

# **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO**



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
**SUDAMERICANO**  
*Hacemos gente de talento!*



**TALENTO HUMANO**  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

## **CARRERA GESTIÓN DE TALENTO HUMANO**

### **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO 2023**

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

#### **AUTOR**

Sarango Paredes Álvaro Leonel

#### **DIRECTOR**

Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Msg.

Loja, 04 de mayo 2023

## 1 CERTIFICACIÓN

Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs

**DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN**

**CERTIFICA:**

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado, plan innovador de comunicación interna para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A 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

JACKSON  
MICHAEL  
QUEVEDO  
JUMBO

Firmado digitalmente  
por JACKSON MICHAEL  
QUEVEDO JUMBO  
Fecha: 2023.04.11  
18:17:21 -05'00'

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Jackson Michael Quevedo, Mgs**

**1104288418**

## 2 DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, 04 de mayo 2023

**Nombres:** Alvaro Leonel

**Apellidos:** Sarango Paredes

**Cédula de Identidad:** 1104473176

**Carrera:** Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano

**Semestre de ejecución del proceso de titulación:** octubre 2023– febrero 2023

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

Plan innovador de comunicación interna para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A 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.



.....  
Sarango Paredes Álvaro Leonel

**C.I.:**1104473176

### 3 DEDICATORIA

El presente trabajo dedico primeramente a Dios por darme esta oportunidad en mi formación profesional, seguidamente a mi querida esposa Nivia del Carmen Alberca Castillo, a mis maravillosos hijos Sofía Valentina Sarango Alberca, Matías Leonel Sarango Alberca y Pablo Andrés Sarango Alberca y, a mis padres Daniel Alcibíades Sarango Piedra fallecido y a mi madre Emir Isabel Ocampo Paredes, que siempre fueron el bastón e impulso de mi preparación.

Gracias a su bendición y motivación diaria a lo largo de mi carrera y mi vida me han protegido y llevado por el camino del bien, llegando a cumplir esta meta tan anhelada.

Álvaro Leonel Sarango Paredes

#### 4 AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento sincero al Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la provincia de Loja, modalidad presencial sección diurna, por haberme permitido ingresar a sus aulas y poder formarme en el día a día.

A sus distinguidas autoridades y cuerpo docente de la carrera de Gestión de Talento Humano.

Un agradecimiento especial al Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, quien de manera desinteresada me apoyo y asesoró con sus conocimientos en el desarrollo del proyecto de titulación.

Finalmente quiero agradecer a la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A del cantón Loja, por abrirme las puertas brindándome todos los recursos y herramientas necesarias para poder llevar a cabo el presente proyecto de titulación.

Álvaro Leonel Sarango Paredes

## 5 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, Álvaro Leonel Sarango Paredes, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayor de edad emite la presente acta de cesión de derechos.

SEGUNDA. - Sarango Paredes Álvaro Leonel, realizó la Investigación titulada: plan innovador de comunicación interna para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A 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 Álvaro Leonel Sarango Paredes, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado: plan innovador de comunicación interna para los colaboradores de la Empresa Eléctrica

Regional del Sur S.A 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 diciembre del año 2023.

JACKSON  
MICHAEL  
QUEVEDO  
JUMBO  
Firmado digitalmente  
por JACKSON MICHAEL  
QUEVEDO JUMBO  
Fecha: 2023.04.11  
18:17:21 -05'00'



Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.

Álvaro Leonel Sarango Paredes

DIRECTOR

AUTOR

C.I.: 1104288418

C.I.:1104473176

## ÍNDICE

1	CERTIFICACIÓN .....	II
2	DECLARACIÓN JURAMENTADA .....	III
3	DEDICATORIA .....	VI
4	AGRADECIMIENTO.....	VII
5	ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS .....		XIII
ÍNDICE DE TABLAS .....		XIV
1	RESUMEN.....	15
2	ABSTRACT.....	17
3	PROBLEMATIZACIÓN .....	18
4	TEMA .....	21
5	JUSTIFICACIÓN .....	22
6	OBJETIVOS .....	24
	6.1 OBJETIVO GENERAL.....	24
	6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	24
7	MARCO TEÓRICO.....	26
	7.1 MARCO INSTITUCIONAL.....	26
	7.1.1 Reseña Histórica .....	26
	7.1.2 Filosofía Organizacional.....	28

7.1.3	<i>Identidad Institucional</i> .....	29
7.1.4	<i>Organigrama General</i> .....	30
7.1.5	<i>Plantilla del Personal</i> .....	31
7.1.6	<i>Productos y Servicios</i> .....	32
7.1.7	<i>Macro Localización</i> .....	34
7.1.8	<i>Micro Localización</i> .....	34
7.1.9	<i>Contactos</i> .....	35
7.2	<b>MARCO CONCEPTUAL</b> .....	36
7.2.1	La comunicación interna .....	36
7.2.2	Beneficios de la Comunicación Interna .....	39
7.2.3	Tipos de Comunicación Interna .....	40
7.2.4	Medios de comunicación interna .....	41
7.2.5	La Comunicación Interna en las empresas .....	43
7.2.6	Comunicación organizacional .....	43
7.2.7	Plan de comunicación – estructura .....	47
8	<b>METODOLOGÍA</b> .....	48
8.1	<i>Tipos de métodos</i> .....	48
8.1.1	<i>Método Fenomenológico</i> .....	48
8.1.2	<i>Método Practico proyectual</i> .....	50
8.2	<i>Técnicas de Recolección de datos</i> .....	51
8.2.1	<i>Tipos de técnicas</i> .....	51
8.3	<i>Determinación de la muestra</i> .....	52
9	<b>ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	53
9.1	<b>OBSERVACIÓN</b> .....	53
9.2	<b>ENTREVISTA</b> .....	53
9.2.1	Entrevistados .....	54
9.3	<b>ENCUESTA</b> .....	63
9.3.1	<b>ANÁLISIS DE RESULTADOS</b> .....	63
10	<b>PROPUESTA DE ACCIÓN</b> .....	99
10.1	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	99
10.2	<b>PRESENTACIÓN</b> .....	100

10.3	<i>BENEFICIARIOS</i> .....	102
10.4	<i>ESTRUCTURA</i> .....	103
10.5	<i>PORTADA</i> .....	104
10.6	<i>FICHA TÉCNICA</i> .....	105
10.7	<i>MEDIO DE SOCIALIZACIÓN</i> .....	153
10.8	<i>MATERIAL VISUAL UTILIZADO</i> .....	155
10.9	<i>ENTREGA DE RESULTADOS</i> .....	163
11	<i>CONCLUSIONES</i> .....	164
12	<i>RECOMENDACIONES</i> .....	165
13	<i>BIBLIOGRAFÍA</i> .....	166
14	<i>ANEXOS</i> .....	169
14.1	<i>PRESUPUESTO</i> .....	169
14.2	<i>CRONOGRAMA</i> .....	171
14.3	<i>CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN – VICERRECTORADO</i> .....	173
14.4	<i>OFICIO DE SOLICITUD DEL TEMA A LA EMPRESA</i> .....	173
14.5	<i>OFICIO DE SOLICITUD PARA LA SOCIALIZACIÓN</i> .....	175
14.6	<i>CONTESTACIÓN DE LA EMPRESA PARA LA SOCIALIZACIÓN</i> .....	176
14.7	<i>CERTIFICADO DE SOCIALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO</i> .....	177
14.8	<i>ENCUESTA APLICADA</i> .....	178
14.9	<i>ENTREVISTA APLICADA</i> .....	183
14.10	<i>PLAN DE SOCIALIZACIÓN</i> .....	185
14.11	<i>CERTIFICADO DE ABSTRACT</i> .....	186
14.12	<i>EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL PROCESO</i> .....	187

**ÍNDICE DE FIGURAS**

FIGURA 1. LOGO DE LA EMPRESA .....	29
FIGURA 2. ORGANIGRAMA GENERAL .....	30
FIGURA 3. REGIÓN O TERRITORIO DONDE SE UBICA LA EMPRESA .....	34
FIGURA 4. SITIO ESPECÍFICO DENTRO DEL ÁREA GEOGRÁFICA DONDE ESTÁ ESTABLECIDA LA EMPRESA.....	34
FIGURA 5. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA .....	39
FIGURA 6. COMUNICACIÓN INTERNA .....	41
FIGURA 7. TIPOS DE COMUNICACIÓN .....	45
FIGURA 8. FLUJO DE PROCESOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN. ....	103
FIGURA 9. MEDIOS Y CANALES PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA.....	128
FIGURA 10. TEAM BUILDING .....	133
FIGURA 11. COMUNICACIÓN INTERNA .....	136
FIGURA 12. ACTIVIDAD 6.3.5 .....	139
FIGURA 13. PASOS PARA CONSTRUIR UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	142
FIGURA 14. ANÁLISIS FODA .....	143
FIGURA 15. VENTAJAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.....	145

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. INFORMACIÓN DEL PERSONAL QUE LABORA EN LA INSTITUCIÓN.....	31
TABLA 2. SERVICIOS OFERTADOS .....	32
TABLA 3. EMPLEADOS DE LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A.....	52
TABLA 4. ENTREVISTA 1.....	54
TABLA 5. ENTREVISTA 2.....	57
TABLA 6. ENTREVISTA 3.....	59
TABLA 7. EDAD DE LOS COLABORADORES .....	63
TABLA 8. GÉNERO .....	64
TABLA 9. ÁREA DE TRABAJO .....	65
TABLA 10. TIEMPO LABORANDO EN LA INSTITUCIÓN .....	66
TABLA 11. LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA INSTITUCIÓN .....	67
TABLA 12. CANALES DE COMUNICACIÓN Y HERRAMIENTAS QUE EXISTEN EN SU INSTITUCIÓN .....	69
TABLA 13. MENSAJES DE LOS COLABORADORES SON EFECTIVOS Y CLAROS DE ENTENDER .....	73
TABLA 14. LA COMUNICACIÓN INTERNA EN SU ÁREA DE TRABAJO HA MEJORADO.....	75
TABLA 15. LA COMUNICACIÓN INTERNA CON SUS COMPAÑEROS ES EFECTIVA .....	77
TABLA 16. LA COMUNICACIÓN INTERNA EN TU EMPRESA .....	79
TABLA 17. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA .....	81
TABLA 18. LA COMUNICACIÓN INTERNA POR PARTE DEL EQUIPO DIRECTIVO.....	83
TABLA 19. COMUNICACIÓN ENTRE LOS DIRECTIVOS Y LOS COLABORADORES .....	85
TABLA 20. LA COMUNICACIÓN INTERNA SE APLICA EN SU INSTITUCIÓN .....	87
TABLA 21. VÍAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA COMUNICAR Y HACER BIEN SU TRABAJO.....	89
TABLA 22. LA INSTITUCIÓN UTILIZA HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA .....	91
TABLA 23. EL VALOR DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.....	93
TABLA 24. LA COMUNICACIÓN INTERNA DEBERÍA MEJORAR EN SU ÁREA LABORAL.....	95
TABLA 25. PLAN INNOVADOR DE COMUNICACIÓN INTERNA DENTRO DE LA INSTITUCIÓN.....	97
TABLA 26. BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS.....	102
TABLA 27. CUADRO COMPARATIVO DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS.....	118
TABLA 28. MATRIZ GENERAL – ÁMBITOS DE ACCIÓN.....	120
TABLA 29. CANALES DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR DEL CANTÓN LOJA.....	128
TABLA 30. PRESUPUESTO 1 .....	131
TABLA 31. PRESUPUESTO 2 .....	133
TABLA 32. PRESUPUESTO 3 .....	140
TABLA 33. PRESUPUESTO 4 .....	145
TABLA 34. CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN .....	146
TABLA 35. CRONOGRAMA.....	149
TABLA 36. PRESUPUESTO GENERAL .....	151
TABLA 37. PRESUPUESTO.....	169
TABLA 38. CRONOGRAMA.....	171
TABLA 39. PLAN DE CAPACITACIÓN .....	185

## **1 RESUMEN**

La comunicación interna en la actualidad se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito de las empresas. Sin ella, no es posible coordinar las tareas de manera eficaz, integrar a los empleados y poner en práctica la misión, la visión y los valores de la organización. En virtud de este antecedente, el presente trabajo pretende solventar algunas debilidades observadas en la gestión de comunicación interna de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A del cantón Loja, a fin de mejorar los canales y flujos de comunicación existentes.

Frente a estas circunstancias, se propuso el desarrollo de un plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A del cantón Loja, propuesta que tuvo como principal objetivo la elaboración una propuesta de buenas prácticas a partir del estudio de comunicación interna a fin de mejorar la conexión entre las áreas administrativo, técnica y operativo de la organización.

El presente trabajo muestra el proceso, en primer lugar, una recolección de información a modo de diagnóstico, a través de diferentes métodos fenomenológico, hermenéutico y práctico proyectual, y con el uso de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas, que permitieron observar las debilidades y oportunidades para desarrollar la propuesta. Seguidamente, se diseñaron un conjunto de acciones, en la propuesta de buenas prácticas, las que responden a las necesidades comunicativas y de uso correcto de los flujos de comunicación que se necesitan para lograr una comunicación interna eficiente y eficaz.

Finalmente, se recomienda a la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A del cantón Loja, revisar el presente manual de comunicación interna, en donde constan varias actividades que servirán para reforzar la comunicación entre colaboradores y jefes inmediatos.

## 2 ABSTRACT

Internal communication today has become a fundamental pillar for the success of companies. Without it, it is not possible to coordinate tasks effectively, integrate employees and put into practice the mission, vision and values of the organization.

Under this background, the present work aims to solve some weaknesses observed in the internal communication management of the Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A of the canton of Loja, to improve the existing communication channels and flows.

Faced with these circumstances, the development of an internal communication plan that promotes the adequate performance of the employees of Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A of the canton of Loja was proposed, a proposal whose main objective was the elaboration of a proposal of good practices based on the Internal communication study in order to improve the connection between the administrative, technical and operational areas of the organization.

The present work shows the process, first of all, a collection of information as a diagnosis, through different phenomenological, hermeneutic and project-practical methods, and with the use of quantitative and qualitative research techniques, which allowed us to observe the weaknesses and opportunities to develop the proposal. Next, a set of actions were designed, in the proposal of good practices, which respond to the communication needs and correct use of the communication flows that are needed to achieve efficient and effective internal communication.

Finally, it is recommended that Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A of the canton of Loja review this internal communication manual, which contains several activities that will serve to reinforce communication between collaborators and immediate bosses.

### 3 PROBLEMATIZACIÓN

Diversas investigaciones dan fe de la importancia de la gestión de comunicación interna en las empresas, nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías desmotivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados (Muñiz, 2017).

En Sudamérica la comunicación organizacional interna busca definir la realidad de las organizaciones así como la identidad corporativa, por lo que esta se la define como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes (Contreras, 2012).

En el Ecuador la “comunicación organizacional interna se ha convertido en una parte importante para el fortalecimiento y desarrollo institucional, concentrándose principalmente en las acciones comunicativas que parten de los vínculos y articulaciones internos” que se proyectan potenciando la práctica y visibilidad de la institución y su tarea (David, 2014).

En las empresas se observa que no cuentan con un modelo adecuado de comunicación interna. El sistema intranet se encarga de comunicar, pero no interactúa con los empleados. Se ha podido observar ausencia de espacios que fomenten el diálogo con

los directivos, ausencia de espacios guiados que favorezcan los encuentros presenciales y el diálogo cara a cara, tienden a confundir a los colaboradores de la organización, afectando el clima organizacional (Trujillo, 2017).

El desarrollo organizacional a nivel local puede generar la falta de compañerismo en una empresa, la falta de plataformas de comunicación en las organizaciones es un problema bastante grave, el mal uso de las herramientas de comunicación es un inconveniente que genera pérdidas económicas, el estrés en el trabajo por falta de colaboradores o exceso de trabajo es uno de los mayores catalizadores de problemas de comunicación. Las empresas a nivel nacional en los últimos años han determinado la inadecuada comunicación interna que origina un incorrecto desarrollo de estas, en el Ecuador, la falta de una cultura organizacional ocasiona una mala toma de decisiones e incluso conflictos con los empleados, el desconocimiento del organigrama, produce duplicidad de trabajo, pérdida de tiempo al buscar al trabajador indicado y efectos negativos en la productividad (Portia, 2022).

Hoy en día a nivel mundial, no se tiene efectividad en las empresas La comunicación empresarial en cada continente ha venido en forma ascendente, debemos impulsar la eficacia y eficiencia en los procesos, el plan de comunicación interna debe permitir alcanzar el compromiso con líderes empresariales en diferentes países los socios deben fomentar las estrategias y así poder encajar mejor las necesidades y oportunidades (Directivos, 2021).

Además, las causas de una mala comunicación interna son falta de liderazgo, si el líder del equipo no tiene las habilidades necesarias para dirigirlo, no se comunicará con los

colaboradores y ellos se sentirán desorientados. Por lo tanto, es necesario procurar que todos los integrantes de la empresa reciban críticas constructivas de su trabajo. De no hacerlo, los colaboradores no sabrán sus aciertos y fallas, llevando a una falta de comunicación y confianza (Ramírez, 2017).

Sin embargo, las posibles consecuencias se basan en que si no existe comunicación es difícil que los empleados conozcan de manera adecuada la estrategia corporativa, tan necesaria para conseguir resultados, por lo tanto, los responsables de las distintas áreas de la empresa deben tener la comunicación con sus colaboradores porque de ello dependerá la toma de decisiones acertadas y adecuadas (Martínez, 2022).

#### 4 TEMA

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE LA  
EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A DEL CANTÓN LOJA,  
PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO 2023.

## 5 JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto se enfoca en la línea de gestión administrativa, económica, comunicativa de las organizaciones en la cual se deriva a la sub línea gestión de la comunicación interna en aplicar un diagnóstico inicial, una serie de actividades que fortalezcan la comunicación interna en el Empresa Eléctrica Regional Del Sur, en función de las necesidades de la organización.

Entorno a la parte académica se realizará el presente proyecto acorde a las normas emitidas por la Ley Orgánica de Educación Superior y el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, lo cual menciona que para la obtención del título profesional de Tecnólogo Superior en Gestión de Talento Humano se deberá realizar un proyecto de investigación con la finalidad de dar a conocer los diferentes problemas que existe en la empresa que se realice la investigación, en la misma aplicaremos todos los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas durante la formación académica.

En el ámbito Técnico, la presente investigación de Comunicación Interna tiene por objetivo implementar herramientas tecnológicas que permitirán aportar grandes descubrimientos y mejorar la producción, ahorrar tiempo, aumentar la calidad de vida, esto permite a las empresas conocer a fondo el medio que los rodea y modificarlo para lograr sus fines; optimizando procesos y mejorando el desempeño laboral, y obteniendo, mayor competitividad y productividad en los colaboradores, el impacto de las nuevas tecnologías en el mundo laboral no tiene límites y proporciona una nueva forma de vivir, comunicarnos y relacionarnos.

En la parte social como futuro profesional en Gestión de Talento Humano se podrá dar a conocer a las diferentes empresas en implementar un plan estratégico de la comunicación interna para la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. donde se pueda mejorar e identificar, las diferentes necesidades que tienen los colaboradores, y así lograr que la presente investigación de la comunicación interna tenga la apertura necesaria a fin de lograr una comunicación efectiva, estratégica y cercana y por ende que cree un sentido de pertenencia del personal con la organización.

En base al proceso económico, la comunicación interna contribuye una cuantiosa fuente de costos especialmente para las pequeñas empresas donde pueden tener una importante repercusión económica; pero la comunicación interna no solo se traduce en una reducción de los daños y costos si le sumamos una mejora de las condiciones de trabajo, contribuye notablemente a mejorar el rendimiento, la eficacia y la competitividad de la empresa en varias formas; un entorno de trabajo adecuado y una atención a las personas crean un clima de confianza que favorece la motivación y satisfacción de los trabajadores, reduce el número de accidentes de trabajo, reduce así mismo las enfermedades laborales, maximiza la gestión de recursos humanos, genera aumento de productividad para la empresa que lo aplica, favorece las relaciones entre el personal laboral y de este con la propia empresa.

## **6 OBJETIVOS**

### **6.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan innovador de comunicación interna mediante el desarrollo de actividades, estrategias y aplicación de herramientas para fortalecer los mecanismos de comunicación en la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A.

### **6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Recopilar información bibliográfica por medio de documentos científicos y académicos como artículos, libros y sitios webs verídicos como fuentes primarias y secundarias contribuyentes a la obtención de información asociada a la técnica para fundamentar de manera teórica la variable de estudio dentro de la institución para comprender su importancia y pautas para la realización del plan innovador de la comunicación entre colaboradores.
- Aplicar los instrumentos metodológicos a través de encuestas y entrevistas destinados a la institución para el diagnóstico situacional que aporte con información real sobre la situación actual de la comunicación interna del área administrativa de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A.
- Proponer un Plan innovador 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, con énfasis en el buen clima laboral, de la organización y sus colaboradores.
- Socializar el plan innovador de comunicación interna a través de una capacitación a los colaboradores del área administrativa de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. del cantón Loja, para concientizar sobre la

importancia de una adecuada comunicación dentro de la organización, con la finalidad de aumentar la productividad dentro de la institución.

## 7 MARCO TEÓRICO

### 7.1 MARCO INSTITUCIONAL

#### 7.1.1 *Reseña Histórica*

La historia de la generación de energía eléctrica en la ciudad de Loja se inicia en 1897, con la creación de la sociedad Sur Eléctrica. En 1929, el ilustre municipio de Loja autorizó a don Alfonso Valarezo, la conformación de una empresa de generación, cuyas instalaciones se encuentran en la parte norte de la ciudad de Loja en la Cuenca del río Zamora, a la altura del actual centro de Rehabilitación Social (EERSSA, 2022).

El 10 de mayo de 1950, se constituye la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. conformado por el municipio de Loja, 60 por ciento de la capital social y a corporación de fomento el 40 por Ciento del capital social esta empresa se convertiría a partir del 19 de marzo de 1973 en la empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. que actualmente brinda su servicio en las provincias de Loja, Zamora y Morona Santiago (EERSSA, 2022).

El 3 de abril de 1897, según escritura pública de conformidad, veinte socios vecinos de Loja y con la finalidad de instalar luz eléctrica para el servicio público iniciaron con un capital inicial de dieciséis mil sucres Alberto Rho fue de origen francés. La relación de Rho con Loja se inició en la visita que hiciera en la ciudad, a fin de instalar un equipo hidráulico de molinos, invitado por José Miguel Burneo, vecino de Loja a quien había conocido en Lima. Durante el estadio Thor logro interesar a un grupo de lojanos sobre la posibilidad de instalar un sistema de generación de energía eléctrica

(EERSSA, 2022).

En el sector de la calle Epiclachima se asentó la casa de máquinas y se construyó para represas de agua desde esos entonces el agua se deriva en tubería de presión de pulgadas de diámetro que lo conducía cuesta abajo hacia la casa de máquinas para accionar una rueda tipo molinos, el exceso de agua de los tanques se presentaba en una cascada que sería conocida como chorrera blanca.

La casa de máquinas se mantiene en servicio activo y estaba ocupada por 2 dinamos de corriente, este segmento se lo que debió ser el panel de control, con algunas modificaciones posteriores, rasposa en los patios del Subestación San Cayetano de la EERSSA, en la ciudad de Loja en este mismo reposan dos generadores (EERSSA, 2022).

La energía producida era distribuida para alumbrado público, abastecimiento de energía eléctrica a un molino de granos abastecimiento de energía eléctrica a una máquina de aserrar y labrar madera, y, para el uso domiciliario de uso pocos usuarios.

### **7.1.2 Filosofía Organizacional**

#### **Misión**

Prestar el servicio público de energía eléctrica al consumidor final, a través de las actividades de generación, distribución y comercialización, con la alta calidad, confiabilidad y seguridad (EERSSA, 2022)

#### **Visión**

Garantizar que el servicio de energía eléctrica cumpla con los principios constitucionales de eficiencia, continuidad, calidad y accesibilidad (EERSSA, 2022)

#### **Valores**

✓ Integridad

Guardar respeto y compostura hacia los clientes internos y externos, ser leal con los clientes externo, compañeros de trabajo y con la EERSSA y velar por su prestigio, cuidar la buena conservación de los bienes, presentarse puntualmente al trabajo y observar las normas de seguridad e higiene del trabajo.

✓ Responsabilidad

Cumplir con oportunidad las actividades propias y por las del personal que está a su cargo, en los diferentes procesos, a fin de conseguir la eficacia y eficiencia que pretende la EERSSA.

✓ Transparencia

Aplicar la ley de régimen del sector eléctrico y su normativa, y los reglamentos y normativos internos de manera precisa y permanente;

ejecutando las actividades y los procedimientos de los procesos respectivos, brindando acceso a la información, facilitando la realización de auditorías y propiciando la participación proactiva del recurso humano de la EERSSA, de tal forma que se garantice un trato justo y equitativo a los clientes externos del área de concesión.

