

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO**



## **TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO**

### **TEMA**

**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS  
COLABORADORES DEL EDIFICIO CENTRAL DEL CUERPO DE  
BOMBEROS DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL  
AÑO 2023**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN LA CARRERA DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO**

### **AUTORA**

**Yunga Lima Mayra Liliana**

### **DIRECTOR**

**Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.**

**Loja, 04 de mayo 2023**

**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 DEL EDIFICIO CENTRAL DEL CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2023; el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, 04 de mayo 2023



Firmado electrónicamente por:  
JACKSON MICHAEL  
QUEVEDO JUMBO

f.....

**Ing. Jackson Michael Quevedo, Mgs**

**1104288418**

**DECLARACIÓN JURAMENTADA**

Loja, 04 de mayo de 2023

**Nombres:** Mayra Liliana**Apellidos:** Yunga Lima**Cédula de Identidad:** 1105683385**Carrera:** Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano**Semestre de ejecución del proceso de titulación:** octubre \_ 04 de mayo 2023**Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:**

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DEL  
EDIFICIO CENTRAL DEL CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN LOJA,  
PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2023

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.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several vertical strokes followed by a diagonal line extending upwards and to the right.

Mayra Liliana Yunga Lima

C.I.: 1105683385

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado la vida, por regalarme la salud la inteligencia y sobre todo su amor, por permitirme haber llegado a cumplir uno de mis más grandes deseos como es mi formación profesional, su gran bondad es la que me mantiene esforzándome y superándome para la vida.

A mi madre, la mujer más bella del planeta, a quién admiro mucho, por ser un verdadero ejemplo para mi vida, una mujer humilde, trabajadora, que no le importa las circunstancias de la vida para salir adelante, quien me motivo y me inspiro para continuar con mis estudios, con su amor, comprensión y ayuda es que hoy me siento feliz de cumplir mis sueños.

A mí padre, mi bello ángel sé que no estás aquí físicamente y que nos faltaron muchas cosas por compartir y vivir juntos, pero sé que desde el cielo me acompañas siempre, sé que hoy también gozas de mi felicidad, te extraño papá y esto va por ti.

Y como no dedicar este triunfo a alguien especial que desde el inicio estuvo presente en esta trayectoria de mi formación profesional, motivándome, apoyándome, y brindándome su amor y comprensión John Gaona hoy este sueño cumplido es nuestro.

Finalmente quiero dedicar este proyecto de titulación al Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, por abrirme sus puertas y brindar las enseñanzas necesarias para Crecer profesionalmente.

*Con aprecio y cariño*

*Mayra Yunga*

## AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente al Instituto Superior Tecnológico Sudamericano por abrirme sus puertas y aceptarme ser parte de ella, por la orientación, por aquellas enseñanzas que día a día me fueron formando como persona, a la carrera de Gestión de Talento Humano y a todos los que forman parte de ella, por darme la oportunidad de formarme profesionalmente y obtener un logro más en la vida. También agradezco a mi tutor de tesis Mgs. Jackson Michael Quevedo Jumbo, sin usted y sus virtudes, la paciencia y constancia este trabajo no lo hubiese logrado tan fácil. Sus consejos fueron siempre útiles cuando no salían de mi pensamiento las ideas para escribir lo que hoy he logrado. Usted formo parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que lo caracterizan. Muchas gracias por sus múltiples palabras de aliento, cuando mis horas de trabajo se hacían confusas. Al Cuerpo de Bombero del cantón Loja, por darme la oportunidad de obtener la información necesaria y por hacer posible la realización del trabajo investigativo. De la misma manera agradezco a mis padres ustedes han sido siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado en los días y noches más difíciles durante mis horas de estudio. Siempre han sido las mejores guías de mi vida. Finalmente agradezco a una persona especial que forma parte de mi vida y quien siempre me motivo a ser mejor cada día de mi vida a no rendirme tan fácil mente.

*Con aprecio y cariño*

*Mayra Yunga*

## 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, Mayra Liliana Yunga Lima, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayor de edad emite la presente acta de cesión de derechos.

**SEGUNDA.** - Mayra Liliana Yunga Lima, realizó la Investigación titulada: PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DEL EDIFICIO CENTRAL DEL CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2023, 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 Mayra Liliana Yunga Lima, 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 del edificio central del cuerpo de bomberos



del cantón Loja, provincia de Loja para el año 2023, 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 mayo del año 2023.



Firmado electrónicamente por:  
JACKSON MICHAEL  
QUEVEDO JUMBO

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.

Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.

Mayra Liliana Yunga Lima

**DIRECTOR**

**AUTORA**

C.I.: 1104288418

C.I.: 1105683385

## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN .....	II
DECLARACIÓN JURAMENTADA .....	III
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	VIII
ÍNDICE .....	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
ÍNDICE DE TABLA.....	XVIII
1 RESUMEN.....	1
2 ABSTRACT .....	2
3 PROBLEMATIZACIÓN .....	4
4 TEMA.....	7
5 ELECCIÓN DE LA LÍNEA Y SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	8
6 JUSTIFICACIÓN.....	9
7 OBJETIVOS.....	11
7.1 OBJETIVO GENERAL.....	11
7.2 F OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	11
8 MARCO TEÓRICO.....	12
8.1. MARCO INSTITUCIONAL.....	12
8.1.1 Filosofía Organizacional.....	13
8.1.2 Identidad Institucional .....	16
8.1.3 Organigrama Estructural.....	17

8.1.4	Servicios que oferta la Institución .....	18
8.1.5	Ubicación .....	19
8.1.6	Contactos .....	20
8.2.	MARCO CONCEPTUAL .....	21
8.2.1	Comunicación Interna.....	21
8.2.2	Tipos de Comunicación Interna.....	22
8.2.3	Canales de comunicación .....	26
8.2.4	Plan de comunicación interna.....	29
9	METODOLOGÍA .....	32
9.1.	TIPOS DE MÉTODOS.....	32
9.1.1	Método Fenomenológico .....	32
9.1.2	Método Hermenéutico .....	32
9.1.3	Método Práctico Proyectual.....	33
9.2.	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	33
9.2.1	Tipos de Técnicas .....	34
9.3.	DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA .....	35
10	ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	36
10.1	OBSERVACIÓN DIRECTA.....	36
10.2	ENTREVISTAS.....	37
10.2.1	Modelo de entrevista.....	37
10.3	ENCUESTAS .....	41
11	PROPUESTA DE ACCIÓN .....	78
11.1	INTRODUCCIÓN.....	78

11.2 PRESENTACIÓN .....	79
11.3 BENEFICIARIOS .....	80
11.4 ESTRUCTURA .....	81
11.5 DOCUMENTO PRESENTADO.....	82
1 Portada	82
2 Ficha Técnica .....	83
3 Índice de contenidos.....	84
4 Presentación de la empresa .....	85
5 Objetivo del manual .....	86
6 Glosario de términos .....	87
6 Marco Legal .....	91
7 Diagnóstico de la empresa.....	95
8 Cuadro comparativo de ventajas y desventajas.....	86
9 Propuesta de Acción.....	96
10 Matriz de Competencias.....	100
10.1 Objetivo 1 .....	100
10.2 Objetivo 2 .....	103
10.3 Objetivo 3 .....	112
10.4 Objetivo 4 .....	117
10.5 Objetivo 5 .....	120
10.6 Objetivo 6 .....	128
11 Cronograma.....	135
12 Presupuesto.....	136

13 Resultados Esperados .....	138
14 Contraportada .....	139
11.6 MEDIO DE SOCIALIZACIÓN .....	140
11.7 MATERIAL VISUAL UTILIZADO.....	140
11.8 ENLACE DE LA PRESENTACIÓN.....	146
11.9 ENTREGA DE RESULTADOS .....	146
12 CONCLUSIONES.....	147
13 RECOMENDACIONES .....	148
14 BIBLIOGRAFÍA.....	149
15 ANEXOS.....	156
15.1 PRESUPUESTO.....	156
15.2 CRONOGRAMA.....	157
15.3 OFICIO DE ACEPTACIÓN DEL TEMA EN LA EMPRESA .....	158
15.4 OFICIO DE CONTESTACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TEMA POR PARTE DE LA EMPRESA.....	159
15.5 CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN – VICERRECTORADO .....	160
15.6 OFICIO DE SOLICITANDO FECHA PARA LA SOCIALIZACIÓN.....	161
15.7 OFICIO DE CONTESTACIÓN DE PARA LA SOLICITACIÓN .....	162
15.8 CERTIFICADO DE SOCIALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO (EMPRESA) .....	163
15.9 ENCUESTA APLICADA .....	164
15.10 ENTREVISTA APLICADA.....	169

15.11 PLAN DE SOCIALIZACIÓN.....	171
15.12 CERTIFICADO DE ABSTRACT.....	172
15.13 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL PROCESO .....	173
15.13.1 Fase 1 .....	173
15.13.2 Fase 2 .....	175
15.13.3 Socialización.....	177
15.13.4 Entrega De Resultados.....	178

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Logo del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja .....	16
Figura 2 Organigrama de la Institución .....	17
Figura 3 Macro localización Cuerpo de Bomberos del cantón Loja.....	19
Figura 4 Ubicación del Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja.....	20
Figura 5 Funciones de la comunicación interna.....	22
Figura 6 Infografía medios y canales de comunicación interna.....	26
Figura 7 Canales escritos de comunicación interna .....	27
Figura 8 Canales orales de comunicación interna.....	28
Figura 9 Canales tecnológicos de comunicación interna .....	29
Figura 10 Canales tecnológicos de comunicación interna .....	30
Figura 11 Fases del plan de comunicación .....	31
Figura 12 Edad de los colaboradores .....	41
Figura 13 Género de colaboradores. ....	42
Figura 14 Nivel de educación de colaboradores. ....	43
Figura 15 Tiempo de empleabilidad que lleva cada encuestado.....	44
Figura 16 Departamento al que pertenece el colaborador.....	45
Figura 17 Comunicación interna de la institución. ....	46
Figura 18 Procesos comunicativos de la institución. ....	48
Figura 19 Frecuencia de usos de medios digitales para actividades. ....	49
Figura 20 Frecuencia de uso de medios tradicionales.....	51
Figura 21 Frecuencia de revisión de comunicados internos. ....	53
Figura 22 Frecuencia de claridad y eficacia de comunicados.....	55

Figura 23 Comunicación efectiva .....	56
Figura 24 Frecuencia de la comunicación informal.....	58
Figura 25 Frecuencia de la comunicación adecuada.....	59
Figura 26 Frecuencia de falencias en la comunicación interna.....	61
Figura 27 Canales de comunicación de la institución.....	62
Figura 28 Dificultades de la comunicación en omunicación internacrisis emergentes. ..	64
Figura 29 Comunicación interna dirigida por expertos.....	65
Figura 30 Canales formales de comunicación. ....	67
Figura 31 Importancia de la comunicación interna.....	69
Figura 32 Actividades, estrategias y herramientas para favorecer la comunicación. ....	70
Figura 33 Información enviada clara y concisa .....	72
Figura 34 Es factible emplear un plan de comunicación interna .....	74
Figura 35 Medios de comunicación preferidos.....	75
Figura 36 Preferencias de un plan de comunicación.....	77
Figura 37 Plan de comunicación interna.....	81
Figura 38 Canales de comunicación interna .....	100
Figura 39 Actividad del team building.....	104
Figura 40 Actividad del teléfono estropeado .....	107
Figura 41 Tipos de comunicación interna.....	113
Figura 43 Comunicación ascendente .....	114
Figura 44 Tipo de comunicación horizontal .....	115
Figura 45 Tipo de comunicación transversal.....	116
Figura 46 Canal de comunicación para categorizar los tipos de comunicación. ....	117



Figura 47 Actividad 6.3.5.....	119
Figura 48 Plan de comunicación.....	122
Figura 49 Análisis FODA .....	124
Figura 50 Herramientas de comunicación interna .....	125
Figura 51 Estrategias para una comunicación asertiva .....	126
Figura 52 Ventajas y desventajas de un plan de comunicación interna.....	126

**ÍNDICE DE TABLA**

Tabla 1 Recorrido histórico del Cuerpo de Bomberos de Loja.....	12
Tabla 2 Servicios del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja.....	18
Tabla 3 Análisis de las entrevistas aplicadas. ....	37
Tabla 4 Edad de los colaboradores.....	41
Tabla 5 Género de colaboradores.....	42
Tabla 6 Nivel de educación de colaboradores.....	43
Tabla 7 Tiempo de empleabilidad que lleva cada encuestado .....	44
Tabla 8 Departamento al que pertenece el colaborador. ....	45
Tabla 9 Comunicación interna de la institución.....	46
Tabla 10 Procesos comunicativos de la institución.....	47
Tabla 11 Frecuencia de usos de medios digitales para actividades .....	49
Tabla 12 Frecuencia de uso de medios tradicionales .....	51
Tabla 13 Frecuencia de revisión de comunicados internos.....	53
Tabla 14 Frecuencia de claridad y eficacia de comunicados .....	54
Tabla 15 Eficiencia de la comunicación interna .....	56
Tabla 16 Frecuencia de la comunicación informal .....	57
Tabla 17 Frecuencia de la comunicación adecuada .....	59
Tabla 18 Frecuencia de falencias en la comunicación interna.....	60
Tabla 19 Canales de comunicación de la institución .....	62
Tabla 20 Dificultades de la comunicación en crisis emergentes.....	63
Tabla 21 Comunicación interna dirigida por expertos.....	65
Tabla 22 Canales formales de comunicación.....	67

Tabla 23 Importancia de la comunicación interna .....	68
Tabla 24 Actividades, estrategias y herramientas para favorecer la comunicación.....	70
Tabla 25 Información clara concisa y formal. ....	72
Tabla 26 Empleo de comunicación interna.....	73
Tabla 27 Medios de comunicación preferidos. ....	75
Tabla 28 Preferencias de un plan de comunicación. ....	76
Tabla 29 Redacción.....	80
Tabla 30 Cuadro comparativo de ventajas y desventajas.....	86
Tabla 31 Matriz de Cronograma ámbitos de acción .....	96
Tabla 32 Canales de comunicación para el Cuerpo de bomberos del Cantón LOJA ....	101
Tabla 33 Presupuesto .....	103
Tabla 34 Presupuesto .....	106
Tabla 35 Comunicación .....	106
Tabla 36 Presupuesto .....	108
Tabla 37 Actividad: Encuentra las diferencias.....	109
Tabla 38 Presupuesto .....	110

## 1 RESUMEN

En la actualidad el éxito de toda empresa o institución se fundamenta en la comunicación interna ya que su propósito es llevar a cabo el cambio por ende la productividad institucional. Por consiguiente, El cuerpo de bomberos del cantón Loja es una institución pública, está enmarcado en la formulación, aplicación y actualización de normas de protección contra incendios y de seguridad con materiales peligrosos, así como la inspección de instalaciones de seguridad contra incendios y en aquellas que exista gran afluencia de personas; además, auxiliar a los ciudadanos que resulten afectadas en casos de accidentes, enfermedades, siniestros o desastres naturales que pongan en riesgo la integridad física.

Mediante la investigación se pudo evidenciar que existen colaboradores que no tienen conocimiento acerca de los procesos de la comunicación interna, la falta de comunicación entre las áreas administrativa y operativa como también una comunicación informal lo que ha provocado un ambiente de trabajo no eficiente, poco comunicativo, con falta de empatía y escasa relación amistosa entre colaboradores, esto ha conllevado problemas en el desarrollo de las actividades. Es por ello, el presente proyecto de investigación procura atribuir con técnicas y estrategias eficientes, permitan fortalecer el ambiente laboral y la confianza entre colaboradores. Por lo tanto, se planteó como propuesta de acción un Plan de Comunicación Interna el mismo que se analizó las actividades, herramientas y estrategias de información que ayuda a elegir de manera fidedigna los conocimientos necesarios, mediante un correcto direccionamiento de la información para brindar solución a los diferentes problemas de comunicación interna; el cual se beneficiarían el personal de la institución.

## 2 ABSTRACT

Internal communication currently takes an important role within public and private institutions since it is intended to achieve the objectives of each institution. Therefore, the Fire Department of Loja Canton is a public institution; Deficiencies have been evidenced in the communication channels and flows within the work environment of its collaborators and that has generated misinformation, work stress, lack of teamwork, and lack of commitment to the functions, generating conflicts and situations that affect efficiency as a result. , productivity, and work environment.

For this reason, this internal communication research work aims to develop strategies and the application of information tools so that communication is assertive and effective in each area; since it takes an important role where ideas, suggestions, techniques, and knowledge necessary to streamline the flow of information that occurs within the work areas can be exchanged.

In order to achieve the aforementioned, the technique of direct observation, survey, interview, and tabulation of results was applied to all administrative and operational personnel to evaluate the shortcomings of the communication channels and flows. Based on this, it was determined necessary implementation. of an internal communication plan that facilitates correct communication in a timely manner and with it the efficiency and productivity of the institution.

Therefore, the action proposal raised in the Internal Communication Plan analyzes the strategies, activities and information that help correctly provide the necessary knowledge to solve the internal communication needs.

benefiting the collaborators with the necessary instructions for the correct use of the channels and flow of information that allow efficient and effective internal communication both to the internal and external public.

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

### 3 PROBLEMATIZACIÓN

La gestión de comunicación interna dentro de las empresas a nivel mundial ha experimentado un desarrollo amplio en los últimos tiempos a través del empleo de diversas herramientas, en su mayoría asociadas a avances tecnológicos (Castro y Díaz, 2020). Las organizaciones consideran que una buena comunicación favorece a un adecuado actuar a nivel interno de la institución, generar cambios en el comportamiento de los trabajadores, fomento de actitudes positivas, decisiones acertadas, resolución de conflictos y el trabajo en equipo (Balarezo, 2014).

A nivel Latinoamericano, a través de la historia se ha dado cambios significativos en las instituciones públicas y privadas vinculadas al clima laboral que favorezca un adecuado desempeño del personal y el cumplimiento de los objetivos empresariales. De modo que los empresarios han comenzado a otorgar de valor y relevancia a la comunicación interna dentro de la institución, favorecedora de la comunicación en cascada y horizontal (Sandoval y Margarita, 2022).

De hecho, los países de América Latina han apostado por la comunicación interna como una herramienta principal para reforzar el compromiso de los trabajadores, centran su interés en la motivación, gestión de talento humano, creación de *engagement* mediante planes y proyectos donde el personal laboral es el protagonista, generador de sentido de pertenencia (Wegierski, 2021).

En las organizaciones, los elementos que intervienen en ella requieren de un trabajo en conjunto y coordinado que permita alcanzar los objetivos de la empresa. Los distintos departamentos o direcciones poseen responsabilidades propias contribuyentes a

procesos mayores. De tal modo, la comunicación interna es un elemento esencial para el éxito o fracaso del funcionamiento de la organización (Ortiz, 2015).

Sin embargo, dentro de las empresas suelen existir una deficiente comunicación organizacional interna, a causa de un inadecuado estilo de dirección ante los conflictos internos entre los integrantes de la empresa, además los problemas entre compañeros de trabajo, los cuales interfieren al momento de generar mensajes o ideas, sumado a las falencias del departamento de comunicación destinado a administrar, gestionar y planificar una adecuada comunicación interna que favorezca a una difusión del trabajo realizado en la institución (Estévez, 2016).

Por otro lado, los secretismos y rumores corresponden a inconvenientes a lidiar por la institución pública, generador de desmotivación y bajo desempeño laboral de las empresas (Charry, 2018). En tanto, que el Cuerpo de Bomberos es una institución pública destinada al servicio de la comunidad centrado en la reducción de riesgos, prevención de incendios, actuación en emergencias, atención prehospitalaria y funciones en bien de la ciudadanía, al brindar asesoría y apoyo (Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja, 2013d).

Sin embargo, a través de observaciones preliminares se ha notado carencia de estrategias de comunicación que favorezca a un adecuado clima laboral que mitigue los conflictos internos entre el equipo de trabajo, a causa del escaso conocimiento de procesos administrativos y la importancia de la comunicación interna. Así mismo, poco interés de autoridades por la generación de líneas de comunicación con el personal, dando paso a rumores, secretos, chismes que contribuye únicamente a un entorno laboral desfavorable.



Así mismo, no se maneja adecuados canales de comunicación que permita mantener a todo el personal interno informado en relación a actividades e instrucciones emitidas por la propia institución, sumado al desconocimiento de la misión y visión de la institución, generando alteraciones en el sentido de pertenencia de los trabajadores y postulantes.

De tal modo, al ser una institución de servicio a la comunidad, es necesario que cuenta con una red adecuada de comunicación interna, con parámetros establecidos de forma reglamentario, que permita mantenerse informados e informar, siendo necesario diseñar un plan de comunicación interna que proponga herramientas comunicativas que mejore su gestión de comunicación.

#### 4 TEMA

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES  
DEL EDIFICIO CENTRAL DEL CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN  
LOJA, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2023

## **5 ELECCIÓN DE LA LÍNEA Y SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

### **Línea de Investigación**

Gestión administrativa, económica, comunicativa de las organizaciones.

### **Sublínea de Investigación**

Gestión comunicacional interna.

## 6 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se basa en la línea de la gestión administrativa, económica, comunicativa de las organizaciones, el cual se deriva de la sub - línea gestión comunicacional interna, al ser la comunicación un elemento indispensable en las organizaciones, dado que permite la difusión oficial y constante de las actividades desempeñadas por la institución, ya que es fundamental e imprescindible para crear equipos de trabajo eficientes que favorezcan a un adecuado clima laboral y fortalecimiento del sentido de pertenencia mediante herramientas comunicacionales. Sin ella, no es posible un adecuado funcionamiento de la empresa.

Se justifica tecnológicamente esta investigación al ser un requisito académico para la obtención del título de Tercer nivel en la Tecnología de Gestión del Talento Humano del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, al permitir llevar la fundamentación teoría, adquirida durante el proceso académico con la finalidad de dar a conocer los diferentes conflictos que se presentan en la empresa, mediante la identificación de la problemática en la institución que sirvan de punto de partida para el establecimiento de propuestas de actuación acorde a las dificultades.

De acuerdo al ámbito tecnológico, se busca el empleo de herramientas de comunicación favorecedoras del procesamiento y análisis de información vinculados con la gestión de comunicación interna. Dicha información será de utilidad para el Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja para una toma de decisiones con respecto al diagnóstico realizado y la propuesta planteada, evidenciada en la investigación. Con esto, se argumenta que las tecnologías pueden favorecer a una

mejora de comunicación interna de la organización al incorporar herramientas comunicativas acorde a las necesidades que presentan.

En términos de impacto social, el presente proyecto de investigación tiene como finalidad mejorar los canales de comunicación interna a las diferentes entidades empresariales del país con el objetivo de que se pueda optimizar las relaciones interpersonales entre los trabajadores y fortalecer un clima laboral positivo que mejore su productividad y desempeño laboral, no solo en beneficio propio sino también de los usuarios de las diversas modalidades de atención que brinda dicha institución.

Desde el ámbito económico, la comunicación interna es fundamental dentro de las empresas, ciertamente la comunicación es el centro y la razón de la organización; sin una comunicación bien articulada, las empresas abren espacio para el fracaso, situación que se agudiza en una sociedad marcada por la globalización.

## **7 OBJETIVOS**

### **7.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de comunicación interna mediante el desarrollo de actividades, estrategias y aplicación de herramientas para fortalecer los mecanismos de comunicación en el Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja

### **7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un levantamiento de información bibliográfica por medio de documentos científicos y académicos, cómo fuentes primarias y secundarias para comprender su importancia y pautas para la realización del plan de comunicación interna.
- Recopilar información mediante los métodos de encuestas y entrevistas que nos permita obtener información real sobre la actualidad de la comunicación interna del Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja, cuyos resultados favorecen al diseño del plan de comunicación interna.
- Proponer un plan de comunicación interna en base a los resultados obtenidos del diagnóstico situacional y como respuesta a las necesidades organizacionales a través de la creación de acciones que fortalezcan los procesos de comunicación interna.
- Socializar el plan de comunicación interna a través de una capacitación a los colaboradores del Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja para concientizar sobre la importancia de una adecuada comunicación dentro de la organización, que aumente la productividad y un buen clima laboral

## 8 MARCO TEÓRICO

### 8.1. MARCO INSTITUCIONAL

El Cuerpo de Bomberos de Loja, se ha convertido en una entidad pública relevante y necesaria debido a los servicios que ofertan a la ciudadanía y la comunidad en general. Siendo necesario exponer su recorrido histórico que denote su desarrollo y crecimiento. Para ello, la tabla 1 se presenta su historia.

**Tabla 1**

*Recorrido histórico del Cuerpo de Bomberos de Loja*

Años	Descripción
1946	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 07 de noviembre surge la institución a cargo del jefe el Sr. Miguel Ángel Vélez Valdivieso, al dirigir 60 hombres voluntarios de esta ciudad, al brindar por primera vez el servicio contra incendios, contando con una autobomba de este año.</li> <li>El edificio fue inaugurado en el lugar donde se encuentra actualmente el Hospital Militar, localizado en las calles Colón entre Bolívar y Bernardo Valdivieso frente al parque San Francisco, funcionó en este sector alrededor de 5 años, para posterior trasladarse a las calles 10 de Agosto entre 24 de Mayo y Juan José Peña.</li> </ul>
1965	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compra de un terreno en las calles Rocafuerte y Av. Universitario, intercambiado por un lote situado en las calles Av. - Universitaria y 10 de Agosto, donde funciona en la actualidad el Cuerpo de Bomberos de Loja.</li> </ul>
1980	<ul style="list-style-type: none"> <li>La estructura es culminada, cuyo funcionamiento dependía de bomberos voluntarios y rentados.</li> <li>El personal voluntario se convierte en rentado y adquieren un vehículo Fimesa, dado por la Comunidad Europea.</li> <li>Adquieren una autobomba marca IFA</li> </ul>
1989	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inauguración del edificio nuevo del Cuerpo de Bomberos de Loja. Contratación de nuevo personal.</li> <li>Compra de un vehículo Ford-350, 1 Trooper</li> <li>Conformación del departamento de Prevención.</li> <li>Reestructuración del área administrativa: Finanzas, Talento Humano y Asesoría Jurídica, Plana Mayor, Primer Jefe, Segundo Jefe, y Jefe de Brigada</li> <li>Jefe de Bomberos el Dr. Carlos Burneo Arias</li> </ul>
1992	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jefe de Bomberos el Ing. Enrique Silva Bustos</li> <li>Incremento del equipo</li> </ul>
1993-1999	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jefe del Cuerpo de Bomberos: Dr. Pablo Valdivieso Cueva</li> </ul>
1999-2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jefe del Cuerpo de Bomberos: Sr. Gonzalo Ullauri</li> <li>Manejo con la comunidad, incremento del personal administrativo y operativo.</li> <li>Construcción de una segunda compañía.</li> </ul>

- 2000
  - Jefe de Bomberos: Mayor Pedro Murgueyto
  - El Cuerpo de Bomberos es descentralizado al Municipio de Loja
- 2001
  - Conformación de la Unidad Municipal de Seguridad Urbana (UMSEGUR): Cuerpo de Bomberos de Loja y Policía Municipal
  - Cuerpo de Bomberos cuenta con oficina en el Municipio y no tiene mayores logros
- 2005
  - Recuperación del Cuerpo de Bomberos, devolución de atribuciones hasta el 2011
  - Creación de dos estaciones: 1) Compañía Norte (calles Francisco Lecaro y Miguel Cano, Ciudadela La Inmaculada); 2) Compañía Sur (Urbanización Juan José Castillo)
  - Cuentan con cuatro autobombas, autotanque, ambulancia, equipos y materiales necesarios para brindar servicio de calidad.

---

**Nota.** La tabla presenta el recorrido histórico del Cuerpo de Bomberos, desde su creación con la descripción de datos relevantes. Tomado a partir de Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja (2013a)

### **8.1.1 Filosofía Organizacional**

#### ➤ **Misión**

El Cuerpo de Bomberos de Loja es una institución de derecho público, dedicada a la prevención de incendios y capacitación, vinculación con la comunidad y atención de emergencias mediante acciones oportunas para salvar vidas y proteger bienes en el cantón Loja. (Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja, 2013c, p. 1) .

#### ➤ **Visión**

“Ser una Institución que brinde servicios efectivos e innovadores de prevención de incendios y capacitación, vinculación con la comunidad y atención de emergencias, con personal calificado, capacitado y comprometido con la comunidad y promoviendo su participación” (Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja, 2013g, p. 1).

