela Quille	Zobeida	Castillo	Cuidador/A	Gerontología	marcecastillo1250@gmail.com
7	Diego Guamán	Fernando	Poma	Cuidador/A	Gerontología	pomadiego18@gmail.com
8	Evelyn Mariuxi Buri Paccha			Cuidador/A	Gerontología	burievelyn94@gmail.com
9	Daniela Cajas	Catherine	González	Cuidador/A	Gerontología	daniela_1932@yahoo.es
10	Lady Wuajarai	Mariuxi	Agurto	Cuidador/A	Gerontología	agurtoleidy9@gmail.com
11	Tania Pacheco	Alexandra	Medina	Cuidador/A	Gerontología	tania-alexandra1995@hotmail.com
12	Narcisa Pineda	De Jesús	Amay	Cuidador/A	Gerontología	narcisaamay6325@gmail.com
13	Nubia Ramírez	Del Carmen	Largo	Cuidador/A	Gerontología	Nubialargoramirez@hotmail.com
14	Carmen González	Johanna	Ordoñez	Cuidador/A	Gerontología	johannaog@gmail.com
15	Nery Angelita Prado Cordero			Cuidador/A	Gerontología	neriprado626@gmail.com
16	Adriana Acuario	Soledad	Toro	Cuidador/A	Gerontología	anairdasol1984@gmail.com

17	Joyce Lisbeth Espejo Arévalo	Cuidador/A		Gerontología	joyceliss199714@hotmail.com
18	Betty Roció Cajas Peláez	Cuidador/A		Gerontología	bettycajasp@gmail.com
19	Lorena Alexandra Guamán Guerrero	Cuidador/A		Gerontología	loreguaman1990@gmail.com
20	Marjori Mariela Chalan Ortega	Cuidador/A		Gerontología	marcielo3003@gmail.com
21	Yomaira Lisbeth Rojas Betancourt	Coordinación		Discapacidad	yomaira1807@hotmail.com
22	Mayra Alejandra Sarango Tapia	Facilitador		Discapacidad	mayratapia7@hotmail.com
23	Doris Del Roció Lapo Arrobo	Facilitador		Discapacidad	dracpoli@gmail.com
24	Johanna Andrea Macas Valdez	Facilitador		Discapacidad	johannamacas18@gmail.com
25	Danixa Carolina Ojeda Pauta	Cuidador/A		Discapacidad	danixacaro@hotmail.com
26	Karina Del Cisne Villalta	Cuidador/A		Discapacidad	k-arvil@hotmail.com
27	Elisa Margaret Guerrero Chalan	Cuidador/A		Discapacidad	elichague18@gmail.com
28	Lenin Emilio Gualán Mendieta	Cuidador/A		Discapacidad	leningualanmendieta@gmail.com
29	Jennifer Jessenia Villavicencio Rodas	Cuidador/A		Discapacidad	jenicita_1692@hotmail.com
30	Mayra Beatriz Pineda Guanuchi	Cuidador/A		Discapacidad	mayrisbety1991@hotmail.com
31	Leidy Elizabeth Abarca Gómez	Cuidador/A		Discapacidad	lady_go878@hotmail.com
32	Daniella Elizabeth Morales Vásquez	Cuidador/A		Discapacidad	dakkota_850@hotmail.com
33	Libia Maribel Ortega Paccha	Cuidador/A		Discapacidad	libiamaribel91@hotmail.com
34	Martha Beatriz Guailas Gualan	Cuidador/A		Discapacidad	marthagualan12019@gmail.com

35	Inés Esperanza Torres González	Cuidador/A	Discapacidad	rubi192005@gmail.com
36	Jessica Lorena Reyes Matailo	Cuidador/A	Discapacidad	jy_reyess@hotmail.com
37	Sayra Verónica Esparza Viñamagua	Cuidador/A	Discapacidad	sayraesparza15@gmail.com
38	Wròbel Túrek Stanislaw Henryk	Director Ejecutivo	Administración	deonostro@holmail.com
39	Ramón Bravo Susana Isabel	Contabilidad	Administración	susyram@hotmail.es
40	María Dolores Gaona Pérez	Limpieza	Servicios Generales	mariadgaona1977@hotmail.com
41	Marlene De Nieves Ramón Quezada	Limpieza	Servicios Generales	marlene@hotmail.com
42	Gloria Fernanda Narváez Cofre	Limpieza	Servicios Generales	narvaezgloria039@gmail.com
43	Nelly Paccha	Limpieza	Servicios Generales	nelly1986@gmail.com
44	Shubertth Jaramillo Silva	Alimentos Nutrición	Servicios Generales	shubertthjs@gmail.com
45	María Angelita Quito Ortiz	Alimentos Nutrición	Servicios Generales	08isabel@hotmail.es
46	María Asunción Guamán Tene	Alimentos Nutrición	Servicios Generales	tenemari26@gmail.com
47	Jheimmy Elizabeth Peláez Villavicencio	Alimentos Nutrición	Servicios Generales	jheimmy_eliza@hotmail.com
48	Jaime Vinicio Pullaguari	Mantenimiento	Servicios Generales	jaimepullaguari02@gmail.com
49	Lenin Emeles Godoy Godoy	Chofer	Servicios Generales	emelesgodoy7@gmail.com

Nota: Referencia a la plantilla del personal que labora en Casa Hogar Betania de Zamora para el año 2022

Plantilla Socios Organización

Tabla 2.

Plantilla Socios Organización

NOMBRE Y APELLIDO	CÈDULA	DESIGNACIÒN
Miguel Ángel Samaniego Iñiguez	0700833742	Presidente
Stanislaw Henryk Wròbel Túrek	1103958458	Director
Margot Cumandá Ramón Bravo	1900287333	Secretaria
Consuelo Piedad Montaña Armijos	1900086354	Tesorería
José Camilo Pinto Gómez	1900097591	Vocal Principal 1
Miriam Esperanza Jaramillo Vivanco	19002395397	Vocal Principal 2
Nemesio Troadio Reyes Márquez	1900005578	Vocal Principal 3
Luis Alberto Ordoñez Macas	1100625720	Vocal Suplente 1
Jacqueline Jordana Rodas Romero	1900192319	Vocal Suplente 2
Víctor Hugo González Capelo	0701614026	Vocal Suplente 3

Nota: Referencia de la plantilla de los socios de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Productos o Servicios

Tabla 3.

Productos o Servicios

Productos o Servicios	
Descripción: Servicio de Asistencia Social para personas Adultas Mayores y Personas con Discapacidad.	
Centro Gerontológico Residencial	Dirigido para personas mayor a 65 años bajo la modalidad residencial en Casa Hogar Betania de Zamora con una cobertura actualmente de 35 usuarios, su fin es disminuir la mendicidad, el abandono de las personas adultas mayores, disminuir la pobreza y vulnerabilidad contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida y la recuperación funcional
Centro de Referencia y Acogida Inclusivos para Personas con Discapacidad	Dirigido a niños, jóvenes y personas adultas menores a los 65 años con diferentes discapacidades con una cobertura de 30 usuarios en modalidad residencial con la finalidad de brindarles una atención integral, desarrollando sus habilidades, ofreciéndoles la oportunidad de reinsertarlos e incluirlos a la sociedad civil.

Nota: Referencia de la tabla de descripción del servicio que brinda Casa Hogar Betania de Zamora a los grupos prioritarios en el año 2022

La ejecución de los proyectos antes mencionados que se vienen ejecutando desde años atrás nos proporciona la experiencia necesaria para brindar un servicio dirigido a estos grupos de atención prioritarios y de igual forma, para asumir nuevos retos que se nos planteen y fortalecer así nuestra organización.

Ubicación:

Tabla 4.

Ubicación Geográfica CHBZ

Provincia	Zamora Chinchipe
Cantón	Zamora
Parroquia	Zamora
Barrio	La Chacra
Calle Principal	Av. Del Ejercito
Referencia	Junto a la Plaza Cívica

Nota: Referencia de la tabla de ubicación geográfica de Casa Hogar Betania de Zamora tomado de la fuente de la autora de investigación 2022

Macro localización:

Figura 3

Macro localización CHBZ

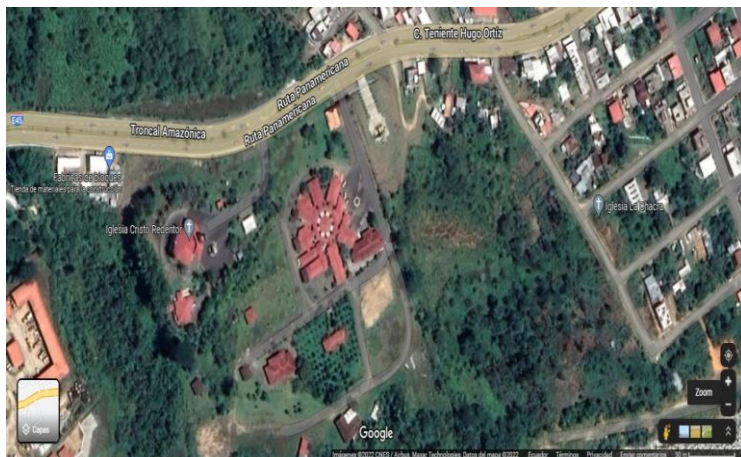


Nota: Referencia del grafico del Ecuador en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Zamora y ubicación de la Casa Hogar Betania de Zamora 2022.

Micro-localización

Figura 4.

Micro localización CHBZ



Nota: Referencia de la macro localización de la ubicación de Casa Hogar Betania de Zamora 2022

Foto de la Empresa

Figura 5.

Casa Hogar Betania de Zamora




Nota: Referencia a la Organización Casa Hogar Betania de Zamora tomado de la fuente de la autora de investigación 2022

Contactos:

Tabla 5

Contactos y Redes Sociales CHBZ

Teléfonos 	Correo Institucional 	Redes Sociales 
07315054	hogarbetaniazamora@hotmail.com	Facebook: Geriátrico Casa Hogar Betania de Zamora
07315021		Twitter: hogarbetaniazamora

Nota: Referencia de la tabla de los contactos y redes sociales de Casa Hogar Betania de Zamora tomado de la fuente de la autora de investigación 2022

7.2 MARCO CONCEPTUAL

Importancia de la Comunicación Interna

La comunicación es un fenómeno que se origina, de forma natural, en cualquier organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño. La comunicación es el proceso social más importante, sin este proceso, el hombre se encontraría aún en el primer eslabón de su desarrollo y no existiría la sociedad ni la cultura.

Se entiende como el proceso por el cual se transmite información, sentimientos, pensamientos, y cualquier otra cosa que pueda ser compartida. Se dice que la comunicación es un proceso, ya que se realiza en un lapso de tiempo; y se necesitan varios elementos y tiempo suficiente para que se realice. (Guzman, 2012).

Figura 6.

Importancia Comunicación Interna



Nota: Referencia de la figura de la Importancia de la Comunicación de la fuente bibliográfica (Whinsay, s.f.) consultado por la autora de investigación 2022

Objetivos de la Comunicación Interna

- ✓ **Generar la implicación del personal:** Promover el compromiso de todos los empleados para alcanzar objetivos asumidos por la compañía impulsando el trabajo en equipo.
- ✓ **Armonizar las acciones de la empresa:** Evitar oposición y discrepancia en la actuación cotidiana a partir del diálogo y la comunicación con las diferentes áreas y niveles de mando.
- ✓ **Propiciar un cambio de actitudes** (saber, poder, querer): A partir del conocimiento del rumbo de la empresa, se puede alcanzar una actitud positiva con cierta independencia que posibilite la toma de decisiones individuales y/o grupales para alcanzar las metas propuestas por la empresa.
- ✓ **Mejorar la productividad:** Al generar una comunicación interna clara, todos los empleados conocen los objetivos y están en condiciones de desempeñar su labor orientada a mejorar sus niveles productivos. (Brandoline, 2009)

Tipos de la Comunicación Organizacional

La comunicación empresarial se define como el intercambio de información dentro y fuera de una empresa con un fin previamente planificado; se utiliza para vertebrar los distintos procesos de comunicación de las empresas e instituciones. Históricamente, el proceso comunicativo se establecía de fuera hacia adentro, es decir teniendo en cuenta únicamente a los clientes. Pero hoy en día, este proceso ha cambiado, favoreciendo procesos comunicativos entre la empresa, sus trabajadores y sus clientes externos. De esta manera, se produce una mayor implicación del personal, una mejora de la autoestima del trabajador, y una mayor integración en su trabajo, lo cual produce una optimización del trabajo y un abaratamiento de los costos. Se delimita dos tipos de comunicación que se originan a nivel empresarial: la comunicación externa y la comunicación interna

Comunicación Externa

Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.), encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable, o a promover sus

productos o servicios. Viene determinada por las personas que no tienen ninguna relación con la empresa o bien la tienen de manera muy limitada, sea ésta geográfica, de productos o de servicios.

Comunicación Interna

Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. La comunicación interna está orientada al público interno, es decir al grupo de personas que conforman una institución y que se vinculan directamente con ésta.

Esta comunicación se puede producir de diversas formas:

- **Formal.** Donde el contenido está referido, a aspectos laborales únicamente. En general, utiliza la escritura como medio. La velocidad es lenta debido a que tiene que cumplir todos los procedimientos burocráticos.
- **Informal.** Donde el contenido de la comunicación, a pesar de estar referido a aspectos laborales, utiliza canales no oficiales (reunión en estancias fuera del lugar específico de trabajo, encuentros en los pasillos, las pausas del café o la comida, etc.).

Flujo de la Comunicación

Las organizaciones están formadas por individuos que ocupan ciertas posiciones o representan determinados roles. El flujo de mensajes entre estas personas, sigue ciertos caminos que se denominan redes de comunicación, que existirán tanto si incluye a dos personas como a toda la organización.

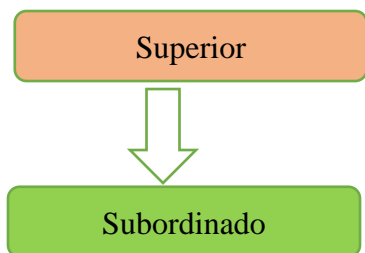
- **Descendente**

La comunicación descendente involucra todos los mensajes que fluyen de la dirección hacia los empleados. Smith, y otros, “consideran que la comunicación descendente es la dimensión de canales formales más frecuentemente estudiada”.⁹² El prestigio, la autoridad y la tradición, son demostrados en las comunicaciones descendentes;

quienes ocupan puestos superiores en la organización se interesan, naturalmente, por la eficacia de las comunicaciones destinadas a sus empleados.

Figura 7.

Comunicación Descendente



Nota: Referente la figura a la comunicación interna consultado según fuente bibliográfica (Aloy, 2005)

Tipos de Comun

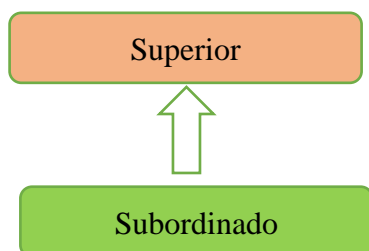
- ✓ Instrucciones laborales. Directrices que explican una tarea específica.
- ✓ Exposición razonada de los trabajos. Mensajes que indican la manera en que se relacionan determinadas tareas con otras tareas de la organización.
- ✓ Procedimientos y prácticas. Mensajes que se relacionan con las políticas, reglas, regulaciones, beneficios, etc., de la organización.
- ✓ Feedback. Mensajes que elogian el trabajo individual de un empleado.
- ✓ Adoctrinamiento de objetivos. Mensajes que se diseñan para motivar a los empleados, y en los que se explica la misión general de la organización, y la manera en la que se relaciona con estos sistemas de

- **Ascendente**

Se define como los mensajes que fluyen de los empleados hacia los superiores, generalmente con la intención de formular preguntas, proporcionar Feedback y hacer sugerencias. La comunicación ascendente tiene como resultado mejorar la moral y las actitudes de los empleados, por ello los mensajes que siguen las redes ascendentes se clasifican como de integración o humanos.

Figura 8.

Comunicación Ascendente



Nota: Referente la figura a la comunicación ascendente de la fuente bibliográfica (Aloy, 2005)

Razones por las que la gerencia debe valorar la comunicación ascendente:

- ✓ Indica la receptibilidad del ambiente para la comunicación descendente.
- ✓ Facilita la aceptación de las decisiones tomadas, animando a los empleados a participar en el proceso de toma de decisiones.
- ✓ Proporciona el feedback en la comprensión, por parte de los empleados, de la comunicación descendente.
- ✓ Anima a la presentación de ideas valiosas

- **Lateral u Horizontal**

La comunicación horizontal se define como el intercambio lateral de mensajes entre individuos que se encuentran en el mismo nivel de autoridad dentro de la organización.

Figura 9.

Comunicación Lateral u Horizontal



Nota: Referencia a la figura de la comunicación lateral u Horizontal consultado según fuente bibliográfica (Aloy, 2005)

Propósitos de la comunicación horizontal dentro del marco de la organización:

- ✓ Coordinación de la tarea. Los jefes de departamento se pueden reunir cada mes para discutir la contribución de cada departamento para la consecución de los objetivos del sistema.
- ✓ Resolución de problemas. Los miembros de cada departamento, se pueden reunir para discutir la manera de enfrentar un probable corte en el presupuesto; tal vez lo solucionen mediante la técnica de búsqueda de sugerencias.
- ✓ Participación en la información. Los miembros de un departamento se pueden reunir con los representantes de otros departamentos para proporcionarles nuevos datos.
- ✓ Resolución de conflictos. Los miembros de un departamento se pueden reunir para discutir un conflicto propio a su departamento, o a varios departamentos

- **Diagonal**

La comunicación diagonal se produce entre individuos o departamentos que no están al mismo nivel de jerarquía...

De naturaleza informal, y utilizada con frecuencia entre grupos del personal y funciones del mismo nivel, así como en organizaciones de proyectos, es otra faceta de la comunicación multidireccional, habitual cuando las comunicaciones fluyen en todas direcciones al mismo tiempo. Las comunicaciones diagonales permiten a los individuos con diversa información participar en la solución de problemas con personas de otros niveles dentro de la organización. Este sistema de comunicación informal permite a los directores y gerentes vigilar las comunicaciones de los empleados y comunicarse con los asociados de forma rápida, sin pasar a través de un sistema de comunicación oficial y laborioso. (Guzman, Comunicacion Organizacional, 2012)

Plan de Comunicación Interna

Definición: Es un documento que recoge las estrategias, políticas, objetivos, recursos y acciones comunicativas que se propone realizar una organización. Un plan de comunicación promueve el seguimiento y evaluación de los procesos con el cual se busca lograr mayor calidad.

Importancia de un Plan de Comunicación Interna.

- ✓ Prepara a la empresa con fortaleza para hacer frente a sus problemas
- ✓ Toma en cuenta todo el medio ambiente interno de la empresa para su definición
- ✓ Tiene un enfoque hacia el futuro de mejoramiento y progreso
- ✓ Permite al ejecutivo evaluar alternativas para tomar la mejor decisión
- ✓ Programar correctamente el tiempo y los recursos en toda la estructura de la empresa.
- ✓ Es base para que se lleve a cabo la dirección correcta.

Tipos de Plan de Comunicación:

Por su Intención

Estratégicos: Son planes que abarcan a toda la organización, establecen objetivos generales y la posicionan en concordancia con su entorno.

Tácticos: Planes que especifican con detalle la forma de alcanzar los objetivos generales de la organización.

Según Marco de Tiempo

De corto Plazo: Son planes que abarcan menos de un año

De largo Plazo: Son planes que abarcan más de cinco años

Según su especialidad

Específicos: Son planes con objetivos definidos claramente y que no dan cabida a los errores de interpretación

Direccionales: Son planes flexibles que establecen lineamientos generales

Según su frecuencia de uso:

De uso único: Plan que sirve para satisfacer las necesidades de una situación particular o singular

Permanente: Plan que no tiene fin y ofrece una guía para las acciones de la organización que se repiten una y otra vez.

Fases del Plan de Comunicación

Diagnóstico: El propósito del diagnóstico es permitir formarnos una idea acerca de los principales problemas existentes en el entorno- objetivo y ubicar sus puede ser obtenida documentalmente (estadísticas, estudios) o por vía de cuestionarios (responsables de la actividad a planificar) o por registro (cuantificación de recursos y/o necesidades).

