



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

TEMA

Rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna en la
empresa Megametales S.A

TUTOR

Msc. SILVIA ALEXANDRA ESPINOZA MENDOZA

AUTORES

NICOLE ALEJANDRA ALVAREZ VINCES

TAMARA PAOLA GUILLEN SABANDO

Guayaquil-Ecuador

2023



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO y SUBTÍTULO: Rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna en la empresa Megametales S. A	
AUTOR/ES: Álvarez Vines Nicole Alejandra Guillen Sabando Tamara Paola	REVISORES O TUTORES: Msc. Silvia Alexandra Espinoza Mendoza
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciado/a en Administración de Empresas
FACULTAD: ADMINISTRACIÓN	CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2023	N. DE PAGS: 86
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación comercial y administración	
PALABRAS CLAVE: Dirección, comunicación, organización, empleado, desempeño laboral	
RESUMEN: La empresa Megametales S.A., se dedica a la venta al por menor de materiales de construcción de productos metálicos y no metálicos para estructuras en establecimientos especializados, la misma que en la actualidad afronte inconvenientes con respecto a la comunicación interna, es por ello que en el presente trabajo se planteó realizar un rediseño organizacional, lo que	

nos ayudará a mejorar el proceso de comunicación entre departamentos, que la comunicación sea bidireccional, que los empleados sean escuchados.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Álvarez Vinces Nicole Alejandra Guillen Sabando Tamara Paola	Teléfono: 0996537185 0982700560	E-mail: nalvarezvi@ulvr.edu.ec tguillens@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p>Mgtr. Oscar Machado Álvarez (Decano)</p> <p>Teléfono: 2596500 Ext. 201</p> <p>E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec</p> <p>Mgtr. Irma Aquino Onofre (Director de Carrera)</p> <p>Teléfono: 2596500 Ext. 203</p> <p>E-mail: iaquino@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Megametales S.A.

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil

Trabajo del estudiante

2%

2

xdoc.mx

Fuente de Internet

1%

3

dspace.ups.edu.ec

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.ulvr.edu.ec

Fuente de Internet

1%

5

repositorio.unamba.edu.pe

Fuente de Internet

1%

6

repositorio.uss.edu.pe

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado



Foro de ciencias de la salud, p. 11
SELVIA ALEXANDRA
ESPINOZA BERNARDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El (Los) estudiante(s) egresado(s) **NICOLE ALEJANDRA ALVAREZ VINCES** y **TAMARA PAOLA GUILLEN SABANDO**, declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **Rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna en la empresa Megametales S.A**, corresponde totalmente a el(los) suscrito(s) y me (nos) responsabilizo (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)



NICOLE ALEJANDRA ALVAREZ VINCES

C.I. 093065262-3



TAMARA PAOLA GUILLEN SABANDO

C.I. 094087226-0

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **Rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna en la empresa Megametales S.A**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Plan de rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna en la empresa Megametales S.A**, presentado por los estudiantes **Nicole Alejandra Álvarez Vinces** y **Tamara Paola Guillen Sabando** como requisito previo, para optar al Título de Licenciado en Administración de empresas, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Firmado electrónicamente por:
**SILVIA ALEXANDRA
ESPINOZA MENDOZA**

Silvia Alexandra Espinoza Mendoza

C.C. 0910306257

Agradecimiento

En primer lugar, agradeciendo al Todo Poderoso por permitirme llegar hasta este punto que algún día vi lejano, a mi madre por ser parte clave para llegar a cumplir mis sueños, por su apoyo incondicional durante este último año de la carrera, a mi familia por creer en mí e impulsarme a no renunciar nunca, a mi esposo por apoyarme durante este largo camino y por darme el empujón que necesitaba para empezar mi trayecto.

Finalmente agradezco a mi compañera de tesis Tamara Guillén por haber confiado en mí para caminar juntas por esta travesía y, por último, pero no menos importante a la Mgst. Silvia Espinoza por su dedicación, compromiso, paciencia y sobre todo el cariño con el que nos encaminó.