### 7.1.3 *Identidad Institucional*

**Figura 1.** Logo de la empresa

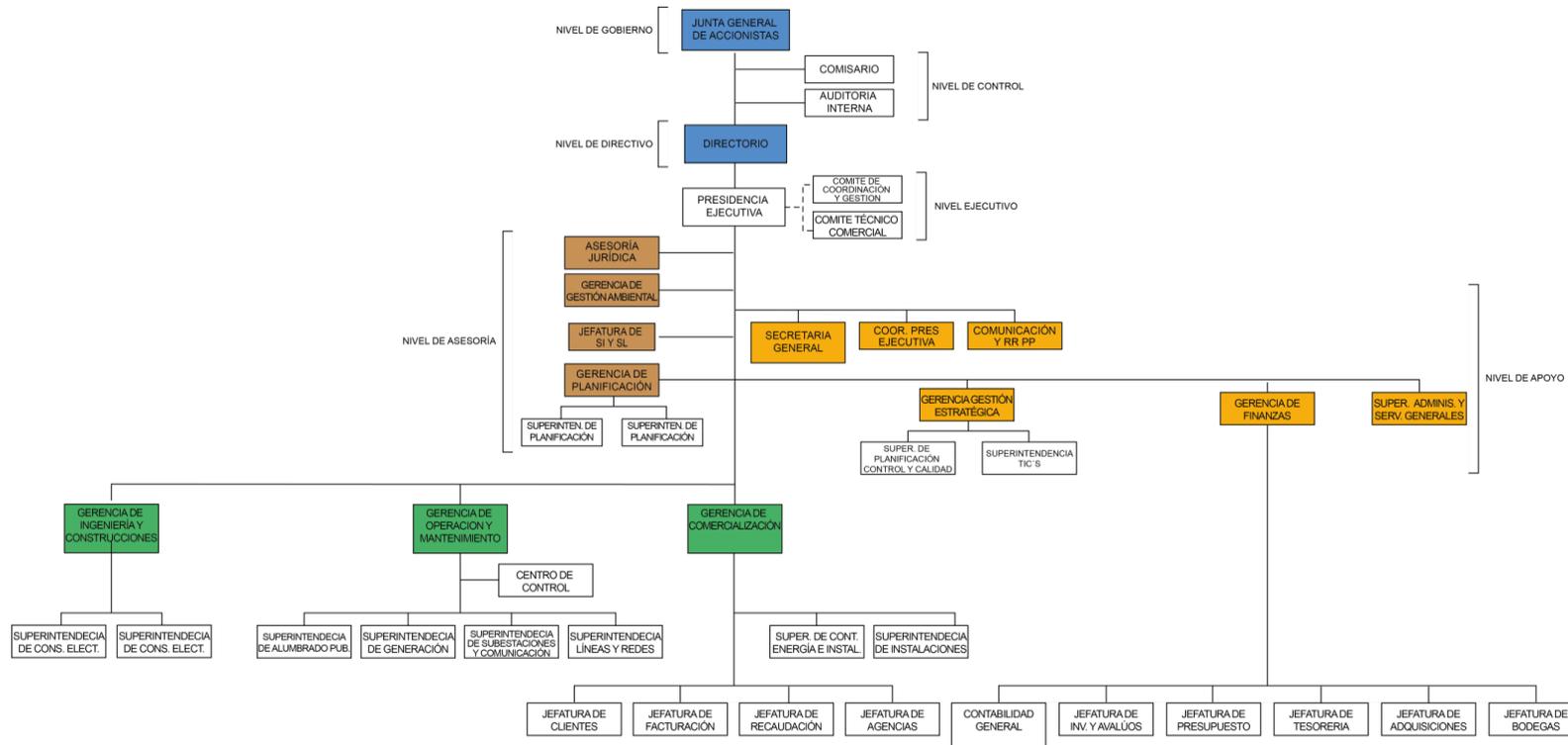


*Nota.* El gráfico representa el logotipo de la Empresa Eléctrica Regional del Sur.

Adaptado por Eerssa, recuperado de sitio web: <http://www.eerssa.gob.ec/>

### 7.1.4 Organigrama General

**Figura 2.** Organigrama General



*Nota.* El grafico representa el organigrama de la Empresa Eléctrica Regional del Sur. Adaptado por EERSSA, recuperado de sitio web:

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

### 7.1.5 *Plantilla del Personal*

**Tabla 1.** Información del personal que labora en la institución

<b>NRO.</b>	<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
1	Samaniego Burneo Alfredo Nicolás	Dirección	asamaniego@eerssa.gob.ec
2	Feijoo Poma Celene Zelideth	Dirección	cfeijoo@eerssa.gob.ec
3	Cueva Elideth Juan Gustavo	Jurídico	jcueva@eerssa.gob.ec
4	Morejón Villavicencio José Paul	Coordinación	jmorejon@eerssa.gob.ec
5	Vargas Ruiz Paola Alexandra	Coordinación	paovargas@eerssa.gob.ec
6	Castillo Jaramillo Miguel Ernesto	Gestión ambiental	mecastillo@eerssa.gob.ec
7	González Tandazo Nancy Etelvina	Jefatura del Sí y SL	ngonzalez@eerssa.gob.ec
8	Montero Villavicencio José Oscar María	Planificación	omontero@eerssa.gob.ec
9	León Bravo Bolívar Emilio	Comunicación y RR PP	boleon@eerssa.gob.ec

10	Guerrero Fabián	Jaramillo	Recursos Humanos	fguerrero@eerssa.gob.ec
11	Castillo Hernán	Jaramillo Paul	Gerencia Comercialización	pcastillo@eerssa.gob.ec
12	Valarezo Adolfo Fabián	Cueva	Gerencia de Finanzas	fvalarezo@eerssa.gob.ec
13	Sánchez Luis	Gaona José	Gerencia de Estratégica	jsanchez@eerssa.gob.ec
14	Marín Alberto	Vuele Carlos	Gerencia de Operación y mantenimiento	cmarin@eerssa.gob.ec
15	Maldonado Diego Israel	Martínez	Gerencia de Ingeniería y Construcciones	damaldonado@eerssa.gob.ec
16	Cueva Patricio Eduardo	Figueroa	Supervisor Servicios Generales	pcueva@eerssa.gob.ec

**Nota.** Documento en el que sistemáticamente se enumeran y organizan los distintos empleados de una empresa

### **7.1.6 Productos y Servicios**

**Dentro de los servicios que ofrece la EERSSA tenemos:**

**Tabla 2.** Servicios Ofertados

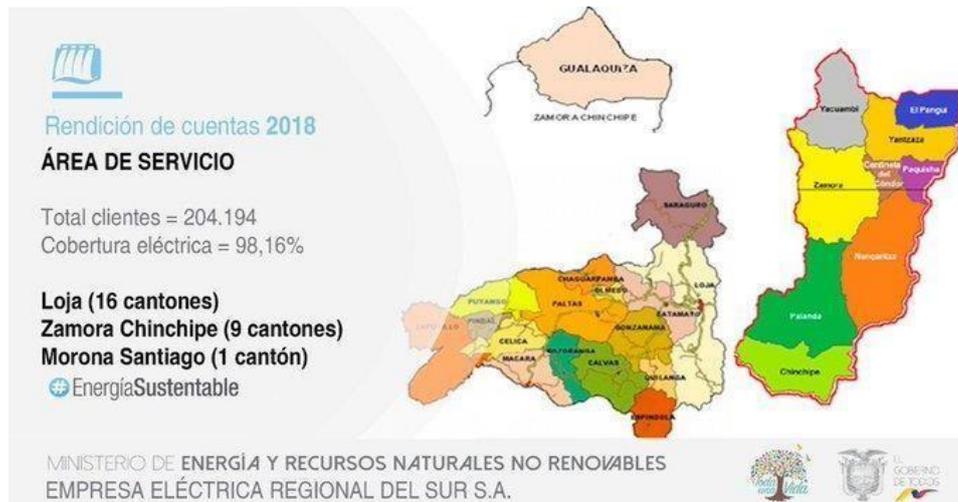
<b>SERVICIOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emergencias las 24 horas</li> </ul>
<b>Área de Centro de Contacto:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro de Control</li> <li>• Daños y Reclamos</li> <li>• Servicio al Cliente</li> <li>• Nuevos Servicios</li> <li>• Cambios de nombres</li> <li>• Subsidios</li> <li>• Reubicaciones de medidores</li> <li>• Cambios de Tarifas</li> <li>• Facturas no energéticas</li> <li>• Recaudación</li> <li>• Recaudación de facturas</li> <li>• Operación y mantenimiento</li> <li>• Construir obras aprobadas dentro del planeconómico</li> <li>• Implementar sistema de iluminación eficiente</li> <li>• Elaborar un plan de expansión de la generación y poner en marcha</li> <li>• Implementar sistema de iluminación eficiente</li> <li>• Elaborar un plan de expansión de la generación y poner en marcha</li> <li>• Implementar contratos de compra y venta de energía a largo plazo</li> </ul>

**Nota.** Esta plantilla muestra los servicios que la Empresa Eléctrica Regional del Sur tiene a disposición del ciudadano y de los funcionarios.

### 7.1.7 Macro Localización

La Empresa Eléctrica Regional del Sur, se encuentra ubicada en la región Sierra.

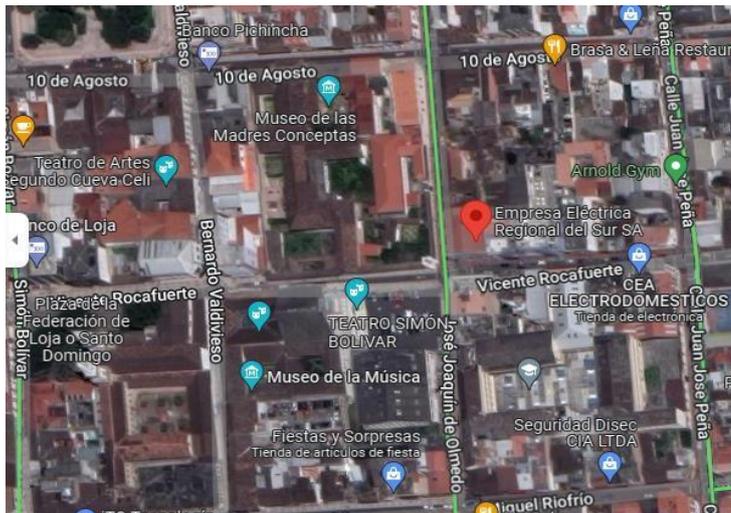
**Figura 3.** Región o territorio donde se ubica la empresa



Nota. Adaptado del Ministerio de Energía y Recursos Naturales no renovables, (2018).

### 7.1.8 Micro Localización

**Figura 4.** Sitio específico dentro del área geográfica donde está establecida la empresa.



*Nota. Ubicación exacta Empresa Eléctrica Regional del Sur. Adaptado de Google maps, (2022).*

### **7.1.9 Contactos**

**Teléfono:** 073-700 200 /136

**Provincia:** Loja

**Cantón:** Loja Parroquia: Loja

**Dirección:** Rocafuerte 162-26 y Olmedo (Esquina)

**Página web:** [www.eerssa.gob.ec](http://www.eerssa.gob.ec)

**Código Postal:** 110101 /Loja - Ecuador

## **7.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **7.2.1 La comunicación interna**

Conceptualizando a la comunicación interna, el autor (Andrade, 2005) señala que “La Comunicación Interna es el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de distintos medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de sus objetivos organizacionales”.

Según (Rota, 2008) se define como “el sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional”. Esta es utilizada como instrumento de organización entre las autoridades y personal de la institución, logrando cumplir con sus metas de una manera organizada.

Lo definen (Gómez, 2012) como La comunicación interna es entendida como todo proceso de interacción entre los individuos y por esa razón es vista como uno de los pilares fundamentales de la experiencia humana. En las organizaciones, la comunicación vista como una herramienta fundamental “porque la estructura, extensión y alcance están determinados por las técnicas de comunicación”.

La comunicación interna en las empresas ha ganado mucha relevancia en estos últimos años, puesto que, con la pandemia y el trabajo a distancia, muchas compañías han realizado esfuerzos para fortalecer la comunicación entre sus

colaboradores. Aquello produjo la gran necesidad de establecer una mejor comunicación entre los colaboradores y adaptarse a estos nuevos cambios en la forma de trabajar (Rodríguez H., 2022).

Se puede aplicar varias herramientas modernas de comunicación como el Yammer, Monday.com, TeamGantt entre otras, sirven para mejorar los servicios que brindan las empresas.

Por ende, en vista de esta situación, Microsoft 365 lanza Yammer, una de las respuestas para resolver esta problemática en muchas empresas. Según el portal McKinsey, en 2019, las organizaciones que han incorporado redes sociales corporativas —como Yammer— en su empresa han aumentado su productividad y mejorado su comunicación hasta en un 25% (Rodríguez H., 2022).

Según el sitio web de Microsoft, Yammer es una red social empresarial que permite que todos los integrantes de una organización interactúen fácilmente con fines laborales. Es decir, si tenemos que resumir qué es Yammer, sería con lo siguiente: es una herramienta que fomenta la conexión constante entre colaboradores (Rodríguez H., 2022).

Como principal beneficio, la plataforma Yammer contribuye a que la comunicación sea más fluida y horizontal, y a fomentar una cultura de trabajo colaborativa y productiva. Por ello, es un recurso muy valorado entre los líderes, quienes buscan constantemente nuevos recursos con los cuales puedan conectar más con su equipo de trabajo (Rodríguez H., 2022).

Monday.com es un sistema operativo de trabajo (Work OS) que permite a los equipos ejecutar proyectos y flujos de trabajo con confianza. Es un sistema operativo de trabajo simple, pero intuitivo, para que los equipos les den forma a sus flujos de trabajo, se ajusten a las necesidades cambiantes, generen transparencia, se conecten de forma colaborativa y dejen de hacer trabajo pesado manual. monday.com hace que el trabajo en equipo funcione. (Kaplan, 2022)

Con monday.com, puedes ver todos los proyectos y tareas de un simple vistazo. Puedes ver tu progreso y qué pasos son necesarios para seguir avanzando. ¡Es una excelente manera de tener un panorama claro de todos los proyectos y de que todo el equipo sepa qué se viene! (Kaplan, 2022)

TeamGantt es un software de planificación y colaboración de proyectos para equipos. El software combina gráficos intuitivos de Gantt con administración de tareas, comunicaciones a nivel de tareas, uso compartido de archivos y seguimiento de tiempo. (Capterra, 2022)

TeamGantt es una herramienta útil para equipos en una variedad de sectores que incluyen marketing, agencias digitales, planificación de eventos, construcción, fabricación y recursos humanos. El software web facilita la comunicación entre los miembros del equipo que colaboran en los proyectos y conserva todos los documentos. (Capterra, 2022)

**Figura 5.** Comunicación Interna y Externa



*Nota.* Adaptado de Basagoiti, (2015).

### 7.2.2 Beneficios de la Comunicación Interna

Uno de los beneficios de la comunicación interna es que desempeña un rol protagonista en la estrategia de las organizaciones, ya que impacta sobre la gestión diaria y en resultados de la institución, ayuda a mejorar el clima laboral reduciendo la conflictividad. Motiva a los empleados a mantener un compromiso con la dirección de la institución (Andrade, 2005). Los beneficios que aporta la comunicación interna, a una institución, son varios: influye de forma directa en el día a día y en los resultados finales ayudando a precisar los procesos internos, satisfacer las necesidades propias de la empresa y alcanzar sus objetivos. (Jiménez, 2002).

La comunicación interna beneficiará en la resolución de problemas de forma sencilla, ya que todos aportarán ideas y recursos para la solución de una situación conflictiva que se presentare en la institución. Tengamos presente que “comunicación interna es salud para toda empresa” (Tessi, 2012).

### 7.2.3 Tipos de Comunicación Interna

Los tipos de comunicación interna dentro de una empresa se dividen en: Formal e Informal.

La comunicación formal se basa en datos específicos, es lenta ya que debe cumplir con normas para transmitir los mensajes de forma escrita que no dará ocasión a malas interpretaciones, estas son los memorándums, comunicados, folletos e informes (Marchiori,2007). La comunicación informal, siempre está presente en una institución, es espontánea y sencilla por lo que no requiere de mucho tiempo para ser transmitida, surge de las relaciones sociales que se desarrollan entre los miembros de la organización (Morales, 2012).

Peter Drucker (2012) nos dice que "en la empresa basada en la información, los conocimientos están en la parte baja de la pirámide jerárquica", por lo que este tipo de comunicación es de fundamental importancia para el negocio.

Comunicación descendente. Es la más utilizada, es básica en las instituciones ya que surge desde los directivos de la empresa y desciende a los diferentes niveles jerárquicos y así poder transmitir a quienes va destinada la información. Es importante tomar en cuenta que esta comunicación vertical actualmente es un poco obsoleta ante las nuevas generaciones de trabajadores (Sierra, 2016).

**Figura 6.** Comunicación Interna



*Nota.* Adaptado de Rosquesoriano, (2017).

Comunicación horizontal. Por su tipo de comunicación suele ser informal en su gran mayoría ya que ésta se da a través de relaciones de amistad y compañerismo, promoviendo la colaboración y el trabajo en equipo, naciendo en un mismo nivel jerárquico (Beltrán, 2016).

#### 7.2.4 Medios de comunicación interna

La comunicación interna concierne a todos los componentes de la empresa desde la dirección general, directivos y empleados, por lo que para que sea efectiva, se debe tomar en cuenta los canales a utilizarse según el tipo de mensaje que se quiera enviar,

al público al que debe llegar y el contenido que se quiera difundir. Existen los medios orales, escritos, audiovisuales y electrónicos. Los medios orales lo constituyen las conversaciones telefónicas, las entrevistas, reuniones de equipos, seminarios y conferencias, desayunos de trabajo y eventos sociales. Este canal de comunicación aporta un mayor contacto personal y fomenta las relaciones interpersonales (Vásquez, 2010).

Los medios escritos hacen referencia a: memorándum, circulares, informes, manuales, revista, newsletter (boletín de noticias electrónico), buzón de sugerencias, carteles de anuncios y encuestas de opinión. Este medio envía el mensaje de forma mucho más precisa y clara, pero dificulta la direccionalidad.

Entre los medios audiovisuales se puede mencionar el video informativo y la videoconferencia. Con el video se puede transmitir información general sobre la empresa y sus actividades, sus productos o servicios, su historia, o también puede ser formativo. La videoconferencia es uno de los medios más utilizados por las empresas para fortalecer sus comunicaciones internas; su principal ventaja es que hace posibles reuniones, conferencias o explicaciones en cualquier momento, sin desplazamientos y sin interrupciones en el trabajo de cada uno de los asistentes, pues permite que varios asistentes se conecten posibilitando conversaciones en tiempo real (Marín, 2010).

Los medios electrónicos se refieren a todas las comunicaciones que se producen en Internet y se alojan en plataformas multimedia. El más usado es el de los correos electrónicos, seguido de redes sociales internas e intranet que permite crear foros de opinión, debates, chats y blogs. Más recientes son Twitter y WhatsApp para mensajería más rápida (Marín, 2010).

### **7.2.5 La Comunicación Interna en las empresas**

La comunicación interna toma diferentes perfiles de acuerdo al tipo de empresa, por lo que se debe distinguir entre las lucrativas y las no lucrativas. A la primera clasificación corresponde en su mayoría la empresa privada que puede ser Mega o PYMES.

Los objetivos de estas empresas son: Mejoramiento de imagen y posicionamiento en el mercado; Incremento de clientes; Productividad; Innovación; Avance tecnológico y competitividad. Para lograr estos objetivos es imprescindible que en las empresas existan estrategias bien diseñadas de la comunicación interna, lo que conlleva a escoger un estilo de comunicación natural, directo y claro, abierto a las opiniones ajenas, sustentada en el respeto a uno mismo y a las demás personas, generando un diálogo en el cual no se impone ninguna de las partes, sino se trabaja en puntos de convergencia para buscar una solución y no un conflicto. A este tipo de comunicación Nosnik la llama Comunicación Productiva (Educación, 2012).

Abraham Nosnik (2003) divide los niveles de comunicación en “Lineal que se refiere a la capacidad de informar y dinámico que es comunicarse con los demás” así mismo debe ser empática y productiva con capacidad de retroalimentación que nos permite conocer las necesidades de los sistemas donde ocurre la comunicación. A esta retroalimentación se llega mediante el diálogo entre los distintos niveles organizacionales.

### **7.2.6 Comunicación organizacional**

Según (Andrade, 2010) el nacimiento y consolidación de la Comunicación Organizacional durante las últimas tres décadas, como un campo de estudio y un área

funcional de la empresa, es la mejor prueba de que la comunicación es de enorme importancia para las organizaciones.

No podemos decir “comunicación es”, sino “yo le llamo comunicación a”. Esta precisión es importante porque la definición a utilizar dependerá del enfoque bajo el que se vea el concepto; habrá quienes lo entiendan, y por tanto lo definan, de diferente manera. Bajo esa premisa, podemos entender a la comunicación organizacional de tres formas distintas:

Primero, como un proceso social: Desde esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y sus diferentes públicos externos.

- Segundo, como una disciplina: La comunicación organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones, entre estas y su medio.
- Tercero, como un conjunto de técnicas y actividades: Los conocimientos generados a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y entre la organización y los diferentes públicos que tiene en su entorno (por ejemplo, inversionistas, clientes, proveedores, gobierno, medios de comunicación, competidores, distribuidores, asociaciones y cámaras, organismos diversos y público en general). En esta acepción, podemos distinguir dos categorías, dependiendo de los públicos a los que se dirige el esfuerzo comunicativo.

- a) **Comunicación interna:** Conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones

con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

- b) **Comunicación externa:** Conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. Abarca tanto ver sus productos o servicios. Abarca tanto lo que en términos generales se conoce como Relaciones Públicas, como la Publicidad.

**Figura 7.** Tipos de Comunicación



*Nota.* Adaptado de Aguilar, (2017)

Para (Contreras, 2012) la Comunicación Organizacional es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de

variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo.

La comunicación se ha convertido en uno de los ejes centrales de las empresas, ya que por medio de ella existe una mejor relación comunicativa entre actores internos y esto se refleja hacia los públicos externos; creando una imagen e identidad propia. Para ello es importante el uso de herramientas de comunicación organizacional como estrategia.

Las comunicaciones en las organizaciones deben suministrar información precisa con los tonos emocionales apropiados para todos los miembros que necesitan el contenido de las comunicaciones. La comunicación organizacional es el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes. Por lo que también se distinguen tres aspectos:

- La comunicación organizacional ocurre en un sistema complejo y abierto que es influenciado e influye al medio ambiente.
- La comunicación organizacional implica mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y el medio empleado.
- La comunicación organizacional implica personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y habilidades.

La comunicación es el ingrediente más vital en una organización. En realidad, sin esta no existiría ninguna organización. Pero es importante señalar que la comunicación organizacional no sólo debe existir internamente, sino que la empresa o institución debe exteriorizar sus objetivos y logros a sus competidores y a la sociedad.

La comunicación organizacional, se considera por lo general como un proceso que

sucede entre los miembros de una colectividad social. Al ser un proceso, la comunicación dentro de las organizaciones consiste en una actividad dinámica, en constante flujo, pero que mantiene cierto grado de identificación de estructura. También se debe considerar que su estructura no es estática sino cambiante, y que se ajusta de acuerdo con el desarrollo de la organización.

### **7.2.7 Plan de comunicación – estructura**

- a. Recopilación de información: Lo primero es recopilar toda la información disponible. Sin ella es imposible hacer un buen análisis de comunicación interna en las empresas.
- b. Análisis: Se basa en determinar los objetivos, valores, misión y visión
- c. Conclusiones: Áreas estratégicas de comunicación, DAFO.
- d. Diseño de acciones: Propuestas para las áreas estratégicas para mejorar la comunicación
- e. Planificación: la formulación de estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos, y el desarrollo de planes de acción.
- f. Implementación: Definición de indicadores para la medición de resultados

## 8 METODOLOGÍA

Para (Universia, 2020), “la metodología de investigación es el conjunto coherente y racional de procedimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada y sistemática en la realización de un estudio; esta metodología determinará la forma en que los investigadores recaban, ordenan y analizan los datos obtenidos. La metodología se trata de la ciencia que nos ayuda a dirigir determinado proceso de manera eficiente y eficaz para alcanzar los resultados deseados.

Por lo tanto, no solo se aplicará en todas las fases de la investigación, sino que además constituye una etapa del estudio en sí donde se exponen, describen y razonan los criterios adoptados en la elección de la metodología con el objetivo de otorgar validez y rigor científico a los resultados del estudio. (Universia, 2020).

### 8.1 Tipos de métodos

#### 8.1.1 Método Fenomenológico

Según (Ayala, 2021) el método fenomenológico fue el que permitió explorar diferentes situaciones de la vida y del mundo, entendiendo que lo hacemos desde un punto de vista subjetivo, es decir, a partir de nuestros sentidos y de lo que hacemos con lo que percibimos en nuestra conciencia. El método como tal nos permitió analizar, descubrir o comprender, y finalmente conocer el fenómeno estudiado, tal cual es y cómo se presenta ante nosotros.

#### Pasos del método hermenéutico

(Rodríguez D., 2019) Indico que la investigación hermenéutica describe los pasos más relevantes que debe incluir toda investigación hermenéutica:

1. Identificación de algún problema (según la bibliografía sobre el tema)

En cualquier método que se aplique para el desenvolvimiento de una

investigación con la meta de lograr el objetivo planteado, se realiza el planteamiento del problema. Este planteamiento puede hacerse de distintas formas: ya sea formulando preguntas o simplemente identificando cuál es la situación a investigar.