Objetivos:

Los objetivos se alinearán siempre a los objetivos y estrategias corporativas. Deben ser concretos, realistas y voluntaristas, además de coherentes tanto entre sí como con los objetivos corporativos

Deben ser jerarquizados, ser cuantitativos, reales y consistentes

Estar sustentados sobre supuestos o hipótesis de partida o escenarios que se habrán contemplando en el análisis de la situación.

Publico:

Como tercer paso se procederá a la identificación y segmentación de todos los públicos internos

Estrategias:

La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnostico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas disponibles, permite priorizar objetivos y valorar la información.

Mensaje:

Establecer una clasificación y definición de los mensajes a emitir en función de los públicos- objetivos los mismos que son globales o específicos

Mensaje Global: lo que la institución debe comunicar sobre si misma a todos sus públicos objetivo

Mensajes generales de segmento: lo que la institución debe comunicar sobre el conjunto de sí misma y de forma particular a cada uno de sus públicos objetivos.

Medios:

Radica exclusivamente en su capacidad de lograr el objetivo. Es poco frecuente que un medio aislado pueda aportar una solución; muchas veces es solo gracias a la coordinación y la adaptación de los medios entre sí que se puede lograr un resultado óptimo

Planes de Acción:

Se especificarán y diseñarán las acciones y soportes concretos de comunicación para la consecución de los objetivos planteados.

Calendario:

Señala el plazo de acción es decir el término del proyecto para el encargado
Aumenta la perceptibilidad de las acciones de comunicación. Se puede conocer la planeación de los medios de comunicación masiva en cuanto a las acciones publicitarias y la exposición de la empresa en las diferentes campañas
Favorece la coordinación en el centro mismo de las acciones de comunicación

Presupuesto

En esta etapa comprende los medios presupuestales y los recursos humanos que deben preverse para el tiempo que dure el plan. Precisar el presupuesto le confiere credibilidad a la acción y la posición como una inversión de la empresa.

Evaluación:

Evaluar las estrategias y acciones que se han llevado a cabo permite a la empresa conocer que ha hecho bien o mal, que acciones han tenido más o menos éxito, aceptación o impacto en el público objetivo; sin esta valoración periódica difícilmente será capaz de corregir y mejorar sus estrategias en el futuro. (Calderon, 2017)

8 METODOLOGÍA

Metodología

Etimológicamente metodología significa tratado del método, y método significa ir a lo largo del (buen) camino, es decir, forma y manera de proceder en cualquier dominio y ordenar la actividad a un fin (Chavez, 2015)

8.1 TIPOS DE MÉTODOS

Método fenomenológico:

Es un tipo de conocimiento que nos pone directamente ante las cosas o situaciones; se puede comprender que sea un análisis intencional, es decir un análisis de lo intuitivo para describir todo lo que lo intuitivo implica directamente. (Martin, 2005)

Este método de investigación se aplicó para la recolección de información bibliográfica a través de fuentes verídicas y confiables acerca de la comunicación interna dentro de las organizaciones para conocer los déficits en la comunicación dentro de las áreas de trabajo del personal que labora en Casa Hogar Betania de Zamora

Método hermenéutico:

Una teoría filosófica que sostiene que el ejercicio del entendimiento involucra la interpretación y trata de construir una fenomenología de la comprensión y la interpretación, procesos fundamentales de la vida humana. (Millan, Mayo 2015)

Este método de investigación se utilizó para conocer la situación actual de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora a través de técnicas de recolección de información como la encuesta y entrevista a los colaboradores de esta organización social para determinar los diferentes inconvenientes en la comunicación interna en las áreas de trabajo y de esta manera poder tomar los correctivos necesarios.

Método práctico proyectual

Favorecen la innovación y ofrece mayor flexibilidad y capacidad de adaptación ante los retos de desarrollo de productos, lograr que el diseño se formalice ayudara a la mejora continua de procesos y a mejora la rapidez de la innovación. (Morales, 2015)

Este método se aplicó para realizar la propuesta de acción mediante la proposición de un Plan de Comunicación Interna mediante estrategias de Comunicación Interna con el fin de implementar un lenguaje asertivo que ayude a interactuar de manera correcta y por ende lograr una mayor eficiencia y eficacia en el desarrollo de las actividades de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora.

8.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos es el proceso de recopilación y medición de información sobre variables establecidas de una manera sistemática, que permita obtener respuestas relevantes, probar hipótesis y evaluar resultados. La recolección de datos en el proceso investigación es común a todos los campos de estudio. (Dimagi, 2020)

8.2.1 TIPOS DE TÉCNICAS

Observación

Es el método por el cual se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho social o los actores sociales, de los que se obtienen datos que luego se sintetizan para desarrollar la investigación. (Fabbri, 1998)

Esta técnica de observación se aplicó al momento de visitar las diferentes áreas de trabajo de Casa Hogar Betania de Zamora para conocer más de cerca cuales son las consecuencias que ha generado una mala comunicación durante las actividades que cumple cada colaborador.

Entrevista

Es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. (Murillo, 2006)

Esta técnica de investigación de entrevista se aplicó a los directivos del Casa Hogar Betania de Zamora con el propósito de evidenciar cuales son las consecuencias que ha generado una mala comunicación interna, y de esta manera poder mitigar o exterminar estas acciones dentro de los colaboradores.

Encuestas

Es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. (Ramos, 2008)

Esta técnica permite recoger información de gran utilidad mediante preguntas bien estructuradas, las cuales nos ayudaran a recolectar toda la información referente a la existencia de una mala comunicación interna que actualmente afectan de manera considerable a la organización. Se aplicará la encuesta a todos los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora con el objetivo de conocer el grado de afectación que ha tenido la mala comunicación dentro de las áreas de trabajo y de esta manera proponer un plan de comunicación basado en estrategias y alternativas innovadoras que nos permitan mejorar la comunicación de los colaboradores de la institución.

8.3 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

En el presente proyecto de investigación se consideró como muestra al total de los colaboradores de las áreas administrativa, técnica y operativa de la organización Casa Hogar Betania de Zamora donde se tuvo acceso a los 50 colaboradores directamente que conforman esta institución, en la presente encuesta se recolecta información acerca de la comunicación que existe en las áreas de trabajo, con el fin de conocer detalles importantes de las necesidades y falencias sobre la comunicación interna y con ello elaborar el Plan de Comunicación Interna que ayude a mejorar el servicio que brinda la institución.

9 ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

9.1 OBSERVACIÓN DIRECTA

El manejo de la comunicación interna dentro de las empresas está dirigido al cliente interno, es decir a los colaboradores y se ha convertido en una herramienta estrategia para dar respuesta a las necesidades, falencias y contribuir a los cambios positivos dentro de las empresas.

La Casa Hogar Betania de Zamora al no contar con un plan de comunicación interna ha tenido como consecuencia falta de compromiso, desmotivación, fuga de talento, problema en toma de decisiones y dificultad para alinear a los colaboradores a los objetivos organizacionales. Por lo tanto, al realizar la observación directa se evidencia que el personal tiene la facilidad de dar apertura aceptable en el proceso de levantamiento de información para la elaboración de un Plan de Comunicación Interna que les facilite el poder transmitir una información direccionada hacia las diferentes áreas de trabajo que existe en la institución.

9.2 ENTREVISTA

9.2.1 Entrevistados

Entrevista 1

Nombre: Stanislaw Henryk Wròbel Túrek

Director Ejecutivo

Departamento Gerencial

Entrevista 2

Nombre: Susana Isabel Ramón Bravo

Jefa de Recursos Humanos

Área de Recursos Humanos

Entrevista 3

Nombre: Yomaira Rojas Betancourt

Coordinadora

Área de Coordinación CHBZ

9.2.2 Entrevistados

Entrevista 1

Nombre: Stanislaw Henryk Wròbel Túrek

Cargo: Director Ejecutivo Casa Hogar Betania de Zamora

Tiempo empleabilidad: 25 años

Cantidad de personas a su cargo: 50

Tabla 6.

Entrevista 1

Pregunta	Respuesta
1. ¿Qué es para usted la Comunicación Interna dentro de su lugar de Trabajo?	La comunicación es la base para poder trabajar en equipo y brindar un servicio de calidad a nuestros usuarios residentes
2. ¿Usted considera que un Plan de Comunicación Interna mejora la productividad de sus colaboradores?	Efectivamente un plan de comunicación será una estrategia que todos los colaboradores de esta organización nos proporcionara las pautas para poder afrontar todo lo que se presenta en cada área de trabajo
3. ¿Para usted cuáles son los retos que tiene la institución para fortalecer la comunicación entre todos sus colaboradores?	Uno de los retos que nuestra organización tiene es, comprometer a todo el equipo de trabajo en mantener y fortalecer una comunicación fluida, asertiva, donde todos tenga claro lo objetivos organizacionales
4. ¿Usted cree conveniente implementar un Plan de Comunicación Interna que facilite la comunicación asertiva entre todos sus colaboradores?	Si a implementación de un plan de comunicación sería muy asertivo para nuestros colaboradores ya que se tendrá una guía donde se pueda retroalimentar todos lo necesario para mantener un equipo de trabajo eficiente en cada área
5. ¿Usted por qué considera importante un plan de comunicación interna dentro de las áreas de trabajo?	Considero que sería una guía primordial donde nuestros colaboradores, tendrá los conocimientos necesarios para poder brindar y recibir la información necesaria en cada área de trabajo
6. ¿Para usted cuáles serían las principales razones para poder realizar un Plan de comunicación Interna para la institución?	Una de las principales razones es el déficit de comunicación asertiva, donde los colaboradores no transmiten la información de manera correcta y en el tiempo establecido
7. ¿Usted Considera una prioridad fortalecer la Comunicación entre los colaboradores y directivos para mejorar los procesos dentro de la institución?	Ante la necesidad de mantener un equipo de trabajo donde la comunicación sea recibida y transmitida de manera adecuada se ha generado esta prioridad para fortalecer la comunicación entre los colaboradores
8. ¿Usted utilizaría un Plan de Comunicación Interna como estrategia para retroalimentar a los colaboradores acerca de sus funciones y de	Si, utilizaría esta estrategia tan necesaria para nuestra organización, en vista que se necesita para poder direccionar a todos quienes

esta manera alinearlos con los objetivos organizacionales?	laboran dentro de esta organización de ayuda social
9. ¿A usted qué le gustaría que se implemente dentro de un Plan Comunicación Interna para los colaboradores de la institución?	Me interesaría que se implemente estrategia que contengan definición de los objetivos que tiene nuestra organización, ya que de esta manera generaremos el compromiso de nuestros colaboradores y así mejorar el servicio que se brinda a todos los usuarios residentes.

Nota: Referencia de la tabla de la entrevista 1 realizada al Director ejecutivo de Casa Hogar Betania en el año 2022

Entrevista 2

Nombre: Susana Isabel Ramón Bravo

Cargo: Jefa de Recursos Humanos

Tiempo empleabilidad: 15 años

Cantidad de personas a su cargo: 49

Tabla 7.

Entrevista 2

Pregunta	Respuesta
1. ¿Qué es para usted la Comunicación Interna dentro de su lugar de Trabajo?	Es la forma en que se transmite toda la información entre todas las personas que laboral dentro de una área de trabajo
2. ¿Usted considera que un Plan de Comunicación Interna mejora la productividad de sus colaboradores?	Efectivamente considero que un plan de comunicación será aquel que ayudará a mejorar la calidad de las decisiones que se tomen para poder ejecutar todas nuestras funciones.
3. ¿Para usted cuáles son los retos que tiene la institución para fortalecer la comunicación entre todos sus colaboradores?	Uno de los retos que afrontamos actualmente es poder crear el compromiso de los trabajadores con la organización, para generar la confianza entre colaboradores y directivos
4. ¿Usted cree conveniente implementar un Plan de Comunicación Interna que facilite la comunicación asertiva entre todos sus colaboradores?	Si considero muy necesario la implementación de un plan de comunicación que nos facilite informar, dirigir, instruir los objetivos organizacionales
5. ¿Usted por qué considera importante un plan de comunicación interna dentro de las áreas de trabajo?	Lo considero importante porque contribuirá a estimular la creatividad, confianza y compromiso de los colaboradores.
6. ¿Para usted cuáles serían las principales razones para poder realizar un Plan de comunicación Interna para la institución?	Una de las razones seria para poder considerar la ideas, iniciativas, sugerencias de los colaboradores para mejorar la productividad y la calidad del servicio brindado

7. ¿Usted Considera una prioridad fortalecer la Comunicación entre los colaboradores y directivos para mejorar los procesos dentro de la institución?	Si considero que sea necesario la implementación de un plan de comunicación para poder proporcionar información detallada a los colaboradores sobre lo que tienen que hacer y así evitar malos entendidos entre sus compañeros de trabajo
8. ¿Usted utilizaría un Plan de Comunicación Interna como estrategia para retroalimentar a los colaboradores acerca de sus funciones y de esta manera alinearlos con los objetivos organizacionales?	Si lo utilizaría ya que en el mismo estarán reflejadas todas las estrategias necesarias para favorecer un equipo de trabajo eficiente y eficaz
9. ¿A usted qué le gustaría que se implemente dentro de un Plan Comunicación Interna para los colaboradores de la institución?	Me gustaría que propongan iniciativas que motiven a nuestro personal y poder crear en ellos el compromiso para fortalecer una comunicación donde todo sea informado en los momentos adecuados

Nota: Referencia a la entrevista 2 realizada al Encargada de Recursos Humanos de Casa Hogar Betania en el año 2022

Entrevista 3

Nombre: Yomaira Rojas Betancourt

Cargo: Coordinadora

Tiempo empleabilidad: 1 año

Cantidad de personas a su cargo: 48

Tabla 8

Entrevista 3

Pregunta	Respuesta
1. ¿Qué es para usted la Comunicación Interna dentro de su lugar de Trabajo?	Es la manera de transmitir información de manera responsable con todas las personas que me rodean en mi área de trabajo
2. ¿Usted considera que un Plan de Comunicación Interna mejora la productividad de sus colaboradores?	Si considero que sea necesario ya que el mismo contribuirá a mejorar la comunicación entre todo el equipo de trabajo de nuestra organización
3. ¿Para usted cuáles son los retos que tiene la institución para fortalecer la comunicación entre todos sus colaboradores?	Uno de los retos que se afronta como institución es crear el compromiso de fortalecer entre nuestro colaboradores los objetivos y metas de nuestra organización, para que se mantenga siempre activa una comunicación asertiva y un buen flujo de información de manera adecuada
4. ¿Usted cree conveniente implementar un Plan de Comunicación Interna que facilite la	Si lo creo conveniente ya que será una estrategia que permitirá a la organización poder obtener las pautas necesarias para fortalecer el compromiso de sus colaboradores

	comunicación asertiva entre todos sus colaboradores?	
5.	¿Usted por qué considera importante un plan de comunicación interna dentro de las áreas de trabajo?	Si lo considero importante ya que el mismo será permitirá mantener una información adecuada y asertiva para coordinar las actividades de manera eficiente
6.	¿Para usted cuáles serían las principales razones para poder realizar un Plan de comunicación Interna para la institución?	Una de las principales razones es la manera incorrecta que tienen los colaboradores para transmitir la información de manera y tiempo adecuado.
7.	¿Usted Considera una prioridad fortalecer la Comunicación entre los colaboradores y directivos para mejorar los procesos dentro de la institución?	Si lo considero importante ya que la comunicación en nuestro lugar de trabajo es primordial para poder brindar un servicio de calidad, donde los directivos y colaboradores sepan desarrollar de manera adecuada todos los procesos que se le lleva a cabo en beneficios de los usuarios.
8.	¿Usted utilizaría un Plan de Comunicación Interna como estrategia para retroalimentar a los colaboradores acerca de sus funciones y de esta manera alinearlos con los objetivos organizacionales?	Si lo utilizaría ya que ofrece un canal directo en la coordinación y solución de problemas en la organización.
9.	¿A usted qué le gustaría que se implemente dentro de un Plan Comunicación Interna para los colaboradores de la institución?	Me gustaría que se implemente el control de la información que es recibida y transmitida, de esta manera sabremos si es necesario brindar una retroalimentación a los colaboradores para seguir fortaleciendo la comunicación

Nota: Referencia a la entrevista 3 realizada a la Coordinación de Casa Hogar Betania en el año 2022

ANALISIS DE RESULTADOS

En la entrevista realizada a los diferentes directivos de Casa Hogar Betania de Zamora, donde tuvieron la predisposición para contestar las preguntas realizadas con respecto a la comunicación interna para mejorar la productividad tanto a nivel personal de los colaboradores como institucional.

Se lleva a cabo la entrevista con 9 preguntas respecto a la comunicación interna dentro de las áreas de trabajo de la institución donde manifestaron principalmente que la comunicación es la base para poder desarrollar las actividades dentro del servicio que brinda la institución a los grupos de atención vulnerables, de la misma manera manifiestan que un plan de comunicación interna sería muy beneficioso para la institución ya que el mismo mejoraría la fluidez de información asertiva y canales de comunicación, evitando generar algún tipo de malestar dentro de las áreas de trabajo.

De igual forma consideran que un plan de comunicación debe contemplar estrategias, actividades, pautas y herramientas que faciliten la transmisión de información y con ello poder dirigir e instruir con los conocimientos necesarios a todos los colaboradores, ya que el mismo contribuirá a motivar la creatividad, confianza y compromiso de todo el personal que labora en esta institución.

Finalmente de este modo manifestaron que la razón primordial para la implantación de un plan de comunicación interna es el déficit de comunicación asertiva que se ha venido generando en el transcurso del tiempo ya que al no contar con una guía o instructivo que facilite el poder direccionar una solución favorable ante algún tipo de malestar dentro de las áreas de trabajo formado por una mala comunicación; por lo tanto están predispuesto a que se implemente un Plan de Comunicación Interna para la mejora de las áreas de trabajo de la institución.

9.3 ENCUESTA

Durante la ejecución de la presente encuesta realizada de manera presencial a los colaboradores de la organización social, se contó con la presta colaboración del personal los mismos que se tomaron un tiempo de sus actividades laborales para poder responder correctamente las preguntas antes desarrolladas; obteniendo resultados favorables con datos coherentes que permitieron levantar la información para elaborar el Plan de Comunicación Interna.

Tabulación de resultados

Pregunta: Edad

Tabla 9

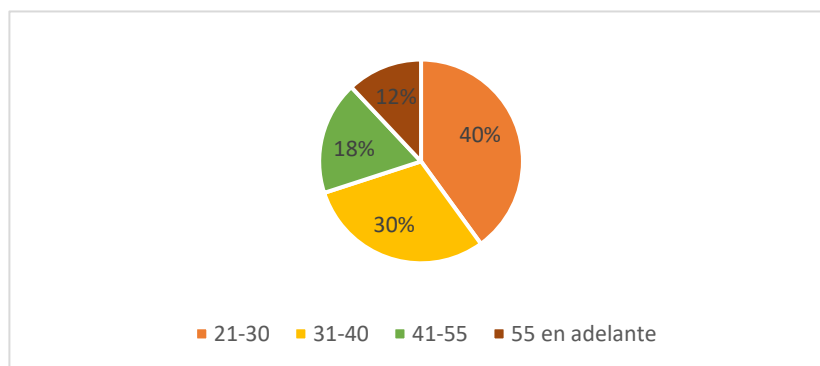
Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
21-30	20	40%
31-40	15	30%
41-55	9	18%
55 en adelante	6	12%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 10

Edad



Nota: Referencia a la figura de la encuesta realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Pregunta: Género

Tabla 10

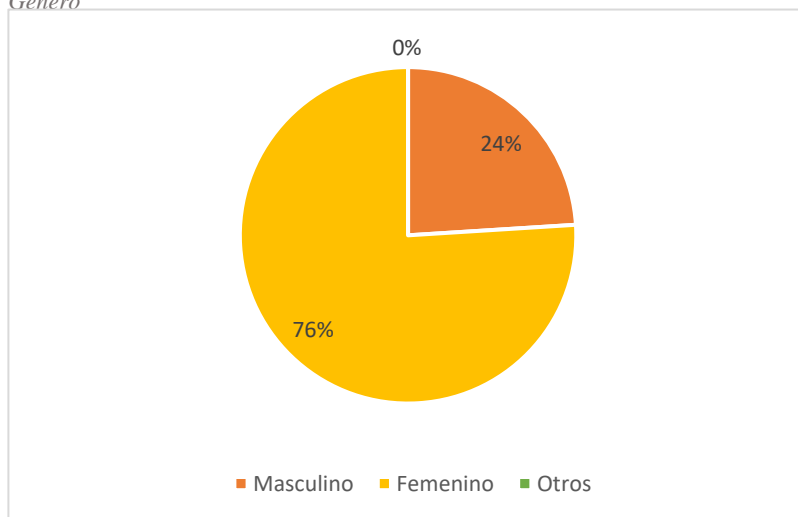
Genero

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	12	24%
Femenino	38	76%
Otros	0	0%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla del genero de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 11

Genero



Nota: Referencia a la figura del genero de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Pregunta: Formación Académica

Tabla 11.