Nicole Álvarez Vinces

Primero le agradezco a Dios por permitirme llegar donde me encuentro, por abrirme caminos y presentar en él, personas maravillosas que me ayudan desde el inicio de este trayecto.

A mis abuelas, mi papá son aquellos ángeles que guían mi camino, mi motor diario para afrontar todo lo que se presente. Le agradezco a mi mamá por ser siempre la persona más predispuesta, a Geovanny por apoyarme cuando más lo he necesitado, a mis tías por tener los mejores consejos, a mi pareja por ser el más comprensivo siendo mi apoyo diario.

Sin duda me iría de largo nombrando a tantas personas que han sido parte de este proceso, aportando tanto con un granito de arena y por ello mi más sincero agradecimiento.

Tamara Guillen Sabando

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por mantenerme fuerte aun cuando creía que no lo lograría, a mi madre Alexandra Vinces por ser mi apoyo incondicional y una de mis motivaciones para lograrlo, a mi padre Joffre Álvarez por creer en mí, a mi esposo Milton Fernández por cuidar de nuestra hija mientras me encontraba en clases, a la persona más importante en mi vida, mi motor y mis ganas de seguir adelante, a mi amada hija Alaia Fernández A., quien con su presencia me dio las ganas y todas las fuerzas que necesitaba para culminar esta etapa de mi vida.

Nicole Álvarez Vinces

Esta tesis va dedicada a Dios por ser mi guía y protector, a mi familia completa por siempre estar apoyándome en todo este camino, a todos los profesores que han aportado en mi enseñanza, a mi papá, y mis abuelas que desde arriba me han impulsado a llegar donde hoy en día me encuentro para seguir en marcha con todos mis propósitos.

En especial va dedicada a mi hermano Thiago Muñoz Sabando, para que tenga presente que las metas se cumplen con perseverancia y dedicación, cuando sienta que no hay rumbo o se sienta que no puede, recuerde que tiene alguien que pensó que no podría hacerlo por todas las dificultades que se presentaban, y ahora lo logró.

Tamara Guillen Sabando

Índice de Contenido

DECLARACIÓN DE AUTORÍA y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	VI
Agradecimiento.....	VII
Dedicatoria.....	VIII
Índice de Contenido	IX
Índice de Tablas	XIII
Índice de Figuras.....	XV
Resumen	XVII
Abstract	XVIII
Tema.....	XIX
Introducción	1
Capítulo I.....	3
Planteamiento del problema.....	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1 Formulación del problema	6
1.1.2 Sistematización del problema	6
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivo general	6
1.2.2 Objetivos específicos	6
1.3 Justificación de la investigación	6

1.4	Delimitación o alcance de la investigación.....	7
1.5	Idea por defender	7
1.6	Línea de investigación institucional	7
Capítulo II		8
Marco teórico referencial		8
2.1	Antecedentes de la empresa Megametales S.A.	8
	Antecedentes de la investigación.....	9
2.2	Bases teóricas.....	12
2.2.1	Organizaciones.....	12
2.2.2	Importancia de las organizaciones	12
2.2.3	Organización	13
2.2.4	Procesos organizacionales.....	14
2.2.5	Dimensiones de diseño organizacional	16
2.2.5.1	Dimensiones Estructurales	16
2.2.5.2	Dimensiones contextuales.....	17
2.2.6	Estructura organizacional.....	17
2.2.7	Planificación de mejora.....	20
2.2.8	Comunicación empresarial.....	21
2.2.8.1	Comunicación formal versus comunicación informal	21
2.2.8.2	Comunicación es el proceso social fundamental	21
2.2.9	Diseño organizacional.....	22