2. Identificación de textos relevantes (según la etapa empírica). En esta etapa se toman en cuenta todos los textos usados —incluyendo las redacciones que se hicieron en el proceso de la investigación para fortificar la creatividad, la narrativa y la producción de textos— con el objeto de crear nuevas teorías en el ámbito educativo. Los investigadores podrían usar sus propios lectores o temas.
3. Validación de textos: Responde a la realización de preguntas internas del investigador sobre si la cantidad y calidad de textos es la apropiada para realizar interpretaciones. A esto se le denomina crítica interna.
4. Análisis de datos: También es llamada búsqueda de pautas en los textos, y tiene que ver con que, al momento de analizar los datos extraídos, el investigador no tiene límites en cuanto al tipo y número de datos que deban ser analizados

Mediante este método se puede desarrollar un análisis que nos permitió observar una situación y llegar a conclusiones sobre las buenas prácticas de comunicación que se ejecutaban en la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A, a fin de descubrir y determinar, cuál de ellas, eran las más efectivas para la comunicación interna que pudieron llegar a tener los empleados de la empresa.

### ***8.1.2 Método Práctico proyectual***

Según (Munari, 1983) “El método proyectual no es algo absoluto y definitivo; es algo modificable si se encuentran los valores objetivos que mejoren el proceso. Y este hecho depende de la creatividad del proyectista que, al aplicar el método, puede descubrir algo para mejorarlo”. En consecuencia, las reglas del método no bloquean la personalidad del proyectista, sino, que, al contrario, le estimulan al descubrir algo, que, eventualmente, puede resultar útil también a los demás.

Con los datos recolectados y luego del respectivo análisis, se procedió con la ejecución del método práctico proyectual, a través del que se diseñó un plan de comunicación interna, con base a los datos del diagnóstico, para crear un conjunto de acciones que permitían una comunicación efectiva de la institución y sus colaboradores. (Plaza, 2012).

## **8.2 Técnicas de Recolección de datos**

### **8.2.1 Tipos de técnicas**

#### **8.2.1.1 Observación directa**

La observación fue un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. (Sanjuan, 2010)

#### **8.2.1.2 Entrevista**

La entrevista fue una técnica de recogida de información que además de ser una de las estrategias utilizadas en procesos de investigación, tiene ya un valor en sí misma. Tanto si se elabora dentro de una investigación, como si se diseña al margen de un estudio sistematizado, tiene unas mismas características y sigue los pasos propios de esta estrategia de recogida de información. Por tanto, todo lo que a continuación se expone servirá tanto para desarrollar la técnica dentro de una investigación como para utilizarla de manera puntual y aislada. (Folgueiras, 2016).

Esta técnica de la entrevista, ayudó a obtener respuestas en profundidad sobre la política de comunicación que tiene la institución, los flujos de comunicación que los determina como formales y las herramientas de comunicación que se usan para el diálogo con los colaboradores.

#### **8.2.1.3 Encuesta**

Según (Westreicher, 2020), la encuesta “La encuesta fue un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para

ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos será procesados con métodos estadísticos”.

Por medio de la técnica de la encuesta se podrá recopilar información de las diferentes áreas de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A, la encuesta se realizó online y se envió a los correos electrónicos institucionales con el debido seguimiento del investigador para lograr un número de respuestas pertinentes a fin de acercarse lo más posible al objetivo de investigación.

### 8.3 Determinación de la muestra

La investigación se consideró como muestra a los empleados de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A de las áreas administrativo, operativo responsable de las diversas actividades que se ejecutan en la empresa.

**Tabla 3.** Empleados de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A

Empleados de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S. A		
Personal Administrativo	Personal Operativo	Personal Técnico
90 colaboradores	80 colaboradores	80 colaboradores

*Fuente: Alvaro Leonel Sarango Paredes*

A través de las técnicas de investigación para este estudio se puede verificar el grado de comunicación que existe entre los empleados de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A de la ciudad de Loja.

## **9 ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

### **9.1 OBSERVACIÓN**

Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A, tiene como finalidad cumplir la prestación del servicio público de energía eléctrica al consumidor o usuario final, a través de las actividades de distribución y comercialización de energía eléctrica en el área de concesión, de alta calidad, confiabilidad y seguridad; así como el servicio de alumbrado público general según la regulación específica.

Dentro de su filosofía empresarial, Garantizar que el servicio de energía eléctrica cumpla con los principios constitucionales de eficiencia, continuidad, calidad y accesibilidad. Con integridad, responsabilidad y transparencia forjaré una empresa de calidad.

La mala comunicación provoca una ruptura con la productividad de los colaboradores de las diferentes áreas administrativo, técnico y operativo, por lo cual esto puede ser a que su jefe inmediato no se comunique bien con los colaboradores o que no sepa transmitir los objetivos o procesos correctamente, provocando que el colaborador no realice sus actividades diarias de la mejor manera.

### **9.2 ENTREVISTA**

El principal objetivo de la entrevista fue obtener información de forma oral y personalizada sobre la comunicación interna dentro de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A

### 9.2.1 Entrevistados

#### Entrevista 1

Nombres y Apellidos: ing. Alfredo Nicolás Samaniego Burneo

Cargo en la organización: Director de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A

Tiempo de empleabilidad: 2 años

Cantidad de personal a su cargo: Más de 500 empleados

#### Entrevista 2

Nombres y Apellidos: Ing. Paul Hernán Castillo Jaramillo

Cargo en la organización: Gerencia de Comercialización

Tiempo de empleabilidad: 3 años

Cantidad de personal a su cargo: 30 personas

#### Entrevista 3

Nombres y Apellidos: Ing. Iván Eduardo Martínez Espinosa

Cargo en la organización: Jefe de Call Center

Tiempo de empleabilidad: 5 años

Cantidad de personal a su cargo: 20 personas

### TABLA RESUMEN DE RESULTADOS

**Tabla 4.** Entrevista 1

Preguntas	Contestación
1. ¿Considera usted que los procesos de comunicación	Si se adaptan, aunque se debe mejorar la comunicación interna con el personal de la empresa

<p>interna se adaptan a la institución?</p>	
<p>2. ¿Considera que la comunicación interna genera una identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa?</p>	<p>Si ya que la existir comunicación interna se ve reflejado en los empleados de la misma</p>
<p>3. ¿La comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa?</p>	<p>Si es correcto se fortalece la empresa si existen comunicación interna entre los departamentos</p>
<p>4. ¿La comunicación interna propicia una buena coordinación dentro de la empresa?</p>	<p>La comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización</p>
<p>5. ¿Considera que una buena comunicación interna mejoraría la productividad de la empresa en sus diferentes áreas?</p>	<p>Se genera mejor el trabajo en cada área siempre que existiera comunicación interna y la productividad se incrementaría</p>

<p><b>6.</b> ¿Qué vías de comunicación interna utiliza la institución para comunicarse con los colaboradores?</p>	<p>Se utiliza el correo para poner al día de las actividades de la empresa o comunicados informativos</p>
<p><b>7.</b> ¿Conoce los diferentes tipos de comunicación interna que existen en la empresa?</p>	<p>La comunicación interna descendente. La comunicación interna ascendente.</p>
<p><b>8.</b> ¿Cómo califica usted a los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa?</p>	<p>Bueno, aunque se debe mejorar muchos aspectos de la relación empleado y jefe</p>
<p><b>9.</b> ¿Cuáles son las ventajas de contar con un plan de comunicación interna en la institución?</p>	<p>Capacitar al personal para que la comunicación interna sea mejor</p>
<p><b>10.</b> ¿Qué le gustaría que contenga el Plan de Comunicación Interna?</p>	<p>Actividades estratégicas para realizar con los colaboradores</p>

**Tabla 5.** Entrevista 2

<b>Preguntas</b>	<b>Contestación</b>
1. ¿Considera usted que los procesos de comunicación interna se adaptan a la institución?	Se debe mejorar la comunicación interna para que se adapte mejor a la institución.
2. ¿Considera que la comunicación interna genera una identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa?	Con la comunicación interna se puede comunicar y dar a conocer la formación a los usuarios
3. ¿La comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa?	La comunicación interna entre los trabajadores es la red sobre la que debe sustentarse la actividad de la empresa.
4. ¿La comunicación interna propicia una buena coordinación dentro de la empresa?	Es importante, ya que permite que los empleados se sientan libres de expresar sus opiniones y deseos, no solo para los miembros del equipo, sino también para sus propios gerentes.
5. ¿Considera que una buena comunicación interna mejoraría la productividad de la empresa en sus diferentes áreas?	Fomentar el diálogo y la interacción armoniosa entre directores, gerentes y empleados es el primer paso hacia una buena comunicación interna.
6. ¿Qué vías de comunicación interna utiliza la institución para comunicarse con los colaboradores?	Elegir los canales que mejor se adaptan a las necesidades de la empresa, su potencial económico o el volumen de

	personal a gestionar, es un trabajo que debe hacerse con sentido.
<b>7.</b> ¿Conoce los diferentes tipos de comunicación interna que existen en la empresa?	La comunicación interna es fundamental para el buen funcionamiento y armonía de la empresa, sin embargo, muchas organizaciones se enfocan solo en la satisfacción del cliente de la empresa y olvidan la satisfacción de los empleados.
<b>8.</b> ¿Cómo califica usted a los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa?	Los canales orales, como las reuniones, ya sean personales o grupales, son sin duda obligatorios y casi involuntarios.
<b>9.</b> ¿Cuáles son las ventajas de contar con un plan de comunicación interna en la institución?	Por medio de una buena comunicación, es posible transmitir la identidad corporativa a los colaboradores.
<b>10.</b> ¿Qué le gustaría que contenga el Plan de Comunicación Interna?	La comunicación interna es fundamental para el buen funcionamiento y armonía de la empresa, sin embargo, muchas organizaciones se enfocan solo en la satisfacción del cliente de la empresa y olvidan la satisfacción de los empleados.

**Tabla 6.** Entrevista 3

<b>Preguntas</b>	<b>Contestación</b>
1. ¿Considera usted que los procesos de comunicación interna se adaptan a la institución?	Permite que los colaboradores estén al tanto de los objetivos de la organización y lo que deben hacer para contribuir al cumplimiento de estos.
2. ¿Considera que la comunicación interna genera una identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa?	Ayuda a la empresa a difundir su política y su propia identidad y encauza el flujo de información, en especial sobre temas fundamentales.
3. ¿La comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa?	Mejora la comunicación entre los departamentos, empleados, etc., tan habitual en las organizaciones modernas marcadas por la descentralización territorial y de funciones
4. ¿La comunicación interna propicia una buena coordinación dentro de la empresa?	Incrementa la satisfacción de los empleados y su grado de compromiso e implicación con la dirección de la organización.
5. ¿Considera que una buena comunicación interna mejoraría la productividad de la empresa en sus diferentes áreas?	Ayuda a la organización a lograr sus metas globales, ya que transmite con velocidad y claridad tanto la política empresarial como los cambios acontecidos en la misma.

<p><b>6.</b> ¿Qué vías de comunicación interna utiliza la institución para comunicarse con los colaboradores?</p>	<p>Es una vía para que las personas, mediante la transparencia en el conocimiento de los temas que les afectan, se sientan más involucradas en sus actuaciones cada día y así aumentar su motivación persona</p>
<p><b>7.</b> ¿Conoce los diferentes tipos de comunicación interna que existen en la empresa?</p>	<p>Las redes informáticas internas o intranets están ganando posiciones como medio de comunicación que desplaza a la tradicional comunicación a través de relaciones personales y medios escritos.</p>
<p><b>8.</b> ¿Cómo califica usted a los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa?</p>	<p>Con una mala comunicación interna, los canales colaborativos departamentales o interdepartamentales se ven bloqueados. Una circunstancia que propicia que no circule la información necesaria para una adecuada toma de decisiones.</p>
<p><b>9.</b> ¿Cuáles son las ventajas de contar con un plan de comunicación interna en la institución?</p>	<p>La comunicación interna es esencial para la estrategia corporativa. Influye en la calidad de vida en el trabajo, mejora la productividad y el rendimiento y promueve la permanencia de los empleados</p>

<p><b>10.</b> ¿Qué le gustaría que contenga el Plan de Comunicación Interna?</p>	<p>Un plan de comunicación te permite planificar los recursos de tu organización, tanto los materiales como los humanos, de manera ordenada y estratégica.</p>
----------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **ANALISIS GENERAL**

Los diferentes jefes departamentales entrevistados del Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A de la ciudad de Loja, respondieron las siguientes preguntas con respecto a la comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores para el presente año.

Se llevó a cabo una entrevista con diez preguntas con respecto a la comunicación interna dentro de la del Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A, en las que manifestaron, primeramente que los diferentes procesos que se llevan a cabo dentro de la organización, se adaptan a las diferentes necesidades que tienen los colaboradores y la del Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A como tal, así mismo que los procesos están dados a todos los colaboradores para que permitan una buena comunicación y evitar diferentes retrasos en los procesos internos y más aún generar un malestar a los clientes externos.

Dentro de los canales de comunicación más utilizados por los jefes inmediatos y por los colaboradores son los correos electrónicos como canal principal y formal de la corporación, seguidamente utilizan una nueva herramienta de comunicación interna

como es Zoom, que permiten interactuar a los colaboradores de una forma fácil y rápida a los diferentes comunicados y como canal informal que se utiliza en el día a día el WhatsApp.

Seguidamente los colaboradores entrevistados mencionan que sienten que su equipo de trabajo si está percibiendo la información de los diferentes comunicados ya que hay un gran cambio y un buen ambiente en sus lugares de trabajo.

Finalmente, con respecto a la comunicación interna manifiestan que la misma está cambiando ya que como toda organización hay algunas debilidades y los flujos de comunicación no llegan al cien por ciento a los colaboradores.

### 9.3 ENCUESTA

-

#### 9.3.1 ANALISIS DE RESULTADOS

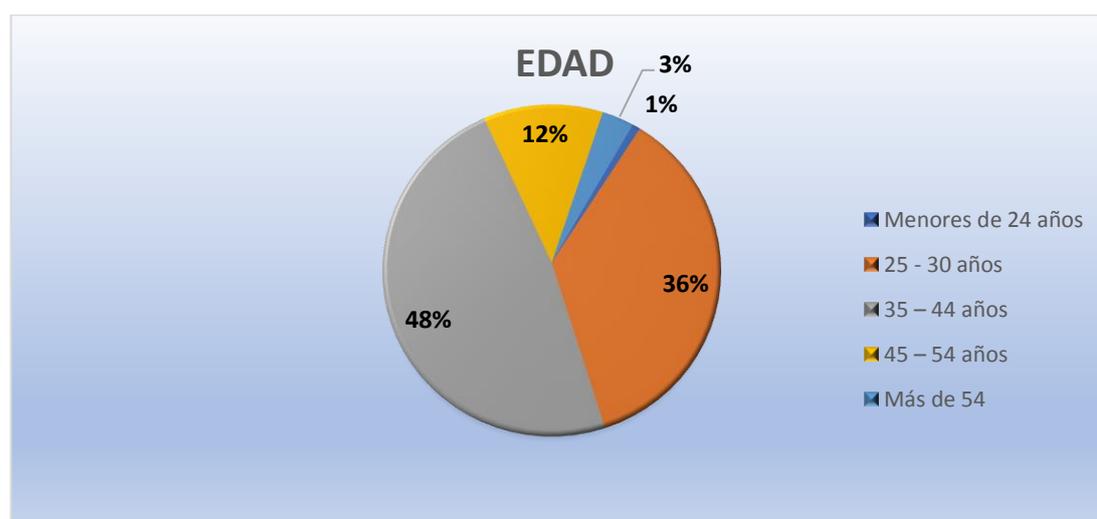
##### 1. Edad

**Tabla 7.** Edad de los colaboradores

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menores de 24 años	2	1%
25 - 30 años	90	36%
35 – 44 años	120	48%
45 – 54 años	30	12%
Más de 54	8	3%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 1.** Edad de los colaboradores



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

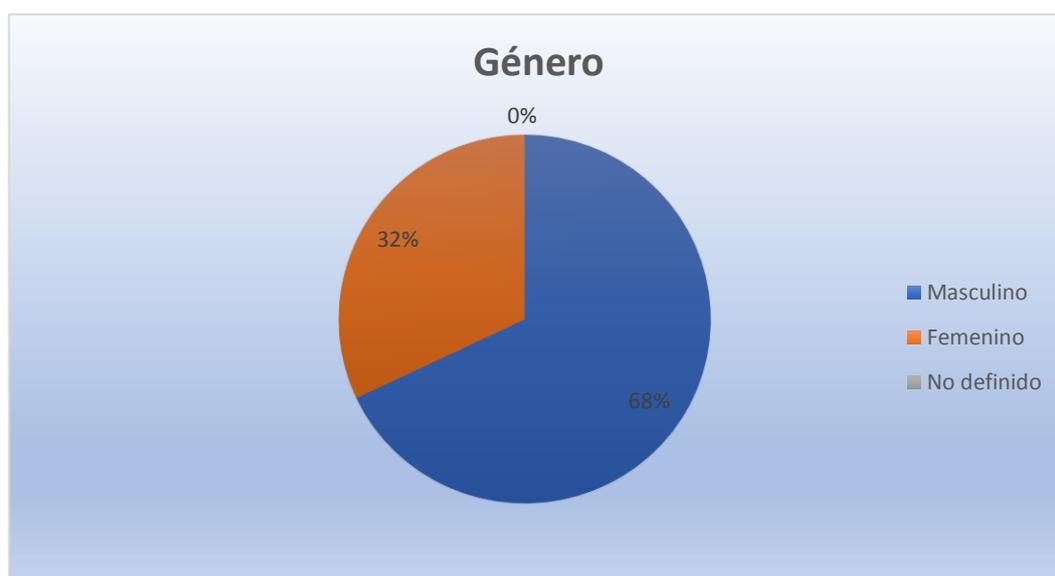
## 2. Género

**Tabla 8. Género**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	170	68%
Femenino	80	32%
Otro	0	
Total	250	100%

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 2. Género**



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

### 3. Área de trabajo

**Tabla 9.** Área de trabajo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Administrativo	100	40%
Operativo	150	60%
Total	226	100%

*Nota.* Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)

**Gráfico 3.** Área de trabajo



*Nota.* Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)

#### 4. Tiempo laborando en la institución

**Tabla 10.** Tiempo laborando en la institución

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 11 meses	25	10%
1 a 4 años	50	20%
5 a 10 años	100	40%
Más de 11 años	75	30%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 4.** Tiempo laborando en la institución



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

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

**Tabla 11.** La comunicación interna en la institución

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	120	48%
No	130	52%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 5.** La comunicación interna en la institución



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 52 % no tienen conocimiento sobre la comunicación interna en la institución, por otro lado, el 48 % si tiene el conocimiento.

**Análisis cualitativo**

Un número significativo de la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), manifiesta no conocer acerca de que es la comunicación interna, por lo tanto, es factible realizar el proceso de investigación ya que permitirá fomentar la comunicación interna.

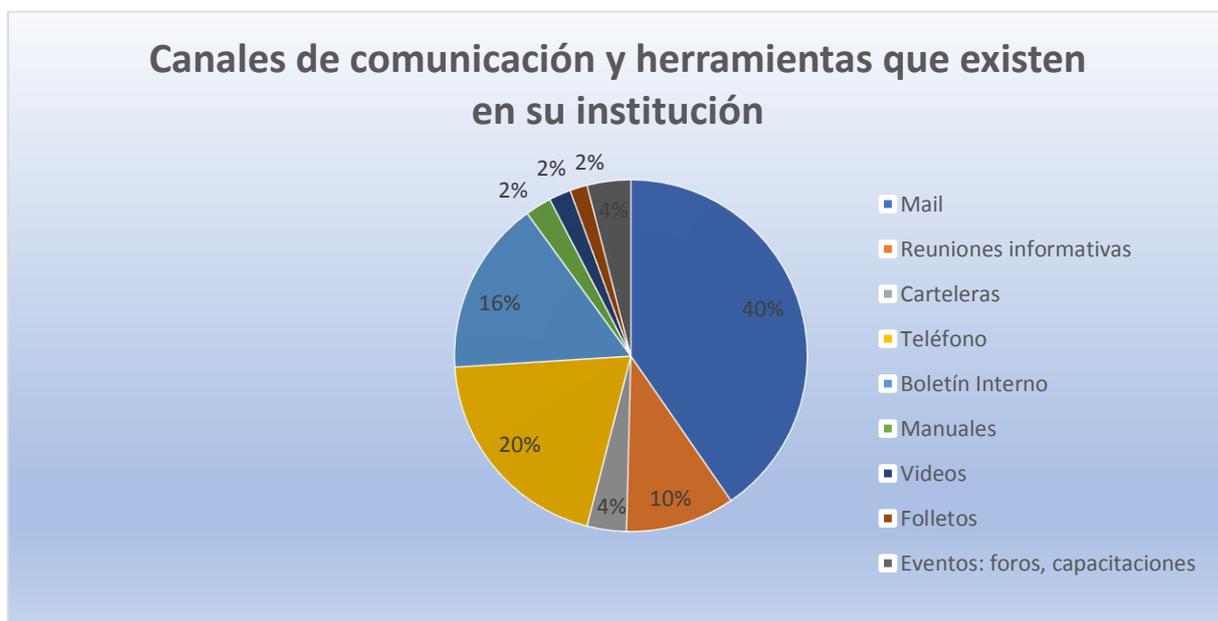
**6. ¿Seleccione los canales de comunicación y herramientas que existen en su institución?**

**Tabla 12.** Canales de comunicación y herramientas que existen en su institución

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Mail</b>	101	40%
<b>Reuniones informativas</b>	25	10%
<b>Carteleras</b>	9	4%
<b>Teléfono</b>	50	20%
<b>Boletín Interno</b>	40	16%
<b>Manuales</b>	6	2%
<b>Videos</b>	5	2%
<b>Folletos</b>	4	2%
<b>Eventos: foros, capacitaciones</b>	10	4%
<b>Total</b>	250	100%

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 6.** *Canales de comunicación y herramientas que existen en su institución*



*Nota.* Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)

### **Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, el 50% utiliza el correo, un 10% usa las reuniones informativas, en cambio, el 4% usan carteleras, el 20% usa la vía telefónica, 16% boletines informativos, 2 % manuales, 2% videos, 2% folletos y 4% de foros y capacitaciones.

### **Análisis cualitativo**

Un número significativo de la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), manifiesta que usan más el correo para la comunicación interna.

## 7. ¿Con que frecuencia revisa los comunicados internos de la empresa?

**Tabla 13** Comunicados internos de la empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	140	56%
Semanalmente	60	24%
Rara vez	40	16%
Nunca	10	4%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)

**Gráfico 7.** Comunicados internos de la empresa



Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 56 % revisa diariamente los comunicados internos, el 24% semanalmente, el 16% Rara vez y el 4% Nunca.

**Análisis cualitativo**

Con los datos obtenidos y representado en el presente gráfico, del total de encuestas realizadas al personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur (EERSSA), se evidencia un mayor porcentaje de los colaboradores quienes revisan los comunicados internos.

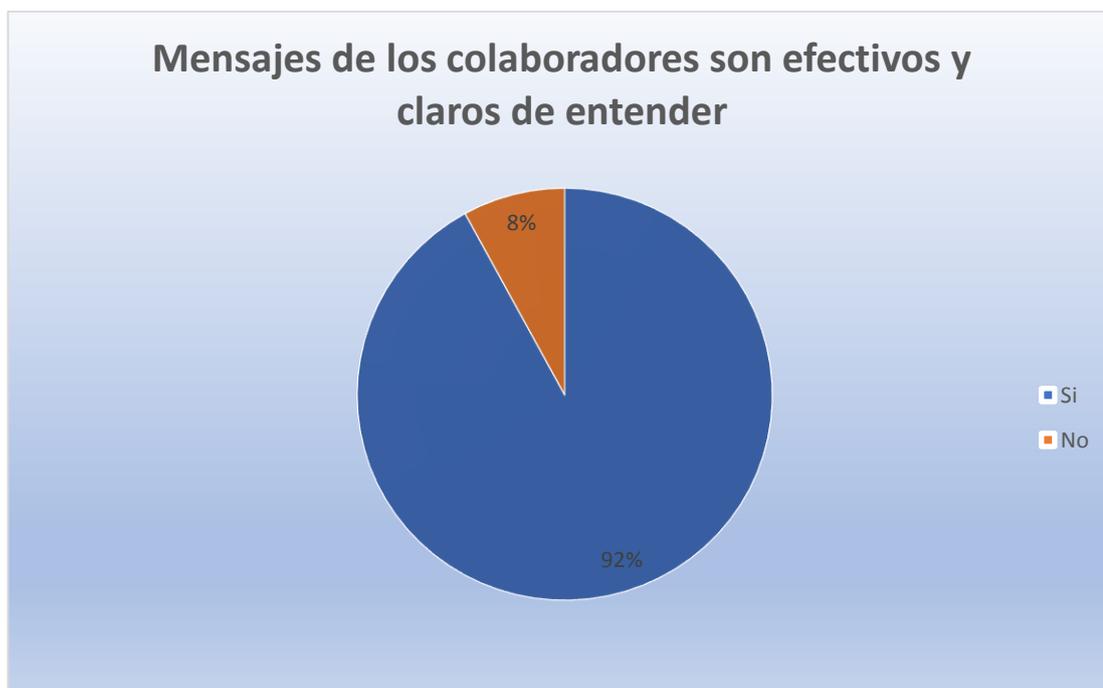
## 8. ¿Los mensajes de los colaboradores son efectivos y claros de entender?