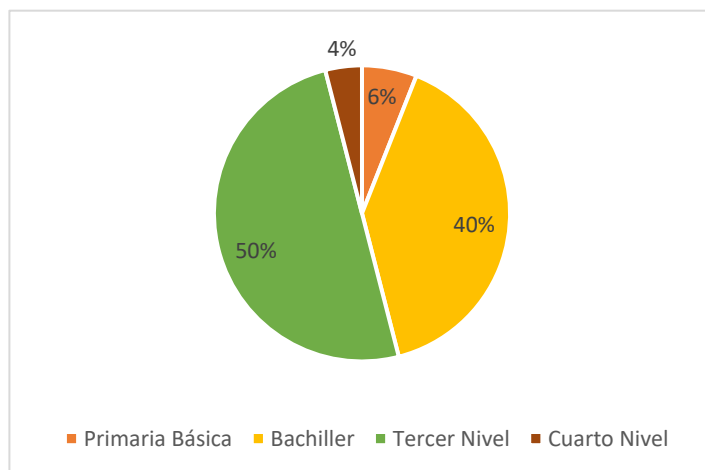
Formación Académica

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Primaria Básica	3	6%
Bachiller	20	40%
Tercer Nivel	25	50%
Cuarto Nivel	2	4%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la formación académica de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 12

Formación Académica



Nota: Referencia a la figura de formación académica de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis cuantitativo: la formación académica de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora, podemos indicar que un 50% tiene un tercer nivel de formación, seguido de un 40% en bachillerato, un 6% en primaria básica y un 4% en formación de cuarto nivel

Análisis cualitativo: Según los resultados de la presente encuesta a los colaboradores de CHBZ en su mayoría tiene un tercer nivel académico, por lo que se sugiere seguir incentivando a todo el personal a continuar con su preparación académica.

Pregunta: Área de Trabajo

Tabla 12.

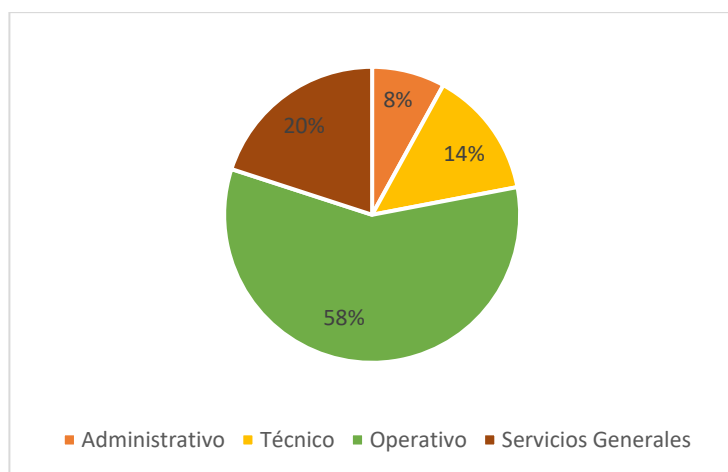
Área de Trabajo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Administrativo	4	8%
Técnico	7	14%
Operativo	29	58%
Servicios Generales	10	20%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla del área de trabajo de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 13

Área de Trabajo



Nota: Referencia a la figura del área de trabajo de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis cuantitativo: las áreas de trabajo de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora, podemos indicar que un gran porcentaje del 50% es del área operativa, un 20% del área operativa, 14% del área técnica y un 8% en el área administrativa conformando así esta organización de ayuda social.

Análisis cualitativo: Según los resultados la institución brinda un servicio al sector prioritario con un personal en su mayoría del área de enfermería la misma que desarrolla las diferentes actividades en beneficios de los usuarios residentes.

Pregunta: Tiempo de Empleabilidad

Tabla 13.

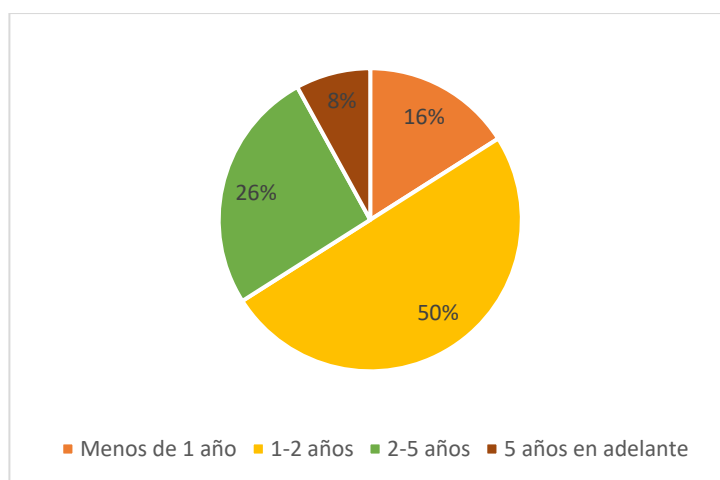
Tiempo de empleabilidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	8	16%
1-2 años	25	50%
2-5 años	13	26%
5 años en adelante	4	8%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla del tiempo de empleabilidad de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 14.

Tiempo de Empleabilidad



Nota: Referencia a la figura del tiempo de empleabilidad de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis cuantitativo: el tiempo de empleabilidad de los colaboradores de CHBZ, podemos indicar que un gran porcentaje del 50% labora de 1 a 2 años dentro de la institución, seguido de un 26% que lleva de 2 a 5 años, un 16% labora menos de un año y un 8% lleva laborando hace más de 5 años brindando su servicio a todo este sector prioritario.

Análisis cualitativo: Según los resultados en su mayoría laboran de uno a dos años dentro de la institución, por lo que se sugiere a la institución tratar de evitar la rotación del personal, motivándolos a comprometerse con la labor que realizan y como institución buscar las estrategias necesarias para evitar la fuga de talento humano.

Pregunta 1: ¿Usted considera que dentro de la institución existe una correcta comunicación interna?

Tabla 14.

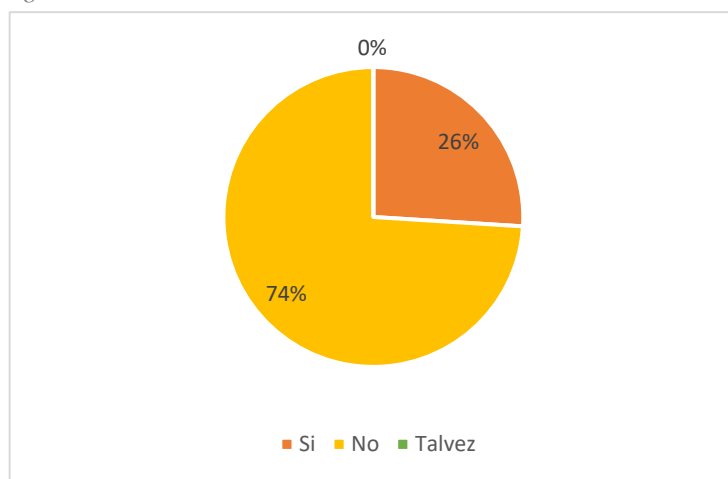
Pregunta 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	26%
No	37	74%
Talvez	0	0%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la encuesta pregunta 1 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 15.

Pregunta 1 Existe correcta comunicación interna



Nota: Referencia a la encuesta pregunta 1 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis cuantitativo: De los colaboradores encuestados podemos indicar que en su mayoría con un 74% afirman que no existe una correcta comunicación interna, mientras que un 26 % manifiesta que, si la existe, evidenciando que un alto porcentaje no considera mantener una correcta comunicación entre todo el equipo de trabajo

Análisis cualitativo: basándonos en los resultados expuestos se evidencia que la mayor parte de los colaboradores no manejan una correcta comunicación asertiva y fluida por lo que se sugiere que la institución busque las estrategias necesarias para minimizar estas falencias.

Pregunta 2: ¿Usted tiene conocimiento que existe un plan de comunicación interna dentro de la institución?

Tabla 15.

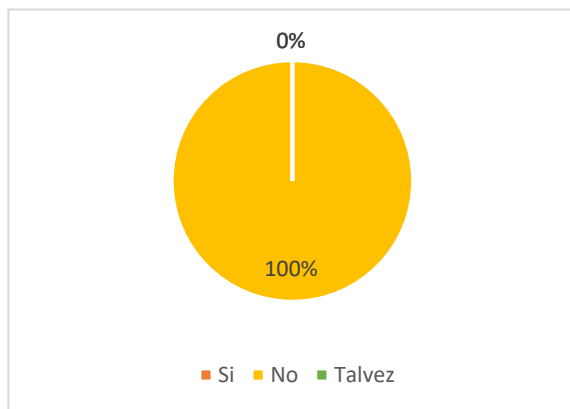
Pregunta 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	50	100%
Talvez	0	0%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 2 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 16.

Pregunta 2. Existencia de Plan de comunicación Interna



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 2 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis cuantitativo: De los colaboradores encuestados podemos indicar en su totalidad de un 100% no tienen conocimiento que exista un plan de comunicación interna, por lo tanto el presente proyecto investigativo tiene una favorable acogida para realizarlo.

Análisis cualitativo: De los colaboradores encuestados en su totalidad no tienen conocimiento de la existencia de un plan de comunicación interna que ayude a mejorar los procesos en cada de trabajo, por lo que se evidencia la necesidad de implementar un plan de comunicación que ayude a mejorar la productividad de sus colaboradores

Pregunta 3: ¿Usted tiene conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permitan una comunicación fluida dentro de su área de trabajo?

Tabla 16

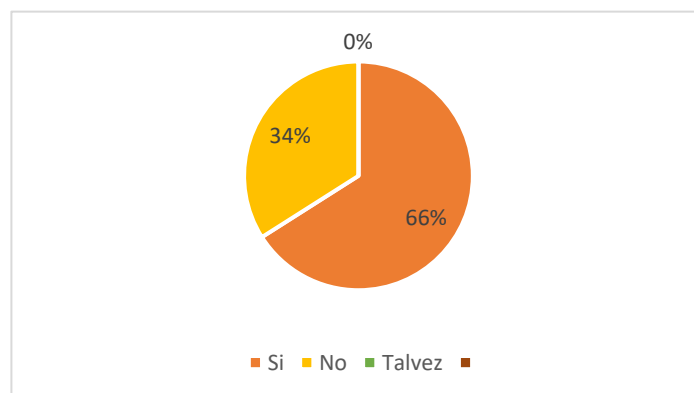
Pregunta 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	66%
No	17	34%
Talvez	0	0%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 3 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 17.

Pregunta 3. Uso de herramientas tecnológicas



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 3 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis cuantitativo: De los colaboradores encuestados de Casa Hogar Betania de Zamora podemos indicar que en su mayoría con un 66% afirman que si conocen diferentes tipos de herramientas tecnológicas que permitan una comunicación fluida, mientras que un 34 % no tiene conocimiento de las mismas para poder comunicarse de manera correcta.

Análisis cualitativo: Según los resultados de la presenta encuesta a los colaboradores de CHBZ en su mayoría tienen conocimiento acerca de las herramientas tecnológicas que ayudarían a facilitar una comunicación fluida, lo tanto es factible poder incentivar al personal para manejar herramientas tecnológicas que ayuden a mejorar la fluidez de la comunicación en sus áreas de trabajo.

Pregunta 4: ¿Cree que la información que usted transmite a sus compañeros es comprendida correctamente?

Tabla 17

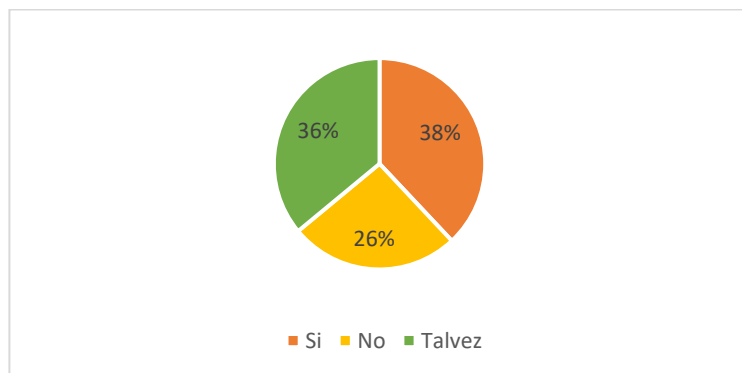
Pregunta 4. Comprensión de Información

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	38%
No	13	26%
Talvez	18	36%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 4 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 18.

Pregunta4



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 4 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: De los colaboradores encuestados de Casa Hogar Betania de Zamora podemos indicar que en su mayoría con un 38% afirman que la información que brindan es comprendida de manera correcta, mientras que un 36% manifiesta que tal vez la información brindada es comprendida adecuadamente, siendo un 26% aquellos que expresan que no es comprendida la información que ellos transmiten a sus equipos de trabajo.

Análisis cualitativo: Según los resultados de la presente encuesta a los colaboradores de CHBZ en su mayoría afirma que si es comprendida la información que ellos brindan, de esta manera se sugiere a la institución buscar las estrategias de comunicación que ayuden a minimizar estas falencias en las áreas de trabajo.

Pregunta 5: ¿Tiene conocimiento de los beneficios de tener un plan de comunicación interna dentro de la institución?

Tabla 18.

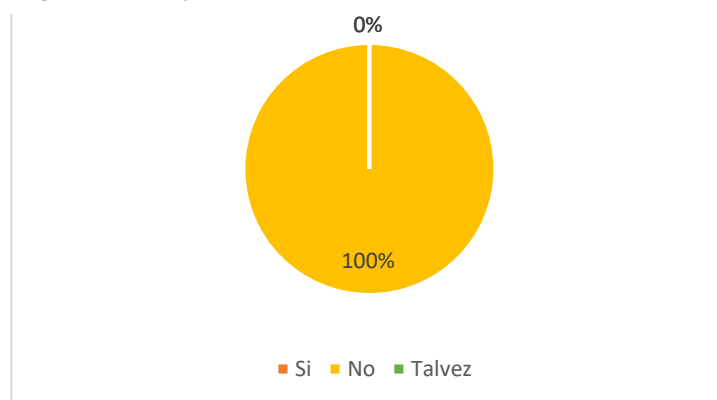
Pregunta 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	%
No	50	100%
Talvez	0	0%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 5 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 19.

Pregunta 5. Beneficios de Plan de Comunicación Interna



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 5 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: De los colaboradores encuestados de Casa Hogar Betania de Zamora podemos indicar que en su totalidad 100% no tiene conocimiento de los beneficios de un plan de comunicación ya que al existir el mismo no han podido evidenciar dichos beneficios para lograr una correcta comunicación interna.

Análisis cualitativo: Según los resultados de la presenta encuesta a los colaboradores de CHBZ en su totalidad no tienen conocimiento de los beneficios de un plan de comunicación interna, ya que al no existir esta estrategia no han podido ser partícipes de estos beneficios, por lo que se sugiere a la institución la implementación del mismo.

Pregunta 6: ¿Le gustaría a usted que se implemente un plan de comunicación interna para tener una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de la institución?

Tabla 19.

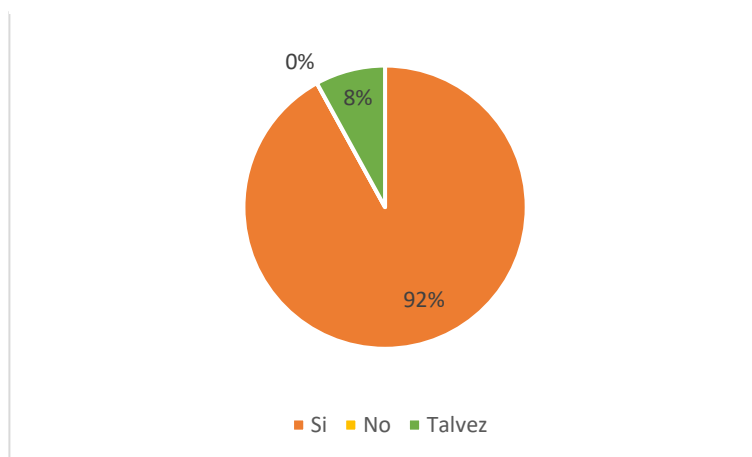
Pregunta 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	92%
No	0	0%
Talvez	4	8%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 6 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 20.

Pregunta 6 Actividades de implantación Plan de Comunicación Interna



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 6 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: De los colaboradores encuestados podemos indicar que en su mayoría con un 92% afirman que, si están de acuerdo en la implementación de un plan de comunicación, mientras que un 8 % manifiestan que talvez sea factible la implementación de este Plan para poder manejar una correcta comunicación

Análisis cualitativo: Según los resultados en su mayoría manifiesta que le gustaría que se implemente un plan de comunicación interna para tener claro los objetivos que tiene esta institución de ayuda social, por lo tanto, se evidencia la apertura de los colaboradores al estar prestos a recibir las estrategias que sean necesarias para mejorar sus actividades.

Pregunta 7: ¿Cree usted que la comunicación interna favorecerá que los colaboradores conozcan los valores de la institución?

Tabla 20.

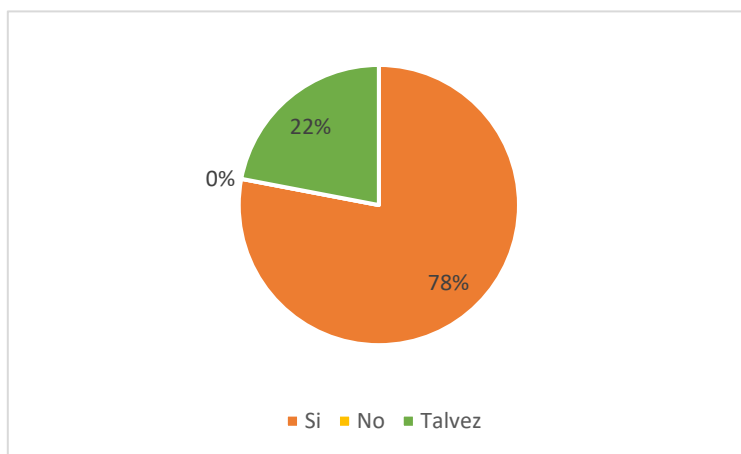
Pregunta 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	
No	0	
Talvez	11	
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 7 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 21.

Pregunta 7. Favorable Plan de Comunicación Interna



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 7 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: De los colaboradores encuestados de Casa Hogar Betania de Zamora podemos indicar que en su mayoría con un 78% afirman que la comunicación favorecerá al conocimiento de los valores institucionales y 22 % manifiestan que talvez sería favorable una correcta comunicación interna en beneficios de la institución y todos quienes la conforman

Análisis cualitativo: Según los resultados en su mayoría considera que la comunicación interna favorecerá al cumplimiento de sus objetivos, por lo tanto, se propone que la institución busque las estrategias necesarias para poder empoderar a sus colaboradores con los objetivos de la organización.

Pregunta 8: ¿Qué le gustaría a usted que contenga un plan de comunicación interna?

Tabla 21.