2.2.9.1	Implementación de las estrategias mediante el diseño organizacional	22
2.2.10	Diseño de estrategias.....	23
2.2.11	Herramientas de análisis situacional	23
2.2.11.1	FODA.....	23
2.3	Marco conceptual.....	24
Capítulo III	27
Metodología de la investigación	27
3.1	Metodología	27
3.2	Tipo de investigación.....	27
3.3	Enfoque de la investigación.....	28
3.4	Técnica e instrumento	28
3.4.1	Encuesta	28
3.4.2	Revisión documental.....	28
3.5	Población	29
3.5.1	Muestra.....	29
3.6	Resultados de las encuestas	29
3.7	Análisis de la encuesta.....	51
3.8	Resultados de la entrevista.....	51
Capítulo IV	56
Propuesta	56
4.1	Análisis Foda de la empresa	56

4.2	Análisis situacional con el Balance Score Card.....	57
4.3	Canales de comunicación internos.....	57
4.4	Elementos de comunicación interna a proponer	58
4.4.1	Elementos de comunicación interna a proponer	60
4.4.2	Impacto de los elementos de comunicación interna propuestos.	60
	Conclusiones	62
	Recomendaciones.....	63
	Referencias Bibliográficas	64

Índice de Tablas

Tabla 1 Antecedentes de la investigación.....	9
Tabla 2 Matriz Cruzada	24
Tabla 3 Tiempo de trabajo en la empresa.....	30
Tabla 4 Áreas de desempeño	31
Tabla 5 Calidad de la Comunicación - Dirección General	32
Tabla 6 Calidad de la Comunicación - Equipo Directivo.....	33
Tabla 7 El tipo de comunicación	34
Tabla 8 Política de Comunicación	35
Tabla 9 Vigencia de la Política de la Comunicación.....	36
Tabla 10 Manual de identidad corporativa	37
Tabla 11 Utilidad del manual de identidad.....	39
Tabla 12 Cultura Corporativa	40
Tabla 13 Clima Laboral en la comunicación interna.....	41
Tabla 14 Reuniones para la buena comunicación interna	42
Tabla 15 Posee destrezas la persona encargada de dirigir las reuniones	43
Tabla 16 Frecuencia de las reuniones con el equipo de trabajo	44
Tabla 17 Frecuencia de revisión de correo institucional	45
Tabla 18 Notificaciones vía correo electrónico	46
Tabla 19 Visitas de la gerencia para observar trabajo realizado en Megametales S.A.....	47
Tabla 20 El gerente ayuda a resolver los problemas que se presenta en el área operativa	48

Tabla 21 Nivel de satisfacción en la comunicación entre departamento	49
Tabla 22 Disponibilidad inmediata del jefe para resolver problemas	50
Tabla 23 Diagnóstico organizacional Megametales S.A.	56
Tabla 24 Elemento de comunicación.....	59
Tabla 25 Aporte de los elementos de comunicación	60

Índice de Figuras

Figura 1 Organigrama Institucional.....	5
Figura 2 Características de la Organización	12
Figura 3 Las organizaciones existen para hacer lo siguiente.....	13
Figura 4 Modelos Organizacionales	14
Figura 5 Procesos Organizacionales	15
Figura 6 Dimensiones estructurales.....	16
Figura 7 Dimensión contextual.....	17
Figura 8 Estructura organizacional	18
Figura 9 Tiempo de trabajo en la empresa.....	30
Figura 10 Áreas de desempeño.....	31
Figura 11 Calidad de la Comunicación – Dirección General	32
Figura 12 Calidad de la Comunicación – Equipo Directivo.....	34
Figura 13 El tipo de comunicación.....	35
Figura 14 Política de Comunicación.....	36
Figura 15 Vigencia de la Política de la Comunicación.....	37
Figura 16 Manual de identidad corporativa.....	38
Figura 17 Utilidad del manual de identidad	39
Figura 18 Cultura Corporativa.....	40
Figura 19 Clima Laboral en la comunicación interna	41
Figura 20 Reuniones para la buena comunicación interna	42
Figura 21 Posee destrezas la persona encargada de dirigir las reuniones.....	43
Figura 22 Frecuencia de las reuniones con el equipo de trabajo	44
Figura 23 Frecuencia de revisión de correo institucional	45
Figura 24 Notificaciones vía correo electrónico.....	46