**Tabla 13.** Mensajes de los colaboradores son efectivos y claros de entender

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	150	92%
No	100	8%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 8.** Mensajes de los colaboradores son efectivos y claros de entender



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 96 % entiende los mensajes de los colaboradores y el 8% no recibe información clara.

**Análisis cualitativo**

Con los datos obtenidos y representado en el presente gráfico, del total de encuestas realizadas al personal de la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), se evidencia un mayor porcentaje de los colaboradores que si receptan los mensajes claros de los comunicados de la empresa.

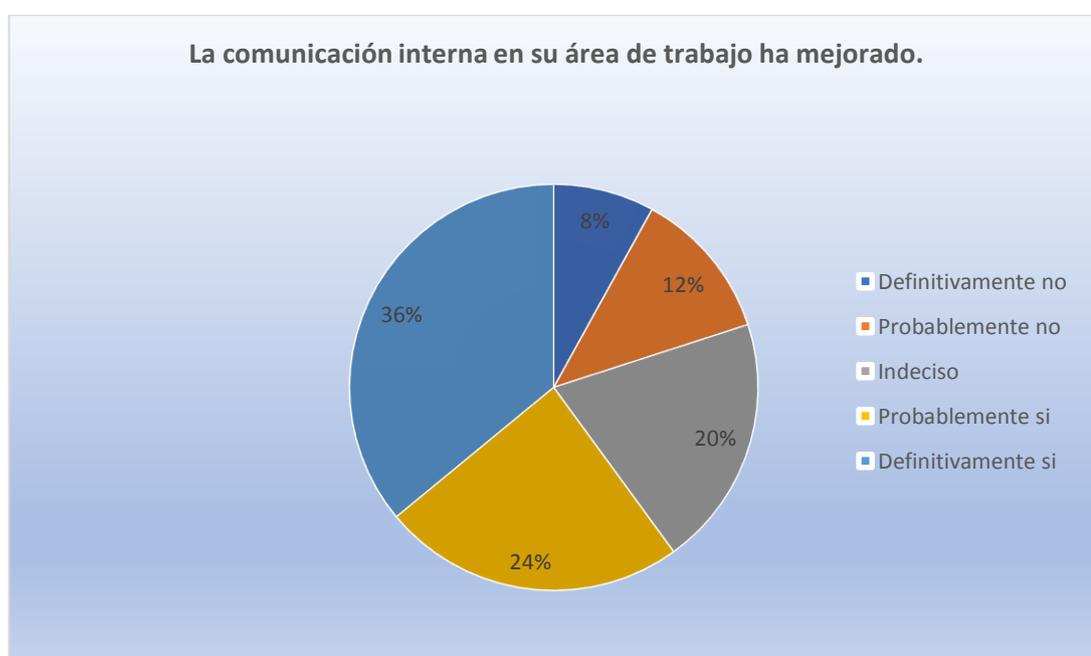
**9. ¿En comparación al año anterior, la comunicación interna en su área de trabajo ha mejorado?**

**Tabla 14.** La comunicación interna en su área de trabajo ha mejorado.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Definitivamente no</b>	20	36%
<b>Probablemente no</b>	30	24%
<b>Indeciso</b>	50	20%
<b>Probablemente si</b>	60	12%
<b>Definitivamente si</b>	90	4%
<b>Total</b>	250	100%

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 9.** La comunicación interna en su área de trabajo ha mejorado.



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 36 % definitivamente si ha mejorado la comunicación interna en su área de trabajo, 24% Probablemente si, 20% está indeciso, probablemente no ha habidos cambios significativos el 12% y definitivamente no el 8%

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores si ha visto mejora en su área de trabajo para que exista más comunicación interna, aún falta mejorar diversas áreas en este campo

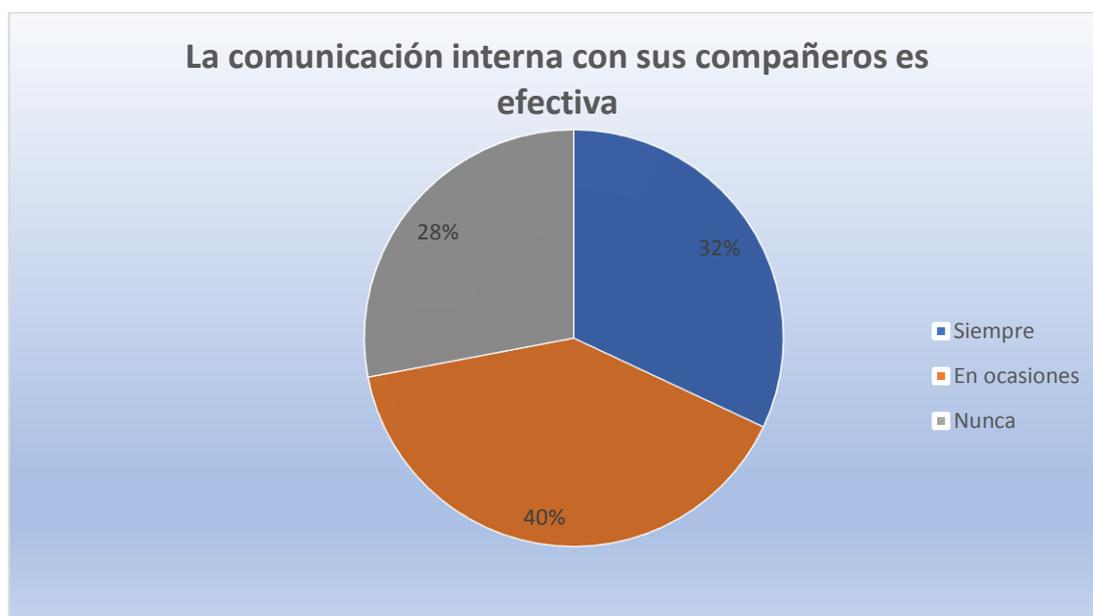
### 10. ¿Considera que la comunicación interna con sus compañeros es efectiva?

**Tabla 15.** La comunicación interna con sus compañeros es efectiva

Variable	Frecuencia	Porcentaje
	80	32%
<b>Siempre</b>		
<b>En ocasiones</b>	100	40%
<b>Nunca</b>	70	28%
<b>Total</b>	250	100%

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 10.** La comunicación interna con sus compañeros es efectiva



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 40 % en ocasiones tienen buena colaboración entre compañeros, el 32% si tiene buena comunicación entre compañeros y el 28 por ciento trabajan individualmente.

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores en ocasiones trabajan bien conjuntamente ya que si falta más comunicación interna entre los compañeros.

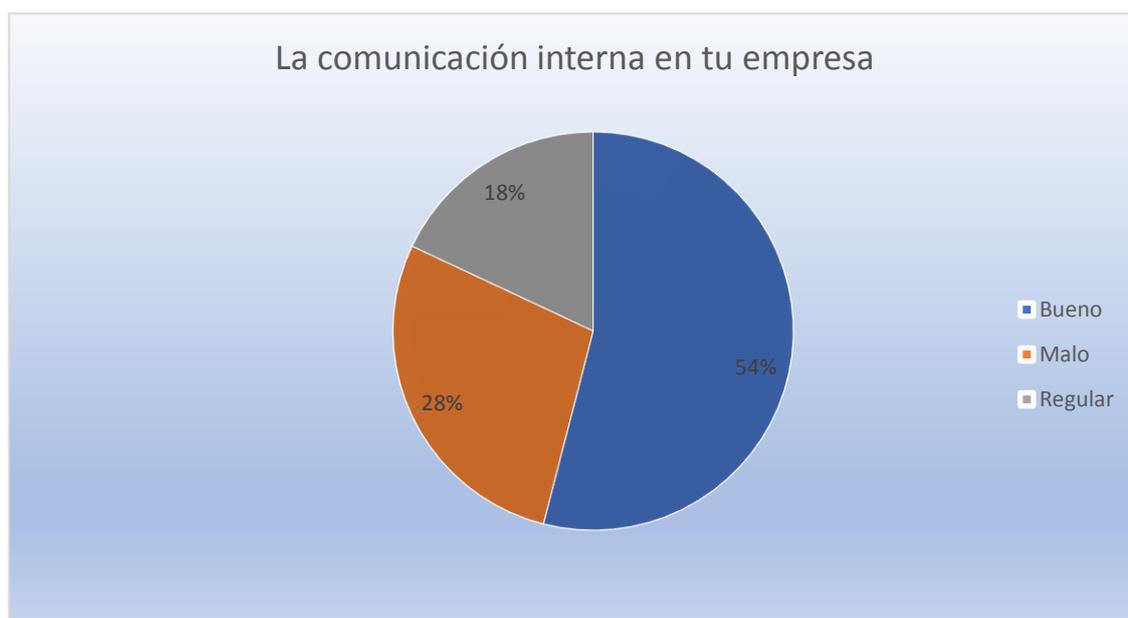
## 11. ¿Qué enfoque se le da a la comunicación interna en tu empresa?

**Tabla 16.** La comunicación interna en tu empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	135	54%
Malo	70	28%
Regular	45	18%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 11.** La comunicación interna en tu empresa



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 54 % indica que la comunicación interna es buena, el 28% es malo y el 18% lo considera regular.

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores considera que la comunicación interna es buena, aunque se debería mejorar para que la institución surja más.

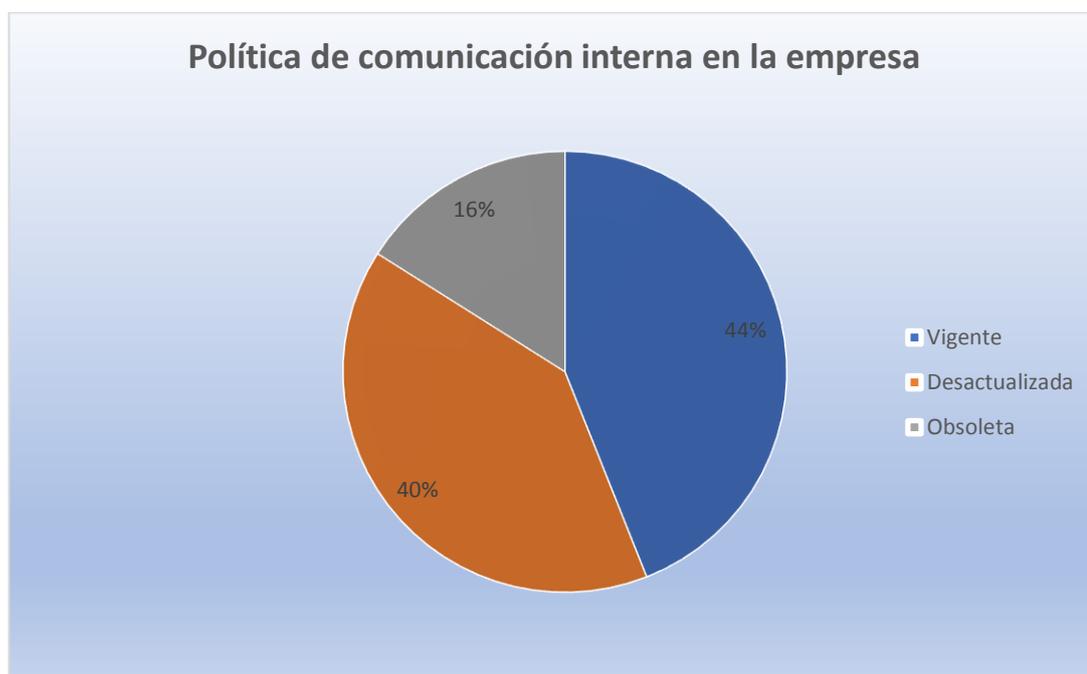
## 12. ¿Cuentan con política de comunicación interna en la empresa?

**Tabla 17.** Política de comunicación interna en la empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Vigente	110	44%
Desactualizada	100	40%
Obsoleta	40	16%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 12.** Política de comunicación interna en la empresa



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 44% considera que no cuenta con una política de comunicación interna en la empresa, aunque el 40% la considera desactualizada y el 16% la define como obsoleta.

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores considera que si se encuentra vigente la política de comunicación interna en la empresa

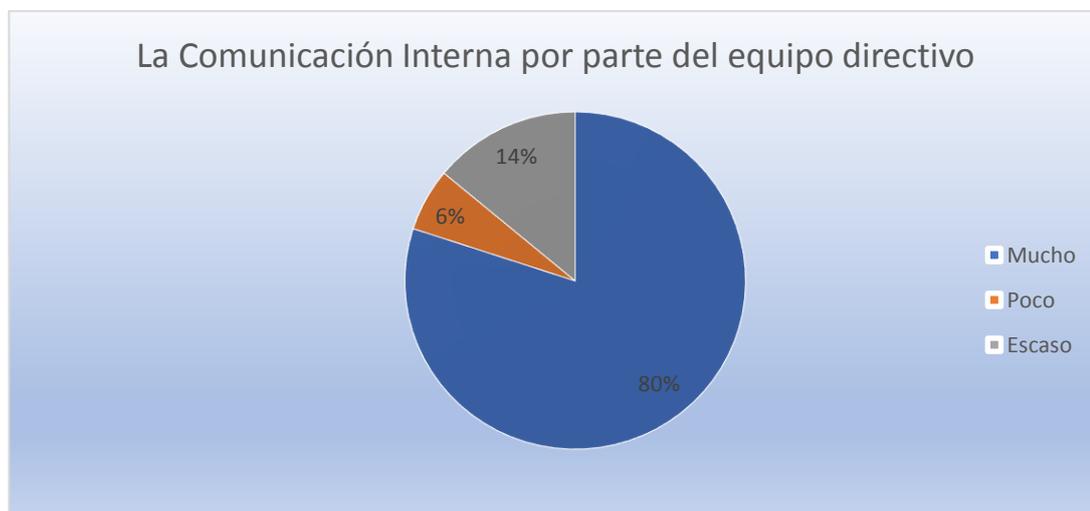
### 13. ¿Qué tanto apoyo tiene la Comunicación Interna por parte del equipo directivo?

**Tabla 18.** La Comunicación Interna por parte del equipo directivo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Mucho</b>	200	80%
<b>Poco</b>	15	6%
<b>Escaso</b>	35	14%
<b>Total</b>	250	100%

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 13.** La Comunicación Interna por parte del equipo directivo



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que si hay apoyo por parte del equipo directivo el 80% aunque el 15% algunos consideren poco y el 35% escaso.

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores consideran que si hay apoyo por parte del equipo directivo y que se puede mejorar la comunicación interna de la institución.

**14. ¿Considera usted que existe una buena comunicación entre los directivos y los colaboradores?**

**Tabla 19.** Comunicación entre los directivos y los colaboradores

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	90	36%
A veces	100	40%
Nunca	60	24%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 14** Comunicación entre los directivos y los colaboradores



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 40% piensa que a veces existe Comunicación entre los directivos y los colaboradores, el 36% dice que siempre y el 24% considera que nunca.

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores consideran que hay muy poca comunicación entre los directivos y los colaboradores.

### 15. ¿Considera usted que la comunicación interna se aplica en su institución?

**Tabla 20.** La comunicación interna se aplica en su institución

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	97	39%
Casi siempre	110	44%
A veces	30	12%
Nunca	13	5%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 15.** La comunicación interna se aplica en su institución



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 44% considera que casi siempre se aplica la comunicación interna en la institución, el 39% siempre, el 12% a veces y el 5% nunca

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores consideran que casi siempre se aplica la comunicación interna en la institución, es por eso que se realizó la investigación para mejorar estos aspectos.

**16. ¿Considera usted que cuenta con vías de comunicación interna para comunicar y hacer bien su trabajo?**

**Tabla 21.** Vías de comunicación interna para comunicar y hacer bien su trabajo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Siempre</b>	111	49%
<b>Casi Siempre</b>	93	41%
<b>A veces</b>	11	3%
<b>Nunca</b>	35	7%
<b>Total</b>	250	100%

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 16.** Vías de comunicación interna para comunicar y hacer bien su trabajo



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 49% considera que, si existen vías de comunicación interna para hacer para comunicar y hacer bien su trabajo, el 41% menciona que casi siempre, el 3% a veces y el 7% nunca.

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores considera que, si existen vías de comunicación interna para hacer para comunicar y hacer bien su trabajo, sin embargo, no se usan todas las herramientas de comunicación interna.

**17. ¿Cree que los directores de la institución utilizan herramientas de comunicación interna?**

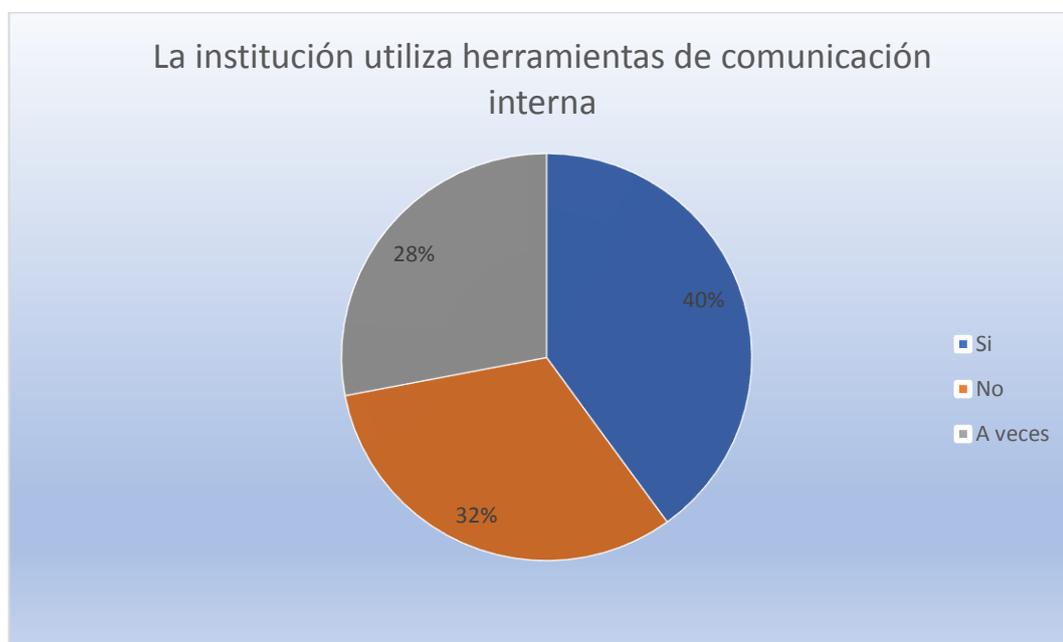
**Tabla 22.** La institución utiliza herramientas de comunicación interna

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	40%
No	80	32%
A veces	70	28%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 17**

*La institución utiliza herramientas de comunicación interna*



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del Sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 40% considera que los directos si utilizan herramientas de comunicación interna, el 32% dice que no y el 28% a veces.

### **Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores considera que los directores de la institución utilizan herramientas de comunicación interna, pero se necesita implementar más herramientas para que cada departamento gestiones reuniones, capacitaciones.

## 18. ¿Los directivos comprenden el valor de la comunicación interna?

**Tabla 23.** El valor de la comunicación interna

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	72	29%
Casi Siempre	158	63%
A veces	12	5%
Nunca	8	3%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 18.** El valor de la comunicación interna



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del Sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 63% considera que casi siempre los directos comprenden el valor de la comunicación interna, el 29% dice que siempre, el 5% a veces y el 3% nunca.

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores considera que casi siempre los directores si comprenden el valor de la comunicación interna, y por eso es el proceso de la investigación.

**19. ¿Considera que la comunicación interna debería mejorar en su área laboral?**

**Tabla 24. La comunicación interna debería mejorar en su área laboral**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	150	60%
No	100	40%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 19. La comunicación interna debería mejorar en su área laboral**



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del Sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 57% considera que la comunicación interna debería mejorar en su área laboral, y el 43% dice que déficit de comunicación interna.

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores considera que la comunicación interna se debería mejorar en su área laboral, ya que esto aporta crecimiento a la institución.

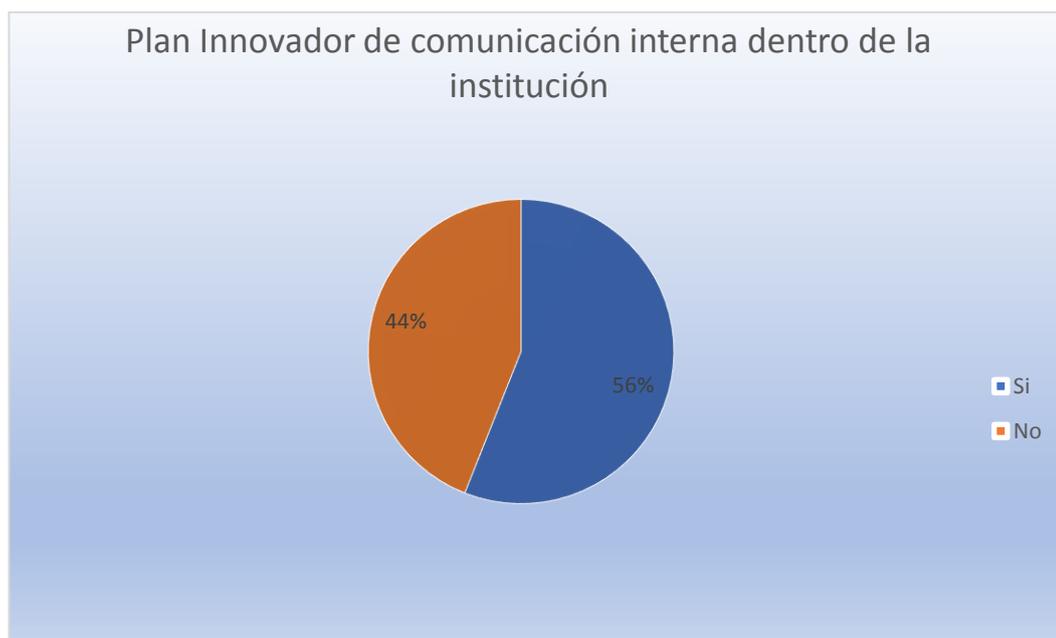
**20. ¿Estaría usted de acuerdo que se implemente un Plan Innovador de comunicación interna dentro de la institución?**

**Tabla 25.** Plan Innovador de comunicación interna dentro de la institución

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	140	56%
No	110	44%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Gráfico 20.** Plan Innovador de comunicación interna dentro de la institución



*Nota. Encuesta realizada a los colaboradores de la EERSSA (Alvaro, 2023)*

**Análisis cuantitativo**

Del 100% del personal encuestado que labora en la Empresa Eléctrica Regional del Sur (EERSSA), con una muestra de 250 colaboradores, se observa que el 56% considera que se debe implementar un Plan Innovador de comunicación interna dentro de la institución y el 44% no lo cree necesario.

**Análisis cualitativo**

Del personal encuestado se puede observar que la gran mayoría de colaboradores considera que se debe implementar un Plan Innovador de comunicación interna dentro de la institución, para mejorar los procesos organizacionales.

## **10 PROPUESTA DE ACCIÓN**

### **10.1 INTRODUCCIÓN**

La comunicación interna no es un fin, sino un medio, una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias, que supone el nuevo contrato psicológico que hoy vincula a los colaboradores con las organizaciones. (Jiménez 1998). La comunicación interna llega a ser para la organización, el equivalente a lo que es el sistema circulatorio para el ser humano, ya que permite que toda la información llegue a cada rincón de los diferentes departamentos, para que haya un sano funcionamiento, y por lo tanto para la supervivencia del día a día. (López 2017)

El presente plan de comunicación tiene como objetivo mejorar los procesos de comunicación interna de los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur, representantes de las áreas como administrativo, médico y operativo; de tal manera que, entre colaboradores se fortalezcan los canales y líneas de comunicación y se institucionalice las formas comunicativas de la institución con sus colaboradores. Es decir, mejorar la comunicación horizontal, descendente y ascendente.

A través de un proceso de investigación se conoció las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existen alrededor de la gestión de comunicación interna, entre las principales se destaca como fortalezas: un canal directo de comunicación jefe colaborador.

Se han encontrado acciones o áreas en las que se debe mejorar, y por ello se presenta ciertas acciones para fortalecer la comunicación aprovechando los espacios físicos dentro de la Empresa Eléctrica Regional del Sur.

Con base a lo mencionado anteriormente se presenta una serie de estrategias para mejorar los canales y herramientas de comunicación.

## **10.2 PRESENTACIÓN**

La presente propuesta de acción tiene como finalidad proponer una serie de acciones que contribuyan en la mejora de los procesos de comunicación de los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S A, representantes de las áreas como administrativo, Técnico; de tal manera que, entre colaboradores se fortalezcan los canales y líneas de comunicación y se institucionalice las formas comunicativas de la institución con sus colaboradores. Es decir, mejorar la comunicación horizontal, descendente y ascendente.