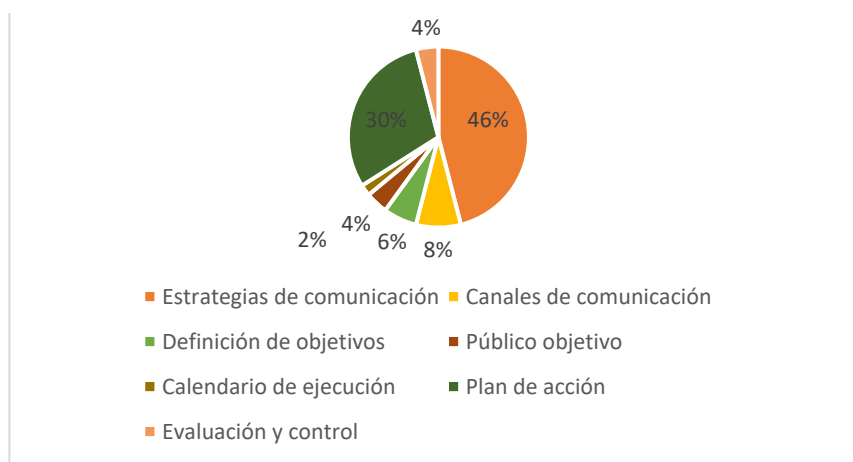
Pregunta 8. Contenido Plan de Comunicación Interna

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estrategias de comunicación	23	46%
Canales de comunicación	4	8%
Definición de objetivos	3	6%
Público objetivo	2	4%
Calendario de ejecución	1	2%
Plan de acción	15	30%
Evaluación y control	2	4%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 8 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 22

Pregunta 8



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 8 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis cuantitativo: Luego de la aplicación de la encuesta podemos indicar que un 46% tiene preferencia hacia las estrategias de comunicación, un 30% se inclina por un plan de acción, un 8% por los canales de comunicación, seguido de un 6% por la definición de objetivos, un 4% igualitario para un público objetivo y evaluación y control y un 2% que se inclina por un calendario de ejecución

Análisis cualitativo: Según los resultados obtenidos evidenciamos que existe la necesidad de un plan de comunicación interna que contenga estrategias de comunicación para poder mejorar los procesos que se lleva dentro de la institución

Pregunta 9: ¿Le gustaría a usted que su opinión sea acogida para poder desarrollar un plan de comunicación interna que ayude a mejorar su desempeño laboral?

Tabla 22

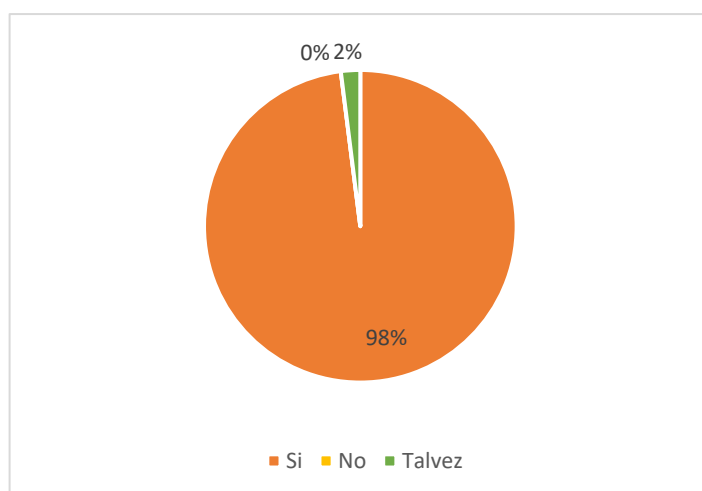
Pregunta 9

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	98%
No	0	
Talvez	1	2%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 9 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania

Figura 23

Pregunta 9. Opinión Favorable para Plan de Comunicación Interna



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 9 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: De los colaboradores encuestados podemos indicar que en su mayoría con un 98% afirman que les gustaría que su opinión sea acogida para establecer un plan de comunicación y 2 % manifiestan que talvez sería favorable una correcta comunicación interna en beneficios de la institución y todos quienes la conforman

Análisis cualitativo: Según los resultados en su mayoría les gustaría que su opinión sea acogida al momento de realizar un plan de comunicación, por lo que se sugiere a la institución tomar en consideración todas las opiniones, sugerencias ideas, etc. al momento de realizar un plan de comunicación para la institución.

Pregunta 10: De las siguientes actividades. ¿Cuáles considera adecuadas para que la institución ponga a su conocimiento un plan de comunicación interna?

Tabla 23

Pregunta 10

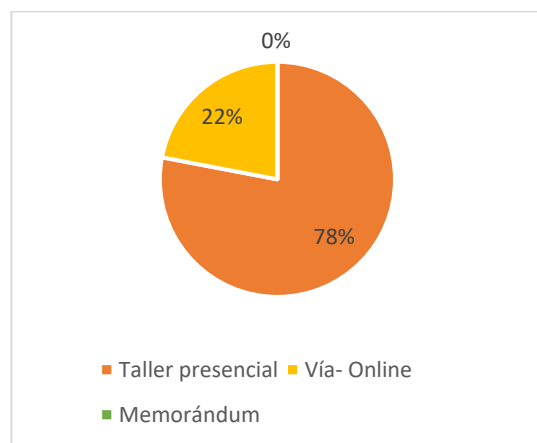
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Taller presencial	39	78%
Vía- Online	11	22%
Memorándum	0	0%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 10 realizada a los colaboradores de Casa Hogar

Betania de Zamora en el año 2022

Figura 24

Pregunta 10. Impartir Plan de Comunicación Interna



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 10 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: Del personal encuestados podemos indicar que en su mayoría con un 78% afirman que les gustaría recibir toda información de manera presencial y 22 % manifiestan que sería favorable recibir vía on- line.

Análisis cualitativo: Según los resultados en su mayoría tiene preferencia a que el contenido de un plan de comunicación interna sea expuesto de manera presencial

Pregunta 11: ¿Cree usted que es factible implementar un plan de comunicación interna dentro de la institución?

Tabla 24

Pregunta 11

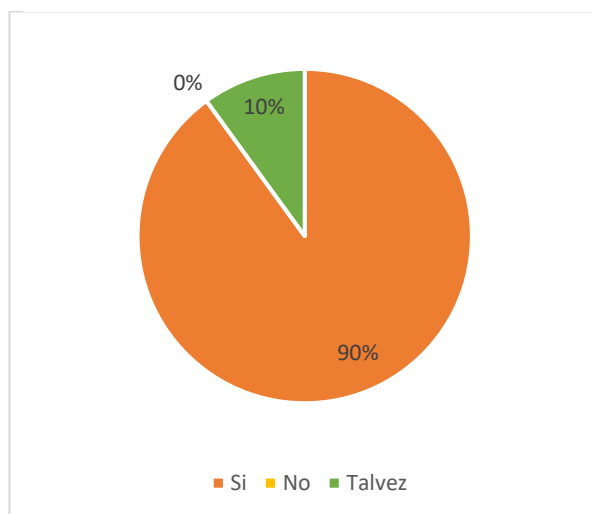
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	90%
No	0	0%
Talvez	5	10%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 11 realizada a los colaboradores de Casa Hogar

Betania de Zamora en el año 2022

Figura 25

Pregunta 11. Factible Implementar Plan de Comunicación Interna



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 11 realizada a los colaboradores de Casa Hogar

Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: podemos indicar que en su mayoría con un 90% afirman que es factible la implementación de un plan de comunicación para mejorar los procesos y 10% manifiesta que talvez sería favorable la implementación del mismo.

Análisis cualitativo: Según los resultados de la presenta encuesta a los colaboradores de CHBZ en su mayoría manifiesta que sería factible la implementación de un plan de comunicación, por lo tanto, se evidencia que al realizar un plan de comunicación interna para la institución el mismo tendría una acogida favorable por parte de los colaboradores.

Pregunta 12: ¿Considera usted que Casa Hogar Betania de Zamora debe invertir en la implementación de un plan de comunicación interna para que sus colaboradores realicen sus funciones de manera eficiente?

Tabla 25

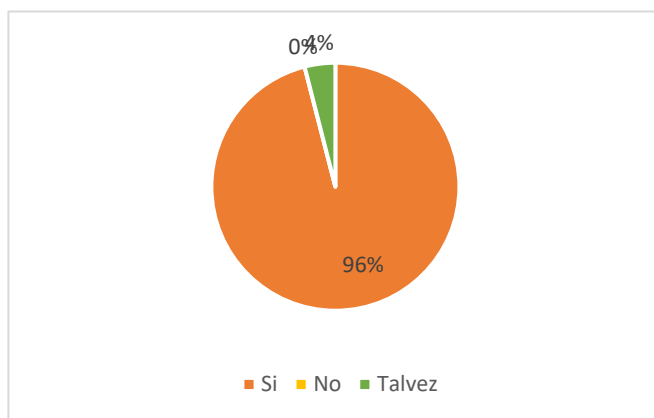
Pregunta 12

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	96%
No	0	0%
Talvez	2	4%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 12 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 26

Pregunta 12. Invertir en un Plan de Comunicación Interna



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 12 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: podemos indicar que en su mayoría con un 96% afirman que la institución debería invertir para un plan de comunicación y 4 % manifiestan que talvez sería favorable la inversión del mismo

Análisis cualitativo: Según los resultados en su porcentaje mayor está de acuerdo para que la institución invierta que un plan de comunicación, para mejorar los procesos y productividad de la institución

Pregunta 13: ¿Cuándo usted trabaja en equipo la comunicación es determinante para que se ejecuten bien las actividades asignadas?

Tabla 26

Pregunta 13

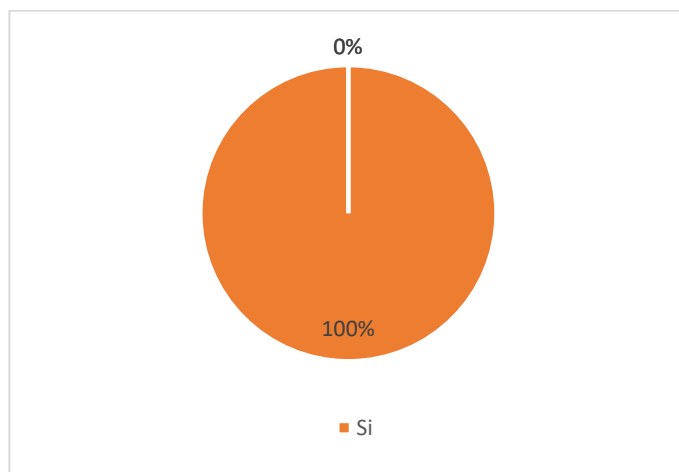
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	100%
No	0	0%
Talvez	0	0%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 13 realizada a los colaboradores de Casa Hogar

Betania de Zamora en el año 2022

Figura 27

Pregunta 13. Trabajo en equipo



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 13 realizada a los colaboradores de Casa Hogar

Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: podemos indicar que en su totalidad 100% cree determinante la comunicación durante la ejecución de las actividades asignadas ya que es primordial recibir la información adecuada y de igual manera transmitirla.

Análisis cualitativo: Según los resultados de la presenta encuesta a los colaboradores de CHBZ en su totalidad manifiesta que la comunicación es importante dentro de las actividades que ejecutan, por lo tanto, se evidencia la necesidad de una comunicación asertiva para poder mejorar los procesos dentro de la institución.

Pregunta 14: ¿Usted considera necesario realizar una retroalimentación sobre el plan de comunicación interna que se va a implementar para todos los colaboradores?

Tabla 27

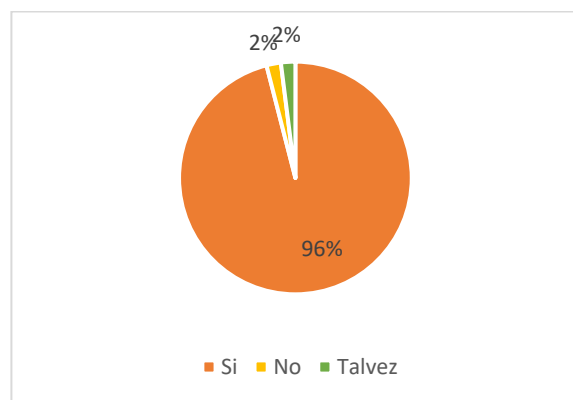
Pregunta14

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	96%
No	1	2%
Talvez	1	2%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 14 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 28.

Pregunta 14. Retroalimentación sobre Plan de Comunicación



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 14 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: podemos indicar que en su mayoría con un 96% afirman que, si sería necesaria una retroalimentación del plan de comunicación, un 2% manifiesta que no sería necesario y así mismo un 2% cree que talvez sería una opción realizar una retroalimentación del mismo

Análisis cualitativo: en la encuesta realizada la mayoría consideran necesaria una retroalimentación, por lo tanto, se sugiere que se tome en consideración esta opción favorable para dar a conocer el plan de comunicación

Pregunta 15: ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que le den a conocer el plan de comunicación interna de la institución?

Tabla 28

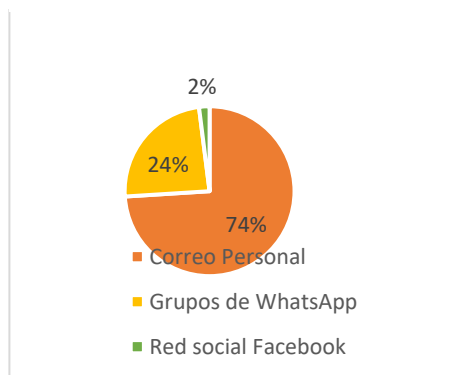
Pregunta15

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Correo Personal	37	74%
Grupos de WhatsApp	12	24%
Red social Facebook	1	2%
Total	50	100%

Nota: Referencia a la tabla de la encuesta pregunta 15 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Figura 29

Pregunta 15. Medios de Comunicación



Nota: Referencia a la figura de la encuesta pregunta 15 realizada a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

Análisis Cuantitativo: podemos indicar que en su mayoría con un 74% afirman que es favorable recibir información por correo personal, 24% manifiesta que sería una opción recibir información por el grupo de WhatsApp institucional y un 2% sería por la red social Facebook

Análisis cualitativo: Según los resultados su mayoría manifiesta que el medio adecuado para conocer sobre el plan de comunicación interna es el correo personal, por lo tanto, se recomienda tomar en consideración lo aplicado en la presente encuesta.

10 PROPUESTA DE ACCIÓN

10.1 INTRODUCCIÓN

Un plan de comunicación interna dentro de las empresas es fundamental para su desarrollo ya que el mismo facilitara coordinar de manera eficiente las actividades, integrar a sus colaboradores y poner en practica la filosofía empresarial. Una buena comunicación genera motivación y el compromiso que impacta positivamente en la satisfacción, fidelización y un buen ambiente laboral dentro de la organización.

El presente proyecto tiene la finalidad proponer un plan de comunicación interna para la organización civil Casa Hogar Betania de Zamora del cantón Zamora, la cual ayudara a mejorar la fluidez de la información dentro de las áreas de trabajo y con ello contribuir a un desempeño eficiente y mejorar la productividad de todos sus colaboradores.

Además, las organizaciones o instituciones actualmente existen un gran cambio y evolución, independientemente de la actividad económica a la que se dediquen en la misma interviene un flujo de transmisión de información originando la comunicación interna y externa, de aquí la propuesta parte de la necesidad que tiene la institución de mejorar la fluidez de la comunicación interna dentro de las áreas de trabajo, donde la información sea de calidad, calidez y confiable que permita la toma de decisiones para cumplir con los objetivos organizacionales.

Finalmente, se le proporciona a la institución Casa Hogar Betania de Zamora las estrategias de acción que son necesarias para poder mejorar la información y con ello poder aportar los conocimientos necesarios para que los colaboradores puedan realizar la toma de decisiones en cada aérea de trabajo.

10.2 PRESENTACIÓN

El presente plan de comunicación interna permitirá a los colaboradores obtener las estrategias de acción que faciliten una mejora en la comunicación interna dentro de la institución, fortaleciendo la productividad individual y el trabajo en equipo, por lo tanto, el plan a utilizar es un instrumento estratégico enfocado en mejorar la obtención de colaboradores eficientes en sus áreas de trabajo.

En cuanto a los beneficios que se brindara mediante el plan de comunicación interna se proyecta a conseguir que los colaboradores estén comprometidos, motivados y sean productivos con la institución, de esta manera se generara una interacción asertiva entre los equipos de trabajo y como consecuencia un buen ambiente laboral

Como propuesta a la deficiente comunicación interna dentro de Casa Hogar Betania de Zamora que se evidencio mediante las herramientas utilizadas en encuestas y entrevista hemos propuesto lo siguiente: Crear una motivación por medio de incentivos laborables no económicos que fomente la confianza entre los equipos de trabajo. Realizar capacitaciones sobre el empowerment y promocionar la filosofía institucional para dotar al personal de autonomía, sentido de pertenencia y compromiso hacia la institución. Integración de las áreas de trabajo mediante espacios de Team-Bulding para mejorar las relaciones interpersonales entre los equipos de trabajo. Así mismo dar a conocer los tipos de comunicación interna que existe dentro de la institución y a su vez direccionar el intercambio de ideas sugerencias u opiniones entre directivos y colaboradores, en consecuencia, se lograra que todos los colaboradores estén bien informados, competitivos y comprometidos con la noble labor que realizan en atención a estos grupos de atención vulnerables.

10.3 BENEFICIARIOS

Tabla 1

Beneficios del Plan de Comunicación Interna para CHBZ

Tipo de Beneficiarios	A quien está dirigido	Resultado	Alcance
Directo	Colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora del Cantón Zamora	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar a la institución una adecuada fluidez de la información dentro de las áreas de trabajo ✓ Favorecer el traspaso de información y conocimientos a los colaboradores de la institución ✓ Mejorar la eficiencia de los colaboradores al estar mejor informados, creando un compromiso para trabajar de manera individual y en equipo 	50 colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora del cantón Zamora
Indirecto	Ciudadanía del Cantón Zamora	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar un Servicio de calidad a todo el público en general ✓ Optimización de recursos económicos ✓ Mejora en los procesos y atención a todo el público en general 	25.510 Habitantes del Cantón Zamora

Nota: Referencia a la tabla de beneficios de un plan de comunicación interna para CHBZ para el año 2022

10.4 ESTRUCTURA

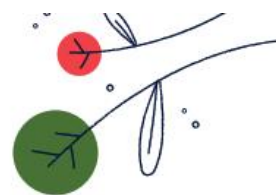
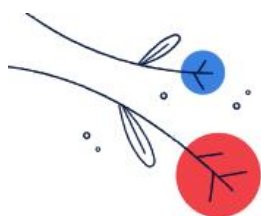
Figura 1

Flujo de proceso para la propuesta de creación de un Plan de Comunicación Interna



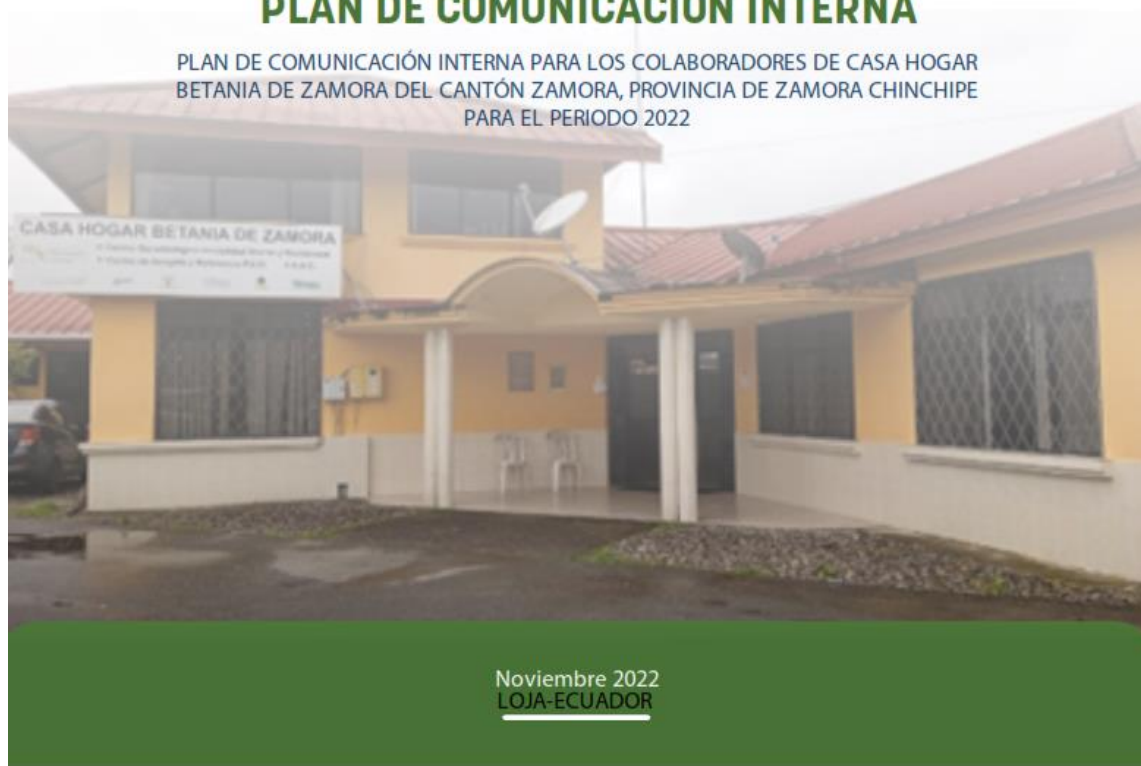
Nota: Referencia de la figura el flujo de procesos para la creación de un plan de comunicación interna para CHBZ en el año 2022

DOCUMENTO



PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA DEL CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL PERIODO 2022



Noviembre 2022
LOJA-ECUADOR

**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE
CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA DEL CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA
DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL PERIODO 2022**

FICHA TECNICA

Buri Paccha Evelyn Mariuxi

Autora

Ing., Jackson Quevedo Mgs.