Figura 25 Visitas de la gerencia para observar trabajo realizado en Megametales S.A.....	47
Figura 26 El gerente ayuda resolver los problemas que se presenta en el área operativa	48
Figura 27 Nivel de satisfacción en la comunicación entre departamento.....	49
Figura 28 Disponibilidad inmediata del jefe para resolver problemas	50

Resumen

El tema referente al rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna en la empresa Megametales tiene como principal inconveniente problemas en la estructura organizacional y en los esquemas de comunicación interna que requiere la elaboración de un plan de rediseño para que exista efectividad y un adecuado desempeño laboral de todos los colaboradores. La metodología aplicada es de carácter exploratorio, no experimental y descriptivo, al igual que el enfoque que se presenta de carácter cualitativo y cuantitativo, y los instrumentos principales utilizados es la observación, entrevista y encuestas. Los resultados alcanzados van a permitir mejorar el desempeño de los colaboradores a la vez de establecer un tipo de comunicación más efectiva a través de los medios digitales, en conclusión, la veracidad de las estrategias aplicadas para el rediseño organizacional va a cambiar la cultura de servicio con una eficiente comunicación.

Palabras claves

Rediseño organizacional, comunicación, Planificación, colaboradores, Estrategias

Abstract

The issue regarding organizational redesign for the improvement of internal communication in the Megametales company has as its main drawback problems in the organizational structure and in the internal communication schemes, which requires the preparation of a redesign plan so that there is effectiveness and adequate work performance of all collaborators. The applied methodology is of an exploratory, non-experimental and descriptive nature, as is the qualitative and quantitative approach presented, and the main instruments used are observation, interviews and surveys. The results achieved will allow improving the performance of employees while establishing a more effective type of communication through digital media, in conclusion the veracity of the strategies applied for organizational redesign will change the culture of service with efficient communication.

Keywords

Organizational redesign, communication, Planning, collaborators, Strategies

Tema

Rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna en la empresa
Megametales S.A.

Introducción

La comunicación interna en las organizaciones en el mundo experimenta constante cambios a través de diversas herramientas relacionadas con el ambiente tecnológico, dónde están ligadas al área de talento humano y vinculado a una relación interactiva con los colaboradores. Para fomentar el desarrollo de las actividades en relación con la experiencia y conocimiento de los empleados a través de una comunicación efectiva va a permitir cambios en las organizaciones bienestar y progreso.

Para el autor Castro (2020) el desarrollo organizacional permite una relación efectiva entre los colaboradores debido a que existe una comunicación interna con felicidad y bienestar entre los colaboradores, la organización es reconocida por el liderazgo Al momento de existir una comunicación fuerte que permite que las organizaciones piensen en el talento humano como una estrategia para que exista bienestar y eficiencia en sus múltiples actividades.

Señala el autor Iñaguazo (2019) que la comunicación es el eje fundamental en toda organización para el desarrollo del talento humano, donde expresa valoraciones y emociones al momento de relacionarse con los clientes en una comunidad. en el caso de Megametales S.A. la comunicación suele ser un desafío imprescindible para el buen vivir y el clima organizacional dentro de la institución, donde la comunicación tiene un propósito de lograr el alcance de los objetivos planificados para mejoras continuas, siendo la comunicación una herramienta estratégica que va a permitir que se logre un servicio de calidad, mejorando los estándares organizacionales y el desempeño profesional y colaboradores.

Para Ramos (2019) la comunicación horizontal es parte de la expansión del internet que a través de los medios digitales de comunicación existen variedades de Software que permiten una comunicación interactiva y la conexión a través de redes sociales en un tiempo determinado para que los individuos se interrelaciones.