La comunicación interna es un factor relevante para fomentar las buenas relaciones interpersonales en una organización, facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo y crecimiento de la organización. En este sentido, esta propuesta, está encaminada a ofrecer a los administradores y responsables de la comunicación del Empresa Eléctrica Regional del Sur S A, una serie de acciones que ayuden a reforzar los flujos y herramientas de comunicación establecidas para el efecto.

Existen varios medios y canales para la comunicación interna, ya sean escritos, orales o tecnológicos. Elegir los canales que mejor se adapten a las necesidades de la empresa, su potencial económico o el volumen de personal a gestionar, es un trabajo que debe hacerse con sentido y responsabilidad. En los siguientes apartados se destacan algunos hallazgos sobre los que se realiza esta propuesta, cumpliendo la

pretensión de mejorar los flujos y herramientas de comunicación de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S A

### 10.3 BENEFICIARIOS

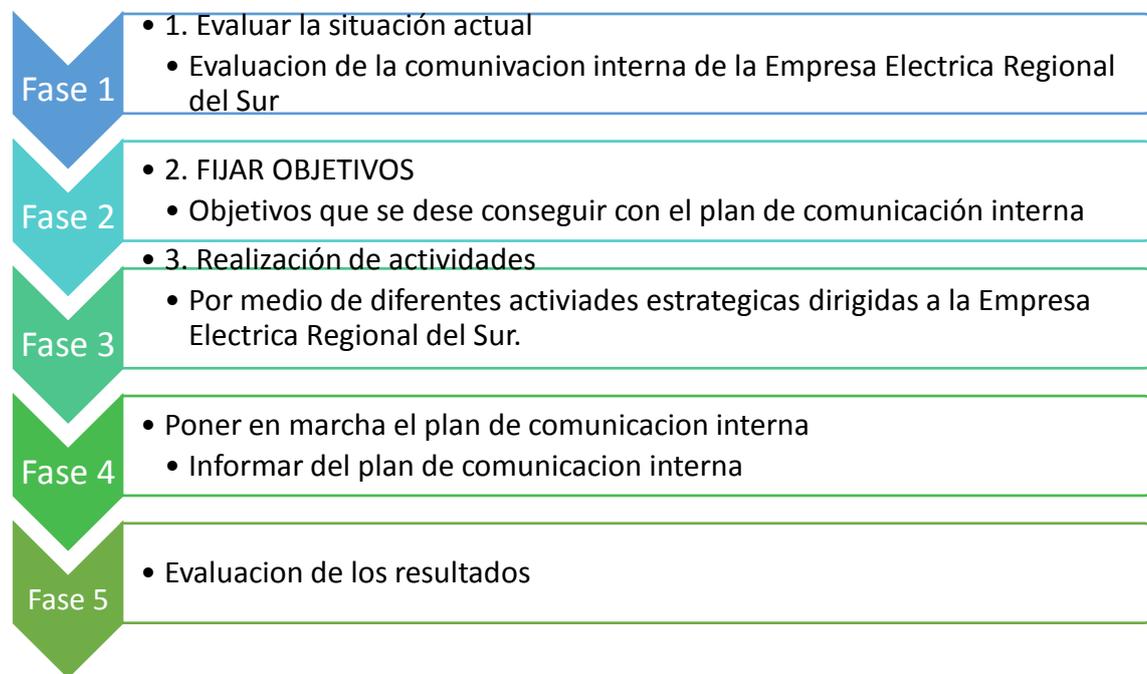
**Tabla 26.** Beneficiarios directos e indirectos

<b>Tipo de beneficiario</b>	<b>A quién está dirigido</b>	<b>Resultado</b>	<b>Alcance</b>
<b>Directo</b>	Empresa Eléctrica Regional del Sur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar correctamente la comunicación interna de una empresa aumenta la satisfacción del cliente.</li> <li>Los datos corroboran la importancia de hablar con los trabajadores.</li> </ul>	directivos
<b>Indirecto</b>	Colaboradores de la Empresa Eléctrica del Sur.	Mejorar la comunicación interna	250 colaboradores

*Nota: En esta tabla se visualiza los beneficiarios directos e indirectos.*

## 10.4 ESTRUCTURA

**Figura 8.** Flujo de procesos para la elaboración del plan de acción.



*Autor: Alvaro Leonel Sarango Paredes*

## 10.5 PORTADA



## **10.6 FICHA TÉCNICA**

### **“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO 2023”**

#### **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO**

Ing. Ana Marcela Cordero Clavijo, Mgs.

**Rectora**

Ing. Paulina Alemania Martínez Vega, Mgs.

**Vicerrectora Académica**

Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs.

**Coordinadora de Carrera**

Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.

**Director de Titulación**

Alvaro Leonel Sarango Paredes

**Autores**

Loja – Ecuador

Abril 2023

**Presentación de la Empresa**

La Empresa Eléctrica Regional del Sur S A. de la ciudad de Loja con más de quince años sirviendo a la ciudadanía Lojana ha venido ofertando sus servicios de energía eléctrica, emergencia las 24 horas y atención a los requerimientos en el capo técnico como su fortaleza principal, pero como una debilidad interna se ha visto un deficiente de diferentes procesos en sus medios de comunicación interna dentro de los colaboradores, es por ello que la presente propuesta viene a contrastar todas estas debilidades frente a los problemas que a continuación se presentan.

Dentro de los beneficios y resultados del plan de acción referente a la comunicación interna de los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S A. Los mismos se han analizado mediante encuestas y entrevistas, que han permitido evaluar los diferentes procesos de comunicación en las diferentes áreas.

Como propuesta a las diferentes debilidades que se ha podido evidenciar mediante las diferentes herramientas utilizadas podemos mencionar lo siguiente:

Potenciar la comunicación entre compañeros por medio una App corporativa interna que ya dispone la Empresa Eléctrica Regional del Sur S A. Como es Teams, para lograr una comunicación efectiva. Realizar reuniones mensuales por medio de la misma App Teams, para informar a los colaboradores de los diferentes cambios o proceso realizados internamente, obteniendo como resultado una comunicación interna clara, concisa y precisa. Proponer la creación de un boletín informativo web para las diferentes áreas de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S A., logrando que todos los colaboradores se informen de sus herramientas existentes dentro su empresa, mejorando así su desempeño laboral

### **Filosofía institucional**

**Misión**

Prestar el servicio público de energía eléctrica al consumidor final, a través de las actividades de generación, distribución y comercialización, con la alta calidad, confiabilidad y seguridad (EERSSA, 2022).

**Visión**

Garantizar que el servicio de energía eléctrica cumpla con los principios constitucionales de eficiencia, continuidad, calidad y accesibilidad (EERSSA, 2022).

**Valores****Integridad**

Guardar respeto y compostura hacia los clientes internos y externos, ser leal con los clientes externo, compañeros de trabajo y con la EERSSA y velar por su prestigio, cuidar la buena conservación de los bienes, presentarse puntualmente al trabajo y observar las normas de seguridad e higiene del trabajo

**Responsabilidad**

Cumplir con oportunidad las actividades propias y por las del personal que está a su cargo, en los diferentes procesos, a fin de conseguir la eficacia y eficiencia que pretende la EERSSA.

**Transparencia**

Aplicar la ley de régimen del sector eléctrico y su normativa, y los reglamentos y normativos internos de manera precisa y permanente; ejecutando las actividades y los procedimientos de los procesos respectivos, brindando acceso a la información, facilitando la realización de auditorías

y propiciando la participación proactiva del recurso humano de la EERSSA, de tal forma que se garantice un trato justo y equitativo a los clientes externos del área de concesión.

### **Productos que ofrece la institución**

- Emergencias las 24 horas

#### **Área de Centro de Contacto:**

- Centro de Control
- Daños y Reclamos
- Servicio al Cliente
- Nuevos Servicios
- Cambios de nombres
- Subsidios
- Reubicaciones de medidores
- Cambios de Tarifas
- Facturas no energéticas
- Recaudación
- Recaudación de facturas
- Operación y mantenimiento
- Construir obras aprobadas dentro del plan económico
- Implementar sistema de iluminación eficiente
- Elaborar un plan de expansión de la generación y poner en marcha

- Implementar sistema de iluminación eficiente
- Elaborar un plan de expansión de la generación y poner en marcha
- Implementar contratos de compra y venta de energía a largo plazo

## Glosario

### A

#### **Área de comunicación**

**interna:** Agente de naturaleza física, química o biológica que, estando presente en el ambiente laboral, puede provocar, en función de las características de exposición al mismo, efectos nocivos en la salud de los trabajadores.

### C

#### **Catálogo de medios de**

**comunicación interna:** Un listado que incluye información de los medios de comunicación con los que cuenta la empresa, en particular, para transmitir mensajes a los colaboradores.

**Clima organizacional:** Es una metáfora para describir las percepciones que tienen las personas de una organización con respecto a lo que pasa en su medio laboral.

**Comunicación interna:** El término comunicación tiene origen en el latín *comunicare*, que significa “compartir algo, poner en común”.

**Clima organizacional:** Es una metáfora para describir las percepciones que tienen las personas de una organización con respecto a lo que pasa en su medio laboral.

#### **Comunicación ascendente:**

Hace referencia a la comunicación que es emitida por alguien de un nivel jerárquico inferior hacia una persona o grupo de personas con un nivel más alto en el organigrama.

#### **Comunicación descendente:**

Es cuando el emisor de la comunicación se encuentra en un nivel jerárquico más alto que las personas a las que son dirigidos sus mensajes.

**Comunicados de texto por correo electrónico:** Los mensajes por correo electrónico son el principal medio de comunicación interna de las empresas. Al grado que se ha llegado a una sobre explotación.

#### D

#### **Descripción del proyecto**

**organizacional:** Este es un punto contenido en el formato de brief de comunicación interna. En el cual se solicita la información que dé contexto a los comunicadores internos respecto al propósito, características y alcance de un proyecto organizacional que requiera esfuerzos de comunicación interna.

Para poder elaborar una estrategia de comunicación, el equipo que la desarrollará debe entender la esencia del

proyecto. De ahí la importancia de este punto.

#### E

**Endomarketing:** Como su nombre lo indica se refiere al marketing que se hace al interior de las empresas. Suele utilizarse como sinónimo de comunicación interna, aunque en realidad ésta es mucho más que sólo técnicas de marketing utilizadas para difundir proyectos organizacionales.

#### G

#### **Gestión de la comunicación**

**interna:** Conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar los esfuerzos planificados de comunicación interna de la empresa.

Generalmente esta una labor del área de comunicación interna.

#### I

**Infografía:** Conjuga las palabras información y gráfica. Es una técnica mediante la cual se presenta información de manera gráfica.

Las infografías o infogramas son útiles en comunicación interna para describir procesos; hacer resúmenes visuales de conceptos complejos; o presentar informes con datos estadísticos, por mencionar algunos.

**Intranet:** Es un sitio web al que sólo pueden acceder los colaboradores de una empresa. Ahí encuentran información específica de temas como:

- Estructura de la empresa y el propósito de las diferentes áreas
- Cultura organizacional
- Portafolio de productos y servicios
- Noticias de la empresa y del sector

## M

**Medios de comunicación interna.** Si un medio de comunicación es todo aquel instrumento que sirva para transmitir un mensaje:

La voz, un documento, un cartel, una revista, un video, una red social...

Los medios de comunicación interna son aquellos instrumentos que ayudan a la compañía a que se comparta la información en su interior.

## N

**Newspaper interno:** Publicación periódica breve creada para difundir información noticiosa. Se diferencia de la revista interna por la extensión y por su contenido con un enfoque más de actualidad.

## P

### **Plan estratégico de comunicación interna:**

Es el documento en donde se enuncian las principales líneas de acción que, en materia de comunicación interna llevará a cabo la empresa con el objetivo de ayudar a la organización para alcanzar sus propósitos.

De este modo, el plan estratégico de comunicación interna siempre está ligado al plan estratégico de la empresa.

### **R**

**Revista interna:** Suele ser un medio de comunicación muy importante en las empresas, pues permite difundir información de manera extensa relacionada con la actividad de la compañía, de manera periódica.

Para la comunicación de un proyecto organizacional en específico puede ser útil en

forma de artículo, nota breve o incluso como en forma de anuncio.

### **Retroalimentación:**

Comprender de manera más gráfica lo que es retroalimentación en este contexto ayuda dar un repaso a los elementos básicos de comunicación, que son: emisor, mensaje y receptor.

### **T**

### **Transparencia informativa:**

La información es poder y un empleado que está al día de las noticias y la información más destacada que se genera en su empresa, estará mucho más comprometido con el negocio.

## Marco Legal

El marco legal de EERSSA está encabezado por el la Constitución, todas las normas inferiores están subordinados a ella. El Artículo 314 de la misma establece que el Estado es responsable de la provisión de servicio eléctrico. El servicio brindado debe responder a principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. En el Artículo 315 de la Constitución se menciona que el Estado constituirá empresas públicas para la gestión de los sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas. Las empresas públicas estarán bajo la regulación y el control específico de los organismos pertinentes, de acuerdo con la ley, funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales. (EERSSA, 2022)

Se detalla los elementos del Marco Legal a continuación.

- Carta Suprema: o Constitución de la República del Ecuador
- Normas Internacionales: o Tratados y convenios internacionales PLAN ESTRATÉGICO 2017 - 2021 5/40
- Códigos: o – (COOTAD)
- Leyes Orgánicas: o Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado (LOCGE) o Ley Orgánica del Servicio Público de Energía Eléctrica (LOSPEE) o Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP)

o Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCP) o Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional (LOGJCC) o Ley Orgánica de Empresas Públicas (LOEP)

- Reglamento de Leyes o Reglamento General a la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) o Reglamento General a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCP) o Reglamento de Concesiones, Permisos y Licencias para la Prestación del Servicio de Energía Eléctrica o Reglamento Ambiental para Actividades Eléctricas o Reglamento General de la Ley de Régimen del Sector Eléctrico o Reglamento de seguridad del trabajo contra riesgos en instalaciones de energía eléctrica. La EERSSA ha desarrollado su planificación institucional con base en el cumplimiento de la Constitución de la República del Ecuador y en alineación con la planificación de los distintos niveles, Planificación Sectorial, Intersectorial y el Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” 2017-2021.

## **Diagnóstico de la Empresa**

La comunicación interna en la actualidad se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito de las empresas, siendo importante que los públicos internos se sientan parte de la organización para juntos alcanzar los objetivos personales, profesionales y empresariales. En virtud de este antecedente, el presente trabajo pretende solventar algunas debilidades observadas en la gestión de comunicación interna de la Empresa Eléctrica Regional del Sur de la ciudad de Loja, a fin de mejorar los canales y flujos de comunicación existentes.

Frente a estas circunstancias, se propuso el desarrollo de un plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur de la ciudad de Loja en el año 2023, propuesta que tuvo como principal objetivo la elaboración una propuesta de buenas prácticas a partir del estudio de comunicación interna, el presente trabajo muestra el proceso diseñado para el efecto.

En primer lugar, una recolección de información a modo de diagnóstico, a través de diferentes métodos fenomenológico, hermenéutico y práctico proyectual, y con el uso de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas, que permitieron observar las debilidades y oportunidades para desarrollar la propuesta.

Seguidamente, se diseñaron un conjunto de acciones, en la propuesta de buenas prácticas, las que responden a las necesidades comunicativas y de uso correcto de los flujos de comunicación que se necesitan para lograr una comunicación interna eficiente y eficaz.

**Tabla 27.** Cuadro Comparativo de Ventajas y Desventajas

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dirigir una organización: para que la organización funcione sin problemas, la comunicación interna debe estar bien implementada.</li> <li>▪ Motivación - Cuando la comunicación interna está bien implementada, motiva a los empleados de una organización.</li> <li>▪ Control - La función más importante en cualquier organización es el control. Sin embargo, con sistemas activos de comunicación interna, el control es muy posible.</li> <li>▪ Coordinación: para lograr los objetivos establecidos en cualquier organización, se necesita la coordinación entre todos los departamentos.</li> <li>▪ Satisfacción laboral - Cuando una organización tiene una buena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conflicto: el conflicto es una de las principales desventajas de la comunicación interna. Algunos empleados pueden usar los beneficios de comunicación interna para discutir entre ellos o con la gerencia. El conflicto puede resultar en tensión e interrupción de las operaciones.</li> <li>▪ Pérdida de tiempo: los empleados pueden pasar todo el día intercambiando chismes de oficina o propagando rumores. Si bien es importante implementar la comunicación interna, se deben usar sistemas adecuados para garantizar que la información compartida por los empleados sea para el beneficio de la organización.</li> <li>▪ Revisiones de desempeño: la gerencia utiliza principalmente</li> </ul>

---

comunicación interna, todos los empleados se sienten felices y se mantiene la satisfacción laboral. Cuando un empleado está satisfecho, se verá un impacto en el desempeño.

- Fuente de información: se necesita información confiable para que una empresa sobreviva en el mercado.
- Ayuda en la toma de decisiones: la contribución de los empleados en la toma de decisiones no solo aumentará la calidad de las decisiones tomadas, sino que también garantizará que esas decisiones se implementen correctamente.

las revisiones de desempeño como un sistema de comunicación interna para analizar las metas personales y los desafíos de los empleados. Sin embargo, es posible que algunos empleados no obtengan suficiente información, ya que algunos empleados pueden temer acciones disciplinarias o advertencias.

### Propuesta de Acción

**Tabla 28.** Matriz general – ámbitos de acción

<b>Área a intervenir</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Metas</b>	<b>Acciones</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Responsable</b>
<b>Comunicación</b>	Fortalecer los canales de comunicación dentro de la institución.	Uso de medios de comunicación adecuados.	Ayudar a mantener una comunicación interna más efectiva dentro de la institución	Socializar los canales de comunicación interna ya existentes para los colaboradores de la Empresa	A corto plazo	Planificación.	Área de comunicación

				Eléctrica Regional del Sur			
	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	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 es.	A corto plazo	Fotografías	Área de comunicación

		<p>porqué se aportarán más ideas y recursos para su resolución.</p>					
<p><b>Tipos de Comunicación</b></p>	<p>Innovar la comunicación descendente entre el jefe y los colaboradores para garantizar una adecuada comprensión de los objetivos.</p>	<p>Incrementar la satisfacción de los trabajadores y su grado de compromiso e implicación con la institución.</p>	<p>Crear una comunicación clara y sin ambigüedades.</p>	<p>Categorizar los tipos y herramienta s de comunicaci ón que se asemejan a la Empresa Eléctrica Regional</p>	<p>A corto plazo</p>	<p>Firmas de asistencia.</p>	<p>Área de comunicación</p>

				del Sur del cantón Loja			
	Optimizar los procesos internos ya que satisfacen las necesidades propias de la institución y contribuye a alcanzar sus objetivos 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 forme un solo equipo de trabajo	Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur	A corto plazo	Fotografías	Área de comunicación

<p><b>Estrategias de comunicación</b></p>	<p>Realizar un plan de comunicación interna para reformular los canales de comunicación interna para que los mensajes sean transmitidos de forma interactiva y permanente</p>	<p>Crear métodos donde se aplique las estrategias para mantener una buena comunicación</p>	<p>Tratar y coordinar de forma estratégica la comunicación interna en la institución.</p>	<p>Elaboración de un plan de comunicación interna</p>	<p>A corto plazo</p>	<p>Fotografías</p>	<p>Área de comunicación</p>
-------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	----------------------	--------------------	-----------------------------

	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 de los colaboradores	Capacitar el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur 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: Matriz general – ámbitos de acción elaborados por Alvaro Leonel Sarango Paredes*

## **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA**

### **Definición.**

El plan de comunicación interna es una estrategia que aborda los objetivos empresariales de compromiso e interacción de los empleados y muestra las acciones necesarias para alcanzarlos. La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar los resultados.

El proceso de la comunicación interna es un segmento de la comunicación integrada que enfoca sus acciones en los colaboradores de una empresa. Sus objetivos esenciales son la transmisión y distribución de información relevante y estratégica en un ambiente corporativo.

### **Objetivo:**

Elaborar un plan de comunicación interna mediante el desarrollo de actividades, estrategias y aplicación de herramientas para fortalecer los mecanismos de comunicación en la Empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón Loja.

### **Importancia:**

La comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios y retos a los que se enfrenta la compañía.

## **Desarrollo**

### **Objetivo 1**

- ♣ **Área de intervención:** Comunicación
- ♣ **Objetivo estratégico:** Fortalecer los canales de comunicación dentro de la institución.
- ♣ **Acción:** Socializar los canales de comunicación interna ya existentes para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur
- ♣ **Importancia:** Que exista un canal de comunicación es una parte imprescindible siempre que queramos llevar a cabo algún tipo de plan de comunicación o estrategia concreta. Sin ellos no tendríamos de los medios para hacer llegar nuestro mensaje y tratar de cumplir con los objetivos que nos hemos fijado.

**Nombre:** Socializar los canales de comunicación interna ya existentes para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Propósito:** Difundir constantemente información sobre la organización generas beneficios para los colaboradores, para los procesos, la empresa

**Recursos:** Materiales de oficina (esferos, hojas, computadora y servicio de internet)

**Responsable:** Área de comunicación

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Tiempo:** A corto plazo

**Actividad:** Canales de comunicación interna para la institución

**Figura 9.** Medios y canales para la comunicación interna



*Nota. Esta figura representa los canales de comunicación*

**Tabla 29.** Canales de comunicación para La Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja

Canal	Finalidad	Objetivo	Participantes	Pasos a seguir	Lugar	Recursos
Reuniones	Sera la oportunidad perfecta para intercambiar	Intercambiar ideas y crear estrategias en conjunto.	Todo el personal de la Empresa Eléctrica	* Definir objetivos, temas a tratar y agenda	Salón de reuniones de la Empresa	Carpetas Esferos

	ideas y crear estrategias en conjunto.		Regional del Sur del Cantón Loja	* Seleccionar los participantes * Dejar claros los objetivos al iniciar la reunión. * Terminar con un plan de acción.	Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja	Papel bond Computadora
Emails	Se pueden gestionar las tareas y hacer un seguimiento de los procesos de manera diaria.	Que la información llegue al instante,	Personal administrativo y operativo Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja	*Asegurarse que el asunto vaya al grano. *Mantener los mensajes breves. *Evita reenviar correos	Correo institucional	Computadora

Redes sociales corporativas	Se puede generar un intercambio de información para que los colaboradores y público en general estén al tanto sobre estas publicaciones que se genera en la institución.	Mediante redes sociales	Empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón Loja	*Determinar el estilo de mensaje que se va a publicar Establecer las reglas de participación en las redes sociales	Sitio web institucional	Computadora
Chats internos	Realizar conversaciones y comunicados en tiempo real y obtener una respuesta al instante	Agilizar procesos e intercambiar mensajes en tiempo real	Todo el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja	Crear un grupo con los colaboradores	WhatsApp institucional	Computadora
Comunicados por escrito	Son un medio útil para transmitir los	Difundir el mensaje de una mejor manera para	Todo el personal de la Empresa Eléctrica	Realizar ya sea oficios o memorandos y realizar su	Lugar de trabajo	Computadora

	cambios que se produzcan en las distintas políticas y procedimientos de la empresa	obtener buenos resultados en el cumplimiento de sus tareas	Regional del Sur del Cantón Loja	respectiva entrega.		
--	------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	----------------------------------	---------------------	--	--

*Nota: Esta tabla representa los canales de comunicación a desarrollarse en la institución.*

**Tabla 30. Presupuesto 1**

Detalle	Valor
<b>Computadora</b>	No necesita de presupuesto
<b>Salón de reuniones</b>	No necesita de presupuesto
<b>Carpetas</b>	\$10,00
<b>Esferos</b>	\$15,00
<b>Papel boom</b>	\$5,00
<b>Total</b>	\$30,00

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

## 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:** Realizar Actividad de team building con los colaboradores
- ♣ **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.

**Nombre:** Actividad de team Boulding con los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

---

**Propósito:** Mejorar la comunicación y la interacción del grupo algo totalmente fundamental para el buen funcionamiento de una compañía.

---

**Recursos:** Espacio libre

---

**Responsable:** Área de comunicación

---

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur

---

**Tiempo:** Esta actividad se realizará una vez al mes

---

**Horario:** de 15:00 a 18:00 los días viernes

---

**Lugar donde se realiza la actividad:** Esta actividad se desarrollará en el patio de la Empresa Eléctrica Regional del Sur.

**Actividad:** Team Building (*Circuito a ciegas*) con los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

Son actividades que ayudan a que el grupo de colaboradores que trabaja de forma individual, se convierte en un auténtico equipo unido.

**Figura 10. Team building**



*Nota. Esta figura representa la actividad realizada del team building*

Consistió en formar grupos de ser personas y que un miembro del equipo se vende los ojos y se deje guiar por el resto de compañeros hasta llegar a resolver una actividad específica. Este ejercicio sirvió para ver si hablan todos a la vez y son capaces de organizarse para dar las indicaciones en equipo.

**Finalidad:**

Se centra en mejorar la relación interpersonal y la comunicación entre los colaboradores por que mejora el trabajo en equipo.