Director

Lic. Susana Ramón Jefe de Recursos Humanos CHBZ

Revisado por

Lic. Johana Córdova Tobar, Mgs.

Aprobado por

Tecnología Superior de Gestion de Talento Humano

Carrera

Loja – Ecuador, noviembre 2022

INDICE DE CONTENIDO

FICHA TECNICA.....	68
INDICE DE CONTENIDO.....	69
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	70
GLOSARIO DE TERMINOS.....	72
MARCO LEGAL.....	74
DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA.....	75
CUADRO COMPARATIVO DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS.....	77
ACTIVIDADES DE PROPUESTA DE ACCION.....	78
CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES.....	86
PRESUPUESTO.....	88
RESULTADOS ESPERADOS.....	89

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Casa Hogar Betania de Zamora, es una organización de la Sociedad Civil sin fines de lucro con personería jurídica obtenida mediante acuerdo ministerial N° 00017-2009 de fecha 23 diciembre del 2009, otorgado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), se rige por los estatutos establecidos y su reglamento interno.

Casa Hogar Betania de Zamora ofrece una atención integral a los grupo prioritarios como son adultos mayores y personas con todo tipo de discapacidad ofreciendo sus servicios en nutrición, terapias y cuidado integral a todos sus usuarios que son referidos a nivel provincial, zonal y Nacional a través de distintos convenios financiados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Zamora, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Zamora Chinchipe y Ministerio de Inclusión Económica y Social en proyectos dirigidos a la atención de Personas Adultas Mayores y Personas con Discapacidad; cuenta con sus propias instalaciones , acorde a las necesidades con espacios verdes e infraestructura adecuada que requiere cada usuario, personal capacitado y multidisciplinario, mismos que le permiten brindar una atención de calidad con calidez.

Filosofía Institucional

Misión

Brindar una atención integral de calidad con calidez satisfaciendo las necesidades de los grupos más vulnerables, ofreciendo los eficientes cuidados indispensables para su bienestar físico, mental y social

Visión

Ser una organización social referente a nivel provincial y nacional por la atención a las personas correspondientes a los grupos prioritarios en la restitución y cumplimiento de sus derechos con el fin de lograr una calidad de vida digna en esta población

Valores:

- ✓ **Solidaridad:** Compartir el mismo sentir en los momentos de alegría y angustia

- ✓ **Empatía:** Tratar a todos los usuarios con el mismo amor y respeto que nos gustaría ser tratados a nosotros o a los nuestros.
- ✓ **Respeto:** Expresamos nuestro respeto independientemente de su raza, religión, sexo todos compartimos los mismos derechos
- ✓ **Seguridad:** Brindar el espacio necesario para poder suplir todas las necesidades de cada usuario
- ✓ **Inclusión:** Integrar a todos los grupos de atención vulnerables, a formar parte de nuestra organización

GLOSARIO DE TERMINOS

A

Análisis: es el proceso de dividir un tema complejo o sustancia en partes más pequeñas para obtener una mejor comprensión de él. (Beaney, 2012)

Asertividad: es una forma de comportamiento caracterizada por una declaración firme o la afirmación de una declaración sin necesidad de prueba. (Arellano, 2003)

E

Estrategia: es un plan general para lograr uno o más objetivos a largo plazo o generales en condiciones de incertidumbre (Westreicher, Economipedia, 2020)

F

Fidelización: es un concepto de marketing que designa la lealtad de un cliente a una marca, producto o servicio concretos, que compra o a los que recurre de forma continua o periódica (Gómez O. , 2012)

Factibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, es decir, si es posible cumplir con las metas que se tienen en un proyecto, tomando en cuenta los recursos con los que se cuenta para su

realización. (Anonimo, Wikipedia, 2011)

G

Gestión: es un conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo. (Westreicher, Economipedia, 2020)

H

Herramientas digitales: son aquellos programas de software que propician el aprendizaje activo y colaborativo, simplifican las tareas de aprendizaje y junto con los repositorios constituyen un acervo que evita

R

Retroalimentación: es un mecanismo por el cual una cierta proporción de la salida de un sistema se redirige a la entrada, con señales de controlar su comportamiento. (Anonimo, Real Academia de Ingeniería de España, 2014)

T

Técnicas: es el conjunto de procedimientos, reglas, normas, acciones y protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo, ya sea en el campo de la informática, las ciencias, el arte, el actividad. (Silva Suárez, 2008)

MARCO LEGAL

Ley Orgánica de Comunicación

Art. 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador

Plan Creando Oportunidades del Gobierno Nacional periodo 2021-2025

Eje Económico

Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.

Casa Hogar Betania de Zamora al contar con el reglamento Interno de trabajo de Aprobado según Resolución N°MRL-DRTSP7-2014-0584-R2-FZ; en el mismo no está considerado la parte de la comunicación organizacional motivo por el cual se propone el plan de comunicación interna para su revisión, aprobación e implementación para los colaboradores de esta institución de ayuda social

DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

La organización social civil Casa Hogar Betania de Zamora de la ciudad de Zamora, presta su servicio en la atención a las personas de grupos prioritarios brindando una atención integral a todos sus usuarios residentes que son referidos de todas partes del país, recibiendo atención prioritaria y especializada, así como también protección contra toda forma de violencia; garantizando una protección integral de sus derechos.

Por otra parte, actualmente esta institución atraviesa por un déficit de comunicación efectiva entre sus colaboradores; se evidencia actualmente que existen problemas para recibir o brindar una información de manera correcta; luego de las entrevistas realizadas a sus directivos se pudo conocer que no existe un plan de comunicación interna que dirija a los colaboradores para poder actuar cuando se enfrente estas situaciones de mala comunicación; Por tanto, se realiza la propuesta de implementar un plan de comunicación interna para establecer estrategias, herramientas, canales y medios que favorezcan la fluidez de la comunicación de todos los colaboradores, de esta manera mejorara el desempeño de cada uno de ellos, el trabajo en equipo; de esta manera los colaboradores se alinearan a los objetivos y metas organizacionales.

CUADRO COMPARATIVO DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Tabla 2
Cuadro comparativo ventajas y desventajas

CUADRO COMPARATIVO	
Ventajas	Desventajas
✓ Mejora la productividad	✓ Toma de decisiones no efectivas
✓ Colaboradores involucrados y motivados	✓ Resistencia hacia la implantación de un plan de comunicación interna
✓ Cultura organizacional fortalecida	✓ Mucha sobrecarga de información
✓ Mejora la calidad de vida en el trabajo	✓ Flujo lento de la información
✓ Colaboradores comprometidos con su trabajo	
✓ Menor rotación de personal	
✓ Reducción de gastos económicos	
✓ Aumento de participación y liderazgo	
✓ Activación de canales y medios de comunicación.	

Nota: Referencia a la tabla del cuadro comparativo de ventajas y desventajas de un plan de comunicación interna para CHBZ para el año 2022

PROPUESTA DE ACCION

Tabla 3.
Propuesta de Acción

Área a Intervenir	Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta	Actividades	Tiempo	Medio de Verificación	Responsable
Motivación	Fomentar la confianza y la comunicación entre directivos y colaboradores	Intercambiar información, consejos y experiencias sobre el trabajo y la organización.	Obtener un bienestar laboral para todos los colaboradores	Diseñar un cronograma de incentivos laborales no económicos	Medio Plazo	Evidencias documentales, instrumentales y/o audiovisuales intrínsecos al objetivo	Talento Humano
Participación e Interactividad	Promover la integración de las áreas de trabajo	Fomentar un entorno de trabajo colaborativo	Mejorar las relaciones interpersonales	Actividades lúdicas con estrategias de fortalecimiento de trabajo en equipo	Mediano Plazo	Evidencias documentales, instrumentales y/o audiovisuales intrínsecos al objetivo	Talento Humano
Estrategias de Comunicación	Dar a conocer Tipos de Comunicación Interna	Manejar adecuadamente los procesos de comunicación con base a la información necesaria	Proporcionar el intercambio de información y opiniones con los miembros de la institución	Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se maneja en CHBZ	Mediano Plazo	Evidencias documentales, instrumentales y/o audiovisuales intrínsecos al objetivo	Talento Humano
Comunicación Organizacional	Definir y recomendar estrategias para una comunicación interna	Generar una comunicación fluida y toma de decisiones asertivas	Gestionar y coordinar de forma estratégica la comunicación	Propuesta de Plan Comunicación Interna	Corto Plazo	Evidencias documentales, instrumentales y/o audiovisuales	Talento Humano

ACTIVIDADES DE PROPUESTA DE ACCION

Tabla 4

Área de Intervención 1

AREA 1

Perspectivas	Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta
Motivación	Fomentar la confianza y la comunicación entre directivos y colaboradores	Lealtad y compromiso con la institución.	Obtener un bienestar laboral para todos los colaboradores

Nota: Referencia de la tabla al área de actividad 1 tomado de la fuente de la autora de investigación en el año 2022

Actividad 1: Diseñar un cronograma de incentivos laborales para la institución

Tabla 1

Cronograma de incentivos no económicos

CRONOGRAMA DE INCENTIVOS NO ECONOMICO				
INCENTIVO	PARTICIPANTES	OBJETIVO	SECUENCIA	RESPONSABLE
Reconocimiento a méritos y logros alcanzados	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Destacar la eficiencia del mejor colaborador en la institución	Mensual	Talento Humano
Incentivos de Tiempo Ofrecer 1 hora de ocio dentro de su horario laboral	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Recompensar su desempeño que lo motiven a seguir comprometido con el trabajo que realiza	Mensual	Talento Humano
Conmemorar su fecha de cumpleaños	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Elogiar al colaborador para motivarlo y que se sienta valorado y retribuido por su trabajo	Mensual	Talento Humano

Nota: Referencia a la tabla de incentivos no económicos tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Responsable: Departamento de Talento GH

Recursos: Salón social y espacios al aire libre

Tiempo: Mensual

A quien va dirigido: Todo el personal que labora en CHBZ

Presupuesto

No asciende ningún costo monetario

Finalidad: Motivar al personal aumentando en ellos el impulso necesario para que ponga énfasis al realizar las actividades y funciones encomendadas, aumentando la productividad y reconocimiento de la organización.

AREA 2

Perspectivas	Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta
Participación e interactividad	Promover la integración de las áreas de trabajo	Fomentar un entorno de trabajo colaborativo	Mejorar las relaciones interpersonales

Nota: Referencia de la tabla al área de actividad 1 tomado de la fuente de la autora de investigación en el año 2022

Actividad: Actividades lúdicas con estrategias de fortalecimiento de trabajo en equipo con la técnica Ojos vendados

Tabla 2
Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES					
HORARIO	TIEMPO	ACTIVIDAD	RESPONSABILIDAD	PARTICIPANTES	INSUMOS
09:00 09:15	15 min	Registro de Asistencia	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Registro de Asistencia Tableros esferos
9:15 09:30	30min	Saludo y Bienvenida	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Equipo Audiovisual
09:30 10:00	30min	Presentación de todos los participantes	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Colaboradores presentes
10:00 10:30	30min	Explicación y comprensión de la Actividad	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Recurso Humano y vendas
10:30 11:00	30 min	Dinámicas y actividades	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Recursos a disposición
11:00 11:15	15 min	Refrigerio	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Break

Nota: Referencia de la tabla de la actividad 2 tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Pasos a Seguir:

- ✓ Registro de Asistencia
- ✓ Formar equipos de 5 personas
- ✓ Explicación de la actividad
- ✓ Un delegado de cada grupo se vendará los ojos y el resto del equipo le guiará por los obstáculos que se disponga en el momento de la actividad
- ✓ Refrigerio
- ✓ Culminación con la intervención de los colaboradores exponiendo la experiencia vivida en la presente actividad.

Rango de Horario: Mensual

Responsable: Talento Humano

A quien va dirigido: Todo el personal que labora en CHBZ

Presupuesto

Tabla 3

Presupuesto de la actividad 2

Detalle	Valor
Break- Coffe	\$70,00
Mesas	-
Sillas	-
Proyector	-
Total	\$70,00

Nota: Referencia de la tabla del presupuesto de la actividad 2 tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Finalidad: Integrar a todos los colaboradores para mejorar las relaciones interpersonales y con ello la comunicación interna efectiva

Área 3

Tabla 4

Actividad 3

Área de Intervención	Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta
Estrategias de comunicación	Dar a conocer Tipos de Comunicación Interna	Manejar adecuadamente los procesos de comunicación con base a la información necesaria	Proporcionar el intercambio de información y opiniones con los miembros de la institución

Nota: Referencia de la tabla del presupuesto de la actividad 4 tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Actividad: Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se maneja en CHBZ



Pasos a Seguir:

- ✓ Dar a conocer los cuatro tipos de comunicación (ascendente -descendente- horizontal y diagonal) que rigen en CHBZ mediante infografías difundida en su plataforma institucional
- ✓ Infografía con estrategias para fortalecer la comunicación interna efectiva
- ✓ Utilización del canal de comunicación más efectivo y actualmente implantado WhatsApp para poner a conocimiento información interpersonal y organizacional
- ✓ Implementación de herramientas digitales como correo institucional, revista digital institucional

Rango de Tiempo: Mensual

Responsable: Talento Humano

A quien va dirigido: Todo el Personal CHBZ

Recursos: Plataforma institucional, WhatsApp, correo electrónico, estafeta institucional

Presupuesto

No se utiliza recurso económico

Finalidad: Dar a conocer las estrategias, canales de comunicación para fortalecer o mejorar la fluidez de la información en cada área de trabajo.

Área 4

Tabla 5

Actividad 4

Área de Intervención	Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta
Comunicación Organizacional	Definir y recomendar estrategias que direccionen una comunicación interna	Generar una comunicación fluida y toma de decisiones asertivas	Gestionar y coordinar de forma estratégica la comunicación

Nota: Referencia de la actividad 4 tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Actividad 4: Propuesta de Plan Comunicación Interna

Análisis Situación Actual

La propuesta de un Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora del Cantón Zamora, tiene la finalidad de que los colaboradores y directivos implementen una adecuada y correcta difusión de la información administrativa, técnica, operativa y de servicios generales que se genera durante los procesos que se realiza en la institución, para que sean encaminadas de forma adecuada y así aportar a desarrollar procesos de comunicación que sujeten a llevar un bienestar laboral adecuado y positivo entre todos los directivos y colaboradores. Por otra parte, luego del acercamiento con los colaboradores y directivos mediante las encuestas y entrevistas se pudo evidenciar que la institución tiene la necesidad de contar con un plan de comunicación interna para poder direccionar a los colaboradores mediante pautas que ayuden a mejorar o fortalecer la fluidez de la información en cada área de trabajo.

Figura 7
Análisis FODA



Nota: Referencia de la figura de la actividad 2 tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Objetivos

Conseguir un mensaje unificado basado en la filosofía de la institución Casa Hogar Betania de Zamora para el público interno y externo con el objetivo de desarrollar los procesos mediante un bienestar laboral favorable que favorezcan a impulsar el reconocimiento y acciones de la organización.

Público

Casa Hogar Betania de Zamora podrá disponer de un Plan de Comunicación Interna efectivo donde se ha plasmado las necesidades y falencias que deben ser corregidas mediante las estrategias proyectadas en el cual podrá contribuir a fortalecer un ambiente laboral satisfactorio para todos quienes laboral en esta institución de ayuda social.

Tabla 26

Beneficios

Beneficios del Plan de Comunicación Interno	
Interno	Externos
✓ Permite una comunicación más homogénea	✓ Promoción del servicio y atención que brinda la institución
✓ Definir la estrategia más asertiva para la organización	✓ Promoción de la imagen institucional
✓ Favorece al desarrollo personal de los colaboradores	✓ Reconocimiento de las instituciones y organizaciones de labor social.
✓ Disminución de conflictos por desinformación o malos entendidos	✓ Coordinación para distintas actividades entre instituciones públicas y privadas
✓ Aumenta el sentido de pertenencia hacia la organización.	✓ Campañas y publicidad asertivas
✓ Toma de decisiones asertivas	

Nota: Referencia de la tabla de los beneficios del plan de comunicación interna tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Definir Estilos de comunicación

Tabla 27

Estilos de comunicación

Estilos de comunicación	Objetivo	Estrategia	Actividad	Metodología	Recursos	Tiempo
Estilo de comunicación Pasivo	Implantar la confianza de los colaboradores hacia los directivos.	Estrategia de confianza	Intercambio de experiencias acerca del servicio brindado	Establecer el último viernes de manera trimestral donde los colaboradores testificaran acerca del trabajo que realizan hacia los grupos vulnerables	Recursos Humano y materiales	Trimestral
Estilo de comunicación agresivo	Promover la facilidad de comunicación asertiva evitando los conflictos y desacuerdos	Plantear una manera segura y saludable de liberar su enojo	Elaboración de técnicas que ayuden a facilitar una comunicación sin conflictos durante las actividades en equipos de trabajo.	La planificación los tema para ejecutar mediante actividades dinámicas para su mayor comprensión	Recursos Humano y materiales	Semestral
Comunicación Pasivo-agresivo	Mejorar las relaciones interpersonales	Promover las calma y ética profesional	Desarrollar reuniones de trabajo acerca de la empatía	Durante la ejecución de esta actividades se	Recursos Humano y materiales	Semestral

			en situaciones de conflicto	hacia demás.	los	promoverá los estados de frustración, miedo y otros que se viven en el ámbito laboral.		
Estilo de comunicación asertivo	Promover la participación y comunicación asertiva de los colaboradores hacia el público interno y externo de la organización	Fortalecer un ambiente laboral con la confianza de realizar las actividades y lograr un impacto positivo	Realizar actividades como búsqueda de tesoro para fomentar la comunicación, participación de los colaboradores	Realizar las actividades es espacios de áreas verdes para poder desarrollar estas actividades en lugares donde los colaboradores liberen el estrés laboral	Recursos Humanos y materiales			Mensual

Nota: Referencia de la tabla de los estilos de comunicación tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Presupuesto

Tabla 6

Presupuesto Plan de Comunicación

Detalle	Valor
Socialización, lugar	-
Material Digital e Infocus	-
Inversión de recursos humanos (Diseñador gráfico, publicista) para Difusión	\$300,00
Total	\$300,00

Nota: Referencia de la tabla del presupuesto de las áreas de intervención tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Medios de publicidad

Para las campañas publicitarias para el plan de comunicación interno para los colaboradores de la institución se realizará en los siguientes medios: página web de la institución, redes sociales (Facebook y Twitter) , estafeta institucional y revistas digitales.

Ejecución y evaluación

Para realizar la ejecución del presente plan de comunicación interna se desarrollará mediante una socialización a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora para ello se realizará mediante una invitación donde constará lo siguiente

Figura 8

Invitación de la socialización



Nota: Referencia de la figura de la actividad 2 tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

Evaluación

Para realizar la evaluación del plan de comunicación interna para Casa Hogar Betania de Zamora se requerirá una reunión de trabajo de manera periódica con todos los colaboradores para tener la noción de la capacidad de conocimientos adquiridos y conocer si es necesaria realizar una retroalimentación.

CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES

Tabla 7
Cronograma actividades

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES											
		TIEMPO – MES											
		OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Diseñar un cronograma incentivos laborales no económicos	Talento Humano	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Actividades lúdicas con estrategias de fortalecimiento de trabajo en equipo	Talento Humano			X			X			X			X
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación	Talento Humano	X			X				X				X
Propuesta de Plan Comunicación Interna	Talento Humano	X											

Nota: Referencia de la tabla del cronograma de ejecución de la propuesta del plan de comunicación interna tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

PRESUPUESTO

Tabla 8
Presupuesto

PRESUPUESTO	
Área de intervención – Motivación	
Diseñar un cronograma de incentivos laborales no económicos para la institución	\$00,00
Área de Intervención Participación e interactividad	
Actividades lúdicas con estrategias de fortalecimiento de trabajo en equipo	\$70,00
Área de intervención – Estrategias de Comunicación	
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se maneja en CHBZ	\$00,00
Área de intervención – Comunicación Organizacional	
	\$300,00
Propuesta de Plan Comunicación Interna	
TOTAL	\$370,00

Nota: Referencia de la tabla del presupuesto de las áreas de intervención para el plan de comunicación interna tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2022

RESULTADOS ESPERADOS

- Ayudar a mejorar la fluidez de la información de manera asertiva donde los colaboradores tengan conocimientos de cuáles son los medios y canales de comunicación para agilizar los procesos y brindar una atención de calidad con calidez.
- Dar a conocer a los colaboradores los tipos de comunicación interna para que el intercambio de información sea idónea, clara y asertiva entre los equipos de trabajo
- Aumentar la productividad organizacional y personal de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora, permitiendo tener colaboradores comprometidos, eficientes, participativos, eficientes y productivos

10.5 MEDIO DE SOCIALIZACIÓN

La presente socialización del Proyecto de Titulación denominado PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA EN EL CANTÓN ZAMORA EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE DURANTE EL PERIODO 2022, se realizará en las instalaciones de la institución al equipo técnico y coordinación de forma presencial.

10.6 MATERIAL VISUAL UTILIZADO



▼

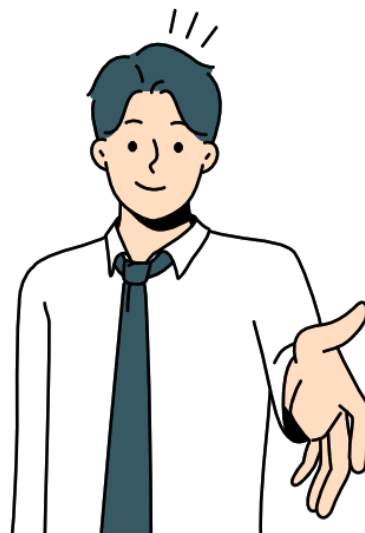
**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE CASA HOGAR
BETANIA DE ZAMORA DEL CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA
CHINCHIPE PARA EL PERIODO 2022**



► **PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

Casa Hogar Betania de Zamora, es una organización de la Sociedad Civil sin fines de lucro con personería jurídica obtenida mediante acuerdo ministerial N° 00017-2009 de fecha 23 diciembre del 2009, otorgado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), se rige por los estatutos establecidos y su reglamento interno.

Casa Hogar Betania de Zamora ofrece una atención integral a los grupo prioritarios como son adultos mayores y personas con todo tipo de discapacidad ofreciendo sus servicios en nutrición, terapias y cuidado integral a todos sus usuarios que son referidos a nivel provincial, zonal y Nacional a través de distintos convenios financiados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Zamora, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Zamora Chinchipe y Ministerio de Inclusión Económica y Social en proyectos dirigidos a la atención de Personas Adultas Mayores y Personas con Discapacidad.





► MARCO LEGAL

Ley Orgánica de Comunicación



Art. 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador



Plan Creando Oportunidades del Gobierno Nacional periodo 2021-2025
Eje Económico



Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.



Casa Hogar Betania de Zamora al contar con el reglamento Interno de trabajo de Aprobado según Resolución N°MRL-DRTSP7-2014-0584-R2-FZ; en el mismo no está considerado la parte de la comunicación organizacional motivo por el cual se propone el plan de comunicación interna para su revisión, aprobación e implementación para los colaboradores de esta institución de ayuda social

► Diagnóstico de la empresa

Actualmente esta institución atraviesa por un déficit de comunicación efectiva entre sus colaboradores; se evidencia que existe problemas para recibir o brindar una información de manera correcta; luego de las entrevistas realizadas a sus directivos se pudo conocer que no existe un plan de comunicación interna que dirija a los colaboradores para poder actuar cuando se enfrente estas situaciones de mala comunicación;



▶ Cuadro comparativo de ventajas y desventajas

Ventajas	Desventajas
✓ Mejora la productividad	✗ Toma de decisiones no efectivas
✓ Colaboradores involucrados y motivados	✗ Resistencia hacia la implantación de un plan de comunicación interna
✓ Cultura organizacional fortalecida	✗ Mucha sobrecarga de información
✓ Mejora la calidad de vida en el trabajo	✗ Flujo lento de la información
✓ Colaboradores comprometidos con su trabajo	
✓ Menor rotación de personal	
✓ Reducción de gastos económicos	
✓ Aumento de participación y liderazgo	
✓ Activación de canales y medios de comunicación.	





▶ ÁREAS A INTERVENIR

ÁREA 1: MOTIVACION

Actividad 1: Diseñar un cronograma de incentivos laborales para la institución



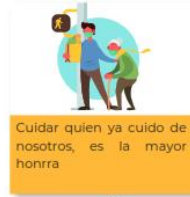
INCENTIVO	PARTICIPANTES	OBJETIVO	SECUENCIA	RESPONSABLE
Brindar capacitaciones, talleres y herramientas de aprendizaje	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Motivar a los colaboradores a la mejora continua	Cada tres meses	Talento Humano
Reconocimiento a méritos y logros alcanzados	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Destacar el desempeño eficiente al realizar las actividades	Mensual	Talento Humano
Incentivos de Tiempo, ofrecer 1 hora dentro de su horario laboral	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Optimizar el tiempo al colaborador para que lidiar con su vida personal o laboral	Mensual	Talento Humano
Tiempo de ocio- Team Bulding	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Permitir que los colaboradores se relajen y desconecten para seguir dando lo mejor.	Cada tres meses	Talento Humano



▶ **ÁREAS A INTERVENIR**

ÁREA 2: Cultura Organizacional

Actividad 1: Creación de mensajes claves de la filosofía institucional



MENSAJES CLAVES PARA CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA



▶ **ÁREAS A INTERVENIR**

ÁREA 3: Clima Organizacional

Actividad 1: Diseñar cronograma con fechas conmemorativas de la institución



▶ **ÁREAS A INTERVENIR**

ÁREA 4: Estrategias de Comunicación

Actividad 1: Taller con la técnica conocida de Ojos vendados.



Pasos a Seguir:

- Registro de Asistencia
- Formar equipos de 5 personas
- Explicación de la actividad
- Un delegado de cada grupo se vendará los ojos y el resto del equipo le guiará por los obstáculos que se disponga en el momento de la actividad
- Refrigerio
- Culminación con la intervención de los colaboradores exponiendo la experiencia vivida en la presente actividad.



▶ **ÁREAS A INTERVENIR**

ÁREA 5: Comunicación Organizacional

Actividad 1: Propuesta de Plan Comunicación Interna



LUGAR	FECHA	PARTICIPANTES
Salón social de la Organización	7 de Octubre de 2022	Todo el personal que labora en la organización
RESPONSABLES	RECURSOS	
Departamento de Talento Humano	Proyector Memoria Portatil Presentación Power Point	

► PRESUPUESTO

Área de Intervención - Motivación		Valor
Diseñar un cronograma de incentivos laborales para la institución		235,00
Capacitación sobre el Empowerment		225,00
Área de Intervención - Cultura Organizacional		
Creación de mensajes claves de la filosofía institucional		265,00
Realizar un cronograma de publicaciones en la red social para difusión		245,00
Área de Intervención - Clima Organizacional		
Realizar espacios de Team Bulding para la integración de los colaboradores		890,00
Diseñar cronograma con fechas conmemorativas de la institución y colaboradores		450,00
Área de Intervención - Estrategias de Comunicación		
Establecer políticas de comunicación interna para conocimiento de los colaboradores		400,00
Taller con la técnica conocida de Ojos vendados.		275,00
Área de Intervención - Comunicación Organizacional		
Definir y recomendar estrategias que direccionen una comunicación interna asertiva		550,00
Propuesta de Plan Comunicación Interna		750,00
TOTAL		4285,00

RESULTADOS ESPERADOS

- ✓ Mediante la implementación del plan de comunicación interna se mejorará la comunicación dentro de las áreas de trabajo de la organización, permitiendo agilizar los procesos para brindar una atención de calidad y calidez.
- ✓ Promover la fluidez de la comunicación a través de dar a conocer los tipos y estilos de comunicación asertiva entre equipos de trabajo para un ambiente laboral positivo y eficiente
- ✓ Contar con las estrategias necesarias para poder dirigir la fluidez de la comunicación en las áreas de trabajo para todos estén alineados con los objetivos organizacionales.
- ✓ Aumentar la productividad organizacional y personal de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora, permitiendo tener colaboradores comprometidos, eficientes, participativos y eficientes.



10.7 ENTREGA DE RESULTADOS



Entrega impresa del Brochure de Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora

11 CONCLUSIONES

- Casa Hogar Betania de Zamora al no poseer un plan de comunicación interna que facilite definir estrategias, canales y flujos de comunicación han llevado que haya fricción en las áreas de trabajo, ante ello luego del levantamiento de información mediante encuestas y entrevistas a los directivos y colaboradores están predispuestos a recibir un manual que ayuden a mejorar la comunicación asertiva y fluida en las áreas de trabajo
- En el desarrollo de la investigación permitió conocer cuáles son las falencias y necesidades de comunicación entre las áreas de trabajo y poder proponer las estrategias que constan en el plan de comunicación interna para su implementación y aplicación.
- La propuesta de Implementación un Plan de Comunicación Interna para Casa Hogar Betania de Zamora, se la realiza en base a que la comunicación es la base fundamental para el desarrollo de cualquier empresa y por lo tanto es necesaria en esta institución para que puedan brindar un servicio eficiente a este grupo de atención prioritaria
- El objetivo de esta investigación fue el proponer un plan de comunicación interna donde permita dar a conocer las estrategias necesarias para mejorar la comunicación asertiva y con ello aumentar la productividad y el éxito organizacional.

12 RECOMENDACIONES

- Se recomienda que Casa Hogar Betania de Zamora realice la difusión de las políticas establecidas para fortalecer la comunicación interna, las mismas que pueden ser difundidas a través de su página institucional y del canal informal más utilizado como lo es el WhatsApp
- Así mismo se sugiere que se realice las actividades integración de los colaboradores donde se pueda evaluar mediante encuestas, test o entrevistas la información acerca de la comunicación que mantienen en las áreas de trabajo para poder mejorar o retroalimentar estrategias que ayuden a una comunicación asertiva y fluida.
- Se recomienda a la organización social la revisión del presente manual donde constan actividades estrategias que ayudaran a reforzar la comunicación entre las áreas de trabajo y de esta manera garantizar la acogida favorable para el desarrollo del mismo.
- Se recomendable a Casa Hogar Betania de Zamora implementar el plan de comunicación interna que facilitara la información asertiva con los canales y flujos de comunicación necesarias para mejorar la productividad de la institución.

13 BIBLIOGRAFÍA

- Aloy, J. A. (2005). *Comunicación Interna en la Empresa*. En J. A. Aloy, *Comunicación Interna en la Empresa*. Barcelona: (Oberta UOC Publishing, SL),.
- Anónimo. (29 de 11 de 2011). *Wikipedia*. Recuperado el 20 de 7 de 2022, de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>
- Anónimo. (2014). *Real Academia de Ingeniería de España*. Recuperado el 20 de 7 de 2022, de Real Academia de Ingeniería de España: <https://es.wikipedia.org/wiki/Realimentaci%C3%B3n>
- Anónimo. (17 de 8 de 2017). *REBOL*. Recuperado el 21 de 4 de 2022, de <https://www.acceso360.com/5-consecuencias-de-una-mala-comunicacion-interna/#:~:text=Se%20generan%20conflictos%20y%20situaciones,su%20comunicaci%C3%B3n%2C%20reputaci%C3%B3n%20e%20imagen>.
- Arellano, R. (2003). *Dorland's Medical Dictionary*. Recuperado el 20 de 7 de 2022, de Dorland's Medical Dictionary: <https://es.wikipedia.org/wiki/Asertividad>
- Beaney, M. (2012). *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Recuperado el 20 de 7 de 2022, de The Stanford Encyclopedia of Philosophy: <https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis>
- Benitez Torres, T. (04 de Junio de 2018). Marco Institucional ITSS. *Marco Institucional ITSS*. Loja, Loja, Ecuador. Recuperado el 04 de Junio de 2018
- Brandoline, A. (2009). *Comunicación Interna*. Buenos Aires, La Crujía, Brasil: Editorial La Crujía y Editorial DIRCOM. Recuperado el 31 de 5 de 2022, de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69725/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Buelvas, C. (14 de 9 de 2014). *Ekos*. Recuperado el 27 de 4 de 2022, de Ekos: kosnegocios.com/articulo/comunicacion-en-las-empresas-ecuatorianas#:~:text=Tras%20la%20evolución%20de%20la,liderazgo%20en%20el%20entorno%20competitivo.
- Calderon, N. P. (2017). Plan de Comunicación Interna. Obtenido de <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10331/NOMBERTO%20V ERA-PEREZ%20CALDERON.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camus, J. C. (2009). Tienes 5 segundos. En J. C. Camus, *Tienes 5 segundos* (pág. 60). Santiago - Chile: Escuela de periodismo Universidad Diego Portales.
- Carillo, M. V. (2005). La Nueva Publicidad Digital. *Servicios Digitales y Contenidos Interactivos que Generen 'Experiencias' en los Consumidores*, Red de Revistas Científicas de América Latina,.
- Chavez, J. C. (2015). *Epistemología y metodología*. Mexico D. F: Grupo Editorial Patria. Recuperado el 31 de 5 de 2022
- Contreras, F. G. (Noviembre de 2015). *www.scielo.conicyt.cl*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34292015000400014
- digitales, R. (2016 de 2016). *gredos.usal.es*. Obtenido de <https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/131421/Recursos%20digitales.pdf;jsessionid=2FAF24A5DC69516014CEFB1943F26DDF?sequence=1>
- Dimagi. (2 de 2020). *kionetworks*. Obtenido de kionetworks: <https://www.kionetworks.com/blog/aplicaciones/tecnicas-y-beneficios-de->

- recoleccion-de-datos-digitales#:~:text=La%20recolecti%C3%B3n%20de%20datos%20es,todos%20los%20campos%20de%20estudio.
- Egas, E. Y. (25 de 1 de 2018). *Revista Espacio*. Recuperado el 21 de 4 de 2022, de Revista Espacio: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>
- Escobedo, J. M. (2014). Ista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa. *La Difusión del Trabajo Académico Como Parte Fundamental de la Mercadotecnia Educativa*.
- Espinosa de Rios, M., & Morillo Vivanco, R. A. (1993). *Nociones Básicas de Investigación Científica*. Loja: Gradimar.
- Fabbri, M. S. (1998). Técnicas de Investigación- La Observación. *Instituto Ciencias Humanas*, 1-3.
- Fernández, I. G. (2016). *Universitat Obertade Catalunya*. Obtenido de <http://disseny.recursos.uoc.edu>: <http://disseny.recursos.uoc.edu/recursos/dis-marca/4-los-colores-2/>
- Ferreño, E. (26 de agosto de 2018). *Profesional Review*. Obtenido de www.profesionalreview.com: <https://www.profesionalreview.com/2018/08/26/adobe-indesign-que-es/>
- García-Valcárcel Muñoz-Repiso, G.-V. (2016 de 2016). *gredos.usal.es*. Obtenido de Recursos digitales para la mejora de la enseñanza y el aprendizaje: <https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/131421/Recursos%20digitales.pdf;jsessionid=2FAF24A5DC69516014CEFB1943F26DDF?sequence=1>
- Gil, E. P. (2002). Identidad y nuevas tecnologías. www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/gil0902/gil0902.html.
- Gómez, A. P. (2004). *La cultura escolar en la sociedad neoliberal*. Málaga: Morata, cuarta edición.
- Gómez, O. (22 de 8 de 2012). *Wikipedia*. Recuperado el 20 de 7 de 2022, de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Fidelizaci%C3%B3n>
- Guzman, V. (2012). *Comunicación Organizacional*. Mexico: Red tercer milenio. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49550498/Guzman_2012._Comunicacion_organizacional-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1653538816&Signature=ZuO8WFEE2IABdE~jnxwLbe71Oii5wVDtawHaWT8Fuzh8Ky5swgH5X8eQ1Ymom-VKLGgwb7oL2wq5PEvIgcNmuI1D-oLyUMYGv-5k2hPXvDSqjlxospw
- Guzman, V. (2012). Vanessa Guzman . (ISBN 978-607-733-062-2). Recuperado el 23 de 5 de 2022, de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49550498/Guzman_2012._Comunicacion_organizacional-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1653371436&Signature=JNjwiA3HrXQTIJO~5WI9PcJJwS87svMaA1HKO70CrgIDlqAiy8b3hWgDmJghHrK7dMIEk~jQFb18u5NbgWrF3A1JD5viVkiZtGQaZHqGwr0iGan2Fj
- Hectony, C. (12 de 10 de 2012). *Modelo de Gestión Comunicacional*. Recuperado el 21 de 4 de 2022
- investigación, T. e. (2008). *academia.edu*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41375407/Tecnicas_e_Instrumentos_Material_de_clases_1.pdf?response-content-

- disposition=inline%3B%20filename%3DTecnicas_e_Instrumentos_Material_de_clas.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AK
- Kaufmann-Argueta, J. (Febrero de 2014). Publicidad Tradicional a la Digital. *Universidad de Navarra*.
- línea, R. d. (2009 de 2009). *www.dialnetunirioja.es*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi50rXQqbfqAhVChOAKHQxiBdwQFjAJegQIBRAB&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4781052.pdf&usg=AOvVaw1ApWv0Fo6A2fTXpVr6wF7Y>
- María Eugenia Sánchez Ramos. (2013). *fido.palermo.edu*. Obtenido de [fido.palermo.edu: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/049A7.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/049A7.pdf)
- Martin, J. S. (2005). *La estructura del metodo Fenomenologico*. Editorial UNED.
- Martinez, C. (S/F). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/instrumentos-investigacion-documental-campo/>
- Millan, G. O. (Mayo 2015). Hermenéutica analógica, verdad y método. . *Diánoia*, 155-163.
- Morales, L. R. (2015). Metodos de Diseño. 1-6.
- Murillo, J. (2006). La entrevista. *Torreçilla*, 1-6.
- Olivero Sánchez , F. R., & Navas Montes , Y. (2010). Calidad de la Educación Superior en América Latina. En F. R. Olivero Sánchez, & Y. Navas Montes, *Calidad de la Educación Superior en América Latina* (pág. 30; 1). Cuba: Editorial Universitaria. Recuperado el 18 de 06 de 2018, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliosudamericanojasp/detail.action?docID=3188503&query=Calidad%20de%20educaci%C3%B3n%20superior%20para%20america%20latina>
- Orange, F. (2016). *fundaciónorange.es*. Obtenido de http://www.fundacionorange.es/wp-content/uploads/2016/11/eE_La_transformacion_digital_del_sector_educacion-1.pdf
- Quijada, D. F. (2014). Tecnologías de la persuasión.
- Ramirez, A. (17 de 3 de 2017). *ESPOK*. Recuperado el 21 de 4 de 2022, de <https://www.expoknews.com/causas-de-una-mala-comunicacion-interna/>
- Ramirez, M. M. (2014). *RRAAE*. Recuperado el 21 de 4 de 2022, de [RRAAE: https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UNL_bde3beed35aa3ee8548a1a5ddacffe49](https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UNL_bde3beed35aa3ee8548a1a5ddacffe49)
- Ramos, E. (2008). Metodos y Tecnicas de Investigacion. *Gestiopolis*, 20.
- Robles, F. (S/F). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/disenom-etodologico-investigacion/>
- Rubio, P. M. (2018). REVISTA CIENTÍFICA DE DOCENCIA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL. *REVISTA CIENTÍFICA DE DOCENCIA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL*.
- Saenz, C. L. (s.f.). *Pinterest*. Recuperado el 30 de 5 de 2022, de [Pinterest: https://www.pinterest.es/pin/499336677438475555/](https://www.pinterest.es/pin/499336677438475555/)
- Sánchez Ramos, M. E. (2012). El Concepto Diseño en el taller de Diseño: Reflexiones Teóricas. *Insigne Visual*, 6.
- Silva Suárez, M. (2008). *Real Academia de Ingeniería*. Recuperado el 20 de 7 de 2022, de [Real Academia de Ingeniería: https://es.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9cnica](https://es.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9cnica)
- Tena Suck , A. (1995). Manual de Investigación Documental: Elaboración de tesinas. Ilustrada, erimpresa. Obtenido de

- https://books.google.com.ec/books?id=jl8UIVp1xJIC&dq=que+es+el+metodo+femenologico+de+investigacion&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Torres, C. (2010). Universidad Técnica de Ambato. Especialización en Bibliotecología y documentación.
- Unidas, N. (S/F). *academicimpact.un.org*. Recuperado el 18 de Junio de 2018, de academicimpact.un.org:
<https://academicimpact.un.org/es/content/educaci%C3%B3n-superior>
- Vicerrectoría Académica Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. (2018). *Biblioteca.ucv.cl*. Recuperado el 20 de Junio de 2018, de http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/metodos_tecnicas_investigacion.php
- Weller, M. (2011). *Producción Académica*.
- Westreicher, G. (6 de 8 de 2020). *Economipedia*. Recuperado el 20 de 7 de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>
- Westreicher, G. (7 de 8 de 2020). *Economipedia*. Recuperado el 20 de 7 de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/gestion.html>
- Whinsay, A. (s.f.). *Pinteres*. Recuperado el 24 de 5 de 2022, de Pinteres: http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Interna.pdf

14.ANEXOS

14.1PRESUPUESTO

Tabla 29.