En la actualidad la comunicación se presenta en masas caracterizada por la distribución masiva de información de interés que va a permitir plantear un mensaje unidireccional de una persona o entidad a muchos de las redes sociales. El objetivo de la investigación es el elaborar un plan de rediseño organizacional para que exista mejoras en la comunicación interna e interactiva en la empresa Megametales S.A. a través de la identificación de su estructura y el análisis de la comunicación interna empleadores y

usuarios en general para lograr el diseño de un plan de mejora en la comunicación y a la vez fortalecer el desempeño laboral de los empleados.

En el capítulo 1 se realiza el planteamiento del problema donde se da mayor interés en la formulación y sistematización del problema que van a permitir justificar la aplicación de los objetivos y a la vez la delimitación o alcance del problema de investigación, se plantea las ideas a defender al igual que la participación de las variables y la línea de investigación institucional.

En el capítulo 2 se describe los antecedentes de la investigación al igual que un marco teórico, contextual, conceptual y legal. Dentro de la base teórica se van a tratar temas relacionados al manejo de las organizaciones y el clima laboral que existe, procesos y dimensiones de la organización, manejo de la estructura organizacional, comunicación empresarial, diseño estratégico, análisis Foda, y un marco conceptual y legal.

En el capítulo 3 se realiza la metodología de la investigación donde se aplica un enfoque cualitativo y cuantitativo además se planifica el uso de los métodos exploratorio, no experimental y descriptivo al igual que su enfoque cualitativo y cuantitativo. Se plantea la población que va a estar dispuesta a dar información relevante sobre la importancia del buen manejo del clima organizacional en la empresa Megametales S.A.

En el capítulo 4 se desarrolla la propuesta de rediseño organizacional para que exista una comunicación interna interactiva y eficiente que permita ampliar la cobertura de servicio y rentabilidad de la empresa Megametales S.A.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Planteamiento del problema

La empresa Megametales S.A., tiene 21 años en el mercado en la venta al por menor de materiales de construcción de productos metálicos y no metálicos para estructuras en establecimientos especializados. En la ilustración 1 se muestra como están distribuidos los departamentos de la empresa.