#### ➤ **Valores Institucionales**

La gestión que realiza la institución se fundamenta en los valores que se presentan a continuación:



- a) Respeto de los derechos humanos: Las actuaciones de seguridad, se realizarán con estricto apego y respeto a los derechos constitucionales e instrumentos internacionales en materia de derechos humanos ratificados por el Ecuador.
- b) Transparencia: Acción que permite que las personas y las organizaciones se comporten de forma clara, precisa y veraz, a fin de que la ciudadanía ejerza sus derechos y obligaciones, principalmente la contraloría social.
- c) Eficacia: La organización y la función administrativa deben garantizar el ejercicio de sus competencias y la obtención de los objetivos y metas institucionales, debiendo para ello planificar y evaluar su gestión permanentemente.
- d) Solidaridad: Acto de interesarse y responder a las necesidades de los demás.
- e) Colaboración: Actitud de cooperación que permite juntar esfuerzos, conocimientos y experiencias para alcanzar los objetivos comunes.
- f) Efectividad: Lograr resultados con calidad a partir del cumplimiento eficiente y eficaz de los objetivos y metas propuesto en su ámbito laboral.
- g) Respeto: Reconocimiento y consideración a cada persona como ser único, con intereses y necesidades particulares.
- h) Responsabilidad: Cumplimiento de las tareas encomendadas de manera oportuna en el tiempo establecido, con empeño y afán, mediante la toma de decisiones de manera consciente, garantizando el bien común y sujetas a los procesos institucionales.
- i) Coordinación: Es la articulación entre las entidades responsables de la seguridad ciudadana.

- j) Complementariedad: Es el trabajo complementario en la implementación de los planes de cada una de las entidades de seguridad con el Plan Nacional de Seguridad Integral y el Plan Nacional de Desarrollo, evitando su duplicidad. (Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja, 2013f).

### 8.1.2 Identidad Institucional

#### Figura 1

Logo del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja



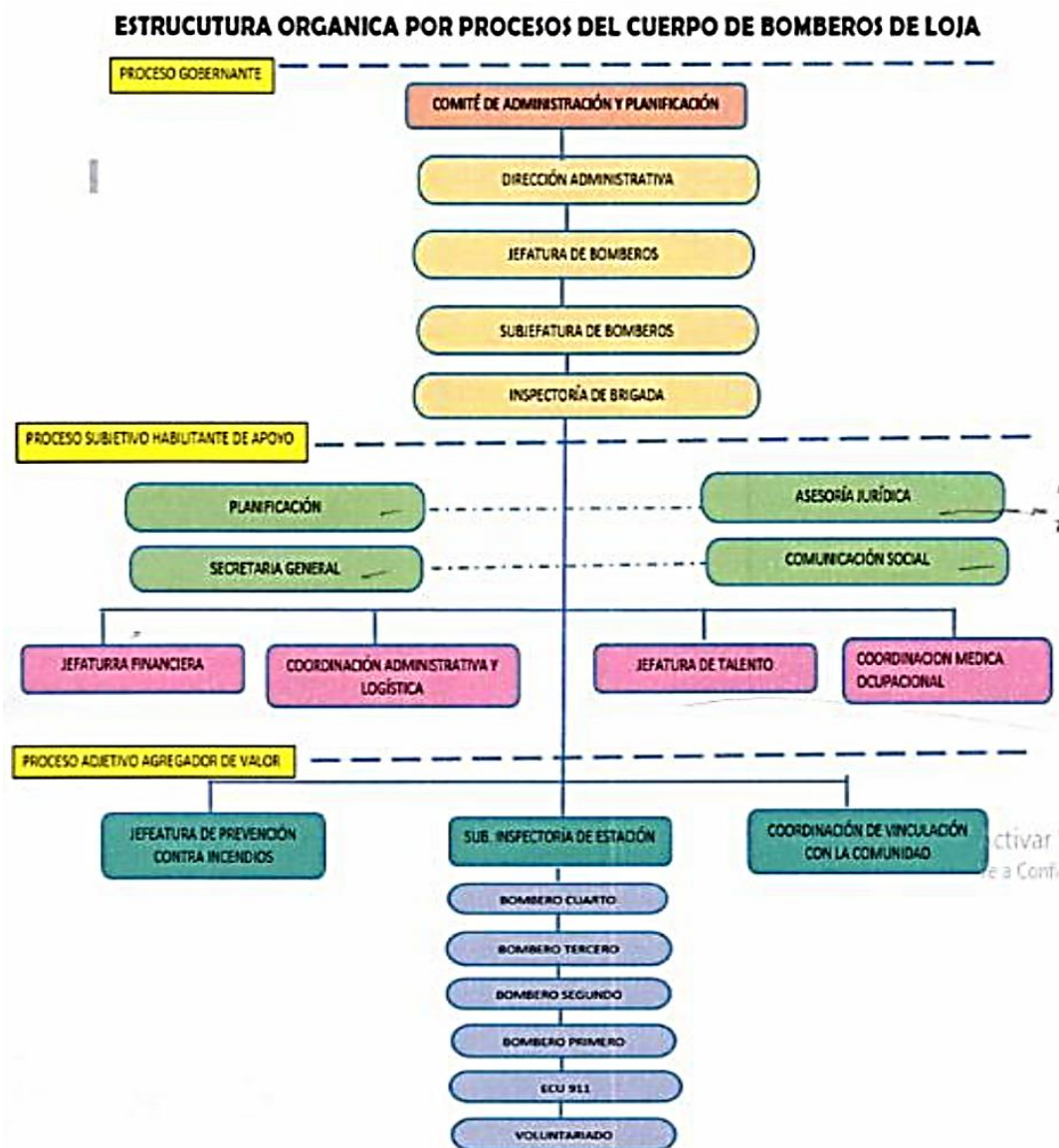
*Nota.* La figura muestra el logo del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja. Tomada de la página oficial de la institución (Cuerpo de Bomberos de Loja, 2013b)

El logo del establecimiento muestra el año de la creación del Cuerpo de Bomberos del Cantón de Loja, así como el servicio que brindan como es la reducción de riesgos, dado que incluye un casco de bomberos, escalera y hacha. Son símbolos característicos de dicha profesión. Además del escudo del cantón de Loja, por ubicarse en dicha zona.

### 8.1.3 Organigrama Estructural

**Figura 2**

*Organigrama de la Institución*



*Nota.* La figura muestra el organigrama estructural de la institución. Tomado a partir de Cuerpo de Bomberos de Loja (2013a)

#### 8.1.4 Servicios que oferta la Institución

Los servicios que oferta el Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja se observan en la Tabla 2.

**Tabla 2**

*Servicios del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja*

Servicios	Descripción
Atención de Emergencias	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mediante llamada al número de emergencia 911, se coordina y envía unidades móviles y personal de emergencia, dependiendo de la zona requerida, se ubica a cualquiera de las cuatro compañías, norte, centro, sur y Vilcabamba.</li> </ul>
Gestión de riesgos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión de planes</li> <li>Inspección y control de obras para obtener permiso de ocupación</li> <li>Inspeccionar, controlar y certificar el sistema de gas centralizado y gas señalética.</li> </ul>
Inspección en locales comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inspección para obtener el permiso de Bomberos que requieren los locales.</li> <li>Realizar seguimientos y verificaciones del cumplimiento de normativa de prevención.</li> <li>Inspección de locales antes de obtener el permiso para ocupar espacios públicos cerrados</li> <li>Control que se cumpla las recomendaciones en los espectáculos</li> </ul>
Atención pre hospitalaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>Corresponde a un servicio operacional y de coordinación en caso de problemas médicos urgentes, tales como salvamento, atención médica y el traslado de enfermos o accidentes fuera del hospital.</li> </ul>

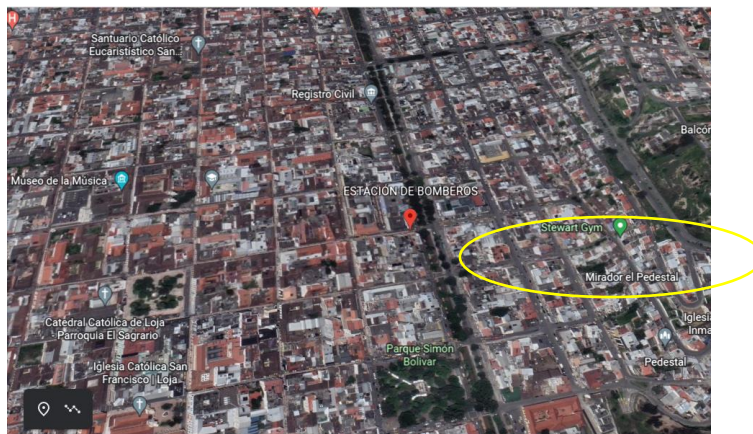
**Nota.** En la tabla se evidencia los servicios que oferta el Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja (2013d).

### 8.1.5 Ubicación

El Cuerpo de Bomberos del cantón Loja se encuentra ubicado en la provincia de Loja, previstos de la figura 3.

#### Figura 3

*Macro localización Cuerpo de Bomberos del cantón Loja*

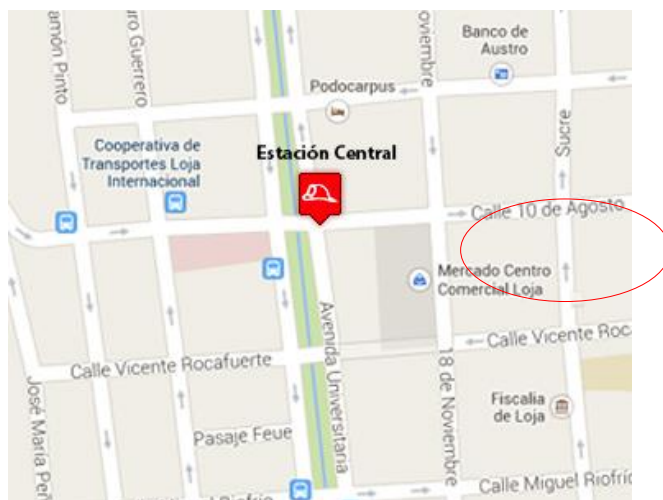


**Nota.** La figura muestra la ubicación macro del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja. Tomado de Google Earth (2021)

En la microlocalización, el Edificio Central del Cuerpo de Bomberos se ubica en la Av. Universitaria y 10 de agosto esquina. Sus coordenadas son -3.997218897703127, -79.20488162327942.

#### Figura 4

*Ubicación del Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja*



**Nota.** Esta figura representa la ubicación micro del Edificio del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja. Tomado a partir de (Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja, 2013a)

#### 8.1.6 Contactos

Se presenta información vinculada a la página web, redes sociales, correo institucional y teléfonos del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja:



<http://www.bomberosloja.gob.ec/>



072578180/ 072578167 ext 106



Cuerpo de Bomberos de Loja



[estacioncentro@loja.gob.ec](mailto:estacioncentro@loja.gob.ec)

## 8.2. MARCO CONCEPTUAL

### 8.2.1 Comunicación Interna

✓ **Definición de Comunicación Interna.** Existen diversas definiciones de comunicación interna, pero los autores han llegado a la conclusión que se centra en los públicos internos. En tanto se la conceptualiza como la agrupación de actividades de comunicación ejecutadas por una organización, destinadas a la creación y fortalecimiento de relaciones entre los miembros de la institución, a través de la aplicación de técnicas e instrumentos de comunicación que informen, motiven e integren al personal laboral, que contribuyan a la vez, al cumplimiento de los objetivos empresariales (Cuenca y Verazzi, 2019).

Por su parte, Nomberto y Pérez (2018) exponen que corresponde a un instrumento necesario para alcanzar la competitividad, compromiso y consenso de la organización, de tal modo corresponde a un conjunto de acciones diseñados de forma intencional y voluntaria favorecedora del establecimiento de relaciones entre los públicos de la organización, comunicación de las características empresariales, actividades, productos o servicios.

De igual forma, Robledo et al. (2020) argumentan que la comunicación interna se convierte en los pilares esenciales de un buen clima organizacional al fomentar la participación del personal para alcanzar su fidelización, misma que deberá tomar en cuenta el crecimiento personal y profesional del personal laboral mediante un salario emocional adecuado, así como proporcionar un valor competitivo a la empresa.

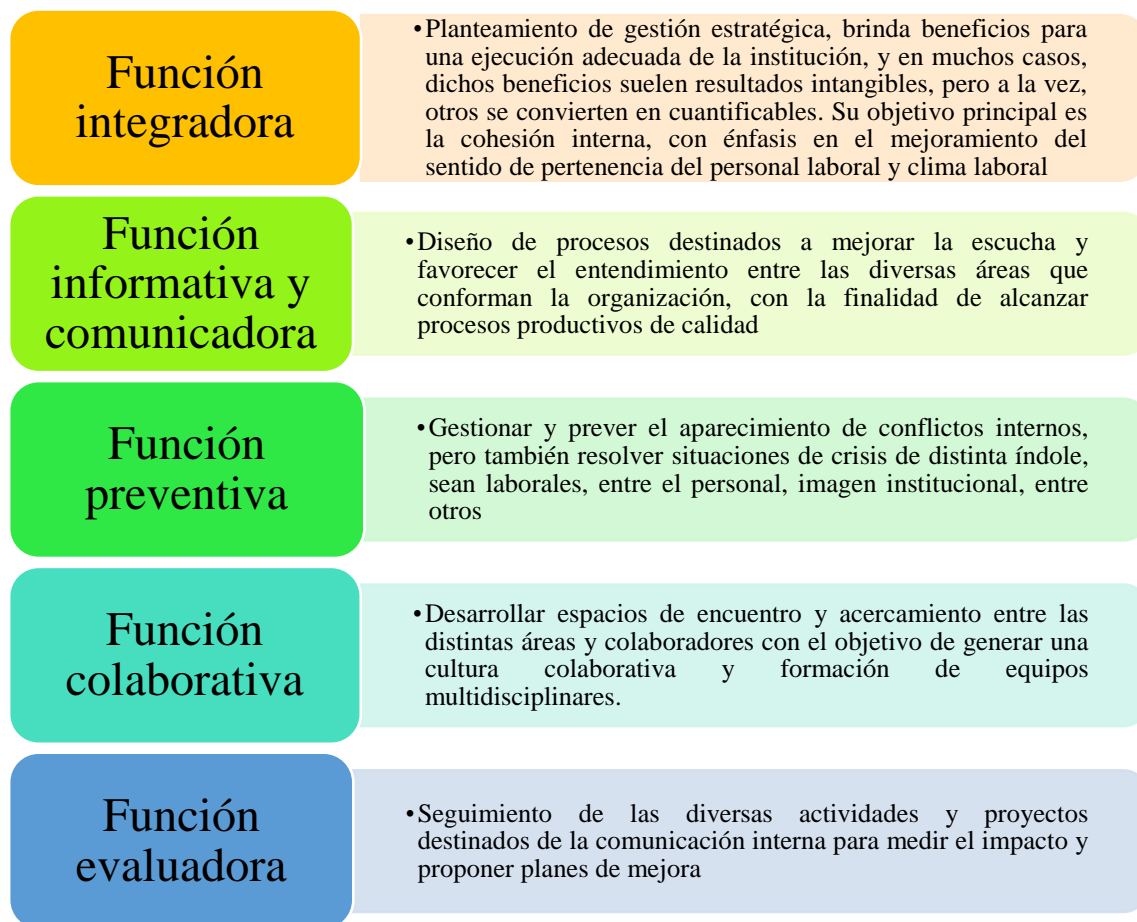
✓ **Funciones de la Comunicación Interna.** Existen diversas funciones dentro de la comunicación interna, las mismas que se asociación con los objetivos y el



alcance que se pretenda tener en la organización, de modo que se clasifican en integradora, informativa y comunicadora, preventiva, colaborativa y evaluadora.

### Figura 5

*Funciones de la comunicación interna*



*Nota.* Esta figura muestra las principales funciones de la comunicación interna. Tomado de Arbañil y Sarmiento (2018); Cárdenas y Aguilar (2018); Cuenca y Verazzi (2019); Durán (2020); Yap (2021)

#### 8.2.2 Tipos de Comunicación Interna

✓ **Formal.** La comunicación interna formal emplea datos específicos, requiere mayor tiempo para transmitir los mensajes, dado que requiere cumplir con las normas establecidos para enviar mensajes de manera escrita que eviten malas interpretaciones. Entre los medios se encuentran los memorándums, comunicados,

folletos e informes (Marchiori, 2007). De tal manera, la comunicación formal está determinada por la estructura propia de la institución (Papic, 2019).

Por tanto, la comunicación es formal cuando se desarrolla a través de las líneas definidas en el organigrama o cadena de mando, por las normativas vigentes de la institución. Toda la información oficial emitida por la administración al personal pasa por esta red. Sin embargo, para que las comunicaciones formales sean efectivas, no deben manifestarse en una dirección única, sino hacia abajo, descendente, horizontal o diagonal (Matias y Cardoso, 2022).

✓ **Informal.** La comunicación informal corresponde a una comunicación no formalizada, cuyos canales de comunicación son producto de las relaciones interpersonales espontáneas, es decir, surge de la interacción humana en una organización. En tanto, hace referencia a la comunicación generada entre los miembros de la institución y no necesariamente se establece en una estructura formal y jerarquizada (Moret y Arcila, 2011).

De tal forma, es considerada como comunicación informal información o noticias sin sustento verídico, convirtiéndose en rumores y chismes, los cuales pueden circular dentro de la empresa de manera irregular y desconocimiento de la fuente primaria. Las empresas suelen combatirlo dado que uno de los fines únicos es generar incertidumbre y desconcierto entre trabajadores (Cuenca y Verazzi, 2019), al estar inmersos aspectos psicológicos y sociales, no cuentan con objetivos claros, evidenciando en ocasiones normas y sentimientos de poder, presentes sin una conciencia plena individual (Moret y Arcila, 2011), siendo desmentidos mediante canales oficiales de comunicación.

✓ **Ascendente.** Es ejecutada desde los empleados hacia las autoridades, suelen existir barreras de comunicación, por el hecho de los filtros que transmiten los mensajes suelen compartir información incompleta. Entre los canales de comunicación se encuentran las encuestas de opinión de los empleados, permiten expresar la inconformidad o sugerencias sobre factores que giran en torno de la organización; cartas y memorandos transmiten un mensaje que requiere ser atendido de manera inmediata, serán claros y precisos, va desde los colaboradores hacia los jefes; sistema de buzón de sugerencias favorece a la colocación de opiniones de los trabajadores y reuniones departamentales contribuye a una comunicación directa del equipo de trabajo con la autoridad (Guzman, 2012).

De tal modo, la comunicación vertical ascendente permite la transmisión de información de abajo hacia arriba, de los empleados a los gerentes y refleja la forma en que la información transmitida fue recibida e interpretada en los canales oficiales de arriba hacia abajo. El papel de la comunicación ascendente es esencial para un proceso de comunicación eficaz, como muestran los mensajes enviados por el gerente de recepción. Asimismo, a través de su alta dirección deberá informar la moral del personal sobre las barreras de comunicación, nivel y forma de las infracciones más comúnmente registradas (Popa, 2020).

✓ **Descendente.** La comunicación descendente se realiza de arriba debajo de manera jerárquica, es decir, desde la máxima autoridad hacia los directivos y ellos a su vez al equipo de trabajo. Entre los canales de comunicación de este tipo se encuentran 1) manual del empleado, involucra información sobre políticas, confidencialidad, beneficios, deberes y derechos de la organización; 2) cartas y memorandos, encargados

de transmitir mensajes de manera formal, emitidos directamente al empleado y 3) reuniones departamentales, permite la transmisión de información desde las autoridades hacia el equipo de trabajo (Carvajal, 2018).

En consecuencia, la comunicación descendente implica la transmisión de decisiones, la división de tareas, la explicación de normas y procedimientos desde la estructura de gestión a los empleados y asegura el buen funcionamiento de la organización. Sin retroalimentación de los destinatarios, este tipo de comunicación no favorece un ambiente propicio para el logro del desempeño, en el que los empleados se sientan motivados y parte de la identidad colectiva (Popa, 2020).

✓ **Horizontal.** Se traduce en una situación en la que personas del mismo nivel organizacional se comunican entre sí. Estos intercambios de información entre departamentos ayudan a unir los componentes de una organización y funcionan como fuerzas integradoras dentro de la estructura. Por esta razón, las interacciones son generalmente amistosas y menos formales que en los modelos de arriba hacia abajo o de arriba hacia abajo. Sin embargo, esto no significa que no surjan problemas cuando las personas se dan cuenta de que están compitiendo por los mismos, limitados, recursos de la organización (Matias y Cardoso, 2022).

Dentro de este marco, se establece entre personas o departamentos ubicados en el mismo nivel jerárquico. La función de este tipo es facilitar la coordinación de actividades encaminadas a objetivos comunes, excluyendo la intervención de los altos cargos (Dumitru y Stoica, 2012).

### 8.2.3 Canales de comunicación

Son varios los medios y canales de la comunicación interna, sean escritos, orales o tecnológicos, siendo necesario seleccionar los más idóneos acorde a las necesidades de la empresa, los recursos financieros y el número de personal a gestionar.

**Figura 6**

*Infografía medios y canales de comunicación interna*



**Nota.** El presente gráfico representa los medios y canales para la comunicación interna corporativa. Tomado de EAE (2017)

✓ **Canales Escritos.** Corresponde a canales tradicionales, pero sin desmerecimiento alguno. Se suelen realizar encuestas anónimas entre los colaboradores, buzón de sugerencias o comunicados vinculados con normativas internas (Chilán y Ponce, 2021). A continuación, se describen algunos de ellos.

### Figura 7

#### *Canales escritos de comunicación interna*



*Nota.* En dicho gráfico podemos observar los canales escritos de comunicación. Tomado a partir de Arizcuren et al. (2020)

✓ **Canales Orales.** Hace referencia a reuniones presenciales personales o colectivos, suelen ser obligatorios, al permitir el contacto visual y auditivo en concordancia con los diversos interlocutores en el interior de una organización,

favorecedora de las relaciones humanas (Chilán y Ponce, 2021). A continuación, se presentan algunos de ellos.

## Figura 8

### *Canales orales de comunicación interna*



**Nota.** El gráfico representa los canales orales de la comunicación interna el cual servirá en la realización del plan de comunicación interna. Tomado a partir de Arizcuren et al. (2020)

✓ **Canales Tecnológicos.** Es seguramente el grupo más amplio de canales, al incluir intranet, blog interno, mail, chat interno, videollamadas, redes sociales corporativas, entre otras (Chilán y Ponce, 2021).

**Figura 9***Canales tecnológicos de comunicación interna*

*Nota.* Este gráfico representa los canales tecnológicos de la comunicación interna. Tomado a partir de Arizcuren et al. (2020)

#### **8.2.4 Plan de comunicación interna**

El plan de comunicación interna hace referencia al conjunto de estrategias y acciones a ejecutar en la organización durante un tiempo determinado que favorezca a la socialización de las acciones de la institución, construir relaciones y alcanzar la



cohesión y participación grupal. En tanto, es necesario implementar objetivos estratégicos que permitan lograr los resultados esperados, luego de su aplicación se valora en qué medida el plan implementado favoreció a la comunicación interna (Arizcuren et al., 2020).

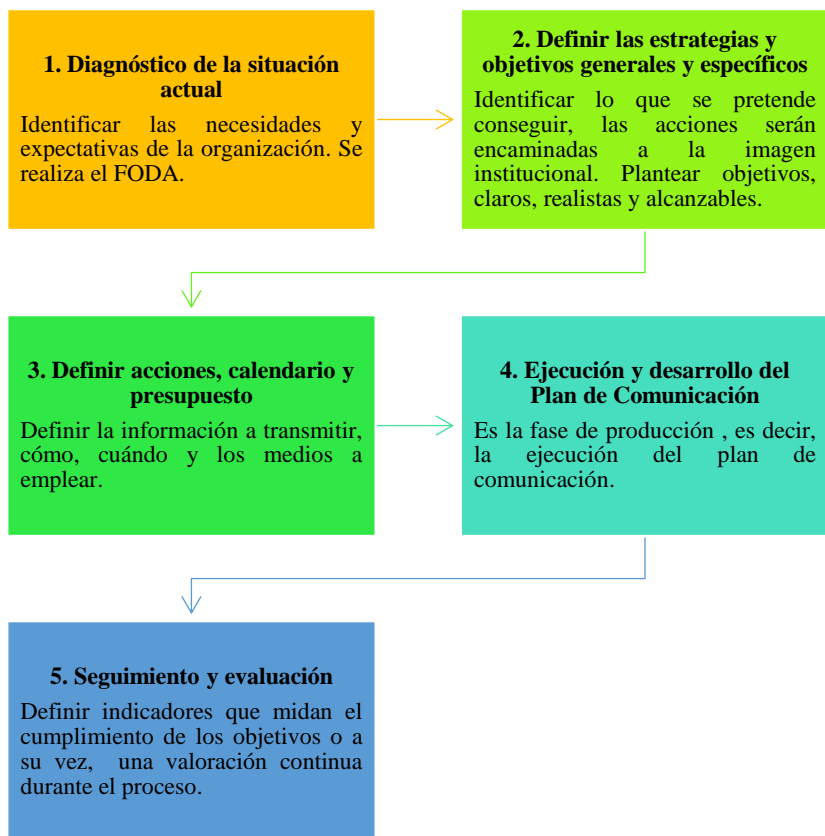
### Figura 10

*Canales tecnológicos de comunicación interna*



*Nota.* Este gráfico representa una red de comunicación interna. Tomado a partir de Huerta (2017)

✓ **Fases del plan de comunicación.** El plan de comunicación interna contiene cinco fases.

**Figura 11***Fases del plan de comunicación*

*Nota.* El gráfico representa las fases de un plan de comunicación interna. Tomado a partir de Arizcuren et al. (2020)

## **9 METODOLOGÍA**

### **✓ Metodología de investigación**

La metodología hace referencia a los métodos de investigación que se siguen para cumplir con los objetivos planteados en un estudio. Por tanto, corresponde al conjunto sistemático de procedimientos y técnicas aplicadas de forma ordenada en orden a una investigación; los métodos determinaron la manera en que los investigadores recopilaron y analizaron la información obtenida (Maya, 2014).

### **9.1.TIPOS DE MÉTODOS**

#### ***9.1.1 Método Fenomenológico***

El método fenomenológico que busca explicar la naturaleza de los fenómenos de estudio y esencia y veracidad de los fenómenos, su objetivo es comprender la experiencia vivida favorecedora de la toma de conciencia y significados del hecho de estudio, es decir, estudia las experiencias de vida, desde la visión del sujeto, para descubrir los elementos en común de las vivencias, tratando de entender la realidad tal cual (Fuster, 2019). En otras palabras, su propósito principal es explorar, describir y comprender las vivencias de los sujetos en torno al fenómeno de estudio y hallar los elementos comunes (Rojas, 2020).

Este método de investigación se aplicó para la recolección de información bibliográfica a través de fuentes verídicas y confiables acerca de la comunicación interna para ayudar a la planificación, con el objetivo de comprender la importancia de la comunicación interna del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja.

#### ***Método Hermenéutico***

El método hermenéutico se encarga de interpretar, analizar y comprender el significado de pensamientos, acciones, gestos, palabras emitidas por la población de estudio, a la vez favorece la interpretación de los textos, de tal manera contribuye a la comprensión y búsqueda de significados en la labor de la interpretación de textos (Mancilla, 2021).

Este método de investigación se utilizó para conocer la situación actual de la comunicación interna del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja a través de las técnicas de recolección de información como la encuesta y entrevista que se aplicó a los colaboradores para determinar los posibles problemas que se encuentran anexos en la organización, de esta manera poder realizar una correcta toma de decisiones.

### ***9.1.2 Método Práctico Proyectual***

Es un método que consiste en una serie de operaciones sistemáticas y lógicas para alcanzar el resultado esperado, el mismo que se adapta y modifica acorde a las necesidades que favorezca a alcanzar las metas; depende del proyectista y la creatividad que posea para aplicarlo, que permita descubrir algo nuevo e innovador (Stocker, 2013).

Este método se aplicó para realizar la propuesta de acción mediante un plan de comunicación interna para el personal del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja proponiendo estrategias, herramientas, actividades y acciones, para coordinar las tareas de manera eficaz y eficiente, integrar a los empleados y poner en práctica los objetivos de la organización.

## **9.2. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Son un conjunto de procedimientos metodológicos y sistemáticos que tienen como finalidad garantizar la operatividad del desarrollo investigativo, es decir, favorece

a la obtención de información que brinden a las preguntas investigativas y cumplimiento de objetivos, es decir, son los recursos con los que cuenta un investigador para obtener datos, irán en concordancia al diseño metodológico (Perero, 2022).