**Tabla 31. Presupuesto 2**

Detalle	Valor

Patio empresa	\$ 00,00
Bebida (agua)	\$ 20,00
Refrigerio (ensalada de frutas)	\$ 63,00
Total	\$ 83,00

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

### 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 a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de 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 a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja

---

**Propósito:** Conseguir un mejor rendimiento de los colaboradores en una empresa.

---

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

---

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

---

**Responsable:** Área de comunicación

---

**Tiempo a realizar la actividad:** Esta actividad se la realizara cada 6 meses

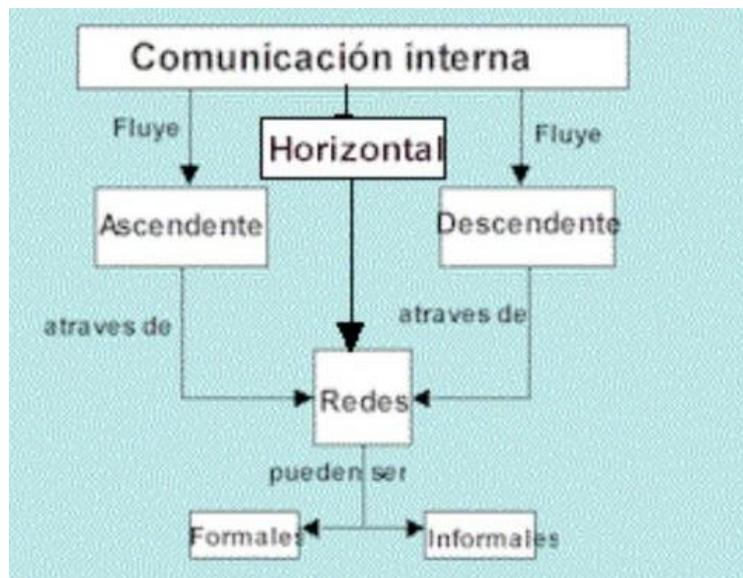
---

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

- ♣ **Actividad:** Categorizar los tipos de comunicación interna para la institución

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

**Figura 11. Comunicación Interna**



*Nota: La figura representa los tipos de comunicación interna*

### **Pasos a seguir**

1. Dar a conocer los tipos de comunicación mediante el correo institucional.
2. Utilización del canal de comunicación WhatsApp para poner a conocimiento información interpersonal y organizacional.

**Presupuesto:** No se necesita de recursos económicos

## 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 Empresa Eléctrica Regional del Sur
- ♣ **Importancia:** Establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la empresa son algunos de los objetivos que persigue la comunicación interna.

**Nombre:** Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

---

**Propósito:** Dirigir, compartir y transformar las estrategias necesarias para alcanzar objetivos.

---

**Recursos:** Hojas de papel, esferos

---

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur

---

**Responsable:** Área de comunicación

---

**Tiempo a realizar la actividad:** Esta actividad se realizará cada 90 días

---

**Horario de:** 15:00 a 16:00

---

**Lugar:** Salón social de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Actividad:** Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

### **METODO 6-3-5**

Se trata de una herramienta de generación de ideas en la que seis personas, se reúnen alrededor de una mesa para generar ideas relativas a un tema previamente planteado. Se da a cada una de ellas una hoja en blanco.

**Figura 12.** Actividad 6.3.5



**Nota.** La figura representa la actividad 6.3.5

Es por eso que dentro de la actividad realizada se propuesto lo siguiente:

1. Crear un grupo de seis personas
2. Entregar una hoja en blanco y esfero
3. Cada participante tendrá que escribir en su hoja tres ideas, ya que sólo dispone de cinco
4. Cada uno pasará su hoja al compañero de al lado

5. Se repetirá el proceso de escribir tres nuevas ideas en otros cinco minutos
6. Después de haber leído las ideas de los participantes anteriores, que servirán a su vez como fuente de nueva inspiración.
7. Al completar el ciclo de seis intervenciones de cinco minutos, se podrá disponer de dieciocho ideas en cada hoja
8. Finalmente se analizarán todas las ideas aportadas y se seleccionará la mejor de ellas.

Esto sirve para afianzar las relaciones entre colaboradores y crear ideas nuevas

**Tabla 32.** Presupuesto 3

<b>Detalles</b>	<b>Valores</b>
Hojas	\$5, 00
Esferos	\$5, 00
Refrigerio	\$35,00
Total	\$45,00

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

## 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 funcionar 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:**

---

**Responsable:** Área de comunicación

---

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja

---

**Tiempo:** A corto plazo

**Actividad:** Plan de comunicación interna

**Figura 13.** Pasos para construir un plan de comunicación interna



*Nota:* La figura representa los pasos de comunicación interna

### **Pasos a seguir:**

#### **Análisis situacional de la institución**

El presente plan de comunicación interna, dirigido a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja, tiene el propósito de que todos sus colaboradores, sean los encargados de difundir de manera adecuada y correspondiente la información profesional y técnica que se genera en la institución.

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 conflictos entre colaboradores.

**Figura 14. Análisis FODA**



*Nota: La figura representa análisis DAFO*

### **Objetivo:**

Promover en la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja la institución, un ambiente laboral propicio y oportuno mediante nuevas estrategias comunicacionales que contribuyan a impulsar el desarrollo y posicionamiento de la organización.

### **Público**

La empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de 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.

### **Beneficios**

- ♣ Mejora el clima organizacional. Los profesionales de la empresa desarrollan relaciones interpersonales y crece el espíritu colaborativo.
- ♣ Aumento de la productividad. Si un trabajador se siente identificado con la filosofía de la empresa, está más implicado con ella, tiene más motivación para conseguir los objetivos marcados y rinde más.
- ♣ Disminuye la rotación. Una consecuencia del aumento de la productividad es que no hay tanta rotación de trabajadores. Un empleado estimulado, reconocido y en buen ambiente laboral es muy probable que no quiera cambiar de compañía. En consecuencia, también facilita la integración y adaptación de los nuevos trabajadores.
- ♣ Minimiza los rumores. Una empresa que transmite toda la información de forma clara, rápida y veraz no deja espacio a rumores. Si los directivos son honestos con el equipo y dan información directa y constante también generan seguridad en el equipo.
- ♣ Reduce los efectos de una crisis. Si los trabajadores se sienten valorados, en una situación de crisis remarán más fuerte para minimizar los efectos de una mala racha.

**Figura 15. Ventajas de la Comunicación Interna**

*Nota: Ventajas de comunicación interna*

**Tabla 33. Presupuesto 4**

*Presupuesto Plan de Comunicación*

Detalle	Valor
Inversión de recursos humanos (Diseñador gráfico, publicista) para Difusión	\$250,00
<b>Total</b>	<b>\$250,00</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*

## 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 el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias
- ♣ **Importancia:** Tener mejor conocimiento de la empresa mediante capacitaciones

**Nombre:** Capacitar al personal de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias

---

**Propósito:** Dar a conocer la identidad de la empresa

---

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja

---

**Responsable:** Área de comunicación

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

**Tabla 34.** Cronograma de capacitación

---

**CRONOGRAMA DE CAPACITACION**


---

<b>HORARIO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PARTICIPANTES</b>	<b>RECURSOS</b>
<b>08:00</b>	15	Registro de	Área de		Registro de
<b>08:15</b>	min	Asistencia	comunicación		Asistencia Tableros Esferos
<b>08:15</b>	30min	Saludo y	Área de		Equipo
<b>09:00</b>		Bienvenida	comunicación		Audiovisual
<b>09:00</b>	30min	Presentación	Área de		Presentación
<b>10:00</b>		sobre la definición de comunicación interna	comunicación	Todo el Personal de la Empresa Eléctrica Regional	Power Point Memoria Portátil Proyector
<b>10:00</b>	30 min	Presentación	Área de	del Sur	Presentación
<b>11:00</b>		sobre las herramientas innovadoras de la comunicación n	comunicación		Power Point Memoria Portátil Proyector
<b>10:45</b>	30min	Actividades	Área de		Marcadores,
<b>11:15</b>		grupales para fortalecer el tema impartido	comunicación		. Lápices recursos a disposición

*Nota: Referente a la actividad del área 6 denominada la capacitación*

De acuerdo al cronograma establecido se realizara las capacitaciones a los colaboradores.

1. Se dará a conocer porque es importante la comunicación interna
2. Luego se analizar las herramientas que existen en la empresa para que el personal este informado como por ejemplo la utilización del mail, los boletines informativos, redes sociales de la empresa.
3. Actividades grupales donde se realicen juegos didácticos para el personal analice cómo funciona el trabajo en equipo y cuáles son las falencias y así mejorar la comunicación interna entre los colaboradores y la empresa.

Tabla 35. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES														
Actividades	Responsable	TIEMPO – MES												
		MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	
Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja	Área de comunicación	X	X							X				
Realizar Actividad de team building con los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	Área de comunicación		X			X					X		X	
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	Área de comunicación			X				X			X			X

Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la institución.	Área de comunicación				X			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*

**Tabla 36.** Presupuesto general.

PRESUPUESTO	
<b>Área de intervención – Comunicación</b>	<b>VALOR</b>
Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	\$ 40,00
Realizar Actividad de team building con los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	\$90,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$130,00</b>
<b>Área de intervención Tipos de comunicación</b>	<b>VALOR</b>
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	\$00,00
Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la institución.	\$90,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$90,00</b>
<b>Área de intervención Estrategias de la comunicación</b>	<b>VALOR</b>
Elaboración del plan de comunicación interna.	\$200,00
Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.	\$200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$400,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$620,00</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.*

## **RESULTADOS ESPERADOS**

Diseñar un buen plan de comunicación interna no es tarea fácil, pero es una cuestión a la que las organizaciones no deben renunciar si quieren que el funcionamiento de estas sea el adecuado para conseguir sus objetivos. La implicación de los trabajadores es esencial para alcanzar esa meta y nada como hacerlos sentir parte del objetivo para mejorar los resultados.

Un buen plan de comunicación interna aumentará la productividad de los trabajadores de una empresa, ya que se sentirán más motivados y asumirán como propias la misión y la visión de la compañía, se sentirán parte de los valores de la organización y terminarán siendo más eficientes.

## 10.7 MEDIO DE SOCIALIZACIÓN

El presente proceso de socialización se denomina “**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO 2023**” que se llevara a cabo de manera presencial en el las instalaciones del Centro de Contacto el día viernes 7 de abril del presente año de 10h00 a.m. a 11h00 a.m. mismo que se espera tener resultados positivos para implementar el presente plan de inducción.



### REGISTRÓ DE ASISTENCIA DE SOCIALIZACIÓN DEL PLAN DE INDUCCIÓN

#### Datos Generales:

- ❖ **Nombres y Apellidos:** Alvaro Leonel Sarango Paredes
- ❖ **Cedula:** 1104473176
- ❖ **Correo electrónico institucional:** alsarango01@tecnologicosudamericano.edu.ec
- ❖ **Carrera:** Talento Humano
- ❖ **Periodo Académico:** Sexto Ciclo Periodo Extraordinario
- ❖ **Sección:** Nocturno B.

**Docente Responsable:** Ing. Jackson Michael Quevedo Mgs.

NUMERO	CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA	OBSERVACIONES
1	1104760861	BORRERO ARIAS JUAN FRANCISCO		
2	1104495864	JARAMILLO CONDE DIEGO OSWALDO		
3	1104955073	LOAIZA CASTILLO PAULA STEFANIA		
4	1104892458	MONTESINOS RIOFRIO BYRON GERARDO		
5	1103186407	MARTINEZ ESPINOSA IVAN EDUARDO		
6	1103578975	MENDIETA BETANCOURT PABLO FERNANDO		

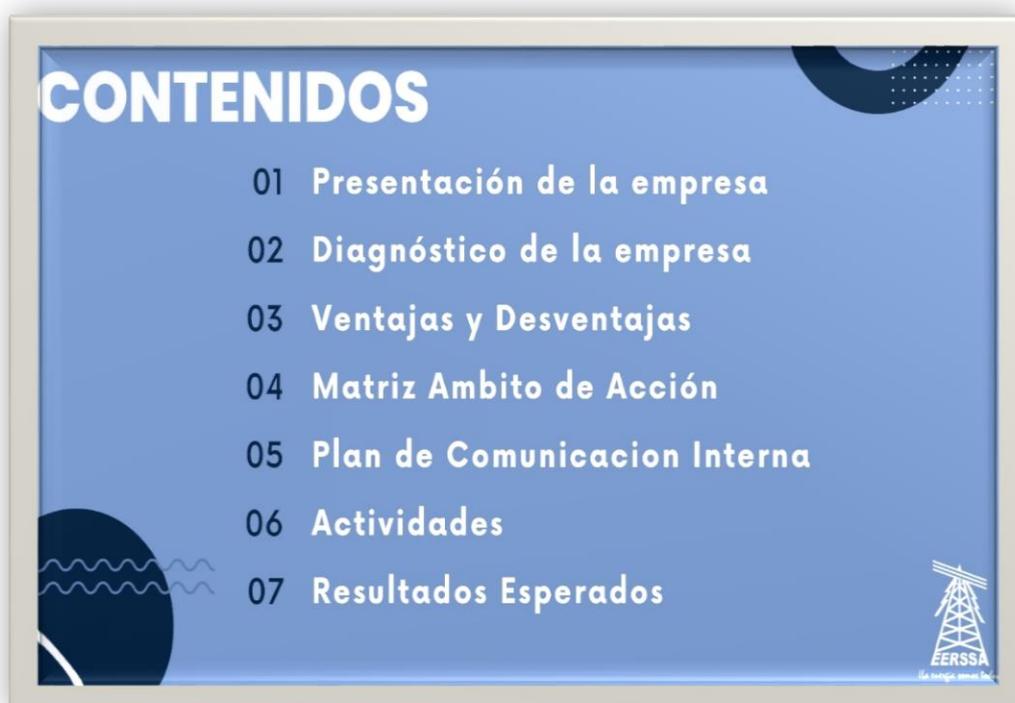


7	1104487595	DARQUEA GONZALEZ MARIA FERNANDA		
8				
9				
10				

Alvaro Leonel Sarango Paredes  
**ESTUDIANTE**

Ing.: Pablo Fernando Mendieta Betancourt  
**JEFE DE CENTRO DE CONTACTO EERSSA**

## 10.8 MATERIAL VISUAL UTILIZADO





**EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A.**  
*La energía somos todos!*

## Presentación de la Empresa

La Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. de la ciudad de Loja con más de quince años sirviendo a la ciudadanía Lojana ha venido ofertando sus servicios de energía eléctrica, emergencia las 24 horas y atención a los requerimientos en el capo técnico como su fortaleza principal, pero como una debilidad interna se ha visto un deficiente de diferentes procesos en sus medios de comunicación interna dentro de los colaboradores, es por ello que la presente propuesta viene a contrastar todas estas debilidades frente a los problemas que a continuación se presentan




## Diagnóstico de la empresa

La comunicación interna en la actualidad se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito de las empresas, siendo importante que los públicos internos se sientan parte de la organización para juntos alcanzar los objetivos personales, profesionales y empresariales. En virtud de este antecedente, el presente trabajo pretende solventar algunas debilidades observadas en la gestión de comunicación interna de la Empresa Eléctrica Regional del Sur de la ciudad de Loja, a fin de mejorar los canales y flujos de comunicación existentes.



# Ventajas y Desventajas

## VENTAJAS

**Dirigir una organización:** para que la organización funcione sin problemas, la comunicación interna debe estar bien implementada.

**Motivación** - Cuando la comunicación interna está bien implementada, motiva a los empleados de una organización.

**Control** - La función más importante en cualquier organización es el control. Sin embargo, con sistemas activos de comunicación interna, el control es muy posible.

## DESVENTAJAS

**Conflicto:** el conflicto es una de las principales desventajas de la comunicación interna. Algunos empleados pueden usar los beneficios de comunicación interna para discutir entre ellos o con la gerencia. El conflicto puede resultar en tensión e interrupción de las operaciones.

**Pérdida de tiempo:** los empleados pueden pasar todo el día intercambiando chismes de oficina o propagando rumores. Si bien es importante implementar la comunicación interna, se deben usar sistemas adecuados para garantizar que la información compartida por los empleados sea para el beneficio de la organización.

# AMBITOS DE ACCION

Área a intervenir	Objetivo estratégico	Indicadores	Metas	Acciones	Tiempo	Medio de verificación	Responsable
Comunicación	Fortalecer los canales de comunicación dentro de la institución	Uso de medios de comunicación adecuados	Ayudar a mantener una comunicación interna más efectiva dentro de la institución	Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur	A corto plazo	Planificaciones	Área de comunicación
	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 aportarán más ideas y recursos para su resolución.	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
Tipos de Comunicación	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 a la Empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón Loja	A corto plazo	Firmas de asistencia.	Área de comunicación
	Optimizar los procesos internos ya que satisfacen las necesidades propias de la institución y contribuye a alcanzar sus objetivos 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 forme un solo equipo de trabajo	Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur	A corto plazo	Fotografías	Área de comunicación
Estrategias de comunicación	Realizar un plan de comunicación interna para reformular los canales de comunicación interna para que los mensajes sean transmitidos de forma interactiva y permanente	Crear métodos donde se aplique las estrategias para mantener una buena comunicación	Tratar y coordinar de forma estratégica la comunicación interna en la institución.	Elaboración de un plan de comunicación interna	A corto plazo	Fotografías	Área de comunicación
	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 de los colaboradores	Capacitar al personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur 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

# PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

## ¿Qué es?

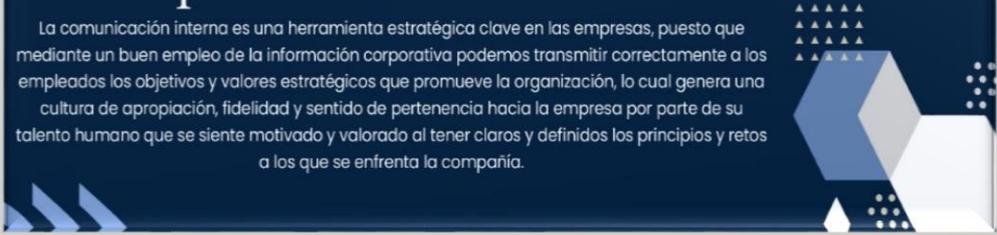
El plan de comunicación interna es una estrategia que aborda los objetivos empresariales de compromiso e interacción de los empleados y muestra las acciones necesarias para alcanzarlos.

## Objetivo

Elaborar un plan de comunicación interna mediante el desarrollo de actividades, estrategias y aplicación de herramientas para fortalecer los mecanismos de comunicación en la Empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón Loja.

## Importancia

La comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios y retos a los que se enfrenta la compañía.

## Actividad 1

Área de intervención: Comunicación

---

Objetivo estratégico: Fortalecer los canales de comunicación dentro de la institución.  
 Acción: Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur  
 Importancia: Que exista un canal de comunicación es una parte imprescindible siempre que queramos llevar a cabo algún tipo de plan de comunicación o estrategia concreta. Sin ellos no tendríamos de los medios para hacer llegar nuestro mensaje y tratar de cumplir con los objetivos que nos hemos fijado.

---

Nombre: Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur  
 Propósito: Difundir constantemente información sobre la organización genera beneficios para los colaboradores, para los procesos, la empresa  
 Recursos: Materiales de oficina (esferos, hojas, computadora y servicio de internet)  
 Responsable: Área de comunicación  
 A quien va dirigido: A los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur  
 Tiempo: A corto plazo

---

Actividad: Canales de comunicación interna para la institución

### MEDIOS Y CANALES PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA

<b>REUNIONES</b> Reuniones de trabajo para discutir y resolver problemas, tomar decisiones y planificar el trabajo. Reuniones de capacitación para mejorar el desempeño de los colaboradores. Reuniones de evaluación para evaluar el desempeño de los colaboradores. Reuniones de motivación para motivar a los colaboradores. Reuniones de reconocimiento para reconocer el trabajo bien hecho de los colaboradores.	<b>REDES SOCIALES CORPORATIVAS</b> Redes sociales corporativas para facilitar la comunicación entre los colaboradores. Redes sociales corporativas para compartir información y recursos. Redes sociales corporativas para fomentar la colaboración entre los colaboradores.	<b>EMAILS</b> Emails para enviar información y recursos a los colaboradores. Emails para fomentar la colaboración entre los colaboradores. Emails para reconocer el trabajo bien hecho de los colaboradores.
<b>INTRANET</b> Intranet para compartir información y recursos. Intranet para fomentar la colaboración entre los colaboradores. Intranet para reconocer el trabajo bien hecho de los colaboradores.	<b>EVENTOS SOCIALES</b> Eventos sociales para fomentar la colaboración entre los colaboradores. Eventos sociales para reconocer el trabajo bien hecho de los colaboradores.	<b>CONTACTOS DIRECTOS</b> Contactos directos para facilitar la comunicación entre los colaboradores. Contactos directos para fomentar la colaboración entre los colaboradores.



## ACTIVIDAD 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: Realizar Actividad de team building con los colaboradores

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.

Nombre: Actividad de team Building con los colaboradores del cuerpo de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

Propósito: Mejorar la comunicación y la interacción del grupo algo totalmente fundamental para el buen funcionamiento de una compañía.

Recursos: Espacio libre

A quien va dirigido: A los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

Responsable: Área de comunicación

A quien va dirigido: A los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur

Tiempo: Esta actividad se realizará una vez al mes

Horario: de 15:00 a 18:00 los días viernes

Lugar donde se realiza la actividad: Esta actividad se desarrollará en el patio



Actividad: Team Building (Círculo a ciegas) con los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

Son actividades que ayudan a que el grupo de colaboradores que trabaja de forma individual se convierte en un auténtico equipo unido.

## Actividad 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 a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de 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 a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja

Propósito: Conseguir un mejor rendimiento de los colaboradores en una empresa.

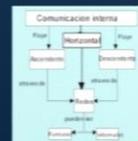
Recursos: Plataforma institucional, WhatsApp, correo electrónico, estafeta institucional

A quien va dirigido: A los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

Responsable: Área de comunicación

Tiempo a realizar la actividad: Esta actividad se la realizará cada 6 meses

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



Actividad: Categorizar los tipos de comunicación interna para la institución

Comunicación descendente. Aquella que proviene de las cúpulas organizacionales, o sea, de los niveles altos de la jerarquía, y va destinada a los niveles bajos, en otros términos, de jefes a subordinados, o de gerentes a trabajadores. Suele ser un tipo de comunicación unidireccional, que cumple con notificar, dar instrucciones, participar decisiones.

Comunicación horizontal. Es aquella que se da entre pares, como entre colegas de un mismo equipo, o entre coordinaciones a la misma altura, o entre jefes de distintos departamentos. No hay una relación jerárquica en ella, sino que se da entre iguales, generalmente para compartir información, responder solicitudes, etc.

Comunicación ascendente. Lógicamente, es la que va de los niveles bajos de la jerarquía a los niveles altos, o sea, como feedback, de los subordinados hacia los directores, gerentes, jefes, etc. También sirve para dar ideas, sugerencias, proposiciones a quienes toman en la organización las decisiones estratégicas, o para hacer solicitudes formales.

## Actividad 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 6.35 con el personal del Empresa Eléctrica Regional del Sur

Importancia: Establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados la dirección y los diferentes departamentos de la empresa son algunos de los objetivos que persigue la comunicación interna.

Nombre: Aplicar la técnica 6.35 con el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

Propósito: Dirigir, compartir y transformar las estrategias necesarias para alcanzar objetivos.

Recursos: Hojas de papel, esferos

A quien va dirigido: A los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur

Responsable: Área de comunicación

Tiempo a realizar la actividad: Esta actividad se realizará cada 90 días

Horario de: 15:00 a 16:00

Lugar: Salón social de la Empresa Eléctrica Regional del Sur



Actividad: Aplicar la técnica 6.35 con el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

METODO 6-3-5

Se trata de una herramienta de generación de ideas en la que seis personas se reúnen alrededor de una mesa para generar ideas relativas a un tema previamente planteado. Se da a cada una de ellas una hoja en blanco.

## Actividad 5

Área de intervención: Estrategias de la Comunicación

Objetivo de la estrategia: 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 funcionararte 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:

Responsable: Área de comunicación

A quien va dirigido: A los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja

Tiempo: A corto plazo

Actividad: Plan de comunicación interna





**Pasos a seguir:**

**Análisis situacional de la institución**

El presente plan de comunicación interna, dirigido a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja, tiene el propósito de que todos sus colaboradores, sean los encargados de difundir de manera adecuada y correspondiente la información profesional y técnica que se genera en la institución.

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 conflictos entre colaboradores.

**Publico**

La empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de 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.

**Análisis FODA:**

**ANÁLISIS DAFO**

**DEBILIDADES**

**OPORTUNIDADES**

**FORTALEZAS**

**AMENAZAS**

**Beneficios**

Mejora el clima organizacional. Los profesionales de la empresa desarrollan relaciones interpersonales y crece el espíritu colaborativo.

Aumento de la productividad. Si un trabajador se siente identificado con la filosofía de la empresa, está más implicado con ella tiene más motivación para conseguir los objetivos marcados y rinde más.

Disminuye la rotación. Una consecuencia del aumento de la productividad es que no hay tanta rotación de trabajadores. Un empleado estimulado, reconocido y en buen ambiente laboral es muy probable que no quiera cambiar de compañía. En consecuencia, también facilita la integración y adaptación de los nuevos trabajadores.