Presupuesto

Rubros	Unidad De Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Proceso de Titulación(Matriculación)	unidad	1	\$986,00	\$986,00
Pen drive	unidad	2	\$ 15	\$30.00
Impresiones	hojas	170	\$ 0.05 b/n 0.25 color	\$ 14.50
Anillado	unidad	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Suministros de Of.	unidad	10	\$ 5.00	\$50.00
Empastado	unidad	2	\$ 30.00	\$ 60.00
Internet (6 meses)	mensual	12	\$ 22.00	\$ 264.00
Hojas valoradas	unidad	4	\$ 2.00	\$ 8.00
SERVICIOS VARIOS				
Transporte	unidad	20	\$ 20.00	\$400,00
Alimentación	valor total	15	\$ 2.50	\$ 37.50
Llamadas telefónicas de coordinación	valor total	200mt	\$10.00	\$ 10.00
Producto Final(Brochure)	varios	3	\$ 50.00	\$150.00
Imprevistos	unidad	3	\$ 30.00	\$90.00
Diseñador Grafico	unidad	1	\$100.00	\$100,00
TOTAL			\$1277,55	\$2259,50

14.3 OFICIO SOLICITUD A LA EMPRESA



Loja, 23 de junio de 2022

P. Stanislaw Wróbel Túrek
DIRECTOR EJECUTIVO DE CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA
 Presente. -

De nuestra consideración:

Reciba usted un cordial y atento saludo de parte de quienes hacemos la carrera de Gestión del Talento Humano del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, así mismo permítanos llegar con deseos de éxito en las labores que usted muy acertadamente dirige.

En calidad de Director de Titulación, he considerado oportuno plantear el tema denominado **“Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora del Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe durante el periodo 2022”**, el que busca contribuir de manera directa a los procesos de gestión efectiva de uno de los recursos más importantes de la empresa como lo es el recurso humano y así mejorar la productividad de la institución y el buen desempeño de los colaboradores y trabajadores a su cargo.

Para la ejecución del proyecto antes mencionado se asignó al estudiante **Evelyn Mariuxi Buri Paccha** con C.I 1900739168, mismo que necesita de su previa autorización para el levantamiento de información, investigación in situ o virtual y socialización de la propuesta de acción en la entidad a la que usted direcciona y precede.

A la espera de su gentil atención y aprobación nos despedimos agradeciéndole de antemano su predisposición y colaboración para que la academia a través de la investigación contribuya al desarrollo y bienestar organizacional.

Atentamente,

Ing. Jackson Michael Quevedo, Mgs
DIRECTOR DEL PROYECTO

Evelyn Mariuxi Buri Paccha
ESTUDIANTE RESPONSABLE

Email: emburi01@tecnologicosudamericano.edu.ec
 Contacto: 0992107793

**CASA HOGAR BETANIA
 DE ZAMORA
 RECIBIDO**

Fecha: 23/6/2022 Hora: 14:23
 En Hoja: 1 FIRMA

14.4 OFICIO DE ACEPTACION PARA LA EJECUCION DEL PROYECTO



CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA
 Dirección: Barrio La Chacra avenida del Ejército, junto a la Plaza Cívica
 Contactos: 072315054/072315021
 Email: hogarbetaniazamora@hotmail.com

Zamora, 1 de julio del 2022
 Ofic.N°00000161- CHBZ- 2022

Ing. Jackson Quevedo. Mgs
DIRECTOR DEL PROYECTO ISTS
 Ciudad. _

De mis consideraciones:

Por medio del presente me dirijo a Usted con un cordial saludo y deseándole éxitos en sus funciones a Usted encomendadas y a la vez, manifestar lo siguiente:

En respuesta al oficio innumerado con fecha 23 de junio del presente año, en cual su persona solicita la autorización para que la Estudiante Evelyn Mariuxi Buri Paccha con número de cédula 1900739168, se autorice el levantamiento de información para realizar el Proyecto de investigación denominado “ Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora del Cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe para el año 2022, mismo que una vez analizado se pone a su conocimiento que el mismo queda aprobado, por lo cual se brindara la apertura necesaria para realizar dicho proyecto antes mencionado.

Particular que informo para los fines pertinentes

Atentamente

CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA
 R.U.C. 1990909039001
 Dir. Av. del Ejército Telf. 2315054
 Email: deonostro@hotmail.com
 ZAMORA - ECUADOR

P. Stanislaw H. Wróbel T.
DIRECTOR EJECUTIVO DE CASA HOGAR BETANIA ZAMORA

14.5 CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN – VICERRECTORADO



VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 13 de Julio del 2022
Of. N° 430 -VDIN-ISTS-2022

Sr.(ita). BURI PACCHA EVELYN MARIUXI
ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTION DEL TALENTO HUMANO
Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el anteproyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA DEL CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL PERIODO 2022**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Mgs. JACKSON MICHAEL QUEVEDO JUMBO.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,

Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.

VICERRECTOR DE DESARROLLO E INNOVACION DEL ISTS



Matriz: Miguel Riofrío 156-25 entre Sucre y Bolívar. Telfs: 07-2587258 / 07-2587210 Pagina Web:
www.tecnologicosudamericano.edu.ec

14.6 OFICIO DE SOLICITUD PARA SOCIALIZACION



Zamora, 12 de septiembre de 2022

P. Stanislaw Henryk Wróbel Túrek
DIRECTOR EJECUTIVO DE CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA

Presente. -

De nuestra consideración:

Reciba usted un cordial y atento saludo de parte de quienes hacemos la carrera de Gestión del Talento Humano del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, así mismo permítanos llegar con deseos de éxito en las labores que usted muy acertadamente dirige.

En calidad de Director de Titulación, solicito de la manera más cordial se indique la **fecha, hora y responsable** para el proceso de socialización de los resultados finales del tema investigación denominado **"Plan De Comunicación Interna Para Los Trabajadores De Casa Hogar Betania De Zamora En El Cantón Zamora En La Provincia De Zamora Chinchipe Durante El Periodo 2022"**, ejecutado por la estudiante Evelyn Mariuxi Buri Paccha con C.I 1900739168, y mismos que necesitan de su previa autorización para coordinar dicha actividad.

De esta manera queremos contribuir de manera directa a los procesos de gestión efectiva de uno de los recursos más importantes de la empresa como lo es el recurso humano y así mejorar la productividad de la institución y el buen desempeño de los colaboradores y trabajadores a su cargo.

A la espera de su gentil atención y aprobación nos despedimos agradeciéndole de antemano su predisposición y colaboración para que la academia a través de la investigación contribuya al desarrollo y bienestar organizacional.

Atentamente,

Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo Mgs.

DIRECTOR DEL PROYECTO

Evelyn Mariuxi Buri Paccha

ESTUDIANTE RESPONSABLE

**CASA HOGAR BETANIA
 DE ZAMORA**

RECIBIDO

Fecha: 11/09/2022 Hora: 8:30

No. Hojas: 1

FIRMA

14.7 OFICIO DE RESPUESTA PARA SOCIALIZACION



CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA
 Dirección: Barrio La Chacra avenida del Ejército, junto a la Plaza Cívica
 Contactos: 072315054/072315021
 Email: hogarbetaniazamora@hotmail.com

Zamora, 12 de septiembre del 2022
 Ofic.N°00000212- CHBZ- 2022

Ing. Jackson Quevedo. Mgs
RESPONSABLE DEL PROYECTO DE VINCULACION ISTS
 Ciudad. _

De mis consideraciones:

Por medio del presente me dirijo a Usted con un cordial saludo y deseándole éxitos en sus funciones a Usted encomendadas y a la vez, manifestar lo siguiente:

En respuesta al oficio innumerado con fecha 12 de septiembre del presente año, en cual su persona solicita indicar fecha, hora y responsables para realizar el proceso de socialización del proyecto de investigación denominado "Plan de Comunicación Interna para los Trabajadores de Casa Hogar Betania de Zamora en el Cantón Zamora en la provincia de Zamora Chinchipe durante el periodo 2022" ejecutado por la estudiante Evelyn Mariuxi Buri Paccha con número de cédula 1900739168, se pone a su conocimiento que se dará apertura para dicho proceso el día miércoles 14 de septiembre del presente año a las 14h00 pm en las instalaciones de nuestra entidad, la misma que debe ser coordinada con la Leda. Yomaira Rojas Coordinadora y socializada al equipo técnico de nuestra institución.

Particular que informo para los fines pertinentes

Atentamente

CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA
 R.U.C. 1990909039001
 Dir. Av. del Ejército Telf. 2315054
 Email: deonostro@hotmail.com
 ZAMORA - ECUADOR

P. Stanislaw H. Wróbel T.
DIRECTOR EJECUTIVO DE CASA HOGAR BETANIA ZAMORA

14.8 CERTIFICADO DE EJECUCION DEL PROYECTO



Dirección: Barrio La Chacra avenida del Ejército, junto a la Plaza Cívica
 Contactos: 072315054, Email: hogarbetaniazamora@hotmail.com

P. Stanislaw Wróbel Túreck, **DIRECTOR EJECUTIVO DE CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA**, a petición de parte interesada y en forma legal:

CERTIFICO:

Que la estudiante **Evelyn Mariuxi Buri Paccha** portadora de la cédula de Ciudadanía N.º 1900739168, ha realizado la respectiva socialización y entrega de resultados de su proyecto de titulación denominado **Plan de Comunicación Interna para los Colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora del Cantón Zamora, de la Provincia de Zamora Chinchipe para el periodo 2022**, al equipo técnico y coordinación de nuestra institución

Es todo cuanto puedo certificar, autorizando a la interesada hacer uso del presente documento para los fines que estime conveniente de forma legal y pertinente.

Zamora, 19 de septiembre 2022

CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA
 R.U.C. 1990909039001
 Dir. Av. del Ejército Telf. 2315054
 Email: deonostro@hotmail.com
 ZAMORA - ECUADOR

P. Stanislaw Wróbel T.
DIRECTOR EJECUTIVO DE
CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA

14.9 CERTIFICACION DE ABSTRACT



CERTIF. N° 018-KC-ISTS-2022
Loja, 21 de Octubre de 2022

La suscrita, Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño., **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

CERTIFICA:

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera de la señorita **BURI PACCHA EVELYN MARIUXI** estudiantes en proceso de titulación periodo Abril – Noviembre 2022 de la carrera de **TALENTO HUMANO**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.

English is a piece of cake!

Checked by:

Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño
ENGLISH TEACHER

Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño.
DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS

14.10 ENCUESTA APLICADA

ENCUESTA

Estimado/a reciba un cordial saludo de parte de la carrera de la Tecnología de Gestión de Talento Humano del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano. La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información sobre nuestro proyecto de titulación denominado; **Plan de Comunicación Interna para los Colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora del Cantón Zamora, de la Provincia de Zamora Chinchipe para el periodo 2022**, cuyo objetivo es fortalecer la comunicación interna dentro de los colaboradores de la institución. Es de vital importancia la mayor confiabilidad y transparencia del mismo, ya que los datos proporcionados serán utilizados con fines académicos

1. ¿Edad?
 - 21 – 30 años ()
 - 31 – 40 años ()
 - 41 – 55 años ()
 - 56 en adelante ()
2. ¿Genero?
 - Masculino ()
 - Femenino ()
3. ¿Formación académica?
 - Primaria Básica ()
 - Bachiller ()
 - Tercer Nivel ()
 - Cuarto Nivel ()
4. ¿Área de Trabajo que pertenece Usted?
 - Administrativo ()
 - Técnico ()
 - Operativo ()
 - Servicios Generales ()
5. ¿Tiempo de Empleabilidad dentro de la institución?

Menos de 1 año

1-2 años

2-5 años

5 años en adelante

6. ¿Usted considera que dentro de la institución existe una correcta comunicación Interna??
Si ()
No ()
7. ¿Usted tiene conocimiento que existe un Plan de comunicación Interna dentro de la Institución?
Si ()
No ()
8. ¿Usted tiene conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permitan una comunicación fluida dentro de su área de trabajo?
Si ()
No ()
9. ¿Cree usted que la información que Usted transmite a sus compañeros es comprendida correctamente?
Si ()
No ()
Talvez ()
10. ¿Tiene conocimiento de los Beneficios de tener un Plan de Comunicación Interna dentro de una institución?
Si ()
No ()
Talvez ()
11. ¿Le gustaría a Usted que se implemente un Plan de Comunicación Interna para tener una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de institución?
Si ()
No ()
Talvez ()

12. ¿Cree usted que la comunicación interna favorecerá que los colaboradores conozcan los valores de la institución?
- Si ()
- No ()
- Talvez ()
13. ¿Qué le gustaría a usted que contenga un Plan de Comunicación Interna?
- Estrategias de Comunicación ()
- Canales de Comunicación ()
- Definición de Objetivos ()
- Público Objetivo ()
- Calendario de Ejecución ()
- Plan de Acción ()
- Evaluación y Control ()
14. ¿Le gustaría a usted que su opinión sea acogida para poder desarrollar un Plan de Comunicación Interna que ayude a mejorar su desempeño laboral?
- Si ()
- No ()
- Talvez ()
15. ¿De las siguientes actividades? ¿Cuáles considera adecuadas para que la institución ponga a su conocimiento un Plan de Comunicación Interna?
- Taller Presencial ()
- Vía On-line ()
- Memorándum ()
16. ¿Cree usted que es factible implementar un Plan de Comunicación Interna dentro de la institución?
- Si ()
- No ()
- Talvez ()
17. ¿Considera usted que Casa Hogar Betania de Zamora debe invertir en la implementación de un Plan de Comunicación Interna para que sus colaboradores realicen sus funciones de manera eficiente?

Si ()

No ()

Talvez ()

18. ¿Cuándo usted trabaja en equipo la comunicación es determinante para que se ejecuten bien las actividades asignadas?

Si ()

No ()

Talvez ()

19. ¿Usted considera necesario realizar una retroalimentación sobre el Plan de Comunicación Interna que se va a implementar para todos los colaboradores?

Si ()

No ()

Talvez ()

20. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que le den a conocer el Plan de comunicación Interna de la institución?

Correo personal ()

Grupos de WhatsApp ()

Red Social Facebook ()

Gracias por su Colaboración

14.11 ENTREVISTA APLICADA

ENTREVISTA

Estimado/a reciba un cordial saludo de parte de la carrera de la Tecnología de Gestión de Talento Humano del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano. El motivo de la presente es solicitarle de la manera más cordial la aplicación de una entrevista con preguntas abiertas con el fin de levantar información para el proyecto de investigación denominado; **Plan de Comunicación Interna para los Colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora del Cantón Zamora, de la Provincia de Zamora Chinchipe para el periodo 2022.**

Nombres y Apellidos:

Cargo en la Organización:

Tiempo de Empleabilidad:

Cantidad de Personal a cargo

1. ¿Qué es para usted la Comunicación Interna dentro de su lugar de Trabajo?
2. ¿Usted considera que un Plan de Comunicación Interna mejora la productividad de sus colaboradores?
3. ¿Para usted cuáles son los retos que tiene la institución para fortalecer la comunicación entre todos sus colaboradores?
4. ¿Usted cree conveniente implementar un Plan de Comunicación Interna que facilite la comunicación asertiva entre todos sus colaboradores?
5. ¿Usted por qué considera importante un plan de comunicación interna dentro de las áreas de trabajo?

6. ¿Para usted cuáles serían las principales razones para poder realizar un Plan de comunicación Interna para la institución?
7. ¿Usted Considera una prioridad fortalecer la Comunicación entre los colaboradores y directivos para mejorar los procesos dentro de la institución?
8. ¿Usted utilizaría un Plan de Comunicación Interna como estrategia para retroalimentar a los colaboradores acerca de sus funciones y de esta manera alinearlos con los objetivos organizacionales?

Gracias por Colaboración

14.12 PLAN DE SOCIALIZACIÓN

Tabla 32.

Plan de Capacitación

Fecha	Herramienta utilizada	Actividades	Objetivo	Contenido socializado	Día	Hora	Observaciones
2022/9/14	Presentación Power Point Infocus	Socializar el Proyecto de Titulación sobre la Propuesta de Implementación de un plan de Comunicación Interna	Dar a conocer la importancia, beneficios y objetivo de un plan de comunicación interna	Portada Presentación de la Empresa Marco legal Cuadro comparativo de Ventajas y Desventajas Intervención de las cinco áreas Presupuesto Resultados Esperados	Miércoles	14h00	Ninguna

Nota: Referencia de la tabla del plan de socialización del plan de comunicación interna para Casa Hogar Betania de Zamora tomado de la fuente de la autora de investigación del año 2022

El día miércoles 14 de septiembre del 2022 a las 14h00pm se realizó la socialización de la propuesta de acción del presente proyecto de titulación de forma presencial. Se contó con la presencia del equipo técnico y coordinación de la organización social, en la misma se menciona la conformidad y aceptación con la propuesta planteada, además de quedar interesados de la culminación e implementación del Plan de Comunicación Interna para la institución.

14.13 REGISTRO DE ASISTENCIA A LA SOCIALIZACION DEL PROYECTO



Dirección: Barrio La Chacra avenida del Ejército, junto a la Plaza Cívica
 Contactos: 072315054, Email: hogarbetaniazamora@hotmail.com

REGISTRO DE SOCIALIZACION DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA DEL CANTÓN ZAMORA, DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL PERIODO 2022

NOMBRES Y APELLIDOS	CÉDULA	FIRMA
Yamaira Rojas	1104923444	
Mayra Tapia S	110449176 4	
Jhon Bryan Ahoa	1105146383	
Rocío Lopo A	110445493-7	
Evelyn Vargas	1150436113	

P. Stanislaw Henryk Wróbel Turek

CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA
 R.U.C. 1990909039001
 Dirección: del Ejército Telf. 2315054
 Email: deonostro@hotmail.com
 ZAMORA - ECUADOR

DIRECTOR EJECUTIVO CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA

14.14 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL PROCESO

FASE 1

Figura 31.

Recopilación de información bibliográfica



Figura 30

Investigación de un plan de comunicación interna



Nota: Referencia de la figura de la recopilación de información bibliográfica para el plan de comunicación interna de Casa Hogar Betania de Zamora en el año 2022

FASE 2*Figura 32**Entrevista Recursos Humanos*

Nota: Referencia a la figura de la entrevista realizada a los directivos de CHBZ para el año 2022

*Figura 33**Encuesta Colaboradores*

Nota: Referencia a la figura de encuesta realizada a los colaboradores de CHBZ para el año 2022

SOCIALIZACIÓN

Figura 34

Socialización del Proyecto de Investigación



Nota: Referencia a la figura a la socialización realizada al equipo técnico de CHBZ para el año 2022

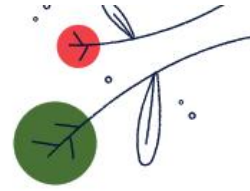
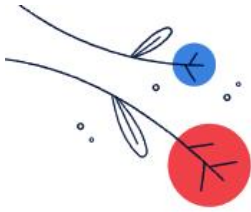
Figura 35

Socialización Equipo Técnico



Nota: Referencia a la figura a la socialización realizada al equipo técnico de CHBZ para el año 2022

ENTREGA DE RESULTADOS



PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE CASA HOGAR
BETANIA DE ZAMORA DEL CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE
PARA EL PERIODO 2022



Noviembre 2022
LOJA-ECUADOR

FICHA TECNICA

Buri Paccha Evelyn Mariuxi
Autora

Ing., Jackson Quevedo Mgs.
Director

Lic. Susana Ramón
Jefe de Recursos Humanos CHBZ
Revisado por

Lic. Johana Córdova Tobar, Mgs.
Aprobado por

Tecnología Superior de Gestion de Talento Humano
Carrera

Loja – Ecuador, noviembre 2022



INDICE DE CONTENIDO

FICHA TECNICA	--
INDICE DE CONTENIDO	--
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	--
GLOSARIO DE TERMINOS	--
MARCO LEGAL	--
DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA	--
CUADRO COMPARATIVO DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS	--
ACTIVIDADES DE PROPUESTA DE ACCION	--
CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES	--
PRESUPUESTO	--
RESULTADOS ESPERADOS	--



PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Casa Hogar Betania de Zamora, es una organización de la Sociedad Civil sin fines de lucro con personería jurídica obtenida mediante acuerdo ministerial N° 00017-2009 de fecha 23 diciembre del 2009, otorgado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), se rige por los estatutos establecidos y su reglamento interno. Casa Hogar Betania de Zamora ofrece una atención integral a los grupo prioritarios como son adultos mayores y personas con todo tipo de discapacidad

ofreciendo sus servicios en nutrición, terapias y cuidado integral a todos sus usuarios que son referidos a nivel provincial, zonal y Nacional a través de distintos convenios financiados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Zamora, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Zamora Chinchipe y Ministerio de Inclusión Económica y Social en proyectos dirigidos a la atención de Personas Adultas Mayores y Personas con Discapacidad.