### **9.2.1 Tipos de Técnicas**

#### **➤ Observación directa**

Es una técnica que permite recolectar información basada en la observación del objeto de estudio, se caracteriza por el hecho que el investigador se encuentra in situ, donde se desarrolla los hechos sin intervenir ni modificar el ambiente, para evitar sesgos y no alterar la realidad (González, 2005).

La observación directa se aplicó en la visita a la institución y se visualizó de manera presencial los procesos de comunicación interna para obtener el diagnóstico situacional actual de la institución.

#### **➤ Encuesta**

Es una técnica de recopilación de información a través de la aplicación de un cuestionario previamente diseñado a un segmento poblacional, tiene la finalidad de conocer la opinión del público en orden a un tema en específico (Hernández y Mendoza, 2018).

Por medio de la técnica de la encuesta se levantó la información de manera presencial a los colaboradores de la institución, específicamente al personal del Área Administrativa y operativa del Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja a través de la aplicación de un cuestionario o banco de preguntas que permitió conocer la realidad de la comunicación interna; cuyos datos sirvieron para el análisis e interpretación de resultados que guiarán el desarrollo del plan de comunicación interna.

➤ **Entrevista**

Es una técnica que permite recopilar información de manera oral y personalizada, se asemeja a un conversatorio que tiene un fin determinado que sobrepasa el simple hecho de conversar, dado que tiene como objetivo indagar sobre un tema determinado (Hernández y Mendoza, 2018).

Esta técnica de entrevista se aplicó a los directivos del Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja a través del guion de preguntas elaboradas en torno a la comunicación interna y las falencias que se presentan en los canales de comunicación de la institución, datos que sirvieron para el diagnóstico situacional, dicha información favoreció el desarrollo del plan de comunicación interna.

### **9.3.DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA**

En la presente investigación, se evidencia el muestro no probabilístico, es decir, que no se va a emplear la fórmula, ya que la cantidad de los colaboradores de la institución no aplica para la determinación de la muestra, por cuanto es una población finita y se la está aplicando en una institución, razón por la que en este tipo de estudios los elementos son escogidos bajo las razones del investigador.

La muestra se aplicó mediante encuestas a los 53 colaboradores pertenecientes al Cuerpo de Bomberos del cantón Loja.

## **10 ANALISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

### **10.1 OBSERVACIÓN DIRECTA**

Una vez realizada la investigación en el edificio central del Cuerpo de Bomberos de la Ciudad de Loja en base al análisis de la técnica de observación directa, se pudo comprobar ciertas dificultades en el proceso de comunicación interna por parte del jefe superior hacía los sus colaboradores, de la misma manera, se pudo constatar que no existe comunicación interna entre personal administrativo y operativo por el hecho de pertenecer a distintas áreas.

Además, se puede notar que la mayoría del personal establecen un tipo de comunicación informal como chisme, rumores, charlas en pasillos y oficinas, se ha evidencio algunas dificultades al momento de resolver crisis emergentes a las que tiene que enfrentarse la institución, internamente no se tiene conocimiento sobre los procesos, canales y estrategias de comunicación existentes en cada departamento del cuerpo de bomberos, esto ocasionado por varios factores como la falta de compromiso, ya que se menciona la vigencia de una notificación pero no se da cumplimiento al mismo, pues se evidencia un poco de desinterés y la comunicación es débil entre los miembros de la misma, lo que generar un mal clima laboral y posiblemente un bajo rendimiento en cuanto al cumplimiento de las actividades predestinas en cada área de trabajo

Por lo cual se consideró necesario presentar plan de comunicación interna basado en tipos de comunicación, procesos, canales y estrategias, para que todos los colaboradores del cuerpo de bomberos puedan desarrollar coordinadamente todas sus actividades de una manera eficiente, y cumplir con la misión y visión y objetivos de la institución.

## 10.2 ENTREVISTAS

### 10.2.1 Modelo de entrevista

**Tabla 3**

*Análisis de las entrevistas aplicadas.*

<b>Datos</b>	<b>Entrevista 1</b>	<b>Entrevista 2</b>	<b>Entrevista 3</b>
<b>Nombres y Apellidos:</b>	CrnI. Medardo Ramiro Loaiza Bravo	Jenny Mirella Reyes Pinta	Juan Humberto Sarango Torres.
<b>Cargo en la organización:</b>	Director estratégico	Analista de comunicación social	Jefe financiero
<b>Tiempo de empleabilidad:</b>	4 meses	4 años	22 años
<b>Cantidad de personal a su cargo:</b>	60 personas	1 persona	8 personas
<b>Pregunta 1</b> <b>¿Para usted que es la comunicación interna?</b>	Es una oportunidad que tenemos de relacionarnos de nuestra institución para mejorar procesos y el entorno de la institución para mejorar el servicio a la comunidad.	Si tiene conocimiento.	Es una manera de estar enterado y compartir las actividades y los proceso que se tiene dentro de la institución
<b>Pregunta 2</b> <b>¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que evidencian en la comunicación interna de la institución?</b>	Dentro de las debilidades hay una escasa comunicación interna por parte del personal, no está habituada a la misma, una vez arreglado se puede generar en la gente motivación y se	A través del área de comunicación se informa de todas las actividades que el personal, además se da seguimiento también a las capacitaciones que realiza el personal dentro del cantón una	Una de las fortalezas es como son una empresa pequeña y se pueden enterar de todo, y una de las debilidades es la falta de equipamiento no se cuenta con un



	<p>puede rendir frutos para el cumplimiento de los objetivos.</p>	<p>debilidad es la falta de interés por parte del personal y la comunicación es débil</p>	<p>departamento detallado para la comunicación.</p>
<p><b>Pregunta 3</b></p> <p><b>¿Qué canales de comunicación son empleados mayormente en la institución?</b></p>	<p>A través de correos electrónicos, dentro de la página web, el uso de chats, y lo más importante es la comunicación directa en las reuniones de carácter informativo.</p>	<p>Los medios que utilizan son correos electrónicos para comunicados, publicaciones del personal a través de redes sociales y la red social conocida como tik-tok por su actual alcance, usando un grupo de WhatsApp como medio principal de comunicados</p>	<p>Los correos institucionales, la página oficial de la institución, además de los memos internos</p>
<p><b>Pregunta 4</b></p> <p><b>¿Cómo evalúan la eficacia de los canales de comunicación?</b></p>	<p>No son los más adecuados, sin embargo, el objetivo es ir fortaleciendo estos canales para permitir que fluya esta comunicación, tanto en directivos, trabajos y para con la sociedad.</p>	<p>Son buenos, ya que son instantáneos como redes sociales, y correo electrónico y el personal si dan respuesta de que leen los mensajes emitidos.</p>	<p>Un 30% ya que se enteran de lo mínimo, de lo que las autoridades quieren que nos enteremos más no de lo que debemos estar enterados es decir lo que disponga la autoridad</p>
<p><b>Pregunta 5</b></p> <p><b>¿La comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre colaboradores?</b></p>	<p>Definitivamente, la comunicación interna va a permitir ser más conscientes en los procesos que se llevan a cabo ser más efectivos en las metas que se quieren lograr y brindar mejores</p>	<p>Si, ya que existe un vínculo y compañerismo de saber qué hace la otra persona, ya que como cuerpos de bomberos Loja están conformados por dos grupos personal</p>	<p>No mayormente por lo antes mencionado.</p>

	servicios que prestamos a la ciudadanía.	operativo y personal administrativo	
<b>Pregunta 6</b>	Claro que sí, es una forma de llevar la comunicación interna desde el ente superior, los canales son los que no dan las facilidades que se necesitan.	En un 70% ya que hay temas que no se dan a conocer ya que se tiene que hacer un seguimiento, informarse sobre capacitaciones o charlas.	No
<b>¿En cuanto a la información oficial que se maneja en la institución usted se siente informado en todo momento?</b>			
<b>Pregunta 7</b>	Recibir de todo nivel los requerimientos de parte de las personas, hacer conocer a las personas la misión, la visión y los objetivos las nuevas estrategias que utiliza la institución para cumplir la misión asignada y tener una relación continua en todos los niveles	Sería mejor el ejecutar este plan ya que se cuenta con un plan de comunicación, pero no se le da el debido cumplimiento ya que no hay permiso del personal para cumplirlos	Estaríamos más organizados y estructurados como una sola unidad ya que es una entidad pequeña con 42 administrativos y no se saben qué está pasando en el resto de unidades, sobre procesos etc. No se debe dividir en dos al cuerpo de personal para trabajar en unidad.
<b>¿Desde su punto de vista, ¿cuál cree usted que serían los beneficios o ventajas de contar con un PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA en la institución?</b>			
<b>Pregunta 8</b>	Sabemos que es factible y se debe generar un plan porque es necesario para cumplir los objetivos	Sería muy bueno ya que motivaría al personal a involucrarse más de las actividades del personal directivo y administrativo	Con las herramientas eso no debería ser difícil, sería de aplicarlo e implementarlo sin haber algún inconveniente y si sería ideal aplicar un plan de comunicación interna.
<b>¿Qué tan factible es implementar una propuesta de comunicación interna que favorezca los canales de comunicación en la institución?</b>			

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Análisis general.**

Una vez registrada la información de las entrevistas aplicadas a tres funcionarios del edificio central del cuerpo de bomberos de Loja y analizada la información se puede identificar ciertas dificultades en el proceso de comunicación interna por el personal operativo y administrativo de la institución esto ocasionado por varios factores como la falta de compromiso, ya que se menciona la vigencia de un proceso de comunicación interna pero no se da cumplimiento al mismo, ya que se evidencia un poco de desinterés y la comunicación es débil entre los miembros de la misma, lo que puede generar un inadecuado espacio de trabajo y posiblemente un bajo rendimiento en cuanto al cumplimiento de las actividades predestinadas en cada cargo y para cada persona, por lo cual se considera necesario presentar un plan de mejora al edificio central del cuerpo de bomberos sobre una propuesta de comunicación interna que favorezca los canales de comunicación en la organización y de esta manera cumplir con la misión y visión de la misma y conseguir ofrecer un servicio de calidad y calidez para la sociedad.

### 10.3 ENCUESTAS

#### Tabulación de resultados.

##### 1. Edad.

**Tabla 4**

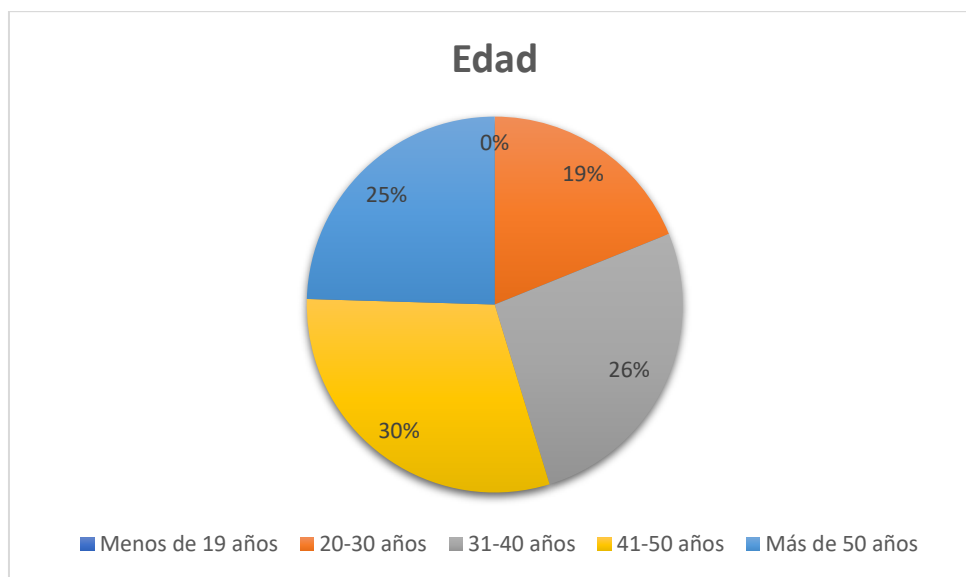
*Edad de los colaboradores*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 19 años	0	0%
20-30 años	10	19%
31-40 años	14	26%
41-50 años	16	30%
Más de 50 años	13	25%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 12**

*Edad de los colaboradores*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja.

(Mayra, 2023)

## 2. Género.

**Tabla 5**

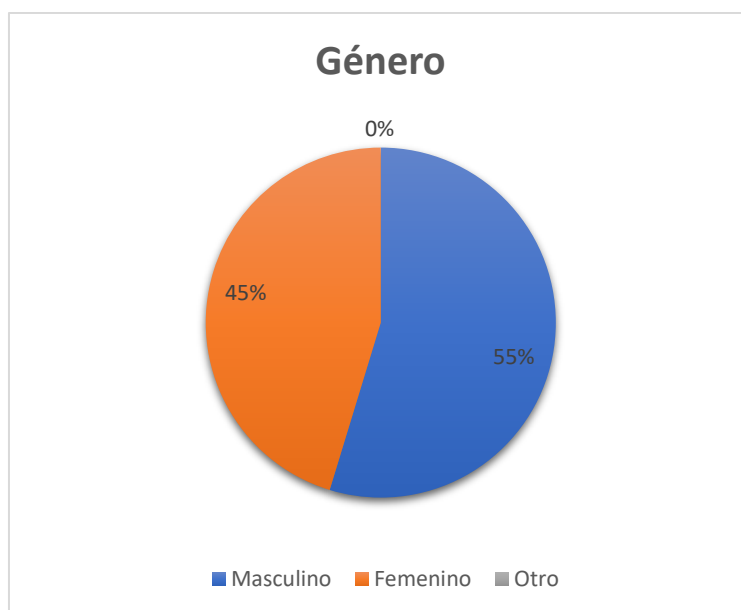
*Género de colaboradores*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	29	55%
Femenino	24	45%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 13**

*Género de colaboradores.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

### 3. Nivel de educación.

**Tabla 6**

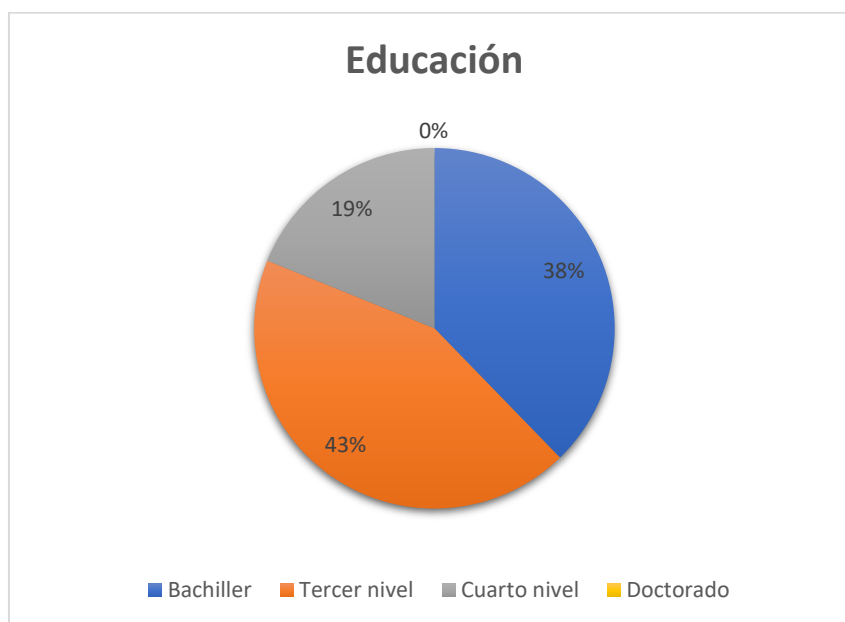
*Nivel de educación de colaboradores*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bachiller	20	38%
Tercer nivel	23	43%
Cuarto nivel	10	19%
Doctorado	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 14**

*Nivel de educación de colaboradores.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

#### 4. Tiempo de empleabilidad

**Tabla 7**

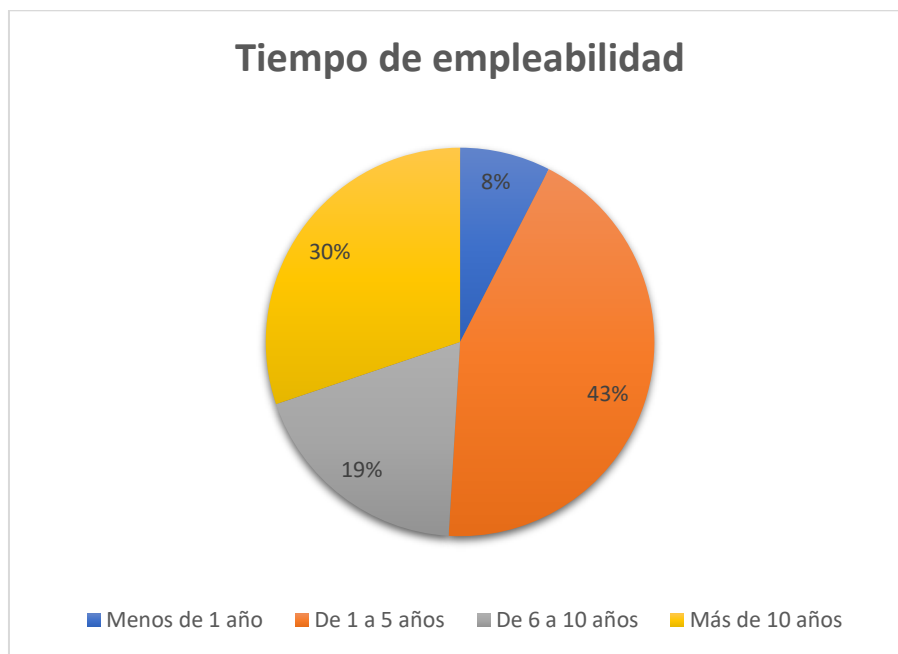
*Tiempo de empleabilidad que lleva cada encuestado*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	4	8%
De 1 a 5 años	23	43%
De 6 a 10 años	10	19%
Más de 10 años	16	30%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 15**

*Tiempo de empleabilidad que lleva cada encuestado.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

## 5. ¿A qué departamento permanece?

**Tabla 8**

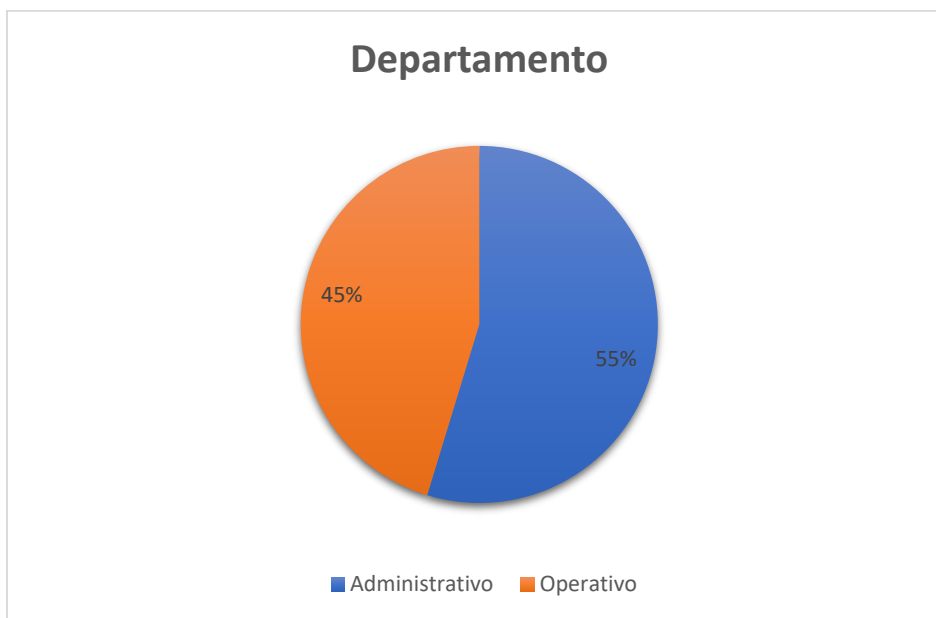
*Departamento al que pertenece el colaborador.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Administrativo	29	55%
Operativo	24	45%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 16**

*Departamento al que pertenece el colaborador.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)



### Preguntas técnicas de investigación.

#### 1. ¿Conoce usted sobre la comunicación interna en la institución?

**Tabla 9**

*Comunicación interna de la institución*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	64%
No	19	36%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 17**

*Comunicación interna de la institución.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

### **Análisis cuantitativo.**

Luego de haber aplicado las encuestas a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede evidenciar que el mayor porcentaje correspondiente al 64% del total si conoce sobre la comunicación interna en la institución respectiva por otro lado, el 36% representa la parte de la población encuestada que no conoce la comunicación interna en la institución.

### **Análisis cualitativo.**

De la encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja se pudo obtener un valor mayoritario indicando que si conocen sobre la comunicación interna que se maneja en la institución lo que es beneficioso para la misma ya que a través de esta acción se pueden llegar de buena manera a los objetivos institucionales previstos.

## **2. ¿Conoce usted sobre los procesos de comunicación en la institución?**

**Tabla 10**

*Procesos comunicativos de la institución*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	29	55%
No	24	45%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 18**

*Procesos comunicativos de la institución.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Análisis cuantitativo.**

Luego de haber aplicado las encuestas a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede evidenciar que el mayor porcentaje correspondiente al 55% mencionan conocer los procesos comunicativos que se desarrollan dentro de la institución y por el contrario el 45% restante indica que no conocen sobre los procesos de comunicación institucional.

**Análisis cualitativo.**

De la encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja se pudo obtener resultados casi parejos ya que, un poco más de la mitad de los encuestados si conocen sobre los procesos de comunicación institucionales, aunque la diferencia entre valores es mínima por lo tanto es factible realizar el proceso de investigación que permita fortalecer los procesos organizacionales y de esta manera poder dar solución conveniente.

**3. ¿Con qué frecuencia se emplea medios digitales (email, whatsapp, etc) para transmitir información de actividades a realizar en el cuerpo de bomberos?**

**Tabla 11**

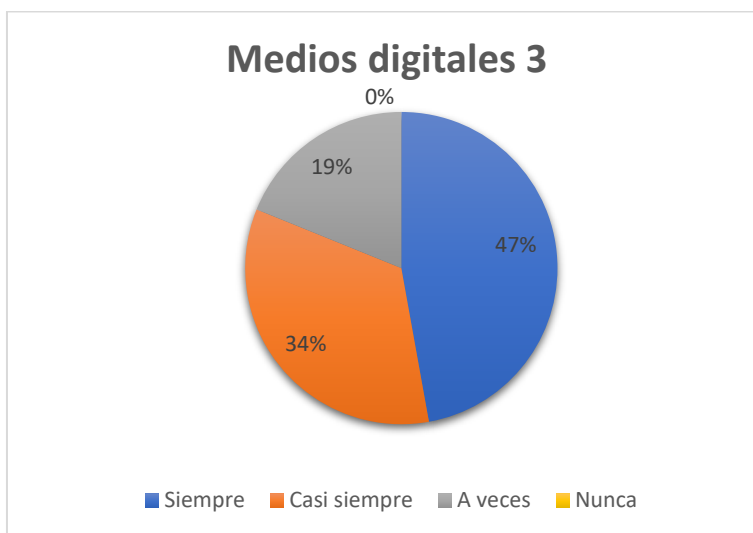
*Frecuencia de usos de medios digitales para actividades*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	25	47%
Casi siempre	18	34%
A veces	10	19%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 19**

*Frecuencia de usos de medios digitales para actividades.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Análisis cuantitativo.**

Luego de haber aplicado las encuestas a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede evidenciar que el mayor porcentaje corresponde al 47% de los encuestados que manifiestan que siempre se emplea medios digitales para transmitir información de actividades institucionales, además se evidencia también el 34% de los encuestados que mencionan que casi siempre se hace uso de recursos digitales, por el contrario el 19% dicen que a veces ocurre esto y por último un 0% de la población encuestada mencionan que nunca se hace uso de estos recursos antes mencionados.

**Análisis cualitativo.**

De la encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja se pudo obtener y como se puede evidenciar en la gráfica anterior se obtuvo un valor mayoritario de encuestados que indican que siempre se emplean recursos digitales para transmitir información de actividades a realizar en el cuerpo de bomberos, aunque el promedio de este último está por debajo del 50% o la mitad así que es factible realizar el proceso de investigación que permita fortalecer los procesos comunicativos para el desarrollo de actividades institucionales.

**4. ¿Con qué frecuencia se emplea medios tradicionales (cartelera, hojas volantes, reuniones, folletos, etc.) para transmitir información de actividades a realizar en el cuerpo de bomberos?**

**Tabla 12**

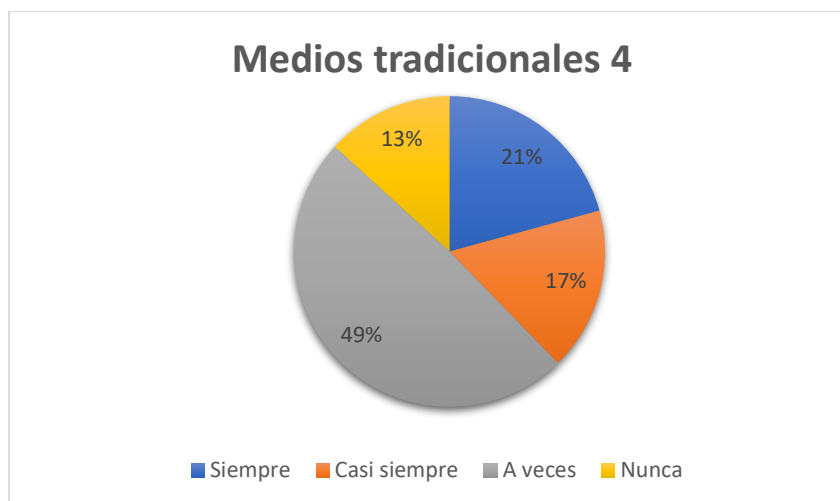
*Frecuencia de uso de medios tradicionales*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	11	21%
Casi siempre	9	17%
A veces	26	49%
Nunca	7	13%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 20**

*Frecuencia de uso de medios tradicionales.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Análisis cuantitativo.**

Luego de haber aplicado las encuestas a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede evidenciar que el mayor porcentaje corresponde al 49% que es la parte de encuestados que responden que a veces se emplean medios tradicionales para transmitir información de actividades a realizar en el cuerpo de bomberos, el 21% menciona que siempre se usan recursos como cartelera, hojas volantes, reuniones, folletos, etc., por otra parte está el 17% de encuestados que dicen que casi siempre se usa estos recursos y por último el 13% dicen que nunca se usan este tipo de recursos dentro de la institución.

### **Análisis cualitativo.**

De la encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja se pudo obtener y como se puede evidenciar en la gráfica anterior se obtuvo un valor mayoritario de encuestados que indican que a veces se hace uso de recursos tradicionales para transmitir información de actividades lo que indica que este tipo de recursos no están muy vigentes o no tienen mucho uso dentro de la institución.

## 5. ¿Con qué frecuencia revisa los comunicados internos emitidos por el cuerpo de bomberos?

**Tabla 13**

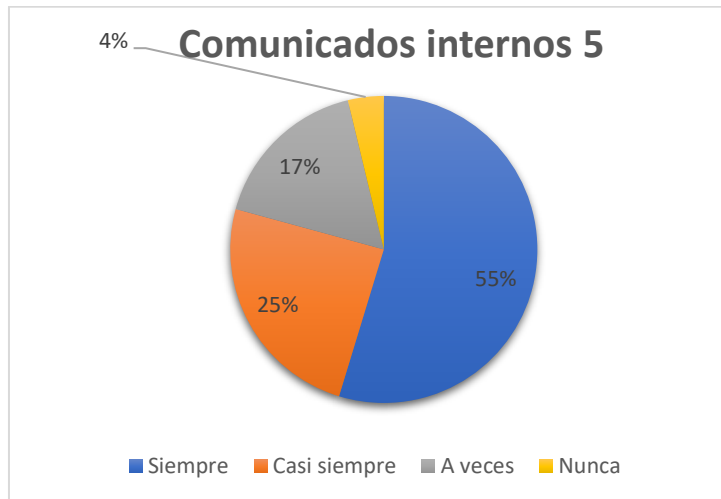
*Frecuencia de revisión de comunicados internos.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	55%
Casi siempre	13	25%
A veces	9	17%
Nunca	2	4%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 21**

*Frecuencia de revisión de comunicados internos.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

### **Análisis cuantitativo.**

Luego de haber aplicado las encuestas a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede evidenciar que el mayor porcentaje corresponde al 55% que es la parte



de encuestados que responden que siempre se revisa los comunicados internos emitidos por el cuerpo de bomberos, por otro lado el 25% menciona que casi siempre se hace esta revisión, el 17% dice que a veces se realiza lo antes detallado y por último el 4% menciona que nunca se realiza la revisión de comunicados internos de la institución.