Minimiza los rumores. Una empresa que transmite toda la información de forma clara, rápida y veraz no deja espacio a rumores. Si los directivos son honestos con el equipo y dan información directa y constante también generan seguridad en el equipo.

Reduce los efectos de una crisis. Si los trabajadores se sienten valorados, en una situación de crisis remarán más fuerte para minimizar los efectos de una mala racha.

**Objetivo:**

Promover en la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja la institución, un ambiente laboral propicio y oportuno mediante nuevas estrategias comunicacionales que contribuyan a impulsar el desarrollo y posicionamiento de la organización.



## Actividad 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 de la Empresa Eléctrica Regional del Sur para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.

**Importancia:** Tener mejor conocimiento de la empresa mediante capacitaciones.

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

**Propósito:** Dar a conocer la identidad de la empresa.

**Quien va dirigido:** A los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.

**Responsable:** Área de comunicación.

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

		CRONOGRAMA DE CAPACITACION			
HORARIO	TIEMPO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PARTICIPANTES	RECURSOS
08:00	08:5	Registro de asistencia	Área de comunicación		Registro de Asistencia Libreta Esfera
08:5	09:00	Saludo y bienvenida	Área de comunicación		Equipo Audiovisual
09:00	10:00	Presentación sobre la definición de comunicación interna	Área de comunicación		Presentación Power Point Memoria Portal Proyector
10:00	11:00	Presentación sobre los tipos y herramientas herramientas de la comunicación	Área de comunicación	Tabal Personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur	Presentación Power Point Memoria Portal Proyector
11:45	11:5	Actividades grupales para fortalecer el tema impartido	Área de comunicación		Notas Lápices Resaca o dispositivo



**EMPRESA ELÉCTRICA  
REGIONAL DEL SUR S.A.**  
*¡La energía somos todos!*

## Resultados Esperados

Diseñar un buen plan de comunicación interna no es tarea fácil, pero es una cuestión a la que las organizaciones no deben renunciar si quieren que el funcionamiento de estas sea el adecuado para conseguir sus objetivos. La implicación de los trabajadores es esencial para alcanzar esa meta y nada como hacerlos sentir parte del objetivo para mejorar los resultados.



**INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUDAMERICANO**  
*¡Hacemos parte de Sudamérica!*

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
SUDAMERICANO**

## CONTÁCTANOS

- ☎ 0968015134
- @ISTSLoja
- <https://tecnologicosudamericano.edu.ec/>
- Miguel Riofrio 156-26 entre Sucre y Bolívar



**EMPRESA ELÉCTRICA  
REGIONAL DEL SUR S.A.**  
*¡La energía somos todos!*

Rector  
Ing. Ana Marcela Cordero Clavijo, Mgs

Vicerrectora Académica  
Ing. Paulina Alemania Martínez Vega, Mgs

Coordinadora de Carreras  
Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs

Director de Titulación  
Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs

Auto  
Alvaro Leonel Sarango Paredes

Carrera  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN  
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

## 10.9 ENTREGA DE RESULTADOS

La comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios y retos a los que se enfrenta la compañía.

Por supuesto que la comunicación dentro de las empresas siempre ha estado presente, puesto que mediante ella circula la información y se relacionan los colaboradores, jefes y gerentes, pero no en todas las compañías se tiene conciencia de la necesidad de implantar una política sólida, continúa y dinámica de gestión de la información que involucre a todos los integrantes de la organización, como una respuesta estratégica a la complejidad de los cambios y desafíos que supone manejar una empresa, sea del tamaño que sea, en estos tiempos de altísima competitividad y crisis económicas que van y vienen y que no permiten errores de ese tipo.

El talento humano es el verdadero motor que mueve y produce los resultados de las empresas y para no perder en competitividad se debe siempre retener a los mejores.

## 11 CONCLUSIONES

- A través de la recopilación de información se pudo evidenciar que la planificación de comunicación es flexible, es decir se adaptan a las diferentes necesidades que tienen los colaboradores y la Empresa Eléctrica Regional del Sur
- Dentro de los instrumentos metodológicos se implementaron las encuestas y entrevistas para determinar los puntos claves que se debe tomar en cuenta para mejorar la comunicación interna en la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. del cantón Loja.
- Uno de los objetivos principales de la investigación fue, proponer un plan de comunicación interna, con base a los resultados del diagnóstico. Frente a ello, en las páginas de este trabajo se hace constar una serie de estrategias y acciones pensadas con la finalidad de fortalecer las debilidades y activar los flujos de comunicación existentes.
- Mediante la Socialización del plan innovador de comunicación interna a través de una capacitación a los colaboradores del área administrativa de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. del cantón Loja, se concientizó sobre la importancia de una adecuada comunicación dentro de la organización, con la finalidad de aumentar la productividad dentro de la institución

## 12 RECOMENDACIONES

- Se recomienda siempre recopilar la información en la página web creada por la Empresa Eléctrica Regional del Sur ya que se podrá recopilar datos de la historia visión, misión , valores, etc. que nos indica cómo fue creada la empresa,
- Se recomienda utilizar constantemente las herramientas de comunicación que dispone el Empresa Eléctrica Regional del Sur ya que luego de un análisis cualitativo y cuantitativo mediante las encuestas y entrevistas se pudo evidenciar que no han tenido mayor acogida las carteleras, boletines informativos, manuales y folletos, ya que los mismos ayudaran a mejorar la comunicación interna de los colaboradores en las diferentes áreas.
- Se recomienda al Empresa Eléctrica Regional del Sur revisar el Manual de Comunicación Interna diseñado para esta investigación en donde constan varias actividades que servirán para reforzar la comunicación entre colaboradores y jefes inmediatos, ya que en la actualidad las empresas están enfrentando nuevos desafíos sin precedentes.
- Al momento de socializar el plan e comunicación interna debe ser claro, preciso para indicar las estratégicas que se puede implementar para mejorar la comunicación interna en la empresa y poder mejorar la relación con los colaboradores.

### 13 BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional INTERNA*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Andrade,+H.+\\_\\_\\_\\_\\_\(2005\).+Comunicaci%C3%B2n+Organizacional.+&ots=goLszuSQp0&sig=JyaLGVFG4VCdFgGv6ekBMHEiECc#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Andrade,+H.+_____(2005).+Comunicaci%C3%B2n+Organizacional.+&ots=goLszuSQp0&sig=JyaLGVFG4VCdFgGv6ekBMHEiECc#v=onepage&q&f=false)
- Ayala, M. (2021). *Método Fenomenológico*. Obtenido De <https://www.lifeder.com/metodo-fenomenol%C3%B3gico/>
- Basagoiti, i. (2015). *Comunicación Interna*. Obtenido de <https://www.pinterest.es/pin/513128951269716190/?mt=login>
- Beltrán. (2016). *Un adiós a Aristóteles "la comunicación horizontal"*. Obtenido de <https://spark.adobe.com/page/QXCRTwiiXFdeP/>
- Capterra. (2022). Obtenido de <https://www.capterra.ec/software/144808/teamgantt>
- Contreras. (2012). Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. Obtenido de [http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1688-86262020000100043](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-86262020000100043)
- Educación (2022) Estándares de Calidad Educativa Ministerio de Educación 2012 [https://issuu.com/fyacomunicacionecuador/docs/esta\\_ndaes\\_de\\_calidad\\_educativa\\_m/18](https://issuu.com/fyacomunicacionecuador/docs/esta_ndaes_de_calidad_educativa_m/18)
- Eerssa. (2022). Historia-de-la-empresa-eléctrica-regional-del-sur. Obtenido de <https://www.eerssa.gob.ec/historia-de-la-empresa-electrica-regional-del-sur-s-a-Eerssa/>
- Eerssa. (2022). Políticas. Obtenido de <https://www.eerssa.gob.ec/politicas/>
- Eerssa. (2022). Visión y Misión. Obtenido de <https://www.eerssa.gob.ec/acerca-de-nosotros/>
- Folgueiras, P. (2016). Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Gómez, L. (2012). Plan de comunicación para aumentar la satisfacción de los colaboradores desde los canales de comunicación interna en Multibanca Colpatria. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/11365>

- Jiménez, J. G. (2022). La comunicación Interna. España: Díaz De Santos. Obtenido de [https://books.google.co.ve/books?id=KilceG\\_59dMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.ve/books?id=KilceG_59dMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)
- Kaplan, K. (2022). ¿Qué es monday.com? Obtenido de <https://support.monday.com/hc/es/articles/115005310945--Qu%C3%A9-es-monday>
- López. (2017). *Falta de comunicación en la empresa*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/faltadecomunicacionenlaempresa/antecedentes>
- Marchiori, M. (2007). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1814/181422294008.pdf>
- Marín, N. C. (2010). Promoción turística a través de los medios. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/72019451.pdf>
- Munari, B. (1983). Métodos de diseño. Obtenido de [https://hermenecia.files.wordpress.com/2014/01/metodoproyectual\\_munari.pdf](https://hermenecia.files.wordpress.com/2014/01/metodoproyectual_munari.pdf)
- Muñiz. (2017). Marketing en el Siglo XXI. Obtenido de [http://pdfi.cef.es/marketing\\_en\\_el\\_siglo\\_xx1\\_freemium/files/assets/common/downloads/publication.pdf](http://pdfi.cef.es/marketing_en_el_siglo_xx1_freemium/files/assets/common/downloads/publication.pdf)
- Nosnik, A. (2001). Comunicación Productiva: Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n34/anosnik.html>
- Peter Ducker (2012) La gerencia de empresas [https://www.google.com.ec/books/edition/La\\_gerencia\\_de\\_empresas/16GaAgAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=inauthor:%22Peter+Drucker%22&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/La_gerencia_de_empresas/16GaAgAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=inauthor:%22Peter+Drucker%22&printsec=frontcover)
- Ramírez, A. (13 de 03 de 2017). Causas de una mala comunicación interna. Obtenido de <https://www.expoknews.com/causas-de-una-mala-comunicacion-interna/>
- Rodríguez, D. (2019). Método hermenéutico: origen, características, pasos y ejemplo. Obtenido de <https://www.lifeder.com/metodo-hermeneutico/>
- Rodríguez, H. (09 de 02 de 2022). Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/negocios/que-es-yammer/>
- Roquesoriano, D. (2017). Obtenido de <https://issuu.com/dianaroquesoriano/>

[docs/infografia\\_comunicacion\\_interna](#)

Rota, M. L. (2008). Comunicación institucional: enfoque social de relaciones públicas.

Obtenido de <https://biblioteca.casadelacultura.gob.ec/cgi-bin/koha/opacdetail.pl?biblionumber=27810>

Sanjuan, L. D. (2010). Obtenido de

[https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La\\_observacion\\_Lidia\\_Diaz\\_Sanjuan\\_Texto\\_Apoyo\\_Didactico\\_Metodo\\_Clinico\\_3\\_Sem.pdf](https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf)

Sierra, M. (2016). El desarrollo de la Comunicación Corporativa y su influencia. Obtenido de

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/15312/TFG001483.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tessi, M.(2012).Comunicación Interna Obtenido de

<https://www.perlego.com/book/1923130/comunicacin-interna-en-la-prctica-siete-premisas-para-la-comunicación-en-el-trabajo-pdf>

Universia. (2020). Los conceptos fundamentales de la metodología de investigación.

Obtenido de <https://www.universia.net/mx/actualidad/habilidades/conceptos-fundamentales-metodologia-investigacion-1167677.html>

Vásquez, F. (2010). La comunicación en la construcción del mundo social. Obtenido de

[https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/13251/La\\_comunicaci%3%b3n\\_en\\_la\\_construcci%3%b3n\\_del\\_mundo\\_social.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/13251/La_comunicaci%3%b3n_en_la_construcci%3%b3n_del_mundo_social.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Westreicher, G. (23 de 02 de 2020). Encuesta. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

## 14 ANEXOS

### 14.1 PRESUPUESTO

El recurso económico que se utilizará para la elaboración del presente proyecto de investigación asciende a 2379.55 dólares americanos mismos que serán cubiertos por el autor.

**Tabla 37.** Presupuesto

<b>RUBROS</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTID AD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>RECURSO MATERIAL Y TECNOLÓGICO</b>				
Pen drive	Unidad	1	\$ 15	\$15.00
Impresiones	Hojas	537	\$ 0.05 b/n	\$ 22.05
			0.25 color	\$ 22.50
Empastado	Unidad	3	\$ 25.00	\$ 75.00
Suministros de Of.	Unidad	1	\$ 10.00	\$10.00
Internet (6 meses)	Mensual	12	\$ 20.00	\$ 240.00
Hojas valoradas	Unidad	5	\$ 2.00	\$ 10.00
Anillado	Unidad	3	\$ 12.00	\$ 36.00
Matricula	Semestre	12	\$ 1074.00	\$ 1074.00

(6 meses)				
Luz (6	Mensual	6	\$ 12.00	\$ 144.00
meses)				
<b>SERVICIOS</b>				
<b>VARIOS</b>				
Alimentación	Valor total		\$ 3.00	\$ 45
Transporte	Unidad	15	\$ 10.00	\$150.00
Productos	Varios	3	\$ 20	\$60.00
finales				
Imprevistos	Unidad	7	\$ 30	\$ 210.00
Diseñador	Unidad	1	\$ 80	\$ 80
Grafico				
Transporte	Unidad	24	\$ 14.00	\$ 336.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2379.55</b>

*Nota. La presente tabla hace referencia al presupuesto que será utilizado en la presente investigación.*





### 14.3 CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN – VICERRECTORADO



**VICERRECTORADO ACADÉMICO**

---

Loja, 15 de Febrero del 2023  
Of. N° 755 -VDIN-ISTS-2023

Sr.(lla). **SARANGO PAREDES ALVARO LEONEL**  
**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 DE LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A DEL CANTÓN 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 (a/lla) Mgs. JACKSON MICHAEL QUEVEDO JUMBO.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,



Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.  
**VICERRECTOR DE DESARROLLO E INNOVACION DEL ISTS**



---

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

### 14.4 OFICIO DE SOLICITUD DEL TEMA A LA EMPRESA



Loja, 14 de diciembre de 2022

Ingeniero  
Alfredo Nicolás Samaniego Burneo  
**PRÉSIDENTE EJECUTIVO DE LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A.**  
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 permitamos 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 LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A. DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO 2023", el cual 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 **Álvaro Leonel Sarango Paredes con C.I 1104473176**, 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**

Alvaro Leonel Sarango Paredes  
**ESTUDIANTE RESPONSABLE**

SECRETARÍA DE LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR  
DOCUMENTACIÓN Y ARCHIVO  
RECIBO DE DOCUMENTOS  
FECH: 2022-12-14 10:00  
SECRETARÍA

Email: [alsarango01@tecnologiosudamericano.edu.ec](mailto:alsarango01@tecnologiosudamericano.edu.ec)  
Contacto: 0989960597

## 14.5 OFICIO DE SOLICITUD PARA LA SOCIALIZACIÓN



Ministerio de  
Energía y Minas



Loja, 10 de febrero del 2023

**Asunto:** Autorización para levantamiento de información

Ing. Mgs.  
Jackson Michael Cuevado  
**DIRECTOR DE PROYECTO**  
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO**  
En su despacho

De mi especial consideración-

En atención al requerimiento contenido en el documento de fecha 14 de diciembre del 2022, mediante el cual se hace conocer que el tema de titulación "PLAN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S. A. DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO 2023", ha sido asignado al estudiante **Álvaro Leonel Sarango Paredes, con C. I. 1104473176**, me permito informarle que la máxima autoridad de la EERSSA ha dispuesto a esta superintendencia atender en la medida de lo factible.

Por lo expuesto, la Superintendencia Administrativa y Servicios Generales, autoriza el levantamiento de información, investigación in situ o virtual y la socialización de la propuesta de acción.

Particular que me permito informar para los fines legales consiguientes.

Aplazadamente.

Ing. Fabián Eduardo Guerrero Jaramillo

**SUPERINTENDENTE ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS GENERALES**



## 14.6 CONTESTACIÓN DE LA EMPRESA PARA LA SOCIALIZACIÓN



Ministerio de  
Energía y Minas



Loja, 05 de abril del 2022

**Asunto: Autorización para fecha de socialización del proyecto**

**Ing. Mgs.  
Jackson Michael Quevedo  
DIRECTOR DEL PROYECTO  
INSTITUTO TECNOLOGIO SUDAMERICANO  
En su despacho**

**De mi especial consideración-**

En atención al requerimiento contenido en el documento de la fecha 04 de abril del 2023, mediante el cual se hace conocer que la socialización del tema de titulación "**PLAN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA ELECTRICA REGIONAL DEL SUR S.A. DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO 2023**", he sido asignado al estudiante Álvaro Leonel Sarango Paredes, con C.I.1104473176 me permito informarle que la máxima autoridad de la EERSSA a dispuesto a esta Superintendencia en la medida de lo factible.

Por lo expuesto, la superintendencia Administrativa de Servicio Generales, autoriza la socialización para la fecha 07 de abril del 2023 en las instalaciones de la institución

Particular que me permito informar para los fines legales consiguientes.

Atentamente.

**Ing. Fabian Eduardo Guerrero Jaramilla**

**SUPERINTENDENTE ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS GENERALES**

## 14.7 CERTIFICADO DE SOCIALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO



Ministerio de  
Energía y Minas



Loja, 05 de abril del 2023

*Asunto: Autorización para fecha de socialización del proyecto*

**Ingeniero**  
**Jackson Michael Quevedo, Mgs.**  
**DIRECTOR DEL PROYECTO**  
**INSTITUTO TECNOLOGIO SUDAMERICANO**

***De mi consideración***

*Reciba de mi parte un cordial saludo de parte de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. permítame llegar con mis sinceros deseos de éxito para con usted*

*Dando respuesta a la solicitud para la socialización del proyecto "Plan de comunicación interna de la Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja, Provincia de Loja para el año 2023, en las instalaciones del Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A.*

*En calidad de Primer Jefe de la Institución, doy paso a la socialización del estudiante Alvaro Leonel Sorango Paredes con C.I. 1104473176 para el día viernes 07 de abril del 2023 a las 10:00am en el salón de Centro de Contacto de nuestra institución, la cual va a contar con todo el personal del área correspondiente y en la cual estarán al mando de mi persona*

*Agradezco, el apoyo para el agradecimiento institucional, comunico para los fines correspondientes*

Atentamente:



**Ing. Fabian Eduardo Guerrero Inzamilla**  
**SUPERINTENDENTE ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS GENERALES**

## 14.8 ENCUESTA APLICADA



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
**SUDAMERICANO**  
*Hacemos gente de talento!*



**TALENTO HUMANO**  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

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 LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO 2023”** cuyo objetivo es elaborar un plan innovador de comunicación interna mediante el desarrollo de actividades, estrategias y aplicación de herramientas para fortalecer los mecanismos de comunicación. Es de vital importancia la mayor confiabilidad y transparencias del mismo, ya que los datos proporcionados serán utilizados con fines académicos.

### a. Preguntas informativas

**Marque con una X la respuesta correcta**

- **Indique su edad.**
  - Menos de 24 años ( )
  - 25 años a 34 años ( )
  - 35 años a 44 años ( )
  - 45 años a 54 años ( )
  - Más de 54 ( )
- **¿Cuál es tu género?**

- Masculino ( )
- Femenino ( )
- Otro ( )

- **¿Cuál es su área de trabajo?**

- Administrativo ( )
- Operativo ( )

- **¿Qué tiempo lleva laborando en la institución?**

- Menos de 11 meses ( )
- 1 a 4 años ( )
- 5 a 10 años ( )
- Más de 11 años ( )

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

- SI ( )
- NO ( )

**2. ¿Seleccione los canales de comunicación y herramientas que existen en su institución?**

- Mail ( )
- Reuniones informativas ( )
- Cartelera ( )
- Teléfono ( )
- Boletín Interno ( )
- Manuales ( )
- Videos ( )
- Folletos ( )
- Eventos: foros, capacitaciones ( )

**3. ¿Con que frecuencia revisa los comunicados internos de la empresa?**

- Diariamente ( )
- Semanalmente ( )
- Rara vez ( )
- Nunca ( )

**4. ¿Los mensajes de los colaboradores son efectivos y claros de entender?**

- Si ( )
- No ( )

**5. ¿En comparación al año anterior, la comunicación interna en su área de trabajo ha mejorado?**

- Definitivamente no ( )
- Probablemente no ( )
- Indeciso ( )
- Probablemente si ( )
- Definitivamente si ( )

**6. ¿Considera que la comunicación interna con sus compañeros es efectiva?**

- Siempre ( )
- En ocasiones ( )
- Nunca ( )

**7. ¿Qué enfoque se le da a la comunicación interna en tu empresa?**

- Bueno ( )
- Malo ( )
- Regular ( )

**8. ¿Cuentan con política de comunicación interna en la empresa?**

- Vigente ( )

- Desactualizada ( )
- Obsoleta ( )

**9. ¿Qué tanto apoyo tiene la Comunicación Interna por parte del equipo directivo?**

- Mucho ( )
- Poco ( )
- Escaso ( )

**10. ¿Considera usted que existe una buena comunicación entre los directivos y los colaboradores?**

- Siempre ( )
- A veces ( )
- Nunca ( )

**11. ¿Considera usted que la comunicación interna se aplica en su institución?**

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

**12. ¿Considera usted que cuenta con vías de comunicación interna para comunicar y hacer bien su trabajo?**

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

**13. ¿Cree que los directores de la institución utilizan herramientas de comunicación interna?**

- Si ( )
- No ( )
- A veces ( )

**14. ¿Los directivos comprenden el valor de la comunicación interna?**

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

**15. ¿Considera que la comunicación interna debería mejorar en su área laboral?**

- Si ( )
- No ( )

**16. ¿Estaría usted de acuerdo que se implemente un Plan Innovador de comunicación interna dentro de la institución?**

- SI ( )
- NO ( )

## 14.9 ENTREVISTA 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. El motivo de la presente es solicitarle de la manera más cordial la aplicación de una entrevista con preguntas abiertas con el fin de levantar información para el proyecto de investigación denominado **“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A 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. ¿Considera usted que los procesos de comunicación interna se adaptan a la institución?
2. ¿Considera que la comunicación interna genera una identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa?
3. ¿La comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa?

4. ¿La comunicación interna propicia una buena coordinación dentro de la empresa?
5. ¿Considera que una buena comunicación interna mejoraría la productividad de la empresa en sus diferentes áreas?
6. ¿Qué vías de comunicación interna utiliza la institución para comunicarse con los colaboradores?
7. ¿Conoce los diferentes tipos de comunicación interna que existen en la empresa?
8. ¿Cómo califica usted a los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa?
9. ¿Cuáles son las ventajas de contar con un plan de comunicación interna en la institución?
10. ¿Qué le gustaría que contenga el Plan de Comunicación Interna?

### 14.10 PLAN DE SOCIALIZACIÓN

**Tabla 39.** Plan de Capacitación

Fecha	Herramienta utilizada	Actividades	Objetivo	Contenido socializado	Día	Hora	Observaciones
07/04/2023	Diapositiva	Socialización de la propuesta de acción verbalmente con el jefe del área de Talento Humano	Proponer un conjunto de acciones para la mejora de la comunicación interna, a través de la elaboración de un plan, que permita mejorar los canales y herramientas de comunicación	Propuesta de acción, beneficiario, manual, propuesta, actividades, conclusión, recomendaciones.	Viernes	10h00 a.m.	

Fuente 1: El Autor

## 14.11 CERTIFICADO DE ABSTRACT



CERTF. N° 021-RII-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,

**C E R T I F I C A:**

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera del señor **SARANGO PAREDES ALVARO LEONEL** 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 empaquetado 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:

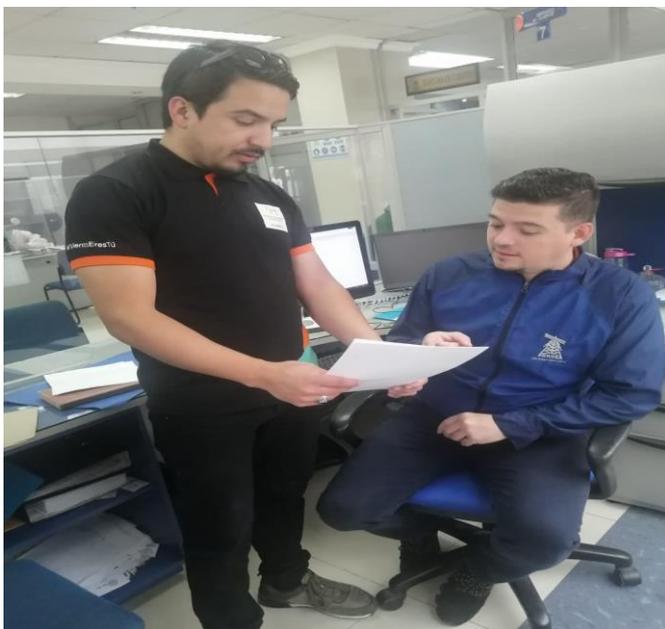
## 14.12 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL PROCESO

### FASE 1



Revisión de la información bibliográfica recopilada

### FASE 2



Entrevista realizada al Jefe del Servicio al Cliente Iván Borrero



Entrevista realizada a la Ing. María Cristina Espinosa Analista de Talento Humano



Entrevista realizada a la Ing. Richard Paladines Jefe de Agencias



Personal Operativo de la Empresa Eléctrica realizando encuesta



Personal del Centro de Contacto de la Empresa Eléctrica realizando encuesta

## SOCIALIZACION



Culminada la socialización palabras de agradecimiento del Ing. Iván Martínez Jefe de Socialización



Entrega de Brochure Informativo a la Ing. Fernanda Darquea Analista de Talento Humano que trata sobre el plan de acción realizado



Presentación y reseña histórica de la Empresa Regional del Sur

## **ENTREGA DE RESULTADOS**

La comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios y retos a los que se enfrenta la compañía.