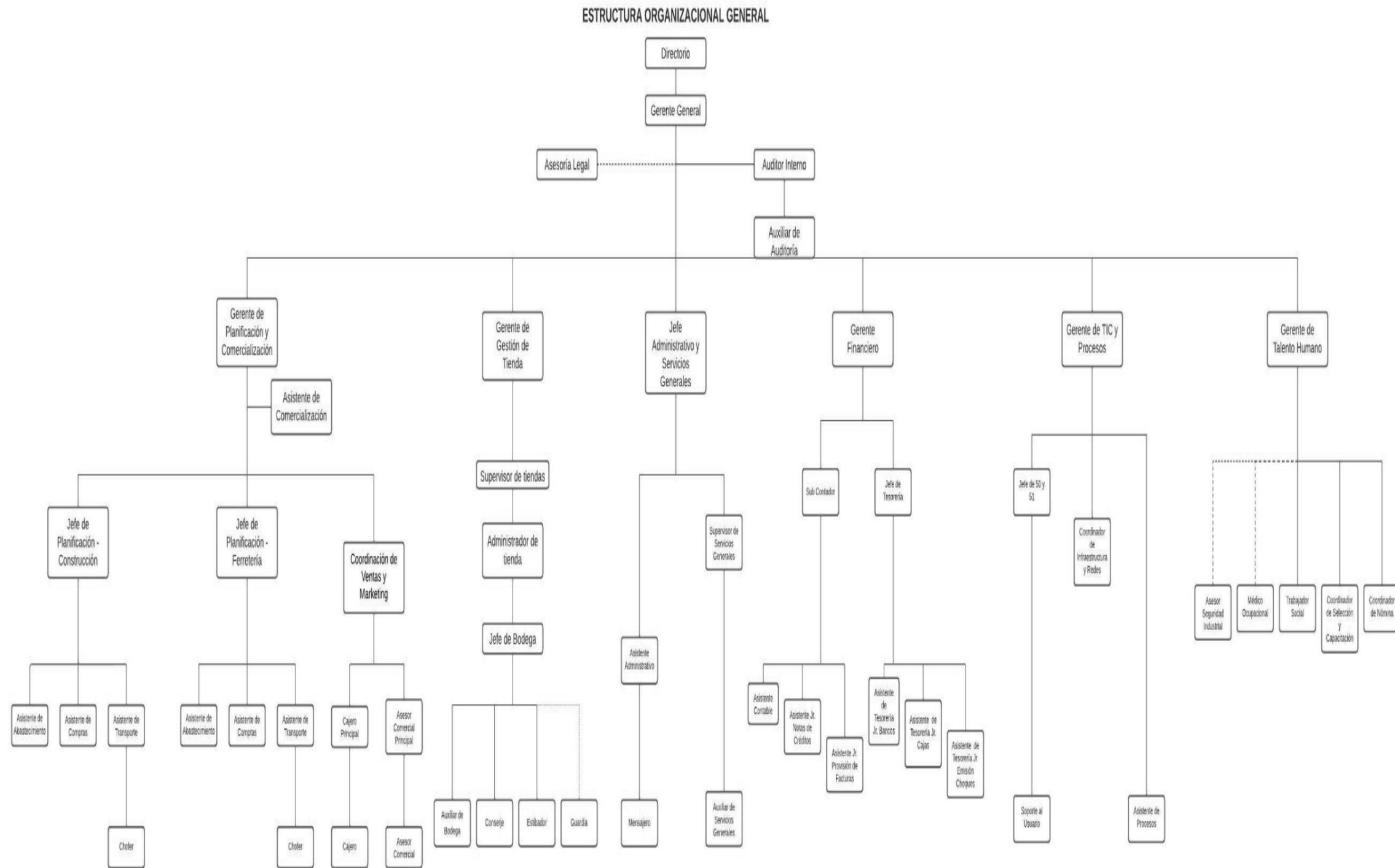
La empresa dispone de un organigrama estructural el cual se divide en distintas áreas, el mismo no ha sido presentado al personal formalmente hace 4 años atrás, es necesario que éste sea compartido anualmente ya que durante este período se presentan cambios de personal el cual desconocen de este sistema por recientemente ser parte de la empresa, el objetivo de que esta información sea de conocimiento general es para que todo personal nuevo sepa a quien dirigirse en algún escenario. Es importante que cada colaborador sepa la estructura jerárquica de la empresa para identificar la posición o función que cada persona desempeña, para que exista una mejor comunicación dentro de la organización siendo este un punto clave para la coordinación.

El ingreso de personal a la empresa aparte de tener capacitaciones constantes y entrenamiento por parte del personal antiguo, se le entrega un manual de funciones el cual obtiene la información explícita para realizar de forma correcta sus funciones. El mismo se entrega según el área donde se ubicará el personal nuevo, pero este tiene que ser expuesto a los demás colaboradores para que se realice los procesos establecidos por la empresa con pulcritud. La empresa no utiliza indicadores de desempeño, realiza un análisis en el desarrollo de la empresa mediante estados financieros, balances, estados de resultado, flujos de efectivo, reporte de ventas diarios y acumulados; con el fin de obtener resultados oficiales de su desempeño.

La falta de comunicación no permite un buen desarrollo de actividades entre los departamentos y esto genera un limitante para los colaboradores lo cual se ve reflejado en el incumplimiento de tareas, provocando una pérdida de tiempo, desorientación, que no se cumplan los objetivos establecidos por la gerencia y por ende que se afecte a la productividad y eficacia de las operaciones de la empresa.

En síntesis, todos los problemas antes mencionados conllevan a identificar un impacto negativo, ya que existe pérdida de información, mala coordinación entre empleados, entre áreas, hay confusión y malestar entre empleados, generando un mal ambiente laboral y este mismo afectando directamente a la productividad, así mismo el nivel de eficiencia que hay entre las funciones se ve mermado.