### **Análisis cualitativo.**

De la encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja se pudo obtener y como se puede evidenciar en la gráfica anterior se obtuvo un valor mayoritario del total de encuestados que consideran que se realiza la revisión revisa los comunicados internos emitidos por el cuerpo de bomberos con un gran nivel de frecuencia.

### **6. ¿Con qué frecuencia los comunicados internos emitidos son claros y eficaces?**

**Tabla 14**

*Frecuencia de claridad y eficacia de comunicados*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	17	32%
Casi siempre	23	43%
A veces	10	19%
Nunca	3	6%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 22**

*Frecuencia de claridad y eficacia de comunicados*



**Nota.** Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

#### **Análisis cuantitativo.**

Una vez aplicada la encuesta a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede evidenciar que el mayor porcentaje corresponde al 43% mencionando que casi siempre los comunicados internos emitidos son claros y eficaces, por otro lado, el 32% dice que siempre estos comunicados son claros y eficaces, el 19% manifiesta que a veces estos comunicados son de la manera descrita y por último el 6% corresponde a la población que menciona que nunca los comunicados son claros y eficaces.

#### **Análisis cualitativo.**

De la encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja se pudo obtener que la mayoría de los encuestados mencionan que los comunicados emitidos por la institución son de carácter claro y eficaces con una gran frecuencia, lo que es muy beneficioso para la productividad de la institución en sí.

## 7. ¿Considera que la comunicación interna con sus compañeros es efectiva?

**Tabla 15**

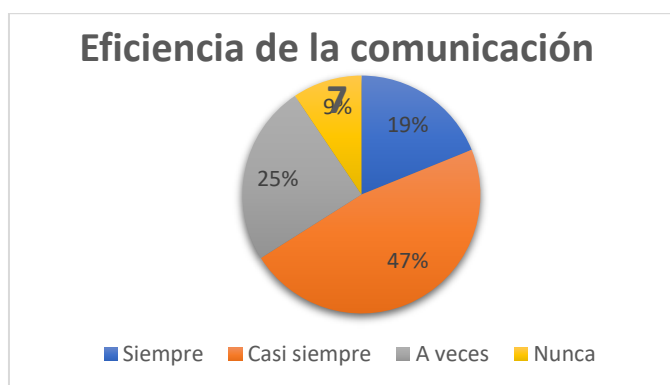
*Eficiencia de la comunicación interna*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	10	19%
Casi siempre	25	47%
A veces	13	25%
Nunca	5	9%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 23**

*Comunicación efectiva*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

### **Análisis cuantitativo.**

Una vez aplicada la encuesta a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede evidenciar que el mayor porcentaje corresponde al 47% de los encuestados que mencionan que consideran que casi siempre la comunicación interna con sus compañeros es efectiva, el 25% menciona que a veces la comunicación es efectiva y por

otro lado el 19% dice que siempre se establece una comunicación efectiva y por último se tiene el 9% corresponde a la parte de la población que menciona que nunca se da estos casos de comunicación efectiva.

### **Análisis cualitativo.**

De la encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja se pudo obtener y como se puede evidenciar en la gráfica anterior la mayoría de encuestados mantienen una comunicación estable entre compañeros lo que garantiza el desarrollo de un buen ambiente laboral dentro de la institución, pese a esto se deben diseñar y planificar estrategias para potenciar y mejorar este aspecto.

### **8. ¿Con qué frecuencia la comunicación en la organización es informal chisme, rumores, charla en pasillos u oficinas, etc.?**

**Tabla 16**

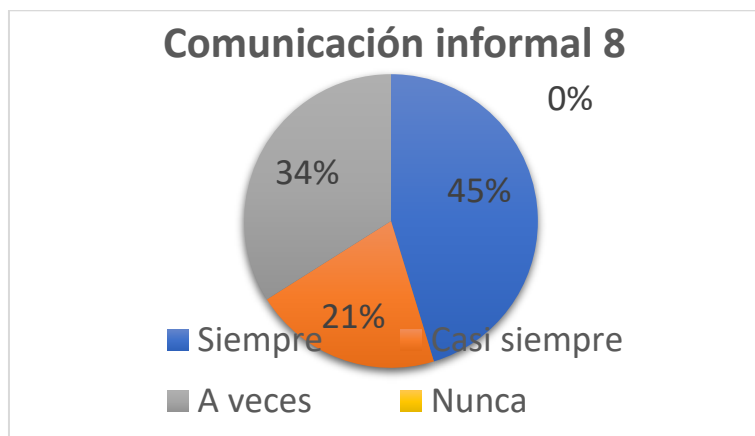
*Frecuencia de la comunicación informal*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	24	45%
Casi siempre	11	21%
A veces	18	34%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 24**

*Frecuencia de la comunicación informal.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

#### **Análisis cuantitativo.**

Una vez aplicada la encuesta a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede evidenciar que el mayor porcentaje correspondiente al 45% que indica la parte de los encuestados que dicen que siempre la comunicación en la organización es informal chisme, rumores, charla en pasillos u oficinas, también el 34% dice que a veces se dan estos casos descritos, un 21% que corresponde a la parte de encuestados que manifiestan que la comunicación en la institución es informal y por último el 0% dice que nunca se presentadas estas situaciones.

#### **Análisis cualitativo.**

De acuerdo a los datos registrados de la encuesta aplicada al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja y representados en el gráfico anterior se puede notar que la mayoría del personal establecen un tipo de comunicación informal como chisme, rumores, charlas en pasillos y oficinas por lo que se cree necesario realizar el proceso de

investigación que permita fortalecer los procesos organizacionales y de esta manera poder dar solución a los problemas encontrados dentro de la institución encuestada.

### 9. ¿Con qué frecuencia existe comunicación adecuada entre personal administrativo y operativo?

**Tabla 17**

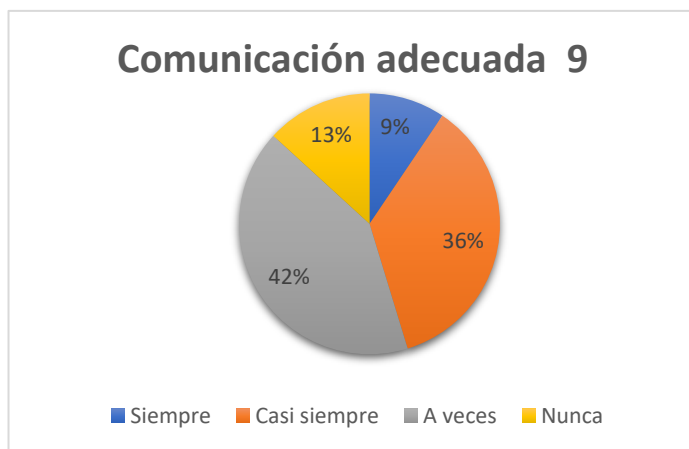
*Frecuencia de la comunicación adecuada*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	9%
Casi siempre	19	36%
A veces	22	42%
Nunca	7	13%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 25**

*Frecuencia de la comunicación adecuada*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

#### **Análisis cuantitativo.**

Una vez aplicada la encuesta a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede evidenciar que el mayor porcentaje correspondiente al 42% del total

colaboradores que indica que a veces existe comunicación adecuada entre personal administrativo y operativo, un 36% manifiesta que casi siempre se da este caso, el 13% que corresponde a la parte de la población encuestada que manifiesta que nunca se establece una comunicación adecuada entre el personal administrativo y operativo, por último el 9% dice siempre existe este tipo de comunicación en la institución.

### **Análisis cualitativo.**

Con base en la información recabada en la aplicación de la encuesta al edificio central de cuerpos de bomberos de la ciudad de Loja y con ayuda de la representación gráfica anterior se puede decir que un número significativo de los encuestados mantiene un proceso comunicativo adecuado entre ellos lo que facilita el desarrollo de actividades laborales.

### **10. ¿Con qué frecuencia existe falencias en la comunicación interna en el área administrativa del cuerpo de bomberos?**

**Tabla 18**

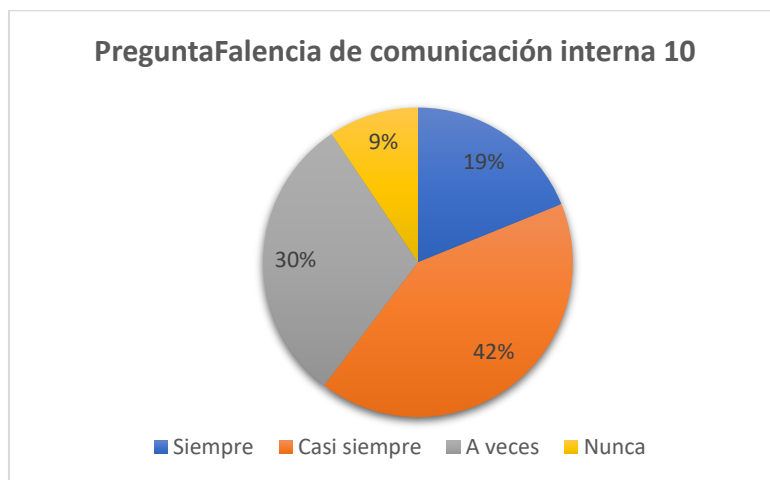
*Frecuencia de falencias en la comunicación interna*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	10	19%
Casi siempre	22	42%
A veces	16	30%
Nunca	5	9%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 26**

Frecuencia de falencias en la comunicación interna



**Nota.** Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

#### **Análisis cuantitativo.**

Con ayuda de los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede decir que el mayor porcentaje correspondiente es 42% que es la parte de encuestados que mencionan que casi siempre existe falencias en la comunicación interna en el área administrativa del cuerpo de bomberos, el 30% indica que a veces suceden los casos descritos, el 19% que corresponde a la parte de encuestados que mencionan que siempre existen estas falencias en el proceso de comunicación, y por último el 9% indican que nunca existen falencias.

#### **Análisis cualitativo.**

De acuerdo a la información recabada en la aplicación de la encuesta al edificio central de cuerpos de bomberos de la ciudad de Loja se puede decir que un número significativo del total de encuestados dicen que si existen falencias en la comunicación



interna en el área administrativa del cuerpo de bomberos por lo tanto es factible realizar el proceso de investigación que permita fortalecer los procesos organizacionales y de esta manera poder dar solución a los problemas encontrados en la empresa.

### 11. ¿Usted tiene conocimiento de los distintos canales de comunicación que emplea la institución?

**Tabla 19**

*Canales de comunicación de la institución*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	28%
Casi siempre	17	32%
A veces	13	25%
Nunca	8	15%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 27**

*Canales de comunicación de la institución*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)  
**Análisis cuantitativo.**

Con ayuda de los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede decir que el mayor porcentaje correspondiente es 32% que es la parte de encuestados que casi siempre tienen conocimiento de los distintos canales de comunicación que emplea la institución, después está el 28% dice que siempre se tiene este tipo de conocimiento, después el 25% indica que a veces se tiene conocimiento sobre los canales de comunicación de la institución y por último el 15% dice que nunca se ha tenido conocimiento sobre el tema mencionado en el ítem.

### **Análisis cualitativo.**

De acuerdo a la información recabada en la aplicación de la encuesta al edificio central de cuerpos de bomberos de la ciudad de Loja se puede decir que un número significativo del total de encuestados si tienen algo de conocimiento acerca de los canales de comunicación que se maneja dentro de la institución.

## **12. ¿Ha evidenciado dificultades en la comunicación para resolver crisis emergentes a las que tiene que enfrentarse la institución?**

**Tabla 20**

*Dificultades de la comunicación en crisis emergentes*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	17	32%
Casi siempre	17	32%
A veces	18	34%
Nunca	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 28**

*Dificultades de la comunicación en omunicación internacrisis emergentes.*



**Nota.** Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

#### **Análisis cuantitativo.**

Con ayuda de los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede decir que el mayor porcentaje correspondiente es 34% que es la parte de encuestados que a veces han evidenciado dificultades en la comunicación para resolver crisis emergentes dentro de la institución, después hay un 32% que corresponde a la parte del total de encuestados que dicen que siempre y casi siempre han evidenciado estas dificultades y por último el 2% del total de encuestados que dicen que nunca han evidenciado estas dificultades.

#### **Análisis cualitativo.**

De acuerdo a la información recabada en la aplicación de la encuesta al edificio central de cuerpos de bomberos de la ciudad de Loja se puede decir que un número significativo del total de encuestados si han evidenciado algunas dificultades al momento de resolver crisis emergentes a las que tiene que enfrentarse la institución.

### 13. ¿La comunicación interna es manejada por expertos en el tema?

**Tabla 21**

*Comunicación interna dirigida por expertos*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	15%
Casi siempre	13	25%
A veces	23	43%
Nunca	9	17%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 29**

*Comunicación interna dirigida por expertos.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Análisis cuantitativo.**

Con ayuda de los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta a un total de 53 colaboradores siendo este el 100% se puede decir que el mayor porcentaje correspondiente es 43% que es la parte de encuestados que manifiesta que a veces la comunicación interna es manejada por expertos en el tema, el 25% menciona que casi siempre la comunicación interna es manejada por expertos, el 17% dice que nunca se dan esos casos y por último el 15% que manifiesta que siempre la comunicación interna es llevada por expertos.

**Análisis cualitativos.**

De acuerdo a la información recabada en la aplicación de la encuesta al edificio central de cuerpos de bomberos de la ciudad de Loja se obtuvo un número significativo del total de encuestados dicen que la comunicación interna guiada por expertos tiene una frecuencia un tanto baja en la institución por lo tanto factible realizar el proceso de investigación que permita fortalecer los procesos organizacionales y de esta manera poder dar solución a los problemas encontrados en la institución.

**14. ¿La información siempre se maneja por canales formales de comunicación, como memos mediante correo electrónico, reuniones, notas internas, etc.?**

**Tabla 22**

*Canales formales de comunicación*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	20	38%
Casi siempre	17	32%
A veces	11	21%
Nunca	5	9%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 30**

*Canales formales de comunicación.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)  
**Análisis cuantitativo.**

Después de haber aplicado la encuesta al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja y registrar la información se puede evidenciar que del 100% de los encuestados hay un mayor porcentaje que corresponde al 38% que dicen que siempre se maneja por

canales formales de comunicación, como memos mediante correo electrónico, reuniones, notas internas, después el 32% manifiestan que casi siempre sucede esto, el 21% corresponde a la parte de encuestados que dice que a veces sucede esto y por último el 9% mencionan que nunca se da esto.

### **Análisis cualitativo.**

De acuerdo a la información recabada en la aplicación de la encuesta al edificio central de cuerpos de bomberos de la ciudad de Loja se obtuvo un número significativo del total de encuestados dicen que en efecto la información es llevada por canales formales de comunicación, como memos mediante correo electrónico, reuniones, notas internas, entre otras.

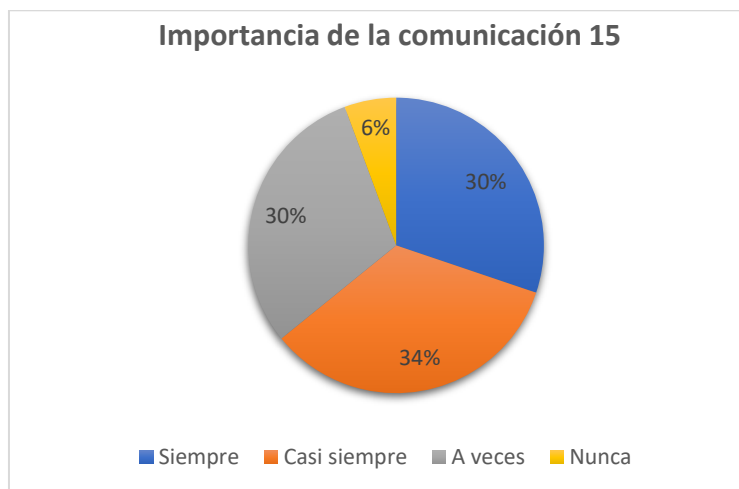
### **15. ¿La institución da importancia a la comunicación interna?**

**Tabla 23**

*Importancia de la comunicación interna*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	16	30%
Casi siempre	18	34%
A veces	16	30%
Nunca	3	6%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 31***Importancia de la comunicación interna*

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

#### **Análisis cuantitativo.**

Después de haber aplicado la encuesta al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja y registrar la información se puede evidenciar que del 100% de los encuestados hay un mayor porcentaje que corresponde al 34% que dicen que en la institución casi siempre se da importancia a la comunicación interna en la institución, luego con un 30% de los encuestados dicen que a veces y siempre se da la importancia necesaria, y por último el 6% indica que nunca se da la respectiva importancia a la comunicación interna.

#### **Análisis cualitativos.**

De la entrevista aplicada en el edificio de centro de bomberos de Loja y analizando los datos obtenidos se puede notar que existe un número significativo que, si se le da la respectiva importancia a la comunicación interna, pero los valores no están tan alejados uno del otro por tal motivo es necesario realizar el proceso de investigación



que permita fortalecer los procesos organizacionales y de esta manera poder dar solución a los problemas encontrados en la institución.

**16. ¿Se emplea estrategias, actividades y herramientas para favorecer la comunicación interna de la organización?**

**Tabla 24**

*Actividades, estrategias y herramientas para favorecer la comunicación.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	15%
Casi siempre	20	38%
A veces	18	34%
Nunca	7	13%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 32**

*Actividades, estrategias y herramientas para favorecer la comunicación.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Análisis cuantitativo.**

Después de haber aplicado la encuesta al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja y registrar la información se puede evidenciar que del 100% de los encuestados hay un mayor porcentaje que corresponde al 38% que dicen que en la institución casi siempre se emplean estrategias, actividades y herramientas para favorecer la comunicación interna de la organización y después el 34% dicen que a veces se emplean estas estrategias, el 15% mencionan que siempre sucede y por último el 13% mencionan que si se emplean este tipo de actividades.

**Análisis cualitativo.**

Del total de encuestas aplicadas al edificio central del cuerpo de bomberos se obtuvo un número significativo de los encuestados manifestando que, si se emplean estrategias, actividades y herramientas para favorecer la comunicación interna de la organización, aunque no con la gran frecuencia por lo que es necesario factible realizar el proceso de investigación que permita fortalecer los procesos organizacionales.

**17. ¿La información que emite a sus compañeros o superiores es enviada con anticipación, es clara, concisa y formal?**

**Tabla 25**

*Información clara concisa y formal.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	18	34%
Casi siempre	22	42%
A veces	11	21%
Nunca	2	4%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 33**

*Información enviada clara y concisa*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

### **Análisis cuantitativo.**

Después de haber aplicado la encuesta al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja y registrar la información se puede evidenciar que del 100% de los encuestados hay un mayor porcentaje que corresponde al 42% que dicen que en la institución la información que se emite a compañeros o supervisores es casi siempre enviada con una anticipación y es clara, formal y concisa, siguiendo con el 34% manifiesta que siempre se suscita la información con anterioridad el 21% indica que a veces se dan estos casos y por último el 4% mencionan que nunca se trabaja con anticipación en cuanto a la información.

### **Análisis cualitativo.**

De acuerdo a la información recabada en la aplicación de la encuesta al edificio central de cuerpos de bomberos de la ciudad de Loja se obtuvo un número significativo del total de encuestados dicen la información que se maneja entre compañeros o superiores es frecuentemente tratada con anticipación lo que genera buenos resultados dentro del labor de la institución.

## **18. ¿Es factible emplear un plan de comunicación interna en la institución?**

**Tabla 26**

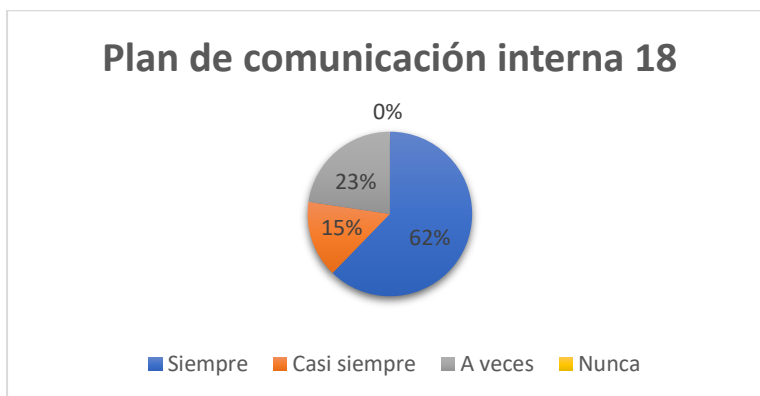
*Empleo de comunicación interna*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	33	62%
Casi siempre	8	15%
A veces	12	23%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 34**

*Es factible emplear un plan de comunicación interna*



**Nota.** Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

#### **Análisis cuantitativo.**

Después de haber aplicado la encuesta al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja y registrar la información se puede evidenciar que del 100% de los encuestados hay un mayor porcentaje que corresponde al 62% considera es siempre es factible emplear un plan de comunicación interna en la institución, 23% menciona que a veces es factible emplear este plan, después se tiene 15% que dice que casi siempre se emplea un plan de comunicación y por último el 0% que corresponde a la parte de la población que nunca es factible esta comunicación.

#### **Análisis cualitativo.**

De la encuesta aplicada al edificio central de cuerpos de bomberos de Loja se puede decir que un número significativo de miembros consideran que si es factible emplean un plan de comunicación interna dentro de la institución para poder fortalecer el desarrollo de actividades institucionales así también como la fortificación de las relaciones personales que existe entre los miembros de la institución permitiendo de esta manera el desarrollo de un óptimo ambiente laboral.

**19. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se le diera a conocer sobre el plan de comunicación interna?**

**Tabla 27**

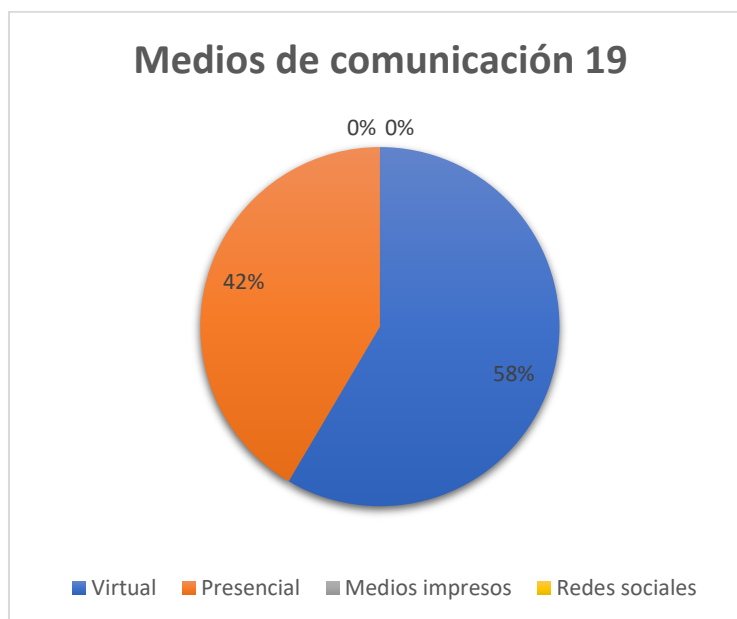
*Medios de comunicación preferidos.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Virtual	31	58%
Presencial	22	42%
Medios impresos	0	0%
Redes sociales	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 35**

*Medios de comunicación preferidos.*



*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Análisis cuantitativo**

Después de haber aplicado la encuesta al edificio central del cuerpo de bomberos de Loja y registrar la información se puede evidenciar que del 100% de los encuestados

hay un mayor porcentaje que corresponde al 58% que optan por medios de comunicación virtual en relación a las demás para aplicarla en un plan de comunicación, por el otro contrario el 42% optan por el uso de recursos presenciales y por último el 0% que escoge medios impresos y redes sociales.

### **Análisis cualitativo.**

Como se puede notar la información representada en la grafico anterior obtenida luego de aplicar la encuesta en la institución indicada se puede decir que a un número mayoritario de encuestados les gustaría la implementación de recursos virtuales como medios de comunicación para transmitir información sobre el plan de comunicación interna institucional y por el contrario a nadie le gustaría el uso de recursos impresos o a través de redes sociales.

## **20. ¿Qué le gustaría que contenga un plan de comunicación interna?**

**Tabla 28**

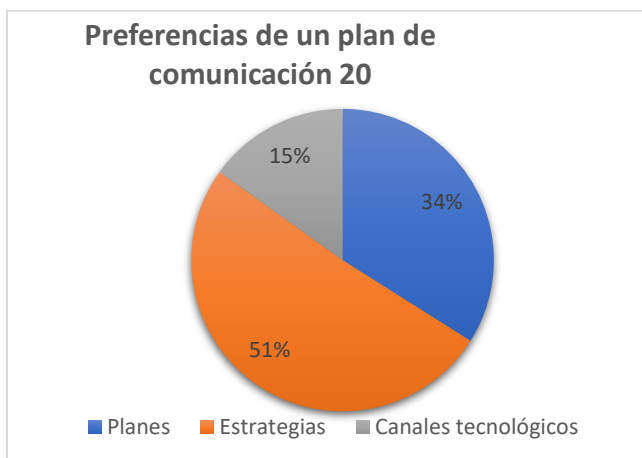
*Preferencias de un plan de comunicación.*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Planes	18	34%
Estrategias	27	51%
Canales tecnológicos	8	15%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

**Figura 36**

*Preferencias de un plan de comunicación.*



**Nota.** Encuesta realizada al edificio central del cuerpo de bomberos Loja. (Mayra, 2023)

#### **Análisis cuantitativo.**

Una vez analizados los resultados de la encuesta un total de 53 encuestados correspondiente al 100%, se obtuvo que el 51% de los encuestados optan por la implementación de estrategias dentro del plan de comunicación interna, después el 34% prefieren que el dentro del plan de comunicación interna se incluyan planes y por último el 15% que pertenece al fragmento de la población que este plan contenga canales tecnológicos.

#### **Análisis cualitativo.**

Una vez aplicada la encuesta a los diferentes miembros del edificio central de cuerpos de bomberos Loja, un número alto del personal del cuerpo de bomberos preferirían la implementación de estrategias dentro del plan de comunicación interna, lo que resulta ser muy beneficioso para el desenvolvimiento de la institución, aunque también hay otro porcentaje que escogería el uso de canales tecnológicos por lo que también sería válido enfocarse en estos aspectos para poder desarrollar las actividades laborales dentro de la institución.



## **11 PROPUESTA DE ACCIÓN**

### **11.1 INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto tiene como finalidad diseñar un plan de comunicación interna para el Edificio Central del Cuerpo de Bomberos de Loja, que contenga estrategias y acciones que favorezca a la mejora de procesos comunicativos, para que los colaboradores tengan pleno conocimiento de sus funciones, que permitan alcanzar las metas personales y colectivas dentro de la institución. Además, favorecer el desarrollo del sentido de pertenencia, interacciones positivas, productividad y efectividad en el cumplimiento de sus tareas, pero, sobre todo, fortalecer los canales de comunicación empleadas en el establecimiento.

Al no existir un adecuado manejo comunicacional interno, existe el riesgo de la exposición de los trabajadores a factores como la desmotivación, desregulación emocional, desinformación y un inadecuado ambiente laboral, siendo necesario realizar un plan estratégico enfocado en la aplicación de herramientas y canales comunicativos destinados a optimizar la información formal y correcta dentro de la institución, fomentar el diálogo y reforzar herramientas existentes. Con ello, se pretende estimular el compromiso de los colaboradores para obtener una cultura de fidelidad, pertenencia a la institución y mejorar el cumplimiento de los objetivos institucionales.

De tal modo, se proporcionará a la institución del estudio, el contenido relevante en orden a la comunicación interna, misma que se rige en planificaciones de acciones y estrategias que favorece el intercambio de conocimientos entre colaboradores y directivos. Por tanto, la propuesta parte de la necesidad de mejorar la fluidez comunicativa en las áreas de trabaja, para obtener información de calidad, calidez.

## **11.2 PRESENTACIÓN**

El Cuerpo de Bomberos del cantón de Loja con 76 años de servicio a la ciudadanía, ha contribuido con atención de emergencias, gestión de riesgos, inspección en locales comerciales y atención pre hospitalaria parte de sus funciones imperantes, pero cuenta con debilidad en torno a la comunicación interna, dado que se ha evidenciado falencias en los procesos comunicativos empleados en el establecimiento, siendo necesario esta propuesta para contrarrestar y brindar recursos que disminuyan las debilidades frente a los problemas que presentan.