Por supuesto que la comunicación dentro de las empresas siempre ha estado presente, puesto que mediante ella circula la información y se relacionan los colaboradores, jefes

y gerentes, pero no en todas las compañías se tiene conciencia de la necesidad de implantar una política sólida, continúa y dinámica de gestión de la información que involucre a todos los integrantes de la organización, como una respuesta estratégica a la complejidad de los cambios y desafíos que supone manejar una empresa, sea del tamaño que sea, en estos tiempo de altísima competitividad y crisis económicas que van y vienen y que no permiten errores de ese tipo.

El talento humano es el verdadero motor que mueve y produce los resultados de las empresas y para no perder en competitividad se debe siempre retener a los mejores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUDAMERICANO  
*Hacemos gente de talento!*



TALENTO HUMANO  
TECNOLOGÍA SUPERIOR



EMPRESA ELÉCTRICA  
REGIONAL DEL SUR S.A.

*¡La energía somos todos!*



PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA  
EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A  
DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA PARA  
EL AÑO 2023

## EMPRESA ELECTRICA REGIONAL DEL SUR DEL CANTON LOJA

Correo electrónico:  
soporte@eerssa.gob.ec  
Sitio web:  
<https://www.eerssa.gob.ec/>

Tel.: 099 402 0202  
Dirección: Vicente  
Rocafuerte y José Joaquín  
de Olmedo





# FICHA TÉCNICA

Ing. Ana Marcela Cordero Clavijo, Mgs.

**Rectora**

Ing. Paulina Alemania Martínez Vega, Mgs.

**Vicerrectora Académica**

Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs.

**Coordinadora de Carrera**

Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.

**Director de Titulación**

Alvaro Leonel Sarango Paredes

**Autores**

**TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DEL TALENTO**

**HUMANO**

Loja - Ecuador

Abril 2023

## ÍNDICE

- 
- 5 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA
  - 6 MARCO LEGAL
  - 7 CUADRO COMPARATIVO DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS
  - 8 PROPUESTA DE ACCIÓN
  - 9 PRESUPUESTO
  - 10 GLOSARIO DE TÉRMINOS
  - 11 MARCO LEGAL
  - 12 DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA
  - 13 VENTAJAS Y DESVENTAJAS
  - 14 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES
  - 15 RESULTADOS ESPERADOS

## PRESENTACIÓN



La Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. de la ciudad de Loja con más de quince años sirviendo a la ciudadanía Loja ha venido ofertando sus servicios de energía eléctrica, emergencia las 24 horas y atención a los requerimientos en el capo técnico como su fortaleza principal, pero como una debilidad interna se ha visto un deficiente de diferentes procesos en sus medios de comunicación interna dentro de los colaboradores, es por ello que la presente propuesta viene a contrastar todas estas debilidades frente a los problemas que a continuación se presentan.

Dentro de los beneficios y resultados del plan de acción referente a la comunicación interna de los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. Los mismos se han analizado mediante encuestas y entrevistas, que han permitido evaluar los diferentes procesos de comunicación en las diferentes áreas.



Como propuesta a las diferentes debilidades que se ha podido evidenciar mediante las diferentes herramientas utilizadas podemos mencionar lo siguiente:

Potenciar la comunicación entre compañeros por medio una App corporativa interna que ya dispone la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. Como es Teams, para lograr una comunicación efectiva. Realizar reuniones mensuales por medio de la misma App Teams, para informar a los

colaboradores de los diferentes cambios o proceso realizados internamente, obteniendo como resultado una comunicación interna clara, concisa y precisa. Proponer la creación de un boletín informativo web para las diferentes áreas de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A., logrando que todos los colaboradores se informen de sus herramientas existentes dentro su empresa, mejorando así su desempeño laboral.

## Glosario de términos

### A

**Área de comunicación interna:** Agente de naturaleza física, química o biológica que, estando presente en el ambiente laboral, puede provocar, en función de las características de exposición al mismo, efectos nocivos en la salud de los trabajadores.

### C

**Catálogo de medios de comunicación interna:** Un listado que incluye información de los medios de comunicación con los que cuenta la empresa, en particular, para transmitir mensajes a los colaboradores.

**Clima organizacional:** Es una metáfora para describir las percepciones que tienen las personas de una organización con respecto a lo que pasa en su medio laboral.

**Comunicación interna:** El término comunicación tiene origen en el latín *comunicare*, que significa "compartir algo, poner en común".

**Clima organizacional:** Es una metáfora para describir las percepciones que tienen las personas de una organización con respecto a lo que pasa en su medio laboral.

**Comunicación ascendente:** Hace referencia a la comunicación que es emitida por alguien de un nivel jerárquico inferior hacia una persona o grupo de personas con un nivel más alto en el organigrama.

**Comunicación descendente:** Es cuando el emisor de la comunicación se encuentra en un nivel jerárquico más alto que las personas a las que son dirigidos sus mensajes.

**Comunicados de texto por correo electrónico:** Los mensajes por correo electrónico son el principal medio de comunicación interna de las empresas. Al grado que se ha llegado a una sobre explotación.

### D

**Descripción del proyecto organizacional:** Este es un punto contenido en el formato de brief de comunicación interna. En el cual se solicita la información que dé contexto a los comunicadores internos respecto al propósito, características y alcance de un proyecto organizacional que requiera esfuerzos de comunicación interna.

Para poder elaborar una estrategia de comunicación, el equipo que la desarrollará debe entender la esencia del proyecto. De ahí la importancia de este punto.

**E**

**Endomarketing:** Como su nombre lo indica se refiere al marketing que se hace al interior de las empresas. Suele utilizarse como sinónimo de comunicación interna, aunque en realidad ésta es mucho más que sólo técnicas de marketing utilizadas para difundir proyectos organizacionales.

**G**

**Gestión de la comunicación interna:** Conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar los esfuerzos planificados de comunicación interna de la empresa.

Generalmente esta una labor del área de comunicación interna.

**I**

**Infografía:** Conjuga las palabras información y grafía. Es una técnica mediante la cual se presenta información de manera gráfica.

Las infografías o infogramas son útiles en comunicación interna para describir procesos; hacer resúmenes visuales de conceptos complejos; o presentar informes con datos estadísticos, por mencionar algunos.

Intranet: Es un sitio web al que sólo pueden acceder los colaboradores de una empresa. Ahí encuentran información específica de temas como:

- Estructura de la empresa y el propósito de las diferentes áreas
- Cultura organizacional
- Portafolio de productos y servicios
- Noticias de la empresa y del sector

**M**

**Medios de comunicación interna.** Si un medio de comunicación es todo aquel instrumento que sirva para transmitir un mensaje:

La voz, un documento, un cartel, una revista, un video, una red social...

Los medios de comunicación interna son aquellos instrumentos que ayudan a la compañía a que se comparta la información en su interior.

**N**

**Newspaper interno:** Publicación periódica breve creada para difundir información noticiosa. Se diferencia de la revista interna por la extensión y por su contenido con un enfoque más de actualidad.

**P**

**Plan estratégico de comunicación interna:** Es el documento en donde se enuncian las principales líneas de acción que, en materia de comunicación interna llevará a cabo la empresa con el objetivo de ayudar a la organización para alcanzar sus propósitos.

De este modo, el plan estratégico de comunicación interna siempre está ligado al plan estratégico de la empresa.

**R**

**Revista interna:** Suele ser un medio de comunicación muy importante en las empresas, pues permite difundir información de manera extensa relacionada con la actividad de la compañía, de manera periódica.

**Retroalimentación:** Comprender de manera más gráfica lo que es retroalimentación en este contexto ayuda dar un repaso a los elementos básicos de comunicación, que son: emisor, mensaje y receptor.

**T**

**Transparencia informativa:** La información es poder y un empleado que está al día de las noticias y la información más destacada que se genera en su empresa, estará mucho más comprometido con el negocio.

## Marco legal / Normativas legales

El marco legal de EERSSA está encabezado por el la Constitución, todas las normas inferiores están subordinados a ella. El Artículo 314 de la misma establece que el Estado es responsable de la provisión de servicio eléctrico. El servicio brindado debe responder a principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. En el Artículo 315 de la Constitución se menciona que el Estado constituirá empresas públicas para la gestión de los sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas. Las empresas públicas estarán bajo la regulación y el control específico de los organismos pertinentes, de acuerdo con la ley, funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales.

Se detalla los elementos del Marco Legal a continuación.

Carta Suprema: o Constitución de la República del Ecuador	Normas Internacionales: o Tratados y convenios internacionales PLAN ESTRATÉGICO 2017 - 2021 5/40	Códigos: o - (COOTAD)	Leyes Orgánicas: o Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado (LOGGE) o Ley Orgánica del Servicio Público de Energía Eléctrica (LOSPEE) o Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) o Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCPP) o Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional (LOGJCC) o Ley Orgánica de Empresas Públicas (LOEP)	Leyes Ordinarias o Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre o Ley de Régimen del Sector Eléctrico o Ley para la Constitución de Gravámenes y Derechos Tendientes a Obras de Electrificación o Código Orgánico General de Procesos	Reglamento de Leyes o Reglamento General a la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) o Reglamento General a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCPP) o Reglamento de Concesiones, Permisos y Licencias para la Prestación del Servicio de Energía Eléctrica o Reglamento Ambiental para Actividades Eléctricas o Reglamento General de la Ley de Régimen del Sector Eléctrico o Reglamento de seguridad del trabajo contra riesgos en instalaciones de energía eléctrica. La EERSSA ha desarrollado su planificación institucional con base en el cumplimiento de la Constitución de la República del Ecuador y en alineación con la planificación de los distintos niveles, Planificación Sectorial, Intersectorial y el Plan Nacional de Desarrollo "Toda una Vida" 2017-2021.

## Diagnóstico de la empresa

La comunicación interna en la actualidad se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito de las empresas, siendo importante que los públicos internos se sientan parte de la organización para juntos alcanzar los objetivos personales, profesionales y empresariales. En virtud de este antecedente, el presente trabajo pretende solventar algunas debilidades observadas en la gestión de comunicación interna de la Empresa Eléctrica Regional del Sur de la ciudad de Loja, a fin de mejorar los canales y flujos de comunicación existentes.

Frente a estas circunstancias, se propuso el desarrollo de un plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur de la ciudad de Loja en el año 2023, propuesta que tuvo como principal objetivo la elaboración una propuesta de buenas prácticas a partir del estudio de comunicación interna , el presente trabajo muestra el proceso diseñado para el efecto.

En primer lugar, una recolección de información a modo de diagnóstico, a través de diferentes métodos fenomenológico, hermenéutico y práctico proyectual, y con el uso de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas, que permitieron observar las debilidades y oportunidades para desarrollar la propuesta.

Seguidamente, se diseñaron un conjunto de acciones, en la propuesta de buenas prácticas, las que responden a las necesidades comunicativas y de uso correcto de los flujos de comunicación que se necesitan para lograr una comunicación interna eficiente y eficaz.



## Cuadro comparativo de ventajas y desventajas

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dirigir una organización: para que la organización funcione sin problemas, la comunicación interna debe estar bien implementada.</li> <li>▪ Motivación - Cuando la comunicación interna está bien implementada, motiva a los empleados de una organización.</li> <li>▪ Control - La función más importante en cualquier organización es el control. Sin embargo, con sistemas activos de comunicación interna, el control es muy posible.</li> <li>▪ Coordinación: para lograr los objetivos establecidos en cualquier organización, se necesita la coordinación entre todos los departamentos.</li> <li>▪ Satisfacción laboral - Cuando una organización tiene una buena comunicación interna, todos los empleados se sienten felices y se mantiene la satisfacción laboral. Cuando un empleado está satisfecho, se verá un impacto en el desempeño.</li> <li>▪ Fuente de información: se necesita información confiable para que una empresa sobreviva en el mercado.</li> <li>▪ Ayuda en la toma de decisiones: la contribución de los empleados en la toma de decisiones no solo aumentará la calidad de las decisiones tomadas, sino que también garantizará que esas decisiones se implementen correctamente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conflicto: el conflicto es una de las principales desventajas de la comunicación interna. Algunos empleados pueden usar los beneficios de comunicación interna para discutir entre ellos o con la gerencia. El conflicto puede resultar en tensión e interrupción de las operaciones.</li> <li>▪ Pérdida de tiempo: los empleados pueden pasar todo el día intercambiando chismes de oficina o propagando rumores. Si bien es importante implementar la comunicación interna, se deben usar sistemas adecuados para garantizar que la información compartida por los empleados sea para el beneficio de la organización.</li> <li>▪ Revisiones de desempeño: la gerencia utiliza principalmente las revisiones de desempeño como un sistema de comunicación interna para analizar las metas personales y los desafíos de los empleados. Sin embargo, es posible que algunos empleados no obtengan suficiente información, ya que algunos empleados pueden temer acciones disciplinarias o advertencias.</li> </ul>

## Plan de comunicación interna

### Definición.

El plan de comunicación interna es una estrategia que aborda los objetivos empresariales de compromiso e interacción de los empleados y muestra las acciones necesarias para alcanzarlos.

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador.

Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar los resultados.

El proceso de la comunicación interna es un segmento de la comunicación integrada que enfoca sus acciones en los colaboradores de una empresa. Sus objetivos esenciales son la transmisión y distribución de información relevante y estratégica en un ambiente corporativo.

### Objetivo:

Elaborar un plan de comunicación interna mediante el desarrollo de actividades, estrategias y aplicación de herramientas para fortalecer los mecanismos de comunicación en la Empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón Loja.

### Importancia:

La comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios y retos a los que se enfrenta la compañía.

## Objetivo 1

- ♣ **Área de intervención:** Comunicación
- ♣ **Objetivo estratégico:** Fortalecer los canales de comunicación dentro de la institución.
- ♣ **Acción:** Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur
- ♣ **Importancia:** Que exista un canal de comunicación es una parte imprescindible siempre que queramos llevar a cabo algún tipo de plan de comunicación o estrategia concreta. Sin ellos no dispondríamos de los medios para hacer llegar nuestro mensaje y tratar de cumplir con los objetivos que nos hemos fijado.

**Nombre:** Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Propósito:** Difundir constantemente información sobre la organización genera beneficios para los colaboradores, para los procesos, la empresa

**Recursos:** Materiales de oficina (esferos, hojas, computadora y servicio de internet)

**Responsable:** Área de comunicación

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Tiempo:** A corto plazo

**Actividad:** Canales de comunicación interna para la institución



✓ **Canales de comunicación para La Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón LOJA**

Canal	Finalidad	Objetivo	Participantes	Pasos a seguir	Lugar	Recursos
Reuniones	Sera la oportunidad perfecta para intercambiar ideas y crear estrategias en conjunto.	Intercambiar ideas y crear estrategias en conjunto.	Todo el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Definir objetivos, temas a tratar y agenda</li> <li>* Seleccionar los participantes</li> <li>* Dejar claros los objetivos al iniciar la reunión.</li> <li>* Empezar a tiempo y finalizar a tiempo.</li> </ul>	Salón de reuniones de la Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Carpetas</li> <li>Esferos</li> <li>Papel bond</li> <li>Computadora</li> </ul>
Emails	Se pueden gestionar las tareas y hacer un seguimiento de los procesos de manera diaria.	Que la información llegue al instante,	Personal administrativo y operativo Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja	<ul style="list-style-type: none"> <li>♣ Asegurarse que el asunto vaya al grano.</li> <li>♣ Mantener los mensajes breves.</li> <li>♣ Evitar reenviar correos.</li> </ul>	Correo institucional	Computadora
Redes sociales corporativas	Se puede generar un intercambio de información para que los colaboradores y público en general estén al tanto sobre publicaciones que se genera en la institución.	Mediante redes sociales se expondrá los servicios que ofrece la institución	Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja y público en general	<ul style="list-style-type: none"> <li>♣ Determinar el estilo de mensaje que se va a publicar</li> <li>♣ Establecer las reglas de participación en las redes sociales</li> </ul>	Sitio web institucional	Computadora
Chats internos	Realizar conversaciones y comunicados en tiempo real y obtener una respuesta al instante	Agilizar procesos e intercambiar mensajes en tiempo real	Todo el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja	Crear un grupo con los colaboradores	WhatsApp institucional	Computadora
Comunicados por escrito	Son un medio útil para transmitir los cambios que se produzcan en las distintas políticas y procedimientos de la empresa	Difundir el mensaje de una mejor manera para obtener buenos resultados en el cumplimiento de sus tareas	Todo el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur del Cantón Loja	Realizar ya sea oficios o memorandos y realizar su respectiva entrega.	Lugar de trabajo	Computadora

## 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:** Realizar Actividad de team building con los colaboradores
- ♣ **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.

**Nombre:** Actividad de team Boulding con los colaboradores del cuerpo de la Empresa Eléctrica Reguonal del Sur

**Propósito:** Mejorar la comunicación y la interacción del grupo algo totalmente fundamental para el buen funcionamiento de una compañía.

**Recursos:** Espacio libre

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Responsable:** Área de comunicación

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Tiempo:** Esta actividad se realizará una vez al mes

**Horario:** de 15:00 a 18:00 los días viernes

**Lugar donde se realiza la actividad:** Esta actividad se desarrollará en el patio

**Actividad:** Team Building (*Circuito a ciegas*) con los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur. Son actividades que ayudan a que el grupo de colaboradores que trabaja de forma individual, se convierte en un auténtico equipo unido.



Consistió en formar grupos de seis personas y que un miembro del equipo se vende los ojos y se deje guiar por el resto de compañeros hasta llegar a resolver una actividad específica. Este ejercicio sirvió para ver si hablan todos a la vez y son capaces de organizarse para dar las indicaciones en equipo.

#### **Finalidad:**

Se centra en mejorar la relación interpersonal y la comunicación entre los colaboradores por que mejora el trabajo en equipo.

### 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 a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de 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 a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja

**Propósito:** Conseguir un mejor rendimiento de los colaboradores en una empresa.

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

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Responsable:** Área de comunicación

**Tiempo a realizar la actividad:** Esta actividad se la realizara cada 6 meses

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

- ✦ **Actividad:** Categorizar los tipos de comunicación interna para la institución

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

#### Pasos a seguir

1. Dar a conocer los tipos de comunicación mediante el correo institucional.
2. Utilización del canal de comunicación WhatsApp para poner a conocimiento información interpersonal y organizacional.

## 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 Empresa Eléctrica Regional del Sur
- ❖ **Importancia:** Establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la empresa son algunos de los objetivos que persigue la comunicación interna.

**Nombre:** Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Propósito:** Dirigir, compartir y transformar las estrategias necesarias para alcanzar objetivos.

**Recursos:** Hojas de papel, esferos

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Responsable:** Área de comunicación

**Tiempo a realizar la actividad:** Esta actividad se realizará cada 90 días

**Horario de:** 15:00 a 16:00

**Lugar:** Salón social de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

**Actividad:** Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur

### METODO 6-3-5

Se trata de una herramienta de generación de ideas en la que seis personas, se reúnen alrededor de una mesa para generar ideas relativas a un tema previamente planteado. Se da a cada una de ellas una hoja en blanco.



Es por eso que dentro de la actividad realizada se propuesto lo siguiente:

1. Crear un grupo de seis personas
  2. Entregar una hoja en blanco y esfero
  3. Cada participante tendrá que escribir en su hoja tres ideas, ya que sólo dispone de cinco
  4. Cada uno pasará su hoja al compañero de al lado
  5. Se repetirá el proceso de escribir tres nuevas ideas en otros cinco minutos
  6. Después de haber leído las ideas de los participantes anteriores, que servirán a su vez como fuente de nueva inspiración.
  7. Al completar el ciclo de seis intervenciones de cinco minutos, se podrá disponer de dieciocho ideas en cada hoja
  8. Finalmente se analizarán todas las ideas aportadas y se seleccionará la mejor de ellas.
- Esto sirve para afianzar las relaciones entre colaboradores y crear ideas nuevas

## 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 funcionar 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:**

**Responsable:** Área de comunicación

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja

**Tiempo:** A corto plazo

### Actividad: Plan de comunicación interna



### Pasos a seguir:

#### Análisis situacional de la institución

El presente plan de comunicación interna, dirigido a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja, tiene el propósito de que todos sus colaboradores, sean los encargados de difundir de manera adecuada y correspondiente la información profesional y técnica que se genera en la institución.

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 conflictos entre colaboradores.

**Análisis Foda:****Objetivo:**

Promover en la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja la institución, un ambiente laboral propicio y oportuno mediante nuevas estrategias comunicacionales que contribuyan a impulsar el desarrollo y posicionamiento de la organización.

**Público**

La empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de 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.

**Beneficios**

- ♣ Mejora el clima organizacional. Los profesionales de la empresa desarrollan relaciones interpersonales y crece el espíritu colaborativo.
- ♣ Aumento de la productividad. Si un trabajador se siente identificado con la filosofía de la empresa, está más implicado con ella, tiene más motivación para conseguir los objetivos marcados y rinde más.
- ♣ Disminuye la rotación. Una consecuencia del aumento de la productividad es que no hay tanta rotación de trabajadores. Un empleado estimulado, reconocido y en buen ambiente laboral es muy probable que no quiera cambiar de compañía. En consecuencia, también facilita la integración y adaptación de los nuevos trabajadores.
- ♣ Minimiza los rumores. Una empresa que transmite toda la información de forma clara, rápida y veraz no deja espacio a rumores. Si los directivos son honestos con el equipo y dan información directa y constante también generan seguridad en el equipo.
- ♣ Reduce los efectos de una crisis. Si los trabajadores se sienten valorados, en una situación de crisis remarán más fuerte para minimizar los efectos de una mala racha.

## 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 de la Empresa Eléctrica Regional del Sur para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias
- ♣ **Importancia:** Tener mejor conocimiento de la empresa mediante capacitaciones

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

**Propósito:** Dar a conocer la identidad de la empresa

**A quien va dirigido:** A los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja

**Responsable:** Área de comunicación

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

CRONOGRAMA DE CAPACITACION					
HORARIO	TIEMPO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PARTICIPANTES	RECURSOS
08:00 08:15	15 min	Registro de Asistencia	Área de comunicación	Todo el Personal de la Empresa Eléctrica Regional del Sur	Registro de Asistencia Tableros Esferos
08:15 09:00	30min	Saludo y Bienvenida	Área de comunicación		Equipo Audiovisual
09:00 10:00	30min	Presentación sobre la definición de comunicación interna	Área de comunicación		Presentación Power Point Memoria Portátil Proyector
10:00 11:00	30 min	Presentación sobre los tipos y herramientas innovadoras de la comunicación	Área de comunicación		Presentación Power Point Memoria Portátil Proyector
10:45 11:15	30min	Actividades grupales para fortalecer el tema impartido	Área de comunicación		Marcadores, Lápices recursos a disposición

## Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES											
		TIEMPO - MES											
		MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja	Área de comunicación	X	X										
Realizar Actividad de team building con los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	Área de comunicación		X			X			X			X	
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	Área de comunicación			X			X			X			X
Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la institución.	Área de comunicación				X				X		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

PRESUPUESTO	
Área de intervención - Comunicación	VALOR
Desarrollar canales de comunicación interna para los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	\$ 40,00
Realizar Actividad de team building con los colaboradores de la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	\$90,00
TOTAL	\$130,00
Área de intervención Tipos de comunicación	VALOR
Categorizar los tipos y herramientas de comunicación que se asemejan a la empresa Eléctrica Regional del Sur del cantón de Loja.	\$00,00
Aplicar la técnica 6.3.5 con el personal de la institución.	\$90,00
TOTAL	\$90,00
Área de intervención Estrategias de la comunicación	VALOR
Elaboración del plan de comunicación interna.	\$200,00
Capacitar al personal del cuerpo de bomberos para fortalecer la comunicación interna promoviendo la utilización de las nuevas estrategias.	\$200,00
TOTAL	\$400,00
TOTAL	\$620,00



## Resultados esperados

Diseñar un buen plan de comunicación interna no es tarea fácil, pero es una cuestión a la que las organizaciones no deben renunciar si quieren que el funcionamiento de estas sea el adecuado para conseguir sus objetivos. La implicación de los trabajadores es esencial para alcanzar esa meta y nada como hacerlos sentir parte del objetivo para mejorar los resultados.

Un buen plan de comunicación interna aumentará la productividad de los trabajadores de una empresa, ya que se sentirán más motivados y asumirán como propias la misión y la visión de la compañía, se sentirán parte de los valores de la organización y terminarán siendo más eficientes.





 Miguel Riofrío 156-26 entre Sucre y Bolívar

 /Institutosudamericano-loja

 (07)2587210

 0968015134

*Evoluciona. ¡Sé parte del Suda..!*