Figura 1
Organigrama Institucional



Fuente: (Megametales, 2022)

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuál es el plan de rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna de la empresa Megametales S.A.?

1.1.2 Sistematización del problema

1. ¿Cuál es la estructura organizacional de la empresa Megametales S.A.?
2. ¿Cómo es la comunicación interna de los colaboradores de la empresa Megametales S.A.?
3. ¿Cuál es el plan de rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna de la empresa Megametales S.A.?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Elaborar un plan de rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna de la empresa Megametales S.A.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Identificar la estructura organizacional de la empresa Megametales S.A.
2. Analizar la comunicación interna de los colaboradores de la empresa Megametales S.A.
3. Diseñar un plan de mejoras para la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Megametales S.A.

1.3 Justificación de la investigación

Las empresas actualmente se desenvuelven en un ambiente que está en constante cambio en la parte social y económica, por lo tanto, deben siempre estar a la expectativa y estar generando estrategias que les permitan sobrevivir a estos cambios, estas estrategias no solo deben complacer al cliente externo y a su vez estas mismas estrategias deben estar establecidas de tal manera que no colapse al cliente interno, deben estar ligadas y

coordinadas. Las estrategias externas deben estar para mantener la competitividad, pero a su vez implican ciertas estrategias internas que permitan a los trabajadores comprometerse e identificarse (esforzarse) con la empresa, también ayuda a la empresa a ganar competitividad siempre y cuando los trabajadores estén emocionalmente comprometidos con la empresa.

Mediante la investigación que vamos a realizar lo que pretendemos identificar es cuáles son las fallas más grandes de la comunicación interna que existen en la empresa Megametales S.A., con el único afán de elaborar un plan de rediseño organizacional que permita perfeccionar todos los recursos y mejorar la comunicación interna en el equipo humano, de tal modo que se mejore, se afecte positivamente la productividad en la empresa. Los resultados que esperamos obtener mediante el rediseño es lograr que la comunicación interna mejore en un 100% la eficacia en cuanto a las labores de los empleados.

1.4 Delimitación o alcance de la investigación

El alcance de esta investigación es lograr que la comunicación interna forme parte del día a día de la empresa, dicho estudio se realizará a nivel general de la empresa ubicada en la ciudad de Guayaquil.

1.5 Idea por defender

El rediseño organizacional proporcionará una mejora directa en la comunicación interna de la empresa Megametales S.A.

1.6 Línea de investigación institucional

Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

Dominio 1: Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social o solidaria.

Capítulo II

Marco teórico referencial

2.1 Antecedentes de la empresa Megametales S.A.

La empresa Megametales S.A tiene una gama amplia de productos de ferretería, construcción y hogar, por lo que permite brindarle al consumidor diversas opciones junto con una asesoría personalizada al momento de realizar un presupuesto sea este para un reparo en casa, continuidad de un trabajo o una construcción desde cero, ofrece ventajosas opciones como descuentos, promociones constantes, sus precios accesibles al bolsillo del consumidor.

La empresa tiene todas esas ventajas eficientes para el consumidor, gracias al trabajo arduo de cada uno de sus colaboradores, siendo una cadena en la que son participes cada uno de los departamentos, áreas, y sucursales existentes; es por ello que la comunicación para la mejora continua de los procesos diarios para cumplir el objetivo organizacional debe ser exigente y precisa.

El clima laboral es el que está constituido por las percepciones compartidas por los mismos miembros de una organización de las políticas, las prácticas y los procedimientos, tanto formales como informales, propios de ella, y que representa un concepto global indicativo tanto de las metas organizacionales como de los medios apropiados para alcanzarlos. (Alcover de la Hera, 2004)

La comunicación interna es el conjunto de acciones, información y fomento del dialogo que la dirección de una organización pone en marcha con sus empleados para lograr que ellos tengan una mejor visión y con ello una ideal comprensión de qué es la organización, hacia dónde va, qué pretende y qué ganan ellos colaborando con la misma. (Consuelo, 2017)