Por consiguiente, los beneficios y resultados de la propuesta de acción giran en relación a la comunicación interna en el personal del edificio central del Cuerpo de Bomberos, mismos que pretenden dar respuesta al análisis de los instrumentos empleados al aportar con información de los distintos procesos comunicativos empleados.

### 11.3 BENEFICIARIOS

**Tabla 29**

*Redacción*

<b>Tipo de beneficiario</b>	<b>A quién está dirigido</b>	<b>Resultado</b>	<b>Alcance</b>
<b>Directo</b>	Colaboradores del edificio central del Cuerpo de Bomberos de Loja	Aumenta la productividad de los empleados.	60 colaboradores del edificio central del Cuerpo de Bomberos de Loja
		Disminuye la rotación de empleados.	
		Incrementa la satisfacción, lo que contribuye a un ambiente de trabajo saludable.	
		Fomenta el intercambio de conocimientos entre colaboradores	
<b>Indirecto</b>	Ciudadanía de Loja	Otorgar un buen servicio de calidad en atención al cliente.	214.855 habitantes de Loja
		Optimiza tiempo y recursos económicos.	
		Eficiencia en los trámites administrativos para la ciudadanía.	

*Nota.* Esta tabla muestra los beneficios directos e indirectos de la institución.

## 11.4 ESTRUCTURA

**Figura 37**

*Plan de comunicación interna.*



**Nota:** Referente a los pasos a seguir para el plan de comunicación interna.

## 11.5 DOCUMENTO PRESENTADO

### 1 Portada



## 2 Ficha Técnica

### INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO

Ing. Ana Marcela Cordero Clavijo, Mgs

**Rectora**

Lic. Paulina Alemania Martinez Vega, Mgs

**Vicerrectora Académica**

Lic. Nancy Johana Cordova Tobar, Mgs

**Coordinadora de carrera**

Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs

**Director**

Mayra Liliana Yunga Lima

**Autora**

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

**Carrera**

Loja - Ecuador enero 2023

### 3 Índice de contenidos

1 Portada.....	82
2 Ficha Técnica.....	83
3 Índice de contenidos.....	84
4 Presentación de la empresa.....	85
5 Objetivo del manual .....	86
6 Glosario de términos .....	87
6 Marco Legal.....	91
7 Diagnóstico de la empresa.....	95
8 Cuadro comparativo de ventajas y desventajas .....	86
9 Propuesta de Acción.....	96
10 Matriz de Competencias.....	100
10.1 Objetivo 1 .....	100
10.2 Objetivo 2 .....	103
10.3 Objetivo 3 .....	112
10.4 Objetivo 4 .....	117
10.5 Objetivo 5 .....	120
10.6 Objetivo 6 .....	128
11 Cronograma.....	135
12 Presupuesto.....	136
13 Resultados Esperados .....	138
14 Contraportada.....	139

#### **4 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

El Cuerpo de Bomberos de Loja, se fundó el 07 de noviembre de 1946 está enmarcado en la formulación, aplicación y actualización de normas de protección contra incendios y de seguridad con materiales peligrosos, así como la inspección de instalaciones de seguridad contra incendios y funcionamiento de dichas instalaciones en bienes muebles, inmuebles, edificaciones e instalaciones comerciales, industrias y en aquellas que exista gran afluencia de personas; además, auxiliar a los ciudadanos que resulten afectadas en casos de accidentes, enfermedades, siniestros o desastres naturales que pongan en riesgo la integridad física.

##### **a. Misión**

El Cuerpo de Bomberos de Loja es una institución de derecho público, dedicada a la prevención de incendios y capacitación, vinculación con la comunidad y atención de emergencias mediante acciones oportunas para salvar vidas y proteger bienes en el cantón Loja.

##### **b. Visión**

“Ser una Institución que brinde servicios efectivos e innovadores de prevención de incendios y capacitación, vinculación con la comunidad y atención de emergencias, con personal calificado, capacitado y comprometido con la comunidad y promoviendo su participación”

##### **c. Valores Institucionales**

La gestión que realiza la institución se fundamenta en los valores que se presentan a continuación:

- a) Respeto de los derechos humanos.



- b) Transparencia.
- c) Eficacia.
- d) Solidaridad.
- e) Colaboración.
- f) Efectividad.
- g) Respeto.
- h) Responsabilidad.
- i) Coordinación.
- j) Complementariedad.

## 5 Cuadro comparativo de ventajas y desventajas

**Tabla 30**

*Cuadro comparativo de ventajas y desventajas*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
➤ Facilitar la comunicación interna entre colaboradores.	➤ Disminuye la productividad y la eficiencia a los colaboradores
➤ Agrega mayor credibilidad y transparencia a la comunicación institucional.	➤ No saber cuáles son los problemas que día a día se presentan en la institución.
➤ Mejora de la imagen y brindar una buena atención a sus usuarios.	➤ Mayor número de malentendidos, rumores, que pueden llegar a fraccionar las relaciones entre colaboradores y departamentos

- Ayudar a que la institución se sienta organizada y estructurada en una sola unidad tanto administrativo como operativo.
- Flujo lento de información entre funcionarios
- Contribuye a cumplir los objetivos institucionales.
- Mejora el clima organizacional.
- Aumento de productividad.
- Minimiza rumores.

---

**Nota.** Referente Al cuadro comparativo de la propuesta de acción para la institución, tomada de la fuente de la autora de la investigación, 2023.

## **6 Objetivo del manual**

Proponer acciones que permita mejorar la comunicación interna, mediante el diseño de un plan estratégico que favorezca los canales comunicativos empleados entre colaboradores y directivos del Edificio del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja.

## 7 Glosario de términos

### A

**Acciones:** Son las partes en las que se divide el capital de una empresa.

Cada inversor de una compañía posee un número determinado de acciones, por lo que será dueño del porcentaje que esos títulos representen de la compañía. El valor de todas las acciones de la compañía es su capitalización de mercado. (Bankers, 2012)

**Beneficios:** En economía es la cantidad monetaria resultante de la diferencia entre ingresos y costes de una inversión, negocio o cualquier otra actividad económica. (López, 2022)

**Conocimientos:** Entendimiento, inteligencia, razón natural (Española, 2014).

**Comprometidos:** Que implica riesgo, dificultad Conocimientos

Entendimiento, inteligencia, razón natural (Española, 2014).

**Confianza:** Esperanza firme que se tiene de alguien o algo (Española, 2014).

**Comunicación:** Es el conjunto de condiciones en las que se produce la transmisión de un mensaje. Es el entorno o situación extralingüística que rodea e influye a la acción comunicativa, por ejemplo, un contexto laboral, político, cultural o escolar. (Editorial Etece, 2022)

**Comunicación Interna:** Son los canales y mecanismos de información que existen dentro de una organización determinada, y cuyo destino es el mismo personal que trabaja en ella, en sus diversos departamentos o modalidades organizativas. (Editorial Etece, 2022)

**Confidencialidad:** Se conoce en derecho como una comunicación privilegiada, la cual se define como un intercambio de

información entre dos personas en una relación entre el profesional y su cliente, en la cual la relación confidencial es expresamente reconocida por ley.

**Canales tecnológicos:** es un término extensivo para la tecnología de la información (TI) que enfatiza el papel de las comunicaciones unificadas, la integración de las telecomunicaciones (líneas telefónicas y señales inalámbricas) y las computadoras, así como el *software* necesario, el *middleware*, almacenamiento, sistemas de temas audiovisuales y producción audiovisual, que permiten a los usuarios acceder, almacenar, transmitir y manipular información

## D

**Desorganización:** describe un grupo o comunidad basado en la organización horizontal más que

vertical, y generalmente en el poder descentralizado.

**Directrices:** Norma o conjunto de normas e instrucciones que se establecen o se tienen en cuenta al proyectar una acción o un plan.

## E

**Evaluación:** es la “acción y efecto de evaluar”, o sea, de “estimar, apreciar, señalar el valor de algo”, y de inmediato lo vincula con el mundo escolar y educativo. (Editorial Etece, 2022)

**Equipos:** Conjunto de personas con habilidades complementarias que realizan una tarea para alcanzar resultados comunes.

**Empresa:** Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos (Española, 2014).

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

## F

**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 (Anonimo, Wikipedia, 2011)

**Fracaso:** Se conoce como fracaso a la falta de éxito o resultado adverso que una persona obtendrá como respuesta a alguna empresa, proyecto o trabajo que haya presentado ante otros y que claro no tuvo el resultado positivo que se esperaba

## G

**Gestión:** Es asumir y llevar a cabo las responsabilidades sobre un proceso, esto puede ser empresarial o personal, lo que incluye: La preocupación por la disposición de

los recursos y estructuras necesarias para que tenga lugar en el comercio.

## H

**Herramientas:** es un objeto elaborado que sirve como extensión del cuerpo de quien lo usa, para permitir o facilitar una tarea mecánica que sin ella no se podría realizar, o sería muy difícil, por falta de fuerza, movilidad, dimensiones.

## I

**Innovación:** Es estar inmerso en lo nuevo, en lo novedoso, o en la vanguardia. De hecho, la palabra innovación está compuesta etimológicamente por varias voces latinas, siendo las centrales in, “entre” o “adentro”, y novus, “nuevo”. (Editorial Etece, 2022)

## O

**Objetivos:** son los resultados deseados que se esperan alcanzar con la ejecución de las actividades que integran un proyecto, empresa o entidad. Medibles o cuantificables.

**Organización:** Es un sistema social formado por un grupo de personas enfocadas en un objetivo en común a lograr dentro de un tiempo, espacio y cultura determinada. En toda organización se plantean normas, metas y ejes que ayudan a lograr la misión

## **P**

### **Plan**

Intención, proyecto (Española, 2014)

**Planificación:** Al conjunto de acciones y decisiones creadas para cumplir un objetivo específico, utilizando los recursos a disposición y en un marco temporal predeterminado. (Uriarte, 2020)

## **R**

**Recomendaciones:** Es la parte final de un texto investigativo, salvo por la bibliografía y las recomendaciones, en donde se

evidencia si los objetivos fueron cumplidos exitosamente y de qué forma. (Online, 2018)

**Retroalimentación:** Es un mecanismo por el cual una cierta proporción de la salida de un sistema se dirige a la entrada, con señales de controlar su comportamiento.

(Anonimo, Real Academia de Ingeniería de España, 2014)

## **T**

**Trabajo en equipo:** Es una labor que se lleva a cabo a través de un conjunto de integrantes que tienen un objetivo común, aunque cada uno desarrolle sus tareas de forma individual para conseguirlo. (Peiró, 2020)

**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, la actividad. (Silva Suárez, 2008)

## **8 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. Además, el objeto de esta Ley comprenderá la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole a través de medios de comunicación.

Art. 2.- Titularidad y exigibilidad de los derechos. - Son titulares de los derechos establecidos en esta Ley, individual o colectivamente, todas las personas ecuatorianas y extranjeras que residen de manera regular en el territorio nacional, sin importar su cargo o función en la gestión pública o la actividad privada, así como los nacionales que residen en el exterior en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.



Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador.

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

Art. 23.- Derecho a la rectificación. Las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, o sobre asuntos a su cargo por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de comunicación legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general.

Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de realizar o publicar según el caso, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, página y sección en medios escritos o en el mismo programa, horario o espacio en medios audiovisuales, para las rectificaciones que haya lugar en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, contadas a partir de presentado el reclamo por escrito de la persona afectada. La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad con sus competencias. En ningún caso la rectifica.

Art. 24.- Derecho a la réplica o respuesta. Toda persona que haya sido directamente aludida a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación, tiene derecho a que ese medio publique o brinde acceso para que se realice su réplica o respuesta de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, página o sección en medios escritos, o en el mismo programa, espacio y horario en medios audiovisuales, en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, a partir de la solicitud escrita planteada por la persona afectada. La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad con sus competencias. En ningún caso la réplica o respuesta eximirá de las otras responsabilidades legales en que se incurra.

Art. 78.1.- Objetivos de los medios públicos de comunicación social. Los medios públicos de comunicación social tendrán los siguientes objetivos:

- a) Facilitar y promover el ejercicio de la libre expresión del pensamiento, así como el derecho a la comunicación democrática de todos los miembros de la ciudadanía;
- b) Crear oportunidades para que la ciudadanía genere sus propios espacios de diálogo entre ciudadanos y el Estado, en referencia a sus agendas prioritarias de interés común;
- c) Generar espacios de comunicación pública para el fortalecimiento de las relaciones interculturales a fin de fortalecerse en su diversidad y heterogeneidad;

- d) Ofrecer contenidos educativos, culturales, deportivos y de recreación que contribuyan e incentiven hábitos de vida saludable

Los reglamentos internos del Cuerpo de Bomberos del cantón de Loja no establecen una normativa legal vinculada con la comunicación interna que debe existir en la institución y sobre todo la regulación frente a ella, y tampoco a nivel nacional dado que cada institución establece su propio reglamento que direcciona su actuar dentro del establecimiento. De manera, que este vacío legal aporta relevancia a la investigación al brindar significado e importancia en el desarrollo de un plan de comunicación interna que favorezca el clima laboral y canales comunicativos entre colaboradores y directivos.

## 9 Diagnóstico de la empresa

Una vez realizada la investigación en el edificio central del Cuerpo de Bomberos de la Ciudad de Loja en base al análisis de la técnica de observación directa, se pudo comprobar ciertas dificultades en el proceso de comunicación interna por parte del jefe superior hacía los sus colaboradores, de la misma manera, se pudo constatar que no existe comunicación interna entre personal administrativo y operativo por el hecho de pertenecer a distintas áreas.

Además, se puede notar que la mayoría del personal establecen un tipo de comunicación informal como chisme, rumores, charlas en pasillos y oficinas, se ha evidenciado algunas dificultades al momento de resolver crisis emergentes a las que tiene que enfrentarse la institución, internamente no se tiene conocimiento sobre los procesos, canales y estrategias de comunicación existentes en cada departamento del cuerpo de bomberos, esto ocasionado por varios factores como la falta de compromiso, ya que se menciona la vigencia de una notificación pero no se da cumplimiento al mismo, pues se evidencia un poco de desinterés y la comunicación es débil entre los miembros de la misma, lo que generar un mal clima laboral y posiblemente un bajo rendimiento en cuanto al cumplimiento de las actividades predestinas en cada área de trabajo.

Por lo cual se considera necesario presentar plan de comunicación interna basado en tipos de comunicación, procesos, canales y estrategias, para que todos los colaboradores del cuerpo de bomberos puedan desarrollar coordinadamente todas sus actividades de una manera eficiente, y cumplir con la misión y visión y objetivos de la institución.

## 10 Propuesta de Acción

**Tabla 31**

Matriz de Cronograma ámbitos de acción

Área a intervenir	Objetivo estratégico	Indicadores	Metas	Acciones	Tiempo	Medio de verificación	Responsable
	Fortalecer los canales de comunicación dentro de la institución.	Mejorar la difusión y acogida de información entre funcionarios.	Ayudar a mantener una comunicación interna más efectiva dentro de la institución	Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de bomberos del Cantón Loja.	A corto plazo	Planificaciones.	Área de comunicación
<b>Comunicación</b>	Organizar y mejorar el intercambio de información entre áreas para mejorar el desempeño laboral.	Permite la resolución de problemas de forma sencilla: si toda la institución se implica ante cualquier situación conflictiva, será más fácil de resolver porque se	Optimizar los procesos internos que satisfacen las necesidades propias de la institución y contribuye a alcanzar sus objetivos.	Realizar Actividad de Team building con los colaboradores.	A corto plazo	Fotografías	Área de comunicación

		aportarán más ideas y recursos para su resolución.					
	Innovar la comunicación descendente entre el jefe y los colaboradores para garantizar una adecuada comprensión de los objetivos.	Incrementar la satisfacción de los trabajadores y su grado de compromiso e implicación con la institución.	Crear una comunicación clara y sin ambigüedades.	Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja	A corto plazo	Firmas de asistencia.	Área de comunicación
<b>Tipos de comunicación</b>	Optimizar los procesos internos ya que satisfacen las necesidades propias de la institución y contribuye a alcanzar su objetivo mediante las técnicas de comunicación.	Conocer las inquietudes y necesidades de los colaboradores	Lograr que los colaboradores tengan confianza y una mejor comunicación tanto administrativos y operativos de tal manera formen un solo equipo de trabajo.	Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal del Cuerpo de bomberos Loja.	A corto plazo	Fotografías	Área de comunicación
	Realizar un plan de comunicación	Crear métodos donde se aplique	Tratar y coordinar de forma	Elaboración de un plan de	A corto plazo	Fotografías	Área de comunicación

<b>Estrategias de comunicación</b>	interna para reformular y perfeccionar los canales de comunicación para que los mensajes sean transmitidos de forma interactiva y permanente para	las estrategias y toma de decisiones asertivas para mantener una buena comunicación.	estratégica la comunicación interna en la institución,	comunicación interna.			
	Dar a conocer las mejores estrategias para mantener la comunicación entre área administrativa y operativa.	Lograr un compromiso de los colaboradores hacia las funciones que desempeña dentro de la institución	Fortalecer la identidad corporativa fomentando la motivación en los colaboradores.	Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.	A corto plazo	Documento con firmas de asistencia del personal.	Área de comunicación

**Nota:** Referente a la matriz de cronograma de la propuesta de acción para la institución, tomada de la fuente de la autora de la investigación 2023.

➤ **Plan de Comunicación Interna**

El plan de comunicación interna es un documento esencial que almacena las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de la comunicación, tanto internas como externas, que se plantea realizar una organización. El desarrollo de los procesos de comunicación interna solicita la elaboración de un plan estratégico de comunicación fijado en la cultura de la organización que permita a través de los medios y soportes adecuados cubrir las necesidades de la comunicación que muestran las personas y grupos que componen la organización. Además de facilitar la orientación y evitar la dispersión a la que puede llevarnos el trabajo día a día, el plan promueve el alcance y la evaluación de estos procesos, lo que nos hace cuestionarnos continuamente y buscar mayor calidad.

✓ **Objetivo:**

Elaborar un plan de comunicación interna mediante el desarrollo de actividades, estrategias y aplicación de herramientas para fortalecer los mecanismos de comunicación en el Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja.

✓ **Importancia:**

El plan de comunicación interna es la clave principal para el buen funcionamiento de una institución para alinear la cultura organizacional con sus procesos y actividades, creando ambientes favorables que ayuden a mejorar las condiciones físicas y humanas del trabajador, gracias a la participación y a la integración.



## 11 Matriz de Competencias

### DESARROLLO DE ACTIVIDADES

#### 11.1 Objetivo 1

- ✓ **Área de intervención:** Comunicación
  - ✓ **Objetivo estratégico:** Fortalecer los canales de comunicación dentro de la institución.
  - ✓ **Importancia:** Es muy importante tener en claro las vías con las que cuentas y cuál de ellas podría funcionar mejor en función de la acción que vayas a llevar a cabo.
  - ✓ **Responsable:** Área de comunicación
- 
- ✓ **A quien va dirigido:** A los colaboradores de cuerpo de bomberos cantón Loja
- 
- ✓ **Tiempo:** Una vez al año
  - ❖ **Actividad:** Canales de comunicación interna para la institución

**Figura 38**

*Canales de comunicación interna*



**Nota.** La figura representa los canales de comunicación interna.

**Tabla 32***Canales de comunicación para el Cuerpo de bomberos del Cantón LOJA*

<b>Canal</b>	<b>Participantes</b>	<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Metodología</b>	<b>Lugar</b>	<b>Recursos tecnológicos</b>
<b>Emails</b>	Directivos, administrativos y operativos del cuerpo de bomberos Loja.	Enviar documentos oficiales o reclamaciones.	Permitir recibir y enviar mensajes escritos a otro u otros usuarios en una red de información.	Asunto. Saludo. Cuerpo de texto. Firma.	Oficinas del cuerpo de bomberos del cantón Loja.	Computadora
<b>Intranet</b>	Directivos, administrativos y operativos del cuerpo de bomberos Loja	Permite el acceso de búsqueda de información interna y a la consulta de archivos y documentos internos. Consultar bases de datos, recursos o informes internos útiles para distintos departamentos.	Asistir a los trabajadores la generación de valor para la empresa, poniendo su disposición, activos como contenidos, archivo, procesos de negocios y herramientas	Descargar la aplicación. Crear un usuario y contraseña. Determinar el objetivo del intranet. Configurar el acceso a la información	Oficinas del cuerpo de bomberos del cantón Loja	Computadora

<b>Comunicad os por escrito</b>	Directivos, administrativos y operativos del cuerpo de bomberos Loja	Informar acerca de un evento venidero o de algo que ya a sucedido dentro de la institución.	Dejar clara de forma publica y oficial la postura de la institución, en relación a un tema o situación que se haya podido producir.	Realizar ya sea oficios o memorandos, colocar fecha, colocar el nombre a quien va dirigido y desarrollar su contenido, realizar la firma pertinente y realizar su respectiva entrega.	Oficinas del cuerpo de bomberos del cantón Loja	Computadora
<b>Whatsapp Business</b>	Directivos, administrativos y operativos del cuerpo de bomberos Loja	Interacción con los usuarios, ya que ofrece herramientas para automatizar, organizar y responder rápidamente a los mensajes	Interacción inmediata con los participantes.	Descargar la aplicación. Crea un perfil empresarial relevante. Configura mensajes de ausencia.	Oficinas del cuerpo de bomberos del cantón Loja	Celelar, Computadora

**Nota:** Referente a la actividad del área 1 de la propuesta de acción.

➤ **Presupuesto**

**Tabla 33**

*Presupuesto*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Computadora	No necesita de presupuesto
Salón de reuniones	No necesita de presupuesto
Carpetas	\$11,00
Esferos	\$13,00
Papel boom	\$5,00
<b>Total</b>	<b>\$29,00</b>

*Nota.* Referente al presupuesto de la actividad 1 de la propuesta de acción.

**11.2 Objetivo 2**

- ✓ **Área de intervención:** Comunicación
- ✓ **Objetivo de la estrategia:** Organizar y mejorar el intercambio de información entre áreas para mejorar el desempeño laboral.
- ✓ **Acción a desarrollar:** Actividad de Team building con los colaboradores del cuerpo de bomberos Loja.
- ✓ **Importancia:** Aumentar la motivación y la actitud positiva de los colaboradores de la institución. Al sacar a los colaboradores de su entorno habitual de trabajo favorece a mejorar el absentismo laboral y hace que disminuya la desmotivación laboral y aumente la resistencia al estrés.
- ✓ **Propósito:** Optimizar los procesos internos que satisfacen las necesidades propias de la institución y contribuye a alcanzar sus objetivos.

---

**Recursos:** Espacio libre, refrigerio

---

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de cuerpo de bomberos cantón Loja

---

**Responsable:** Área de comunicación

---

**Tiempo:** Esta actividad se realizará 3 veces al año

---

**Horario:** de 9:00 a 11:15 los días viernes

---

**Lugar donde se realiza la actividad:** Esta actividad se desarrollará fuera de la institución, en la cancha del parque Jipiro

✓ **Actividad desarrollada:** Team Building (Circuito a ciegas) con los colaboradores del cuerpo de bomberos Loja.

Origina el fortalecimiento de las capacidades profesionales de los miembros de la institución y crea equipos de alto desempeño, identificando los aspectos que frenan el trabajo en equipo, eliminarlos, superarlos, o mitigar su efecto negativo en el equipo; por lo que se mejora notablemente la productividad de la empresa.

### **Figura 39**

Actividad del team building



**Nota.** Referente a la actividad realizada del Team building con los colaboradores del cuerpo de bomberos.

✓ **Pasos a seguir**

- Organizar dos grupos de 6 personas
  - Seleccionar un líder de cada equipo
  - Vendarle los ojos a líder de cada grupo
  - Tendrá que dejarse guiar por el resto de compañeros hasta llegar a una meta concreta.
  - De esta manera, podrás observar si entre todos consiguen el objetivo, si se solapan al hablar, si respetan las ideas de los demás, etc.
- ✓ **Finalidad:**

Esta actividad se centra en mejorar la relación interpersonal y la comunicación entre los colaboradores, incrementar el sentido de pertenencia a la institución y fomentar las habilidades de liderazgo y de trabajo en equipo en la resolución de problemas.

**Presupuesto:****Tabla 34***Presupuesto*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Canchas del parque Jipiro	\$ 00,00
Bebida (agua)	\$ 20,00
Refrigerio (ensalada de frutas)	\$ 63,00
<b>Total</b>	<b>\$ 83,00</b>

*Nota.* Presupuesto de la actividad 2 de la propuesta de acción, tomada de la fuente de la autora de la investigación, 2023.

**Tabla 35***Comunicación*

<b>Objetivo</b>	<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
Identificar los diferentes problemas comunicacionales de la institución.	Evaluar la interacción entre personal administrativo y operativo.	Conocer las debilidades y necesidades de los colaboradores.

*Nota.* Referente a la matriz de la propuesta de acción para la institución, tomada de la fuente de la autora de la investigación, 2023.

- ✓ **Área de intervención:** Comunicación
- ✓ **Acción a desarrollar:** Actividad del teléfono estropeado con los colaboradores del cuerpo de bomberos Loja.
- ✓ **Importancia:** Aumentar la motivación y la actitud positiva de los colaboradores de la institución. Al sacar a los colaboradores de su entorno habitual de trabajo favorece a mejorar el absentismo laboral y hace que disminuya la desmotivación laboral y aumente la resistencia al estrés.

- ✓ **Actividad:** Realizar actividades denominada el teléfono estropeado para mejorar la comunicación institucional.

### Figura 40

*Actividad del teléfono estropeado*



**Nota.** Referente a la actividad teléfono estropeado.

- ✓ **Responsable:**

Área de comunicación

- ✓ **Recursos:**

- Espacio libre
- Hoja de papel bond
- Marcadores
- Premio
- Refrigerio

- ✓ **Pasos a seguir:**



- Formar un círculo entre todas los participantes y entregar al primer participante un mensaje escrito. Lo cual lo leerá y lo dirá al oído a la siguiente persona del círculo.
- La segunda persona le transmitirá a la siguiente lo que ha escuchado y así sucesivamente hasta llegar al último participante.
- En ese momento, la última persona revela en voz alta lo que ha entendido y la primera leerá, también en voz alta el mensaje inicial.
- En caso de no corresponderse, procederemos a un análisis oral entre todos para detectar donde han ocurrido los problemas de comunicación.
- ✓ **A quien va a dirigir:**
  - Al personal del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja.

## Presupuesto

**Tabla 36**

### *Presupuesto*

Detalle	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Hojas de papel bond	2 paca	\$2,50	\$5
Marcador	5	\$1,50	\$7,50
Refrigerio (ensalada de frutas)	65	\$1,00	\$65,00
Premio	6	\$5	\$30
<b>Total</b>			<b>\$107,50</b>

**Nota.** Referente al presupuesto de la actividad 1 de la propuesta de acción, tomada de la fuente de la autora de la investigación, 2023.

**Tabla 37***Actividad: Encuentra las diferencias*

<b>Objetivo</b>	<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
Dirigir, compartir y transformar las estrategias necesarias para alcanzar objetivos	Desarrollar una comunicación efectiva entre colaboradores	Minimizar la comunicación informal de todos los colaboradores del cuerpo de bomberos

*Nota.* Referente a la matriz de la propuesta de acción para la institución, tomada de la fuente de la autora de la investigación, 2023.

- ✓ **Área de intervención:** Comunicación
- ✓ **Acción a desarrollar:** Encuentra la diferencia
- ✓ **Recursos:** Espacio libre, refrigerio, premio
- ✓ **Importancia:** Una forma divertida de tomarse un breve descanso en un día largo para pensar en algo más que en el trabajo. Además, el equipo también podrá practicar la comunicación no verbal cuando los tiempos apremian durante la fase de intercambio.
  - ✓ **Pasos a seguir:**
    - Tamaño del equipo: 10 a 20 personas
    - Duración: 10 a 15 minutos
    - Divide a tu equipo en dos grupos y colócalos enfrentados.
    - El equipo A tiene un tiempo determinado para observar al compañero que tiene enfrente (de 15 a 30 segundos) y memorizar todos los detalles que pueda.
    - Luego, el equipo A se da la vuelta mientras el equipo B cambia tantos detalles en su apariencia como sea posible.

- Puede ser cualquier cosa, desde cambiar el orden en el que estaban, hasta intercambiar zapatos con otro compañero o cambiarse el peinado.
- Luego de unos 45 segundos, el equipo A se da la vuelta nuevamente y dispone de 5 a 10 minutos para identificar todos los cambios realizados.
- Puedes ajustar el tiempo del juego según el tamaño del grupo.
- Premia al que mejor lo hizo.