Filosofía Institucional

Misión

Brindar una atención integral de calidad con calidez satisfaciendo las necesidades de los grupos más vulnerables, ofreciendo los cuidados eficientes e indispensables para su bienestar físico, mental y social

Visión

Ser una organización social referente a nivel provincial y nacional por la atención a las personas correspondientes a los grupos prioritarios en la restitución y cumplimiento de sus derechos con el fin de lograr una calidad de vida digna en esta población

Valores

- **Solidaridad:** Compartir el mismo sentir en los momentos de alegría y angustia
- **Empatía:** Tratar a todos los usuarios con el mismo amor y respeto que nos gustaría ser tratados a nosotros o a los nuestros.
- **Respeto:** Expresamos nuestro respeto independientemente de su raza, religión, sexo todos compartimos los mismos derechos
- **Seguridad:** Brindar el espacio necesario para poder suplir todas las necesidades de cada usuario
- **Inclusión:** Integrar a todos los grupos de atención vulnerables, a formar parte de nuestra organización.





GLOSARIO DE TERMINOS

A

Análisis: es el proceso de dividir un tema complejo o sustancia en partes más pequeñas para obtener una mejor comprensión de él. (Beaney, 2012)

Asertividad: es una forma de comportamiento caracterizada por una declaración firme o la afirmación de una declaración sin necesidad de prueba. (Arellano, 2003)

E

Estrategia: es un plan general para lograr uno o más objetivos a largo plazo o generales en condiciones de incertidumbre (Westreicher, 2020)

F

Fidelización: es un concepto de marketing que designa la lealtad de un cliente a una marca, producto o servicio concretos, que compra o a los que recurre de forma continua o periódica (Gómez, 2012)

Factibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, es decir, si es posible cumplir con las metas que se tienen en un proyecto, tomando en cuenta los recursos con los que se cuenta para su realización. (Anónimo, 2011)

G

Gestión: es un conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo. (Westreicher, 2020)

H

Herramientas digitales: son aquellos programas de software que propician el aprendizaje activo y colaborativo, simplifican las tareas de aprendizaje y junto con los repositorios constituyen un acervo que evita

R

Retroalimentación: es un mecanismo por el cual una cierta proporción de la salida de un sistema se redirige a la entrada, con señales de controlar su comportamiento. (Anónimo, 2014)

T

Técnicas: es el conjunto de procedimientos, reglas, normas, acciones y protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo, ya sea en el campo de la informática, las ciencias, el arte, el deporte, la educación o en cualquier otra actividad. (Silva Suárez, 2008)

MARCO LEGAL



Ley Orgánica de Comunicación

Art. 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador



Plan Creando Oportunidades del Gobierno Nacional periodo 2021-2025

Eje Económico

Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.



Casa Hogar Betania de Zamora al contar con el reglamento Interno de trabajo de Aprobado según Resolución N°MRL-DRTSP7-2014-0584-R2-FZ;

En el mismo no está considerado la parte de la comunicación organizacional motivo por el cual se propone el plan de comunicación interna para su revisión, aprobación e implementación para los colaboradores de esta institución de ayuda social



DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA



Por otra parte, actualmente esta institución atraviesa por un déficit de comunicación efectiva entre sus colaboradores; se evidencia actualmente que existe problemas para recibir o brindar una información de manera correcta; luego de las entrevistas realizadas a sus directivos se pudo conocer que no existe un plan de comunicación interna que dirija a los colaboradores para poder actuar cuando se enfrente estas situaciones de mala comunicación;

Por tanto, se realiza la propuesta de implementar un plan de comunicación interna para establecer estrategias, herramientas, canales y medios que favorezcan la fluidez de la comunicación de todos los colaboradores, de esta manera mejorara el desempeño de cada uno de ellos, el trabajo en equipo; de esta manera los colaboradores se alinearan a los objetivos y metas organizacionales.

Cuadro comparativo de ventajas y desventajas

Ventajas	Desventajas
✓ Mejora la productividad	✗ Toma de decisiones no efectivas
✓ Colaboradores involucrados y motivados	✗ Resistencia hacia la implantación de un plan de comunicación interna
✓ Cultura organizacional fortalecida	✗ Mucha sobrecarga de información
✓ Mejora la calidad de vida en el trabajo	✗ Flujo lento de la información
✓ Colaboradores comprometidos con su trabajo	
✓ Menor rotación de personal	
✓ Reducción de gastos económicos	
✓ Aumento de participación y liderazgo	
✓ Activación de canales y medios de comunicación.	



Area 1

ACTIVIDADES DE PROPUESTA DE ACCIÓN

Perspectivas

Motivación

Objetivo Estratégico

Fomentar la confianza y la comunicación entre directivos y colaboradores.

Indicadores

Lealtad y compromiso con la institución.

Meta

Obtener un bienestar laboral para todos los colaboradores.

Actividad 1:

Diseñar un cronograma de incentivos laborales para la institución

CRONOGRAMA DE INCENTIVOS NO ECONÓMICO

INCENTIVO	PARTICIPANTES	OBJETIVO	SECUENCIA	RESPONSABLE
Reconocimiento a méritos y logros alcanzados	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Destacar la eficiencia del mejor colaborador en la institución	Mensual	Talento Humano
Incentivos de Tiempo Ofrecer 1 hora de ocio dentro de su horario laboral	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Recompensar su desempeño que lo motiven a seguir comprometido con el trabajo que realiza	Mensual	Talento Humano
Conmemorar su fecha de cumpleaños	Personal Administrativo, Técnico, Operativo, Servicios Generales	Elogiar al colaborador para motivarlo y que se sienta valorado y retribuido por su trabajo	Mensual	Talento Humano

Responsable: Departamento de Talento GH
Recursos: Salón social y espacios al aire libre
Tiempo: Mensual
A quien va dirigido: Todo el personal que labora en CHBZ



Presupuesto

No asciende ningún costo monetario

Finalidad:

Motivar al personal aumentando en ellos el impulso necesario para que ponga énfasis al realizar las actividades y funciones encomendadas, aumentando la productividad y reconocimiento de la organización.



Área 2

Área de Intervención	Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta
Participación e interactividad	Promover la integración de las áreas de trabajo	Fomentar un entorno de trabajo colaborativo	

Actividad 1:

Actividades lúdicas con estrategias de fortalecimiento de trabajo en equipo con la técnica Ojos vendados

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

HORARIO	TIEMPO	ACTIVIDAD	RESPONSABILIDAD	PARTICIPANTES	INSUMOS
09:00 09:15	15 min	Registro de Asistencia	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Registro de Asistencia Tableros esferos
9:15 09:30	30min	Saludo y Bienvenida	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Equipo Audiovisual
09:30 10:00		Presentación sobre definición principios Presentación sobre	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Colaboradores presentes
10:00 10:30	30min	Ventajas del Empowerment	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Recurso Humano y vendas
10:30 10:45	15min	Refrigerio	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Recursos a disposición
10:45 11:15	30min	Dinámicas y actividades grupales para fortalecer el tema impartido	Talento Humano	Todo el Personal CHBZ	Break



Pasos a Seguir:

- Registro de Asistencia
- Formar equipos de 5 personas
- Explicación de la actividad
- Un delegado de cada grupo se vendará los ojos y el resto del equipo le guiará por los obstáculos que se disponga en el momento de la actividad
- Refrigerio
- Culminación con la intervención de los colaboradores exponiendo la experiencia vivida en la presente actividad.

Rango de Horario: Mensual

Responsable: Talento Humano

A quien va dirigido: Todo el personal que labora en CHBZ



Presupuesto

Detalle	Valor
Break- Coffe	\$70,00
Mesas	-
Sillas	-
Proyector	-
Total	\$70,00

Finalidad:

Integrar a todos los colaboradores para mejorar las relaciones interpersonales y con ello la comunicación interna efectiva

Área 3

Área de Intervención	Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta
Estrategias de comunicación	Estrategias de comunicación	Manejar adecuadamente los procesos de comunicación con base a la información necesaria	Proporcionar el intercambio de información y opiniones con los miembros de la institución

Actividad:

Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se maneja en CHBZ



Pasos a Seguir:

- *Dar a conocer los cuatro tipos de comunicación (ascendente -descendente- horizontal y diagonal) que rigen en CHBZ mediante infografías difundida en su plataforma institucional*
- *Infografía con estrategias para fortalecer la comunicación interna efectiva*
- *Utilización del canal de comunicación más efectivo y actualmente implantado WhatsApp para poner a conocimiento información interpersonal y organizacional*
- *Implementación de herramientas digitales como correo institucional, revista digital institucional*

14

▶ PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE CASA HOGAR BETANIA DE ZAMORA DEL CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL PERIODO 2022

Rango de Horario: Mensual
Responsable: Talento Humano
A quien va dirigido: Todo el personal de CHBZ
Recursos: Plataforma institucional, WhatsApp, correo electrónico, estafeta institucional



Presupuesto

No asciende ningún costo monetario

Finalidad:

Dar a conocer las estrategias, canales de comunicación para fortalecer o mejorar la fluidez de la información en cada área de trabajo.



Área 4

Área de Intervención	Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta
Comunicación Organizacional	Definir y recomendar estrategias que direccionen una comunicación interna	Generar una comunicación fluida y toma de decisiones asertivas	Gestionar y coordinar de forma estratégica la comunicación

Actividad 4:

Propuesta de Plan Comunicación Internav

Análisis Situación Actual

La propuesta de un Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora del Cantón Zamora, tiene la finalidad de que los colaboradores y directivos implementen una adecuada y correcta difusión de la información administrativa, técnica, operativa y de servicios generales que se genera durante los procesos que se realiza en la institución, para que sean encaminadas de forma adecuada y así aportar a desarrollar procesos de comunicación que sujeten a llevar un bienestar laboral adecuado y positivo entre todos los directivos y colaboradores. Por otra parte, luego del acercamiento con los colaboradores y directivos mediante las encuestas y entrevistas se pudo evidenciar que la institución tiene la necesidad de contar con un plan de comunicación interna para poder direccionar a los colaboradores mediante pautas que ayuden a mejorar o fortalecer la fluidez de la información en cada área de trabajo.

FORTALEZAS

- Atención integral de calidad con calidez
- Cuidado eficiente indispensable para su bienestar físico, mental y social
- Reconocimiento a nivel provincial y nacional
- Experiencias de servicio dirigido a estos grupos de atención prioritarios
- Infraestructura propia



F

OPORTUNIDADES

- Genera Fuentes de trabajos
- Genera Convenios con empresas públicas y privadas
- Promueve el Servicio social
- Promover la restitución y cumplimiento de sus derechos con el fin de lograr una calidad de vida digna



O

DEBILIDADES

- Falta de médicos estables
- Falta de recursos económicos propios
- Desembolsos económicos tardíos



D

AMENAZAS

- Falta de recursos económicos a tiempo
- Crisis sanitaria (Covid19)
- Disminución de recursos económicos por parte de las instituciones del estado



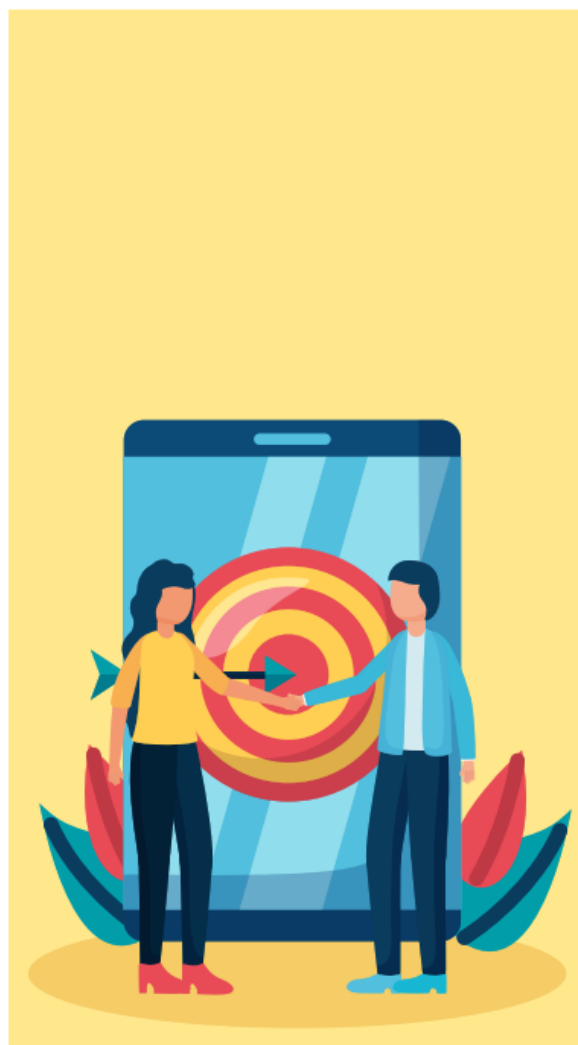
A

Objetivo

Conseguir un mensaje unificado basado en la filosofía de la institución Casa Hogar Betania de Zamora para el público interno con el objetivo de desarrollar los procesos mediante un bienestar laboral favorable que favorezcan a impulsar el reconocimiento y acciones de la organización.

Público

Casa Hogar Betania de Zamora podrá disponer de un Plan de Comunicación Interna efectivo donde se ha plasmado las necesidades y falencias que deben ser corregidas mediante las estrategias proyectadas en el cual podrá contribuir a fortalecer un ambiente laboral satisfactorio para todos quienes laboran en esta institución de ayuda social



Beneficios del Plan de Comunicación Interno


Interno	Externos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Permite una comunicación más homogénea ✓ Definir la estrategia más asertiva para la organización ✓ Favorece al desarrollo personal de los colaboradores ✓ Disminución de conflictos por desinformación o malos entendidos ✓ Aumenta el sentido de pertenencia hacia la organización. ✓ Toma de decisiones asertivas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción del servicio y atención que brinda la institución ✓ Promoción de la imagen institucional ✓ Reconocimiento de las instituciones y organizaciones de labor social. ✓ Coordinación para distintas actividades entre instituciones públicas y privadas ✓ Campañas y publicidad asertivas



Estilos de comunicación implantar

Estilos de comunicación	Objetivo	Estrategia	Actividad	Metodología	Recursos	Recursos
Estilo de comunicación Pasivo	Implantar la confianza de los colaboradores hacia los directivos.	Estrategia de confianza	Intercambio de experiencias acerca del servicio brindado	Establecer el último viernes de manera trimestral donde los colaboradores testimoniaran acerca del trabajo que realizan hacia los grupos vulnerables	Recursos Humanos y materiales	Trimestral
Estilo de comunicación agresivo	Promover la facilidad de comunicación asertiva evitando los conflictos y desacuerdos	Plantear una manera segura y saludable de liberar su enojo	Elaboración de técnicas que ayuden a facilitar una comunicación sin conflictos durante las actividades en equipos de trabajo.	La planificación los temas para ejecutar mediante actividades dinámicas para su mayor comprensión	Recursos Humanos y materiales	Semestral
Comunicación Pasivo-agresivo	Mejorar las relaciones interpersonales	Promover la calma y ética profesional en situaciones de conflicto	Desarrollar reuniones de trabajo acerca de la empatía hacia los demás.	Durante la ejecución de estas actividades se promoverá los estados de frustración, miedo y otros que se viven en el ámbito laboral.	Recursos Humanos y materiales	Semestral
Estilo de comunicación asertivo	Promover la activa participación y comunicación asertiva de los colaboradores hacia el público interno y externo de la organización	Fortalecer un ambiente laboral con la confianza de realizar las actividades y lograr un impacto positivo	Realizar actividades como búsqueda de tesoro para fomentar la comunicación, participación de los colaboradores	Realizar las actividades en espacios de áreas verdes para poder desarrollar estas actividades en lugares donde los colaboradores liberen el estrés laboral	Recursos Humanos y materiales	Mensual

Presupuesto



	Detalle	Valor
	Socialización, lugar	-
	Material Digital e Infocus	-
	Inversión de recursos humanos (Diseñador gráfico, publicista) para Difusión	\$300,00
	Total	\$300,00

Medios de publicidad

Para las campañas publicitarias para el plan de comunicación interno para los colaboradores de la institución se realizará en los siguientes medios: página web de la institución, redes sociales (Facebook y Twitter), estafeta institucional y revistas digitales

Ejecución y evaluación

Para realizar la ejecución del presente plan de comunicación interna se desarrollará mediante una socialización a los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora para ello se realizará mediante una invitación donde constará lo siguiente



Socialización plan de comunicación interna

Casa Hogar Betania de Zamora



Evaluación

Para realizar la evaluación del plan de comunicación interna para Casa Hogar Betania de Zamora se requerirá una reunión de trabajo de manera periódica con todos los colaboradores para tener la noción de la capacidad de conocimientos adquiridos y conocer si es necesaria realizar una retroalimentación.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Responsable	TIEMPO / MES											
		Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Diseñar un cronograma de incentivos laborales para la institución	Talento Humano	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X
Actividades lúdicas con estrategias de fortalecimiento de trabajo en equipo	Talento Humano			X			X			X			X
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación	Talento Humano	X			X				X			X	
Propuesta de Plan Comunicación Interna	Talento Humano	X											

Presupuesto

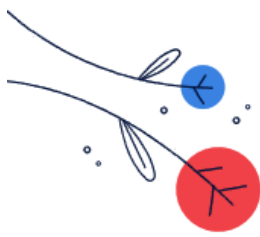
<i>Área de intervención - Motivación</i>	<i>Valor</i>
Diseñar un cronograma de incentivos laborales no económicos para la institución	\$00,00
<i>Área de Intervención Participación e interactividad</i>	
Actividades lúdicas con estrategias de fortalecimiento de trabajo en equipo	\$70,00
<i>Área de intervención - Estrategias de Comunicación</i>	
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se maneja en CHBZ	\$00,00
<i>Área de intervención - Comunicación Organizacional</i>	
Propuesta de Plan Comunicación Interna	\$300,00
TOTAL \$ 370,00	



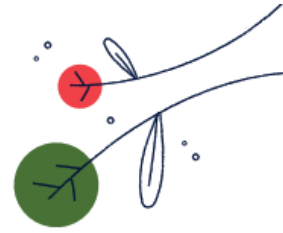
RESULTADOS ESPERADOS

- *Ayudar a mejorar la fluidez de la información de manera asertiva donde los colaboradores tengan conocimientos de cuáles son los medios y canales de comunicación para agilizar los procesos y brindar una atención de calidad con calidez.*
- *Dar a conocer a los colaboradores los tipos de comunicación interna para que el intercambio de información sea idónea, clara y asertiva entre los equipos de trabajo*
- *Aumentar la productividad organizacional y personal de los colaboradores de Casa Hogar Betania de Zamora, permitiendo tener colaboradores comprometidos, eficientes, participativos, eficientes y productivos*





www.soydelsuda.com



Loja-Ecuador
2022



📍 **Campus Loja**
Miguel Riofrío 156-26 Sucre y Bolívar

📞 096 801 5134
📱 /institutosudamericano Loja

Evoluciona. ¡Sé parte del Suda...!