### **Presupuesto**

**Tabla 38**

*Presupuesto*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor Unit</b>	<b>Valor Total</b>
Refrigerio	65 unidades	\$1,00	\$65,00
Premios	6	\$5	\$30,00
<b>Total</b>			<b>\$95,00</b>

**Nota.** Referente al presupuesto de la actividad 1 de la propuesta de acción, tomada de la fuente de la autora de la investigación, 2023.

TABLA 39

*Cronograma de Actividades*

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>					
<b>HORARIO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>TEMATICAS</b>	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>PARTICIPANTES</b>	<b>INSUMOS</b>
<b>09:00</b> <b>09:15</b>	15 min	Registro de Asistencia	Área de comunicación	Todo el Personal Cuerpo de Bomberos	Registro de Asistencia Tableros esferos
<b>9:16</b> <b>09:31</b>	30min	Saludo y Bienvenida	Área de comunicación	Todo el Personal Cuerpo de Bomberos	Equipo Audiovisual
<b>09:32</b> <b>10:03</b>	30min	Presentación de todos los participantes	Área de comunicación	Todo el Personal Cuerpo de Bomberos	Colaboradores presentes
<b>10:04</b> <b>10:31</b>	30min	Explicación y comprensión de la Actividad	Área de comunicación	Todo el Personal Cuerpo de Bomberos	Recurso Humano y vendas
<b>10:32</b> <b>11:03</b>	30 min	Dinámicas y actividades	Área de comunicación	Todo el Personal Cuerpo de Bomberos	Recursos a disposición
<b>11:04</b> <b>11:16</b>	15 min	Refrigerio	Área de comunicación	Todo el Personal Cuerpo de Bomberos	Break

### 11.3 Objetivo 3

- ✓ **Área de intervención:** Tipos Comunicación
- ✓ **Objetivo de la estrategia:** Innovar la comunicación descendente entre el jefe y los colaboradores para garantizar una adecuada comprensión de los objetivos.
- ✓ **Acción a desarrollar:** Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.
- ✓ **Importancia:** Proporcionar el intercambio de información y opiniones con los miembros de la institución

**Nombre:** Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.

---

**Propósito:** Provee la dependencia y fluidez en las relaciones humanas aumentando la productividad, eficiencia en las tareas, generando un ambiente de trabajo agradable, evitando conflictos y malentendidos.

---

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

---

**A quien va dirigido:** Colaboradores cuerpo de bomberos del cantón Loja

---

**Responsable:** Área de comunicación

---

**Tiempo a realizar la actividad:** Esta actividad se la realizara cada 2 veces al año dentro de la institución del cuerpo de bomberos de la ciudad de Loja

---

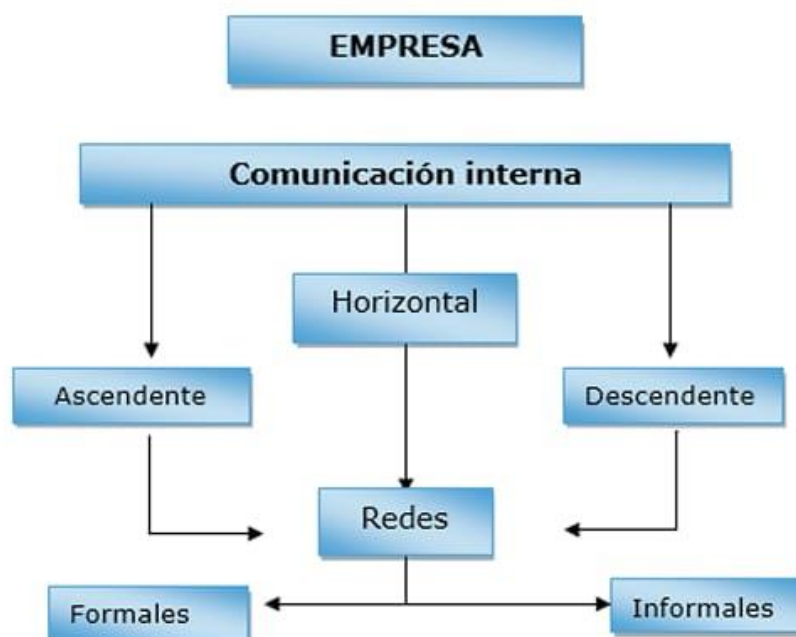
**Finalidad:** Dar a conocer a todos los colaboradores el nivel jerárquico de la comunicación interna en la institución.

### ✚ Actividad desarrollada

Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.

### Figura 41

*Tipos de comunicación interna*



**Nota:** Referente a los tipos de comunicación aplicables a la institución.

✓ **Comunicación descendente:** Este tipo de comunicación será ejecutada desde los mandos superiores a los inferiores, su finalidad será mantener informado al personal, controlando y regulando las funciones de la empresa, su efectividad depende de lo extenso que sea la jerarquía, si no se realiza correctamente aumenta la comunicación informal.

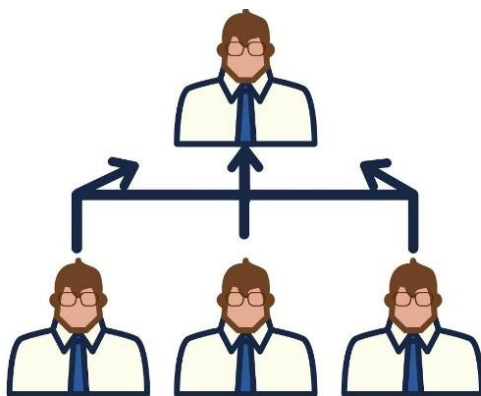
**La comunicación descendente puede ser de 4 tipos:**

✚ **Instrucciones de trabajo:** Especificaciones para realizar una tarea concreta.

- ✚ **Explicación razonada del trabajo:** Información para que se comprenda la tarea y como se debe relacionar con otras actividades.
- ✚ **Información sobre procedimientos y practicas organizacionales:** Informes y explicación sobre otras obligaciones (permisos, sanciones y vacaciones)
- ✚ **Retroalimentación:** Se requiere evaluar para retroalimentar el desempeño, la retroalimentación es motivacional, mejorara la productividad y la planeación.
- ✓ **Comunicación ascendente:** Mediante este tipo de comunicación se establece entre colaboradores que tienen un nivel jerárquico diferente dentro del organigrama. En este caso será el subordinado el que establece una comunicación con su superior para hacerle llegar: sugerencias, información, peticiones y quejas al igual que la descendente es de carácter piramidal, pero el sentido de la comunicación proviene de los niveles inferiores a los superiores, es decir de un subordinado a un superior.

✓ **Figura 42**

*Comunicación ascendente*



*Nota.* La figura representa la comunicación ascendente que debe existir en la institución.

- ✓ **Comunicación horizontal:** Este tipo de comunicación se realizará entre personal del mismo nivel jerárquico en donde exista una relación de autoridad.

Ayudando a incrementar el dinamismo entre los trabajadores.

Creando un mejor ambiente de trabajo.

Transmisión rápida del mensaje

**Figura 43**

*Tipo de comunicación horizontal*



**Nota.** Referente a la comunicación horizontal que fluye entre los funcionarios de la institución.

✓ **Comunicación transversal:** Este tipo de comunicación nos permitirá al personal del cuerpo de bomberos compartir información, coordinar y resolver problemas interdepartamentales, lo que aumenta la eficacia en la institución. Asimismo, los problemas que se pueden presentar son la rivalidad de reconocimiento o la promoción interna, y la diferencia de objetivos a lograr.



**Figura 44**

*Tipo de comunicación transversal.*



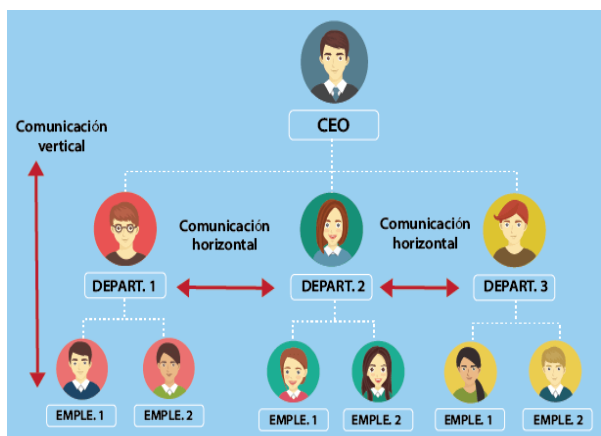
**Nota.** Referente a la comunicación transversal.

**Pasos a seguir**

- Dar a conocer los cuatro tipos de comunicación (ascendente - descendente - horizontal y vertical) mediante infografías difundida en su plataforma institucional del cuerpo de bomberos del cantón Loja.
- 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.

**Figura 45**

*Canal de comunicación para categorizar los tipos de comunicación*



*Nota.* Referente al canal de comunicación que se utilizara para categorizar los tipos de comunicación interna.

### Presupuesto

**Tabla 40**

*Presupuesto*

Detalle	Valor
Internet	\$10
Infografías	\$10
<b>Total</b>	<b>\$20</b>

*Nota.* La tabla representa el valor detallado de la actividad que se realizara.

### 11.4 Objetivo 4

- ✓ **Área de intervención:** Tipos Comunicación
- ✓ **Objetivo de la estrategia:** Optimizar los procesos internos ya que satisfacen las necesidades propias de la institución y contribuye a alcanzar su objetivo mediante las técnicas de comunicación

✓ **Acción a desarrollar:** Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal del Cuerpo de bomberos Loja

**Propósito:** Lograr que los colaboradores tengan confianza y una mejor comunicación tanto administrativos y operativos de tal manera formen un solo equipo de trabajo.

---

**Recursos:** Hojas de papel, esferos

---

**A quien va dirigido:** Colaboradores cuerpo de bomberos del cantón Loja

---

**Responsable:** Área de comunicación

---

**Tiempo a realizar la actividad:** Esta actividad se realizará cada 60 días

---

**Horario de:** 16:00 a 17:00

---

**Lugar:** Salón social del cuerpo de bomberos.

✓ **Actividad:** Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal del Cuerpo de bomberos Loja.

Evita que las personas se sientan evaluadas cuando presentan públicamente una idea, lo que hace que tiendan a inhibirse.

## Figura 46

### Actividad 6.3.5



**Nota.** La figura representa la actividad 6.3.5 desarrollada con los colaboradores del cuerpo de bomberos.

### Pasos a seguir

- ✓ Crear grupos de 6 personas
- ✓ Crear un debate entre los grupos
- ✓ Deberán ponerse de acuerdo sobre qué aspecto de la empresa conviene modificar con mayor urgencia (puede ser un problema real que hayan apreciado a diario)
- ✓ Una vez se ha acordado qué tema se va a abordar, cada miembro del equipo recibe una hoja en blanco para que anote tres ideas sobre cómo solucionarlo. Dispone de cinco minutos para ello.
- ✓ Transcurrido ese tiempo, el empleado cede la hoja al trabajador que se encuentra a su derecha, creando un círculo para el intercambio de ideas.
- ✓ No pueden repetirse ideas en un mismo papel, de tal manera que, cuando finalice la ronda, cada empleado contará con dieciocho ideas para solucionar el problema en cuestión.
- ✓ Premio al grupo ganador.

**Presupuesto:****Tabla 41***Presupuesto*

<b>Detalles</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valores</b>
Hojas	1 paca	\$2,00	\$2, 00
Esferos	10 unidades	\$0.30	\$3, 00
Premio	5 premios	\$6,00	\$30, 00
Salón de reunión	No necesita presupuesto	\$00,00	No necesita presupuesto
Refrigerio	65 sándwich de pollo con cola	\$1,00	\$65,00
<b>Total</b>			<b>\$100,00</b>

*Nota:* La tabla representa el presupuesto a cancelar sobre la actividad.

**11.5 Objetivo 5**

- ✓ **Área de intervención:** Estrategias de la Comunicación
- ✓ **Objetivo de la estratégica:** Realizar un plan de comunicación interna para reformular y perfeccionar los canales de comunicación para que los mensajes sean transmitidos de forma interactiva y permanente para mejorar el clima laboral.
- ✓ **Acción a desarrollar:** Elaborar un plan de comunicación interna para la institución,
- ✓ **Importancia:** Es muy importante tener en claro las vías con las que cuentas y cuál de ellas podría funcionarte mejor en función de la acción que vayas a llevar a cabo.

---

**Nombre:** Plan de comunicación interna para la institución

**Propósito:** Incrementar la satisfacción y el rendimiento del personal en su área de trabajo.

---

**Recursos:** Computadora, internet.

---

**Responsable:** Área de comunicación

---

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de cuerpo de bomberos cantón Loja

---

**Tiempo:** A corto plazo

✓ **Actividad desarrollada**

**Plan de comunicación interna**

La comunicación interna es una de las principales actividades de la organización, pues mediante esos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales, y se construyen valores de la cultura organizacional” (Trelles Rodríguez, 2001).

Figura 47

*Plan de comunicación.*



*Nota:* La imagen representa el plan de comunicación interna.

**Pasos a seguir:****✓ Análisis situacional de la institución**

El presente plan de comunicación interna, dirigido al Cuerpo de Bomberos del cantón Loja, tiene el propósito de que todos sus colaboradores, desde los directivos hasta los operativos, sean los encargados de difundir de manera adecuada y correspondiente la información profesional y técnica que se genera en la institución, para que sean canalizadas de forma apropiada y así contribuir a desarrollar nuevos procesos de comunicación que enlacen y socialicen un ambiente laboral oportuno y positivo entre todos los colaboradores y directivos.

Mediante las entrevistas y encuestas realizadas se pudo observar que en la institución es necesario contar con un plan de comunicación interna ya que ayudaría a resolver los diferentes problemas.

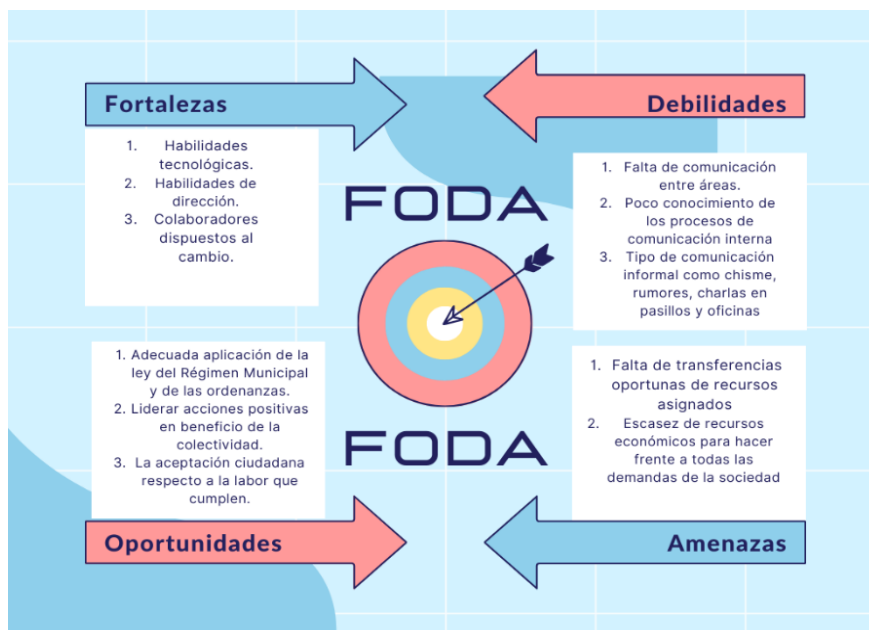
**✓ Objetivo:**

Promover en la institución del Cuerpo de Bomberos del cantón Catamayo, un ambiente laboral propicio y oportuno mediante nuevas estrategias comunicacionales que contribuyan a impulsar el desarrollo y posicionamiento de la organización.

**✓ Público**

El Cuerpo de Bombero del Cantón Loja, contará con un plan de comunicación interna adecuado y elaborado sobre las falencias encontradas en esta investigación, constituirá una herramienta insuperable para su desarrollo organizacional que contribuirá a crear un ambiente laboral acertado y una insuperable estabilidad laboral dentro del personal que actualmente labora en ella.



**Figura 48***Análisis FODA*

**Nota:** Referente al análisis FODA del cuerpo de bomberos del cantón Loja.

✓ **Beneficios**

- **Mejora la comunicación entre los departamentos, empleados:** Una buena comunicación es un factor muy importante para las empresas.
- **Reduce la conflictividad:** los conflictos vienen muchas veces provocados por la falta de información o por información que no es exacta o correcta
- **Mejora el clima laboral:** Lo mejora por varios motivos, tanto porque tenemos la información necesaria para nuestro trabajo y buen funcionamiento
- **Incrementa la satisfacción de los empleados:** Sin duda, a cada persona le motivan cosas distintas, pero saberse importante, escuchado y parte de algo, es una fuente importante de motivación

- **Aumenta la motivación de los trabajadores:** Un trabajador más feliz, comprometido, implicado y satisfecho, es un trabajador más motivado.
- **Se reducen los rumores, se trabaja con noticias certeras:** Quizá no se pueda trasladar y comunicar todo, habrá cosas más estratégicas que no se puedan, al menos de entrada, compartir.
- **Genera sentimiento de pertenencia:** Junto con el compromiso y la implicación, sentirse parte de algo motiva, y mucho, a las personas que trabajan en una empresa.
- **Optimiza los procesos internos:** Una buena comunicación interna implica que las personas se relacionen mejor, además de que tengan bastante claro qué tareas han de realizar, qué se espera de ellos y qué objetivos han de alcanzar

**Figura 49**

*Herramientas de comunicación interna*



*Nota.* La figura representa las herramientas de la comunicación interna.

**Figura 50***Estrategias para una comunicación asertiva*

*Nota.* En la figura se observa las estrategias para una comunicación asertiva.

**Figura 51***Ventajas y desventajas de un plan de comunicación interna*


**VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA**

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Ayuda a impulsar la productividad	Minimiza rumores
Reduce los errores y equivocaciones	La toma de decisiones no es efectiva
Ayuda a aumentar el compromiso de los empleados	Los empleados no sienten que son escuchados.
Mejora la cultura del lugar de trabajo	Los empleados pierden la confianza de dialogar con los jefes
Ayuda a comprender los objetivos empresariales	Baja la motivación del personal

*Nota.* La figura representa las ventajas y desventajas del plan de comunicación interna

**Tabla 42***Presupuesto Plan de Comunicación*

Detalle	Valor
---------	-------

Socialización, lugar	-
Material Digital e Infocus	\$25
Inversión de recursos humanos (Diseñador gráfico, publicista) para Difusión	\$475,00
<b>Total</b>	<b>\$500,00</b>

**Nota.** Referencia de la tabla del presupuesto de las áreas de intervención tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2023

### ✓ Ejecución y evaluación

Para realizar la ejecución del presente plan de comunicación interna se desarrollará mediante una socialización a los colaboradores del edificio central del cuerpo de bomberos del cantón Loja para ello se realizará mediante una invitación donde constará lo siguiente:

### Figura 53

*Invitación a la socialización*



**Nota.** Referente de la actividad 5 tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2023

### 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.

### Figura 54

*Campaña publicitaria del plan de comunicación interna*



**Nota.** Referente a los medios de comunicación que se realizara mediante la campaña publicitaria.

### 11.6 Objetivo 6

- ✓ **Área de intervención:** Estrategias de la comunicación
- ✓ **Objetivo de la estrategia:** Dar a conocer las mejores estrategias para mantener la comunicación entre área administrativa y operativa.
- ✓ **Acción a desarrollar:** Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.
- ✓ **Importancia:**

**Nombre:** Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias

---

**Propósito:** Fortalecer la identidad corporativa fomentando la motivación en los colaboradores.

---

**A quien va dirigido:** Colaboradores cuerpo de bomberos Loja

---

**Responsable:** Área de comunicación

---

**Actividad:** Realizar capacitaciones a todo el personal de la institución.

**Tabla 43***Plan de capacitación*

<b>CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN</b>					
<b>HORARIO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>TEMATICAS</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PARTICIPANTES</b>	<b>RECURSOS</b>
09: 00 09:15	15 min	Registro de Asistencia	Área de comunicación	Todo el Personal del Cuerpo de Bomberos de Loja	Registro de Asistencia Tableros Esferos
9:16 09:31	30 min	Saludo y Bienvenida	Área de comunicación	Todo el Personal del Cuerpo de Bomberos de Loja	Equipo Audiovisual
09:32 10:03	30 min	Presentación sobre la definición de comunicación interna	Área de comunicación	Todo el Personal del Cuerpo de Bomberos de Loja	Presentación Power Point Memoria Portátil Proyector
10:04 10:35	30 min	Presentación sobre los tipos y herramientas innovadoras de la comunicación	Área de comunicación	Todo el Personal del Cuerpo de Bomberos de Loja	Presentación Power Point Memoria Portátil Proyector
10:36 10:47	15min	Refrigerio	Área de comunicación	Todo el Personal del Cuerpo de Bomberos de Loja	Aperitivo Bebida
10:48 11:17	30min	Dinámicas y actividades grupales para fortalecer el tema impartido	Área de comunicación	Todo el Personal del Cuerpo de Bomberos de Loja	Marcadores Sillas Cartulinas Goma Lápices Demás recursos a disposición

**Nota.** Referencia a la actividad 6 denominada capacitación al personal del cuerpo de bomberos de la ciudad de Loja.

**Guía de las temáticas a desarrollar**

## HOJA DE REGISTRO DE ASISTENCIA

## CUERPO DE BOMBEROS LOJA

NOMBRES	HORA	FIRMA

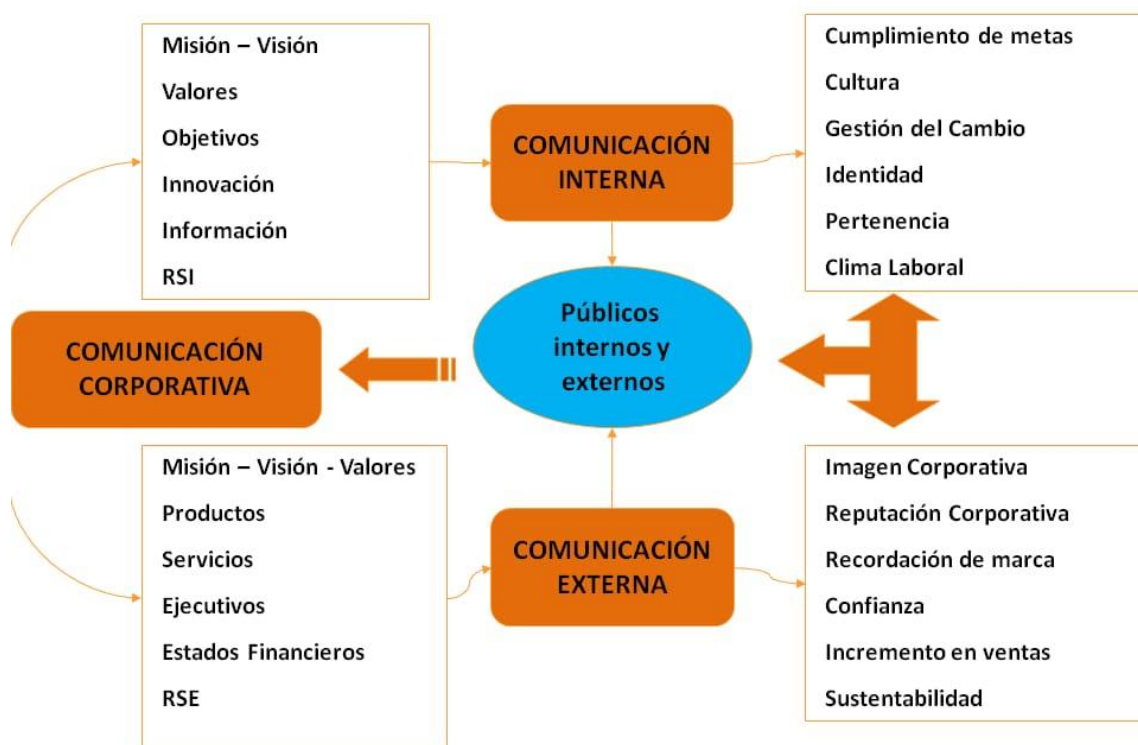


## SALUDO DE BIENVENIDA

El Personal del Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja da la Bienvenida a toda la Ciudadanía en General a través del Personal Administrativo y Operativo, con el objetivo de dar a conocer nuestra labor Bomberil, los Servicios que Ofrecemos como Institución de Socorro, Recomendaciones, Guías de Prevención, Objetivos, Misión y Visión.

## PRESENTACION SOBRE LA COMUNICACIÓN INTERNA

### ¿Qué es la Comunicación Corporativa?



## **TIPOS Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN**

Las empresas exitosas utilizan varios métodos de comunicación. La comunicación se produce entre los empleados de manera ascendente, descendente o horizontal, dentro de una misma empresa. El objetivo es conseguir los mejores resultados.

### **HERRAMIENTAS**

- Email interno.
- Boletines.
- Intranet.
- Manuales corporativos.
- Redes sociales internas.
- Plataformas colaborativas.
- Tableros para mensajes.
- Buzón de sugerencias.

### **REFRIGERIO**

Para el desarrollo de esta actividad se les brindara como refrigerio un Sandwich con cola

### **DINAMICAS**

- Voluntariado.
- La búsqueda del tesoro.
- Dos verdades y una mentira.
- Día de diversión fuera de la oficina.

✓ **Presupuesto:**

### **Tabla 44**

*Presupuesto*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Proyector (alquilado)	\$40,00
Computadora	No necesita de presupuesto
Salón de reunión	No necesita de presupuesto
Cartulina, lápices y goma.	\$10,00
Tablero	\$5,00
Esferos	\$10,00
Refrigerio (sándwich de pan con queso y cola)	\$65,00
Asesor externo (capacitador)	\$100,00
Total	\$230,00

**Nota.** Referente del presupuesto de la actividad 6 del plan de comunicación interna.

## 12 Cronograma

**Tabla 45**

*Cronograma de actividades*

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO – MES											
		2023 – 2024											
		MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de bomberos del Cantón Loja.	Área de comunicación											X	X
Realizar Actividad de Team building con los colaboradores del cuerpo de bomberos.	Área de comunicación	X				X						X	
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.	Área de comunicación		X										X
Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la institución.	Área de comunicación			X									X
Elaboración de un plan de comunicación interna.	Área de comunicación							X	X				
Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.	Área de comunicación					X							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 2023

### **13 Presupuesto**

Toda propuesta requiere de una inversión económica de dinero, una vez que se ha logrado obtener los resultados del diagnóstico, se evalúan los posibles costos, no requiere de mayor inversión solo del compromiso de los directivos.

El costo total de inversión para el desarrollo del plan de comunicación interna para el edificio central del cuerpo de bomberos del cantón Loja es de \$609,00. La descripción de como se ha invertido dicho monto se desglosa en la siguiente tabla.

**Tabla 46***Presupuesto*

<b>Área de intervención – Comunicación</b>	<b>VALOR</b>
Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de bomberos del Cantón Loja.	\$ 29,00
Realizar Actividad de Team building con los colaboradores del Cuerpo de bomberos.	\$83,00
Realizar actividades denominada el teléfono estropeado para mejorar la comunicación institucional	\$107,50
Encuentra las diferencias	\$95,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$314,50</b>
<b>Área de intervención Tipos de comunicación</b>	<b>VALOR</b>
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.	\$20,00
Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la institución.	\$100,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$120,00</b>
<b>Área de intervención Estrategias de la comunicación</b>	<b>VALOR</b>
Elaboración del plan de comunicación interna	\$500,00
Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.	\$230,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$780 ,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.118,050</b>

*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 2023

## **14 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 excelencia.

Mediante el uso correcto de los canales de comunicación dentro de la institución nos ayudara cumplir con los objetivos planificados y también permite mantener un buen ambiente laboral entre todo el personal.

A treves de los tipos de comunicación ayuda a mantener un eficaz vínculo entre directivos y colaboradores o viceversa y a su vez permite agilizar un método de trabajo eficiente y eficaz.

Tener colaboradores comprometidos con la institución y su nivel de productividad ascenderá, logrando beneficios tanto para el propio colaborador como para la institución.

Por medio de las estrategias de comunicación ayudara a tener una mayor productividad dentro del Cuerpo de Bomberos del Catón Loja y a la vez se permite tener colaboradores eficientes que desarrollan las actividades de mejor manera en cada una de sus áreas.

## 15 Contraportada





## 11.6 MEDIO DE SOCIALIZACIÓN

La presente socialización del Proyecto de Titulación denominado PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DEL EDIFICIO CENTRAL DEL CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2023, se realizará en las instalaciones de la institución con la presencia del personal administrativo y operativo del cuerpo de bomberos de forma presencial.

## 11.7 MATERIAL VISUAL UTILIZADO



## PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

El cuerpo de bomberos del cantón Loja está enmarcado en la formulación, aplicación y actualización de normas de protección contra incendios y de seguridad con materiales peligrosos, así como la inspección de instalaciones de seguridad contra incendios y funcionamiento de dichas instalaciones en bienes muebles, inmuebles, edificaciones e instalaciones comerciales, industrias y en aquellas que exista gran afluencia de personas; además, auxiliar a los ciudadanos que resulten afectadas en casos de accidentes, enfermedades, siniestros o desastres naturales que pongan en riesgo la integridad física.



### MISIÓN

El Cuerpo de Bomberos de Loja es una institución de derecho público, dedicada a la prevención de incendios y capacitación, vinculación con la comunidad y atención de emergencias mediante acciones oportunas para salvar vidas y proteger bienes en el cantón Loja.



### VISIÓN

"Ser una Institución que brinde servicios efectivos e innovadores de prevención de incendios y capacitación, vinculación con la comunidad y atención de emergencias, con personal calificado, capacitado y comprometido con la comunidad y promoviendo su participación"



### VALORES

La gestión que realiza la institución se fundamenta en los valores que se presentan a continuación:

- Respeto de los derechos humanos.
- Transparencia.
- Eficacia.
- Solidaridad.
- Colaboración.
- Efectividad.
- Respeto.
- Responsabilidad.
- Coordinación.
- Complementariedad.



**MARCO  
LEGAL**



LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

**ART.1**  
**ART.17**



## DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

El Cuerpo de Bomberos de la Ciudad de Loja en base al análisis de la técnica de observación directa, se pudo comprobar ciertas dificultades en el proceso de comunicación interna por parte del jefe superior hacía los sus colaboradores, de la misma manera, se pudo constatar que no existe comunicación interna entre personal administrativo y operativo por el hecho de pertenecer a distintas áreas.

## CUADRO COMPARATIVO



### VENTAJAS

- ✓ Facilitar la comunicación interna entre colaboradores.
- ✓ Agrega mayor credibilidad y transparencia a la comunicación institucional.
- ✓ Mejora de la imagen y brindar una buena atención a sus usuarios.
- ✓ Ayudar a que la institución se sienta organizada y estructurada en una sola unidad tanto administrativo como operativo.

### DESVENTAJAS

- ✗ Disminuye la productividad y la eficiencia a los colaboradores
- ✗ No saber cuáles son los problemas que día a día se presentan en la institución.
- ✗ Mayor número de malentendidos, rumores, que pueden llegar a fraccionar las relaciones entre colaboradores y departamentos
- ✗ Flujo lento de información entre funcionarios

## PROPUESTA DE ACCIÓN

### ÁREA 1: COMUNICACIÓN

Actividad: Canales de comunicación interna para la institución

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Materiales de oficina (esferos, hojas, computadora y servicio de internet)



### ÁREA 1: COMUNICACIÓN

Actividad: Team Building (Circuito a ciegas) con los colaboradores del cuerpo de bomberos Loja.

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Espacio libre, refrigerio

### PASOS A SEGUIR

- 1 Organizar dos grupos de 6 personas
- 2 Seleccionar un líder de cada equipo
- 3 Vendarle los ojos a líder de cada grupo
- 4 Tendrá que dejarse guiar por el resto de compañeros hasta llegar a una meta concreta.

### CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

REUNIONES 	INTERNET 	EMAILS 	COMUNICADOS POR ESCRITO 
CHATS INTERNOS 	REDES SOCIALES CORPORATIVAS 	EVENTOS SOCIALES 	



### ÁREA 1: COMUNICACIÓN

Actividad: Realizar Actividad del teléfono estropeado con los colaboradores del cuerpo de bomberos Loja.



Objetivo	Indicador	Meta
Identificar los diferentes problemas comunicacionales de la institución.	Evaluar la interacción entre personal administrativo y operativo.	Conocer las debilidades y necesidades de los colaboradores.

#### PASOS A SEGUIR

- Formar un círculo entre todas las participantes y entregar al primer participante un mensaje escrito. Lo cual lo leerá y lo dirá al oído a la siguiente persona del círculo.
- La segunda persona le transmitirá a la siguiente lo que ha escuchado y así sucesivamente hasta llegar al último participante.
- En ese momento, la última persona revela en voz alta lo que ha entendido y la primera leerá, también en voz alta el mensaje inicial.
- En caso de no corresponderse, procederemos a un análisis oral entre todos para detectar donde han ocurrido los problemas de comunicación.

### ÁREA 1: COMUNICACIÓN

Actividad: Encuentra las diferencias

Objetivo	Indicador	Meta
Dirigir, compartir y transformar las estrategias necesarias para alcanzar objetivos	Desarrollar una comunicación efectiva entre colaboradores	Minimizar la comunicación informal de todos los colaboradores del cuerpo de bomberos.

Recursos: Espacio libre, refrigerio, premio.

#### PASOS A SEGUIR

- Divide a tu equipo en dos grupos y colócalos enfrentados.
- El equipo A tiene un tiempo determinado para observar al compañero que tiene enfrente (de 15 a 30 segundos) y memorizar todos los detalles que pueda.
- Luego, el equipo A se da la vuelta mientras el equipo B cambia tantos detalles en su apariencia como sea posible.
- Puede ser cualquier cosa, desde cambiar el orden en el que estaban, hasta intercambiar zapatos con otro compañero o cambiarse el peinado.
- Luego de unos 45 segundos, el equipo A se da la vuelta nuevamente y dispone de 5 a 10 minutos para identificar todos los cambios realizados.
- Puedes ajustar el tiempo del juego según el tamaño del grupo.
- Premia al que mejor lo hizo.



### ÁREA 2: TIPOS DE COMUNICACIÓN

Actividad: Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Plataforma institucional, WhatsApp, correo electrónico, estafeta institucional

Objetivo: Innovar la comunicación descendente entre el jefe y los colaboradores para garantizar una adecuada comprensión de los objetivos.

Importancia: Proporcionar el intercambio de información y opiniones con los miembros de la institución



#### COMUNICACIÓN DESCENDENTE:

En este tipo de comunicación, de carácter piramidal, los mensajes fluyen desde el nivel jerárquico superior de la organización hacia los miembros de niveles inferiores.



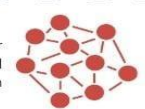
#### COMUNICACIÓN ASCENDENTE:

Es de carácter piramidal, pero el sentido de la comunicación proviene de los niveles inferiores a los superiores, es decir de un subordinado a un superior.



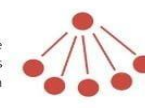
#### COMUNICACIÓN HORIZONTAL:

En este tipo de comunicación, de carácter piramidal, los mensajes fluyen desde el nivel jerárquico superior de la organización hacia los miembros de niveles inferiores.



#### COMUNICACIÓN TRANSVERSAL:

Es de carácter piramidal, pero el sentido de la comunicación proviene de los niveles inferiores a los superiores, es decir de un subordinado a un superior.



#### PASOS A SEGUIR

- Dar a conocer los cuatro tipos de comunicación (ascendente - descendente - horizontal y vertical) mediante infografías difundida en su plataforma institucional del cuerpo de bomberos del cantón Loja.
- 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.

### ÁREA 2: TIPOS DE COMUNICACIÓN

Actividad: Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal del Cuerpo de bomberos Loja

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Hojas de papel, esteros

Objetivo: Optimizar los procesos internos ya que satisfacen las necesidades propias de la institución y contribuye a alcanzar su objetivo mediante las técnicas de comunicación



#### PASOS A SEGUIR

- Crear grupos de 6 personas
- Crear un debate entre los grupos
- Deberán ponerse de acuerdo sobre qué aspecto de la empresa conviene modificar con mayor urgencia (puede ser un problema real que hayan apreciado en su día a día)
- Una vez se ha acordado qué tema se va a abordar, cada miembro del equipo recibe una hoja en blanco para que anote tres ideas sobre cómo solucionarlo. Dispone de cinco minutos para ello.
- Transcurrido ese tiempo, el empleado cede la hoja al trabajador que se encuentra a su derecha, creando un círculo para el intercambio de ideas.
- No pueden repetirse ideas en un mismo papel, de tal manera que, cuando finalice la ronda, cada empleado contará con dieciocho ideas
- Premio al grupo ganador.



### ÁREA 3: ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN

Actividad: Plan de comunicación interna para la institución

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Computadora, internet.

Objetivo: Realizar un plan de comunicación interna para reformular y perfeccionar los canales de comunicación para que los mensajes sean transmitidos de forma interactiva y permanente para mejorar el clima laboral.



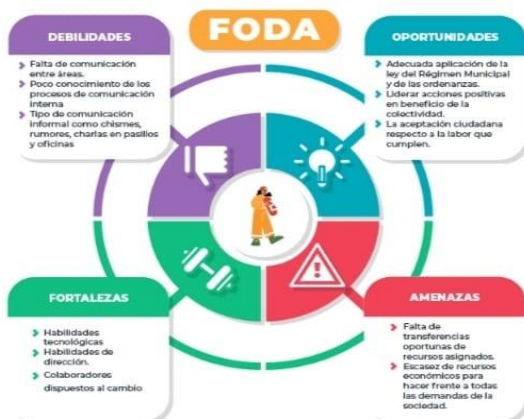
La comunicación interna es una de las principales actividades de la organización, pues mediante esos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales, y se construyen valores de la cultura organizacional" (Trelles Rodríguez, 2001).



### ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA INSTITUCIÓN

El presente plan de comunicación interna tiene el propósito de que todos sus colaboradores, desde los directivos hasta los operativos, sean los encargados de difundir de manera adecuada y correspondiente la información profesional y técnica que se genera en la institución, para que sean canalizadas de forma apropiada y así contribuir a desarrollar nuevos procesos de comunicación que enlacen y socialicen un ambiente laboral oportuno y positivo entre todos los colaboradores y directivos.

### ANÁLISIS FODA



### HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA



### ESTRATEGIAS PARA UNA COMUNICACIÓN ASERTIVA



### VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Ayuda a impulsar la productividad	Minimiza rumores.
Reduce los errores y equivocaciones	La toma de decisiones no es efectiva
Ayuda a aumentar el compromiso de los empleados	Los empleados no sienten que son escuchados
Mejora la cultura del lugar de trabajo	Los empleados pierden la confianza de dialogar con los jefes
Ayuda a comprender los objetivos empresariales	Baja motivación del personal

### EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN

Para realizar la ejecución del presente plan de comunicación interna se desarrollará mediante una socialización a los colaboradores del edificio central del cuerpo de bomberos del cantón Loja para ello se realizará mediante una invitación donde constará lo siguiente:



### 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.

### ÁREA 3: ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN

Actividad: Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.

Objetivo: Dar a conocer las mejores estrategias para mantener la comunicación entre área administrativa y operativa.tón Loja.



# CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



ACTIVIDADES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES											
		TIEMPO - MES											
		2023 - 2024											
		MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de bomberos del Cantón Loja.	Área de comunicación												X
Realizar Actividad de team building con los colaboradores del cuerpo de bomberos.	Área de comunicación	X				X			X				
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.	Área de comunicación		X										X
Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la institución.	Área de comunicación			X									X
Elaboración de un plan de comunicación interna.	Área de comunicación					X		X					
Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.	Área de comunicación				X								X

# PRESUPUESTO



El costo total de inversión para el desarrollo del plan de comunicación interna para el edificio central del cuerpo de bomberos del cantón Loja es de \$1.118,05.



## PRESUPUESTO

Área de intervención – Comunicación	VALOR
Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de bomberos del Cantón Loja.	\$ 29,00
Realizar Actividad de team building con los colaboradores del Cuerpo de bomberos.	\$83,00
Realizar actividades denominada el teléfono estropeado para mejorar la comunicación institucional	\$107,50
Encuentra las diferencias	\$95,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$314,50</b>
Área de intervención Tipos de comunicación	VALOR
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.	\$20,00
Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la institución.	\$100,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$120,00</b>
Área de intervención Estrategias de la comunicación	VALOR
Elaboración del plan de comunicación interna.	\$500,00
Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.	\$230,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$780 ,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.118,050</b>

"El talento gana partidos, pero el trabajo en equipo y la inteligencia ganan campeonatos"

*Michael Jordan.*

## 11.8 ENLACE DE LA PRESENTACIÓN

[https://www.canva.com/design/DAFdbI0IETk/FFOgaWhJ6BaHEqORIQG3rA/view?utm\\_content=DAFdbI0IETk&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFdbI0IETk/FFOgaWhJ6BaHEqORIQG3rA/view?utm_content=DAFdbI0IETk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

## 11.9 ENTREGA DE RESULTADOS



La entrega de resultados se realizó después de la socialización al coronel Ramiro Loaiza director estratégico del Cuerpo de bomberos Loja, mediante un Brochure impreso del Plan de Comunicación Interna para los colaboradores del edificio central del cuerpo de bomberos del cantón Loja.

## 12 CONCLUSIONES

- ✓ Con la información obtenida mediante las fuentes bibliográficas en base a los resultados obtenidos del diagnóstico situacional y como respuesta a las necesidades organizacionales que fortalezcan los procesos de comunicación interna donde se expone la importancia y los beneficios que trae a la institución el contar con un plan de comunicación interna.
- ✓ Mediante la ejecución de encuestas y entrevistas aplicadas a los colaboradores del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja permitió conocer cuáles son las falencias y necesidades de la comunicación entre las áreas de trabajo, se pudo evidenciar que un porcentaje de colaboradores no tienen conocimiento sobre la comunicación, no existe una comunicación entre personal administrativo y operativo de dicha institución de tal manera que existe un mal clima laboral entre colaboradores.
- ✓ Al demostrar que la institución no posee con un plan de comunicación interna debidamente estructurado se propone la implementación de un nuevo Plan de Comunicación Interna, se la realiza en base a que la comunicación es fundamental para el desarrollo de cualquier empresa y por lo tanto es necesaria en esta institución para que puedan brindar un servicio eficiente.
- ✓ De acuerdo con la socialización del plan de comunicación interna a los colaboradores del cuerpo de bomberos del cantón Loja se hizo mención que se trabajara en el desarrollo de cada actividad planteada.



### 13 RECOMENDACIONES

- ✓ En base a la revisión bibliográfica se debe hacer conocer el concepto de la comunicación interna y su importancia dentro de la institución del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja para que los colaboradores tengan una mayor productividad.
- ✓ Se recomienda aplicar métodos de recopilación de información como encuestas, entrevistas, pruebas al personal donde se pueda evidenciar su nivel de satisfacción y a la vez detectar falencias dentro de la comunicación interna y mejorarlos.
- ✓ Se recomienda aplicar el plan de comunicación interna que se ha propuesto a través de la presente investigación, el cual sumara muchos beneficios al Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja, mejorando el rendimiento y también ayudara con la disminución del deterioro de la comunicación interna.
- ✓ Mediante la socialización realizada al Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja, se recomienda llevar a cabo la ejecución del Plan de comunicación interna, ya que la misma lograra que los colaboradores puedan realizar sus actividades de forma eficiente.

## 14 BIBLIOGRAFÍA

- Arbañil, A., & Sarmiento, E. (2018). *Plan estratégico de comunicación interna como herramienta para el fortalecimiento de las relaciones internas en la Municipalidad Provincial de Utcubambad* [Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo].  
<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/2629/BC-TESTMP-1503.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arizcuren, A., Cabezas, E., Cañeque, N., Casado, M., Fernández, P., Lacasta, J., Martín, T., Menchaca, M., Núñez, F., Sánchez, M., Soria, L., & Vicario, D. (2020). *Guía de buenas prácticas de comunicación interna*. FEAPS. [www.feaps.org](http://www.feaps.org)
- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel DRIVE* [Universidad Técnica de Ambato].  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e.pdf>
- Cárdenas, L., & Aguilar, B. (2018). Incidencia de la comunicación interna con los estudiantes del programa Ser Pilo Paga de la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín. *Revista CEA*, 4(8).  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3519362](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3519362)
- Carvajal, L. (2018). *Diagnóstico y propuesta de intervención de la comunicación interna en la Empresa Royaltex S.A. en el año 2017-2018* [Pontificia Universidad Católica del Ecuador].  
[http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15763/DISERTACION\\_LESLY%20MARIBEL%20CARVAJAL%20MORA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15763/DISERTACION_LESLY%20MARIBEL%20CARVAJAL%20MORA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Castro, A., & Díaz, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Profesional de Información*, 29(3).  
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.24/50506>
- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 31(134), 8–19.  
<https://doi.org/10.1016/J.ESTGER.2014.08.003>
- Chilán, A., & Ponce, J. (2021). *La comunicación interna y su incidencia para el desarrollo de la empresa de transformación digital Webdit en Ecuador* [Universidad San Gregorio de Portoviejo].  
<http://repositorio.sangregorio.edu.ec:8080/bitstream/123456789/2045/1/La%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20y%20su%20incidencia%20%20para%20el%20desarrollo%20de%20la%20empresa%20de%20transformaci%C3%B3n%20281%29.pdf>
- Cuenca, J., & Verazzi, L. (2019). *Guía fundamental de la comunicación interna* (Editorial UOC).  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=mxSzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=comunicaci%C3%B3n+interna&ots=eP7xqA51gi&sig=HXC9CymxwQln5HQv1NbihEmxufg#v=onepage&q&f=false>
- Cuerpo de Bomberos de Loja. (2013a). *Estructura orgánica por procesos del Cuerpo de Bomberos de Loja*. Cuerpo de Bomberos de Loja.  
[http://www.bomberosloja.gob.ec/images/DOCUMENTOS\\_TRANSPARENCIA\\_JUNIO\\_2022/Estructura\\_Organica\\_por\\_procesos.pdf](http://www.bomberosloja.gob.ec/images/DOCUMENTOS_TRANSPARENCIA_JUNIO_2022/Estructura_Organica_por_procesos.pdf)

- Cuerpo de Bomberos de Loja. (2013b). *Logo*. Cuerpo de Bomberos de Loja.  
<http://www.bomberosloja.gob.ec/>
- Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja. (2013a). *Estación Centro*. Cuerpo de Bomberos Del Cantón Loja. <http://www.bomberosloja.gob.ec/2013-04-24-09-24-25>
- Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja. (2013b). *Historia*. Cuerpo de Bomberos Del Cantón Loja. <http://www.bomberosloja.gob.ec/historia>
- Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja. (2013c). *Misión*. Cuerpo de Bomberos Del Cantón Loja. <http://www.bomberosloja.gob.ec/quienes-somos/mision>
- Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja. (2013d). *Objetivos estratégicos*. Cuerpo de Bomberos Del Cantón Loja. <http://www.bomberosloja.gob.ec/quienes-somos/objetivos>
- Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja. (2013e). *Servicios*. Cuerpo de Bomberos Del Cantón Latacunga. <http://www.bomberosloja.gob.ec/atencion-al-ciudadano/servicios>
- Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja. (2013f). *Valores Institucionales*. Cuerpo de Bomberos Del Cantón Loja. <http://www.bomberosloja.gob.ec/quienes-somos/valores>
- Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja. (2013g). *Visión*. Cuerpo de Bomberos Del Cantón Loja. <http://www.bomberosloja.gob.ec/quienes-somos/vision>
- Dumitru, N. R., & Stoica, I. (2012). Internal Communication - A Prerequisite For Organizational Effectiveness. *Holistic Marketing Management Journal*, 2(3), 45–50. <https://ideas.repec.org/a/hmm/journal/v2y2012i3p45-50.html>

- Durán, A. (2020). *Gestión del puesto y evaluación del desempeño*. Editorial Elearning S.L.
- EAE. (2017). *Medios y canales para la comunicación interna corporativa / EAE*. EAE Business School. <https://www.eae.es/actualidad/noticias/medios-y-canales-para-la-comunicacion-interna-corporativa>
- Estévez, I. (2016). *Acogimiento familiar en las organizaciones sociales. Los Espacios de Albergue en Quito: estrategia de comunicación interna para el Albergue San Juan de Dios* [Universidad Central del Ecuador].  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7713/1/T-UCE-0009-628.pdf>
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201–229.  
<https://doi.org/10.20511/PYR2019.V7N1.267>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education.
- Huerta, A. (2017). *Educación*. Educativs.
- Mancilla, M. (2021). La actualidad del método hermenéutico de Friedrich Schleiermacher. *Escritos*, 29(62), 56–72.  
<https://doi.org/10.18566/ESCR.V29N62.A04>
- Marchiori, M. (2007). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto De las organizaciones. In *Comunicación interna*. La Habana.
- Matias, A., & Cardoso, L. (2022). Formal and informal organizational communication: Frameworking its roles and purposes. *European Journal of Social Sciences Studies*, 0(0). <https://doi.org/10.46827/EJSS.V0I0.1223>

- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación Una propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura, urbanismo y disciplinas afines*. Universidad Nacional Autónoma de México.  
[http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos\\_y\\_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Moret, J., & Arcila, C. (2011). Comunicación interna e informal en las organizaciones. *Universidad Católica Andrés Bello*, 22, 7–23.  
<https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/377/440>
- Nomberto, D., & Pérez, C. (2018). *Propuesta de un plan de comunicación para mejorar la comunicación interna de la gerencia de desarrollo económico local de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2017* [Universidad Nacional de Trujillo].  
<https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10331/NOMBERTO%20V ERA-PEREZ%20CALDERON.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ortiz, N. (2015). *Cómo manejar la comunicación interna en un proceso de planeación estratégica. Caso: Ministerio de Turismo* [Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4531/1/T1649-MDTH-Ortiz-Como%20manejar.pdf>
- Papic Domínguez, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 10(1), 63–83.  
<https://doi.org/10.18861/CIED.2019.10.1.2881>

- Perero, L. (2022). *Problemas de aprendizaje en la lectura y la escritura: Una mirada desde la virtualidad* [Universidad Estatal Península de Santa Elena].  
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7603/1/UPSE-TEI-2022-0086.pdf>
- Popa, F. (2020). Internal Communication During the Crisis. Case study - Suceava County Hospital. *EIRP Proceedings*, 15(1). <https://proceedings.univ-danubius.ro/index.php/eirp/article/view/2025/2155>
- Robledo-Dioses, K., Atarama-Rojas, T., & Russo, A. L.-H. (2020). El storytelling como herramienta de comunicación interna: una propuesta de modelo de gestión  
 Storytelling as a tool for internal communication: a proposed management model. *Cuadernos de Gestión*, 20(1), 137–154. <https://doi.org/10.5295/cdg.170755kr>
- Rojas, J. (2020). *Método fenomenológico hermenéutico*. Universidad Santo Tomás.  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/30228/030-ROJAS%20ok%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sandoval, A., & Margarita, L. (2022). *Plan de mejora para el clima laboral y cultura organizacional en Talento Humano del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales en el año 2020* [Universidad Central del Ecuador].  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/26911>
- Stocker, M. (2013). Metodología Proyectual Bruno Munari. *Academia*.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/47953040/Bruno\\_Munari-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1669384123&Signature=Z6vsFThYVKLOmmXLmcRAMgxjMQnNsQsjmMHbf1Ro0RMhJpsmBQkJ3OalBklp6Sv79bskJSOGQAORgJjdYiM8TaQmyR3~QnsUqnHTkS4EIroKsHaabzea~GMkJuGPRmv-Zok3RtFMmFFOtdI0gXS9OnErTSJ3yOckPVw0MZIhsRUe94Qpjm-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/47953040/Bruno_Munari-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1669384123&Signature=Z6vsFThYVKLOmmXLmcRAMgxjMQnNsQsjmMHbf1Ro0RMhJpsmBQkJ3OalBklp6Sv79bskJSOGQAORgJjdYiM8TaQmyR3~QnsUqnHTkS4EIroKsHaabzea~GMkJuGPRmv-Zok3RtFMmFFOtdI0gXS9OnErTSJ3yOckPVw0MZIhsRUe94Qpjm-)

uW82z0TvkMW8bTEjv8fUsjUIBidO6XZ6liMtvN7VQgHvZkB2l-  
 Z7u91Ta7yrkyUIe37f-  
 l~78e9pETLoioqHXV3MhqAPy7GYTdRhBcOVMM~58P8bJ8lyDlqL~fQQwn5-  
 bT6M-fDD94Clnj9t-xyIhypLWm2P640qEuA\_\_&Key-Pair-  
 Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Wegierski, G. (2021). *Comunicación Interna y formación de líderes coach en la empresa Man-Ser S.R.L.* [Universidad Siglo 21].

<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/24312/TFG%20-%20Gabriela%20Wegierski.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Yap, Z. (2021). *Understanding and improving remote internal communication through collaborative development: a case study of a remote startup team* [Aalto

University]. <https://aaltodoc.aalto.fi:443/handle/123456789/108404>



## 15 ANEXOS

### 15.1 PRESUPUESTO

**Recursos:** Recursos Humanos

**Director de Titulación:** Ing. Jackson Quevedo Jumbo Mgs.

**Estudiante:** Mayra Liliana Yunga Lima

**Institución beneficiaria:** Edificio Central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja

**Tabla 47**

*Presupuesto general*

Presupuesto				
Recursos	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
<b>Recurso Material y Tecnológico</b>				
<b>Computadora portátil</b>	Unidad	1	\$ 600,00	\$ 600,00
<b>Matricula</b>	Semestre	12	\$950,00	\$950,00
<b>Diseñador grafico</b>	Unidad	1	\$80	\$80
<b>USB 8 GB</b>	Unidad	1	\$ 10,00	\$ 10,00
<b>Impresiones</b>	Hojas	250	\$ 0,25	\$ 62,50
<b>Fotocopias</b>	Hojas	80	\$ 0,05	\$ 4,00
<b>Anillado</b>	Unidad	3	\$ 5,00	\$ 15,00
<b>Suministros de oficina</b>	Unidad	1	\$ 2,00	\$ 2,00
<b>Empastado</b>	Unidad	3	\$ 20,00	\$ 60,00
<b>Luz</b>	Mensual	6	\$15,00	\$90,00
<b>Internet</b>	Mensual	6	\$ 22,00	\$ 132,00
<b>Hojas valoradas</b>	Unidad	5	\$2.00	\$10.00
<b>Servicios Varios</b>				
<b>Transporte</b>	Unidad	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>Brochure</b>	Varios	3	\$20	\$60
<b>Alimentación</b>	Valor total	24	\$ 2,50	\$ 60,00
<b>Imprevistos</b>	Varios	1	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>Total, egresos</b>				\$ 2.335,50

**Nota:** Referente a los valores que se cancelaran en la realización de la presente investigación tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2023.



## 15.3 OFICIO DE ACEPTACIÓN DEL TEMA EN LA EMPRESA



Loja, 11 de enero de 2023

Cnel.  
Ramiro Loaiza  
**CORONEL DEL CUERPO DE BOMBEROS DE LA CIUDAD DE LOJA**  
Presente.-

De nuestra consideración:

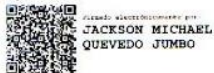
Reciba usted un cordial y atento saludo de parte de quienes hacemos la carrera de Gestión del Talento Humano del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, así mismo permítanos llegar con deseos de éxito en las labores que usted muy acertadamente dirige.

En calidad de Director de Titulación, he considerado oportuno plantear el tema denominado **“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DEL CUERPO DE BOMBEROS ZONA CENTRO, CANTÓN LOJA PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2023”**, 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 **Mayra Liliana Yunga Lima con C.I 1105683385**, 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**

Mayra Liliana Yunga Lima  
**ESTUDIANTE RESPONSABLE**

Email: [mlyunga@tecnologicosudamericano.edu.ec](mailto:mlyunga@tecnologicosudamericano.edu.ec)  
Contacto: 0995918292



## 15.4 OFICIO DE CONTESTACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TEMA POR PARTE DE LA EMPRESA



DIRECCIÓN  
ESTRATÉGICA

Oficio Nro. CBL-DE-2023-009-1-OF  
Loja, 12 de enero del 2023

**PARA:** Mgs. Jackson Michael Quevedo.  
**DIRECTOR DEL PROYECTO DEL IST SADAMERICANO**

**ASUNTO:** Respuesta al oficio.

Por medio del presente reciba un cordial saludo deseándole éxitos en sus labores, a la vez me permito informar que se ha considerado dar la **autorización** correspondientes para la ejecución del trabajo de investigación de la estudiante **Srta. Mayra Yunga Lima**, con el tema: **“Plan de Comunicación Interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja, provincia de Loja durante el periodo 2023”**, la cual será coordinada con la responsable del área de comunicación social de la institución la Lic. Jenny Reyes Pinta.

Con sentimiento de consideración y estima.

**Atentamente.-**

Crnl. Medardo Ramiro Loaiza  
Bravo  
**DIRECTOR ESTRATÉGICO DEL  
CBL.**

## 15.5 CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN – VICERRECTORADO



VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 15 de Febrero del 2023

Of. N° 727 -VDIN-ISTJS-2023

Sr.(ita). YUNGA LIMA MAYRA LILIANA

**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 DEL EDIFICIO CENTRAL DEL CUERPO DE BOMBEROS DELCANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2023**, 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 ISTJS**



## 15.6 OFICIO DE SOLICITANDO FECHA PARA LA SOCIALIZACIÓN



Loja, 10 de marzo de 2023

CORONEL

Medardo Ramiro Loaiza Bravo

**JEFE DEL CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN LOJA**

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 y entrega de los resultados finales del tema investigación denominado **“Plan de Comunicación Interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de Bomberos del Cantón Loja, Provincia Loja durante el periodo 2023”**, ejecutado por los estudiante Mayra Liliana Yunga Lima con **C.I 1105683385**, mismo 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, Mgs  
**DIRECTOR DEL PROYECTO**

  
Mayra Liliana Yunga Lima  
**ESTUDIANTE RESPONSABLE**

Email: [mlyunga01@tecnologicosudamericano.edu.ec](mailto:mlyunga01@tecnologicosudamericano.edu.ec)

Contacto: 0969505958

## 15.7 OFICIO DE CONTESTACIÓN DE PARA LA SOLICIACIÓN



COMUNICACIÓN

Oficio Nro. CBL- CS-2023-0002JR  
Loja, 20 de marzo del 2023

**PARA:** Mgs. Jackson Michael Quevedo.  
**DIRECTOR DEL PROYECTO DEL IST SADAMERICANO**

**ASUNTO:** Respuesta al oficio.

Por medio del presente reciba un cordial saludo deseándole éxitos en sus labores, a la vez me permito informar la hora, fecha y lugar para la exposición de los trabajos realizados por las estudiantes Mayra Yunga Lima, Jenny Maldonado Chamba y Coraima Torres Piuri con los resultados de las investigaciones denominadas: **“Plan de Comunicación Interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja, provincia de Loja durante el período 2023”** y **“Programa de prevención de seguridad y salud ocupacional aplicando la norma ISO 45001-2018 para los colaboradores del edificio central del cuerpo de bomberos del cantón Loja, provincia de Loja para el año 2023”** actividad que se llevará a cabo en la siguiente fecha:

**Fecha.-** miércoles 22 de marzo del 2023.

**Hora.-** 10h00

**Lugar.-** sala de reuniones del CBL.

Asimismo se informa que se ha considerado brindar 30 minutos para la exposición de cada tema, las estudiantes deberán estar 30 minutos antes para preparar la presentación.

De antemano agradezco su colaboración, y estaré atenta para cualquier disposición

**Atentamente.-**



Leda. Jenny Reyes P.  
**ANALISTA COMUNICACIÓN SOCIAL CBL.**  
Archivo CS

[www.bomberosloja.gob.ec](http://www.bomberosloja.gob.ec)  
[info@bomberosloja.gob.ec](mailto:info@bomberosloja.gob.ec)  
Edificio Central: 10 de Agosto y Av. Universitaria (esq.)  
Administrativo: (593-7) 2578167 / 2578180

SALVAMOS VIDAS  
PROTEGEMOS BIENES

## 15.8 CERTIFICADO DE SOCIALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO (EMPRESA)



### **CUERPO DE BOMBEROS DE LOJA**

**Abnegación y Disciplina**

Crnl. Mercado Ramiro Loaiza Bravo, **DIRECTOR ESTRATÉGICO DEL CUERPO DE BOMBEROS DE LOJA**, a petición de la parte interesada y en forma legal:

**CERTIFICO:**



Que la estudiante **Mayra Liliana Yunga Lima**, portadora de la cédula N° 1105683385, ha realizado la respectiva socialización y entrega de resultados de su proyecto de titulación denominado **“Plan de Comunicación Interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de Bomberos del cantón Loja, provincia de Loja durante el periodo 2023”**, al personal operativo y administrativo de la 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.

Loja, 22 de marzo de 2023



Crnl. Medardo Ramiro Loaiza B.  
**DIRECTOR ESTRATÉGICO DEL CBL**



## 15.9 ENCUESTA APLICADA



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 DEL CUERPO DE BOMBEROS ZONA CENTRO, CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2023**, cuyo objetivo es fortalecer el bienestar y satisfacción 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.

### a. Preguntas informativas

- **Edad:**
  - Menos 19 años ( )
  - 20 -30 años ( )
  - 31-40 años ( )
  - 41-50 años ( )
  - Más de 50 años ( )
- **Género:**
  - Masculino ( )
  - Femenino ( )
  - Otro ( )
- **Educación:**
  - Bachiller ( )
  - Tercer nivel ( )

- Cuarto nivel ( )
- Doctorado ( )
- **Tiempo de empleabilidad:**
  - Menos de 1 año ( )
  - De 1 a 5 años ( )
  - De 6 a 10 años ( )
  - Más de 10 años ( )
- **A qué departamento pertenece:**
  - Administrativo ( )
  - Operativo ( )

**b. Preguntas técnicas de investigación**

1. ¿Conoce usted sobre la comunicación interna en la institución?
  - Si ( )
  - No ( )
  
2. ¿Conoce usted sobre los procesos de comunicación en la institución?
  - Si ( )
  - No ( )
  
3. ¿Con qué frecuencia se emplea medios digitales (email, whatsapp, etc) para transmitir información de actividades a realizar en el cuerpo de bomberos?
  - Siempre ( )
  - Casi siempre ( )
  - A veces ( )
  - Nunca ( )
  
4. ¿Con qué frecuencia se emplea medios tradicionales (cartelera, hojas volantes, reuniones, folletos, etc.) para transmitir información de actividades a realizar en el cuerpo de bomberos?
  - Siempre ( )
  - Casi siempre ( )
  - A veces ( )
  - Nunca ( )

5. ¿Con qué frecuencia revisa los comunicados internos emitidos por el cuerpo de bomberos?
- Siempre ( )
  - Casi siempre ( )
  - A veces ( )
  - Nunca ( )
6. ¿Con qué frecuencia los comunicados internos emitidos son claros y eficaces?
- Siempre ( )
  - Casi siempre ( )
  - A veces ( )
  - Nunca ( )
7. ¿Considera que la comunicación interna con sus compañeros es efectiva?
- Siempre ( )
  - Casi siempre ( )
  - A veces ( )
  - Nunca ( )
8. ¿Con qué frecuencia la comunicación en la organización es informal chisme, rumores, charla en pasillos u oficinas, etc?
- Siempre ( )
  - Casi siempre ( )
  - A veces ( )
  - Nunca ( )
9. ¿Con qué frecuencia existe comunicación adecuada entre personal administrativo y operativo?
- Siempre ( )
  - Casi siempre ( )
  - A veces ( )
  - Nunca ( )
10. ¿Con qué frecuencia existe falencias en la comunicación interna en el área administrativa del cuerpo de bomberos?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- A veces ( )
- Nunca ( )

**11.** ¿Usted tiene conocimiento de los distintos canales de comunicación que emplea la institución?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- A veces ( )
- Nunca ( )

**12.** ¿Ha evidenciado dificultades en la comunicación para resolver crisis emergentes a las que tiene que enfrentarse la institución?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- A veces ( )
- Nunca ( )

**13.** ¿La comunicación interna es manejada por expertos en el tema?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- A veces ( )
- Nunca ( )

**14.** ¿La información siempre se maneja por canales formales de comunicación, como memos mediante correo electrónico, reuniones, notas internas, etc?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- A veces ( )
- Nunca ( )

**15.** ¿La institución da importancia a la comunicación interna?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- A veces ( )

Nunca ( )

**16.** ¿Se emplea estrategias, actividades y herramientas para favorecer la comunicación interna de la organización?

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**17.** ¿La información que emite a sus compañeros o superiores es enviada con anticipación, es clara, concisa y formal?

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**18.** ¿Es factible emplear un plan de comunicación interna en la institución?

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**19.** ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se le diera a conocer sobre el plan de comunicación interna?

Virtual ( )

Presencial ( )

Medios impresos ( )

Redes sociales ( )

**20.** ¿Que le gustaría que contenga un plan de comunicación interna?

Planes ( )

Estrategias. ( )

Canales tecnológicos ( )

## 15.10 ENTREVISTA APLICADA



Estimado/a reciba un cordial saludo de parte de la carrera de la Tecnología de Gestión de Talento Humano del Instituto Sudamericano. El motivo de la presente es solicitarle de la manera más cordial la aplicación de una entrevista con preguntas abiertas para el proyecto de investigación denominado: **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DEL CUERPO DE BOMBEROS ZONA CENTRO DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2023.**

### a. Preguntas informativas

- Nombres y Apellidos:
- Cargo en la organización:
- Tiempo de empleabilidad:
- Cantidad de personal a su cargo:

### b. Preguntas técnicas de investigación

1. ¿Para usted que es la comunicación interna?
2. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que evidencia en la comunicación interna de la institución?
3. ¿Qué canales de comunicación son empleados mayormente en la institución?
4. ¿Cómo evalúan la eficacia de los canales de comunicación?

5. ¿La comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre colaboradores?
6. ¿En cuanto a la información oficial que se maneja en la institución usted se siente informado en todo momento?
7. ¿Desde su punto de vista, ¿cuál cree usted que serían los beneficios o ventajas de contar con un PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA en la institución?
8. ¿Qué tan factible es implementar una propuesta de comunicación interna que favorezca los canales de comunicación en la institución?

## 15.11 PLAN DE SOCIALIZACIÓN

**Tabla 49**

*Plan de Capacitación.*

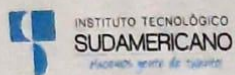
Fecha	Herramienta utilizada	Actividades	Objetivo	Contenido socializado	Día	Hora	Observaciones
22-03-2023	Aplicación Canva	Socialización del plan de comunicación interna.	Mejorar los procesos de comunicación interna en la institución y brindar una mejor presentación de la institución,	Presentación de la empresa. Glosario de términos. Marco legal Diagnóstico de la empresa. Cuadro comparativo de ventajas y desventajas. Propuesta de acción. Cronograma. Presupuesto Resultados esperados	Miércoles	10h00a 10h30	Ninguna

[https://www.canva.com/design/DAFdbIOIETk/FFOgaWhJ6BaHEqORIOG3rA/view?utm\\_content=DAFdbIOIETk&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFdbIOIETk/FFOgaWhJ6BaHEqORIOG3rA/view?utm_content=DAFdbIOIETk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

**Nota:** Referente a la planificación de la socialización y entrega de resultados de la presente investigación tomada de la fuente de la autora de investigación del año 2023.



## 15.12 CERTIFICADO DE ABSTRACT



CERTF. N°. 030-RH-ISTS-2023  
Loja, 25 de abril de 2023

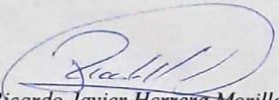
El suscrito, Lic. Ricardo Javier Herrera Morillo. **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

**CERTIFICA:**

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera del señorita YUNGA LIMA MAYRA LILIANA estudiante en proceso de titulación periodo Octubre 2022 – Marzo 2023 de la carrera de **GESTION EN TALENTO HUMANO**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la impresión y presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

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

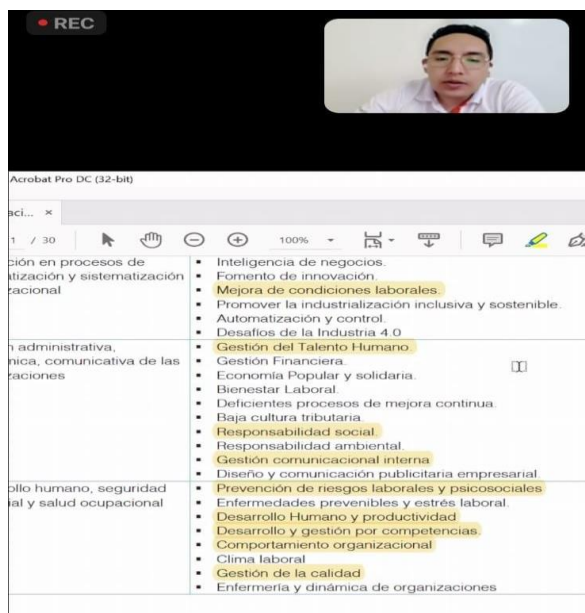
**English is a piece of cake.**

  
Lic. Ricardo Javier Herrera Morillo  
**DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS**

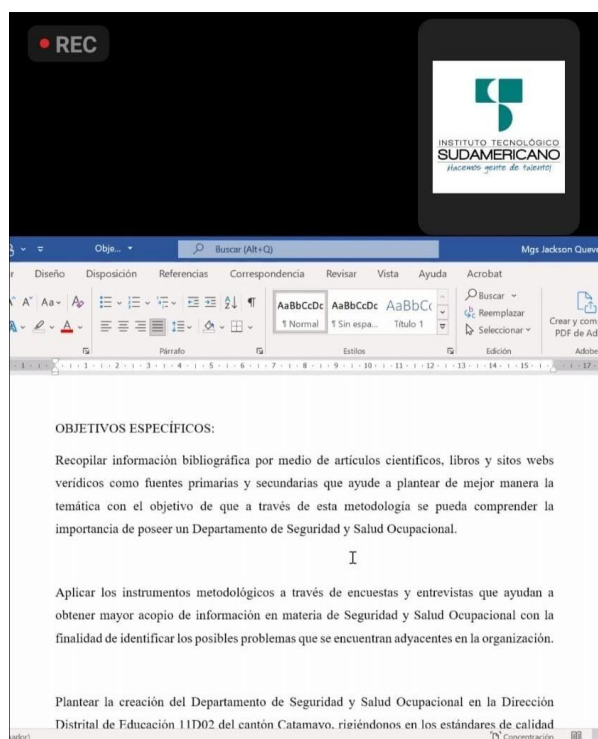
CHECKED BY  
Lic. Ricardo Herrera  
ENGLISH TEACHER  
DATE

## 15.13 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL PROCESO

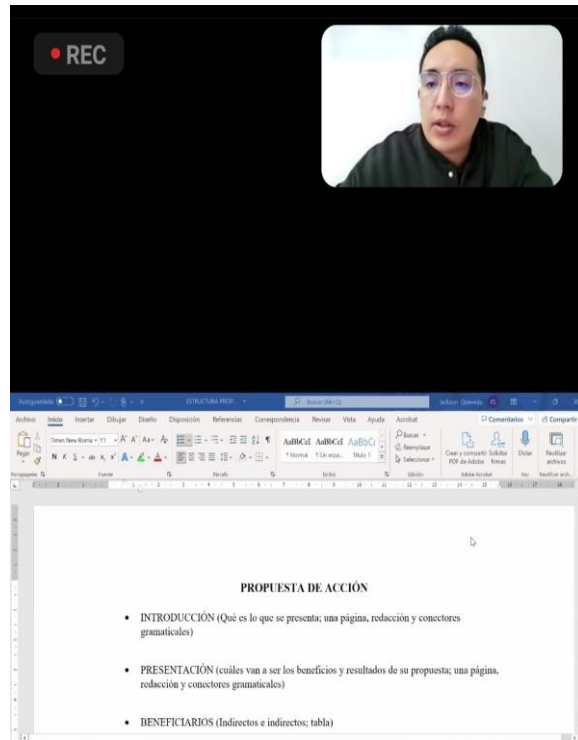
### 15.13.1 Fase 1



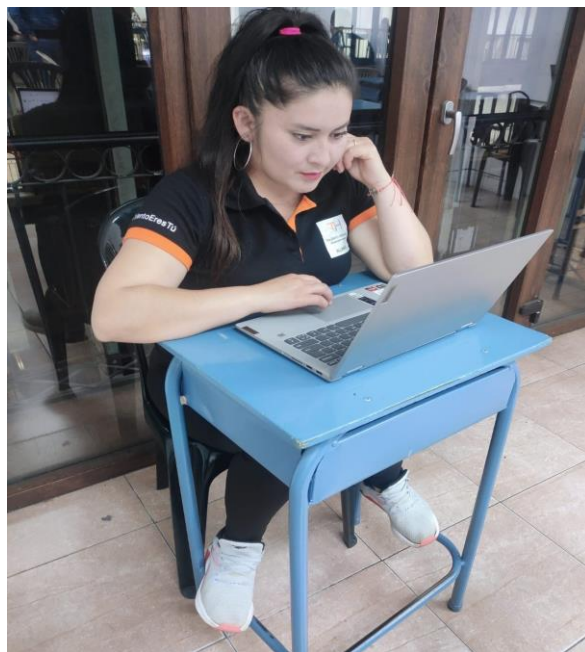
**Nota:** Clases online de las primeras indicaciones de la realización del proyecto.



**Nota:** Clases online sobre los objetivos del proyecto.



**Nota:** Indicaciones para el desarrollo de la propuesta de acción.



**Nota:** Clases presenciales y presentación de avances realizados.

### 15.13.2 Fase 2



**Nota:** Realización de encuestas.



**Nota:** Encuestas realizadas a los colaboradores del cuerpo de bomberos Loja.



*Nota:* Encuesta realizada al personal operativo del cuerpo de bomberos Loja.



*Nota:* Entrevista realizada al jefe estratégico del cuerpo de bomberos Loja.



**Nota:** Encuesta realizada al subjefe del edificio central del cuerpo de bomberos Loja.

### 15.13.3 Socialización



**Nota:** Socialización de resultados del Plan de comunicación interna.



**Nota:** Presentación de la empresa del cuerpo de bomberos Loja.



*Nota:* Firma de asistencia del personal que asistió a la socialización.

#### ***15.13.4 Entrega De Resultados***

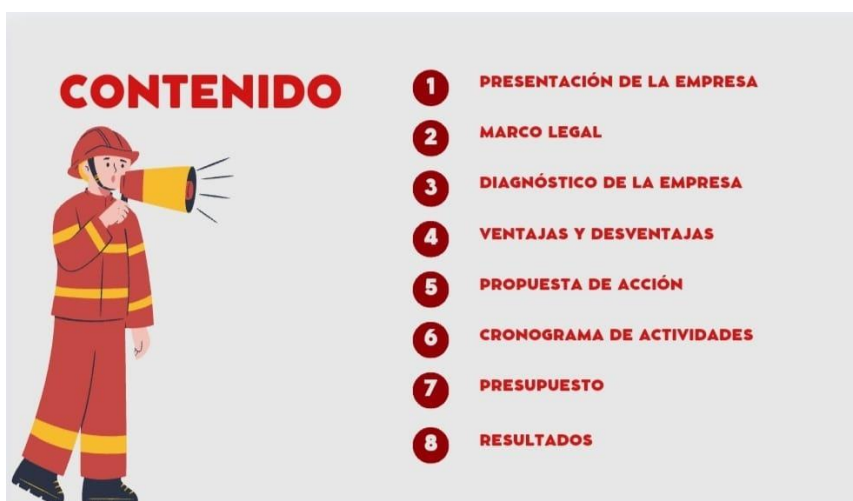


*Nota:* Entrega de resultados al coronel Ramiro Loaiza.



*Nota:* Entrega de resultados esperados.

## MANUAL DE LA PROPUESTA DE ACCION







### MISIÓN

El Cuerpo de Bomberos de Loja es una institución de derecho público, dedicada a la prevención de incendios y capacitación, vinculación con la comunidad y atención de emergencias mediante acciones oportunas para salvar vidas y proteger bienes en el cantón Loja.



### VISIÓN

"Ser una Institución que brinde servicios efectivos e innovadores de prevención de incendios y capacitación, vinculación con la comunidad y atención de emergencias, con personal calificado, capacitado y comprometido con la comunidad y promoviendo su participación"



### VALORES

La gestión que realiza la institución se fundamenta en los valores que se presentan a continuación:

- Respeto de los derechos humanos.
- Transparencia.
- Eficacia.
- Solidaridad.
- Colaboración.
- Efectividad.
- Respeto.
- Responsabilidad.
- Coordinación.
- Complementariedad.



## MARCO LEGAL



LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

ART.1

ART.17



## DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

El Cuerpo de Bomberos de la Ciudad de Loja en base al análisis de la técnica de observación directa, se pudo comprobar ciertas dificultades en el proceso de comunicación interna por parte del jefe superior hacía los sus colaboradores, de la misma manera, se pudo constatar que no existe comunicación interna entre personal administrativo y operativo por el hecho de pertenecer a distintas áreas.

## CUADRO COMPARATIVO



### VENTAJAS

- ✓ Facilitar la comunicación interna entre colaboradores.
- ✓ Agrega mayor credibilidad y transparencia a la comunicación institucional.
- ✓ Mejora de la imagen y brindar una buena atención a sus usuarios.
- ✓ Ayudar a que la institución se sienta organizada y estructurada en una sola unidad tanto administrativo como operativo.

### DESVENTAJAS

- ✗ Disminuye la productividad y la eficiencia a los colaboradores
- ✗ No saber cuáles son los problemas que día a día se presentan en la institución.
- ✗ Mayor número de malentendidos, rumores, que pueden llegar a fraccionar las relaciones entre colaboradores y departamentos
- ✗ Flujo lento de información entre funcionarios

## PROPUESTA DE ACCIÓN

### ÁREA 1: COMUNICACIÓN

Actividad: Canales de comunicación interna para la institución

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Materiales de oficina (tesoros, hojas, computadora y servicio de internet)



### ÁREA 1: COMUNICACIÓN

Actividad: Team Building (Círculo a ciegas) con los colaboradores del cuerpo de bomberos Loja.

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Espacio libre, refrigerio

#### CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

REUNIONES	INTERNET	EMAILS	COMUNICADOS POR ESCRITO
CHATS INTERNOS	REDES SOCIALES CORPORATIVAS	EVENTOS SOCIALES	



#### PASOS A SEGUIR

- 1 Organizar dos grupos de 6 personas
- 2 Seleccionar un líder de cada equipo
- 3 Vendarle los ojos a líder de cada grupo
- 4 Tendrá que dejarse guiar por el resto de compañeros hasta llegar a una meta concreta.

### ÁREA 1: COMUNICACIÓN

Actividad: Realizar Actividad del teléfono estropeado con los colaboradores del cuerpo de bomberos Loja.

Objetivo	Indicador	Meta
Identificar los diferentes problemas comunicacionales de la institución.	Evaluar la interacción entre personal administrativo y operativo.	Conocer las debilidades y necesidades de los colaboradores.



### ÁREA 1: COMUNICACIÓN

Actividad: Encuentra las diferencias

Objetivo	Indicador	Meta
Dirigir, compartir y transformar las estrategias necesarias para alcanzar objetivos.	Desarrollar una comunicación efectiva entre colaboradores	Minimizar la comunicación informal de todos los colaboradores del cuerpo de bomberos

Recursos: Espacio libre, refrigerio, premio.

#### PASOS A SEGUIR

- 1 Formar un círculo entre todas los participantes y entregar al primer participante un mensaje escrito. Lo cual lo leerá y lo dirá al oído a la siguiente persona del círculo.
- 2 La segunda persona le transmitirá a la siguiente lo que ha escuchado y así sucesivamente hasta llegar al último participante.
- 3 En ese momento, la última persona revela en voz alta lo que ha entendido y la primera leerá, también en voz alta el mensaje inicial.
- 4 En caso de no corresponderse, procederemos a un análisis oral entre todos para detectar donde han ocurrido los problemas de comunicación.



#### PASOS A SEGUIR

- 1 Divide a tu equipo en dos grupos y colócalos enfrentados.
- 2 El equipo A tiene un tiempo determinado para observar al compañero que tiene enfrente (de 15 a 30 segundos) y memorizar todos los detalles que pueda.
- 3 Luego, el equipo A se da la vuelta mientras el equipo B cambia tantos detalles en su apariencia como sea posible.
- 4 Puede ser cualquier cosa, desde cambiar el orden en el que estaban, hasta intercambiar zapatos con otro compañero o cambiarse el peinado.
- 5 Luego de unos 45 segundos, el equipo A se da la vuelta nuevamente y dispone de 5 a 10 minutos para identificar todos los cambios realizados.
- 6 Puedes ajustar el tiempo del juego según el tamaño del grupo.
- 7 Premia al que mejor lo hizo.

## ÁREA 2: TIPOS DE COMUNICACIÓN

Actividad: Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Plataforma institucional, WhatsApp, correo electrónico, estafeta institucional

Objetivo: Innovar la comunicación descendente entre el jefe y los colaboradores para garantizar una adecuada comprensión de los objetivos.

Importancia: Proporcionar el intercambio de información y opiniones con los miembros de la institución



### COMUNICACIÓN DESCENDENTE:

En este tipo de comunicación, de carácter piramidal, los mensajes fluyen desde el nivel jerárquico superior de la organización hacia los miembros de niveles inferiores.



### COMUNICACIÓN ASCENDENTE:

Es de carácter piramidal, pero el sentido de la comunicación proviene de los niveles inferiores a los superiores, es decir de un subordinado a un superior.



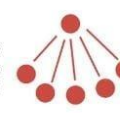
### COMUNICACIÓN HORIZONTAL:

En este tipo de comunicación, de carácter piramidal, los mensajes fluyen desde el nivel jerárquico superior de la organización hacia los miembros de niveles inferiores.



### COMUNICACIÓN TRANSVERSAL:

Es de carácter piramidal, pero el sentido de la comunicación proviene de los niveles inferiores a los superiores, es decir de un subordinado a un superior.



### PASOS A SEGUIR

- 1 Dar a conocer los cuatro tipos de comunicación (ascendente - descendente - horizontal y vertical) mediante infografías difundida en su plataforma institucional del cuerpo de bomberos del cantón Loja.
- 2 Infografía con estrategias para fortalecer la comunicación interna efectiva
- 3 Utilización del canal de comunicación más efectivo y actualmente implantado WhatsApp para poner a conocimiento información interpersonal y organizacional.



### PASOS A SEGUIR

- 1 Crear grupos de 6 personas
- 2 Crear un debate entre los grupos
- 3 Deberán ponerse de acuerdo sobre qué aspecto de la empresa conviene modificar con mayor urgencia (puede ser un problema real que hayan apreciado en su día a día)
- 4 Una vez se ha acordado qué tema se va a abordar, cada miembro del equipo recibe una hoja en blanco para que anote tres ideas sobre cómo solucionarlo. Dispone de cinco minutos para ello.
- 5 Transcurrido ese tiempo, el empleado cede la hoja al trabajador que se encuentra a su derecha, creando un círculo para el intercambio de ideas.
- 6 No pueden repetirse ideas en un mismo papel, de tal manera que, cuando finalice la ronda, cada empleado contará con dieciocho ideas
- 7 Premio al grupo ganador.

## ÁREA 2: TIPOS DE COMUNICACIÓN

Actividad: Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal del Cuerpo de bomberos Loja

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Hojas de papel, esteros

Objetivo: Optimizar los procesos internos ya que satisfacen las necesidades propias de la institución y contribuye a alcanzar su objetivo mediante las técnicas de comunicación



## ÁREA 3: ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN

Actividad: Plan de comunicación interna para la institución

RESPONSABLE	RECURSOS
Área de comunicación	Computadora, internet.

Objetivo: Realizar un plan de comunicación interna para reformular y perfeccionar los canales de comunicación para que los mensajes sean transmitidos de forma interactiva y permanente para mejorar el clima laboral.



### PLAN DE COMUNICACIÓN



### ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA INSTITUCIÓN

El presente plan de comunicación interna tiene el propósito de que todos sus colaboradores, desde los directivos hasta los operativos, sean los encargados de difundir de manera adecuada y correspondiente la información profesional y técnica que se genera en la institución, para que sean canalizadas de forma apropiada y así contribuir a desarrollar nuevos procesos de comunicación que enlacen y socialicen un ambiente laboral oportuno y positivo entre todos los colaboradores y directivos.



## PRESUPUESTO



El costo total de inversión para el desarrollo del plan de comunicación interna para el edificio central del cuerpo de bomberos del cantón Loja es de \$1.118,05.



### PRESUPUESTO

Área de intervención - Comunicación	VALOR
Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores del edificio central del Cuerpo de bomberos del Cantón Loja.	\$ 29,00
Realizar Actividad de team building con los colaboradores del Cuerpo de bomberos.	\$83,00
Realizar actividades denominada el teléfono estropeado para mejorar la comunicación institucional	\$107,50
Encuentra las diferencias	\$95,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$314,50</b>
Área de intervención Tipos de comunicación	VALOR
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan al Cuerpo de bomberos del cantón Loja.	\$20,00
Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la institución.	\$100,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$120,00</b>
Área de intervención Estrategias de la comunicación	VALOR
Elaboración del plan de comunicación interna.	\$500,00
Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.	\$230,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$780,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.118,050</b>

"El talento gana partidos, pero el trabajo en equipo y la inteligencia ganan campeonatos"

*Michael Jordan.*