Antecedentes de la investigación

Tabla 1
Antecedentes de la investigación

Autor(es)	Título	Objetivo	Conclusión	Pertinencia
Luna Cuevas & Alvarez, 2020	Rediseño organizacional en una empresa familiar	Identificar el impacto de herramientas administrativas de control en una microempresa familiar dedicada a la fabricación de las paletas de hielo y helado.	Un sistema en el cual se registres lo vendido dentro de la empras lograr un mejor control de inventarios es por ellos que mejorar ese sistema aparta mejores beneficios a la empresa.	Esta investigación tiene como planteamiento el mejoramiento del sistema de control de lo vendido es por ello que el control y manejos de los recursos de la empresa siempre son de mucha importancia.
Batidas Espinoza & Gaibor, 2018	La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial. Caso: Centro de Educación inicial Martín Lutero de Quito.	Diseñar una estructura organizacional que mejore la calidad del servicio del Centro de Ecuación Inicial Martín Lutero de Quito, con aplicaciones de buenas prácticas administrativas	Al realizar el diseño de la propuesta de la estructura organizacional por procesos para el Centro de Educación Inicial fue necesario identificar los niveles jerárquicos y como son los procesos en cada departamento para clarificar las funciones y actividades del personal.	Los niveles jerárquicos dentro de una organización deben estar correctamente definidos para saber quién es jefe inmediato dentro de cada uno de los departamentos, establecer procesos y garantizar el desempeño para poder mejor la empresa.

Meza, 2021	“Evaluación de los procesos administrativos para el diseño de la estructura organizacional y modelo de planificación estratégica en una empresa de buques atuneros”	Evaluar los procesos administrativos para el diseño de la estructura organizacional y un modelo de planificación estratégica para una empresa de buques atuneros.	Se diseña una estructura organizativa funcional, adecuándola a la empresa y a las necesidades percibidas en la investigación realizada; se propone un modelo de Planificación Estratégica.	El diseño organizacional de una empresa es de suma importancia ya que en ella se conoce cada proceso y cada puesto de trabajo es por ellos que establecer cada parámetro es muy importante para la organización
Pimentel Franco & Pluas Muñoz, 2022	Plan de rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna de la constructora e inmobiliaria Ramírez Andrade Ramand S.A.	Elaborar un plan de rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna de la Constructora e Inmobiliaria Ramírez Andrade Ramand S.A.	Los constructos teóricos analizados acerca de la estructura organizacional de la Constructora e Inmobiliaria Ramírez Andrade Ramand S.A. se evidenció que la empresa dispone cerca de 40 colaboradores distribuidos en diversas áreas como gerencia, contabilidad, residentes de obra, fiscalización, área de diseño y proyectos, área de ventas y bodegueros.	La tesis indica que siempre se necesita hacer mejoras dentro de una organización es por ello que establecer cada proceso establece una cultura organizacional. Lo cambio siempre se hace para un mejor rendimiento de la empresa en el mercado.

<p>Celina, 2019</p>	<p>Rediseño organizacional para la mejora del desempeño laboral del centro educativo las estrellitas de la ciudad de Chiclayo</p>	<p>Elaborar un plan de diseño organizacional para la mejora del desempeño laboral del centro educativo</p>	<p>Se analizó la problemática del centro educativo Las Estrellitas habiendo realizado un diagnóstico interno y externo a través del cual arrojo Fortalezas y Debilidades internas, siendo la mayor debilidad la falta de reconocimiento del colegio, capacitación y desactualización del manual de funciones y procedimientos. Así mismo, la mayor Fortaleza es la disposición de enseñanza nivel inicial y primario, la ubicación y su personal</p>	<p>Cada empleado debe estar capacitado para realizar los procesos puntuales que tenga la organización, es por ello que la gestión de talento humano con la satisfacción de cliente interno (empleados) puede llevar a una producción más efectiva y de calidad.</p>
----------------------------	---	--	--	---

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

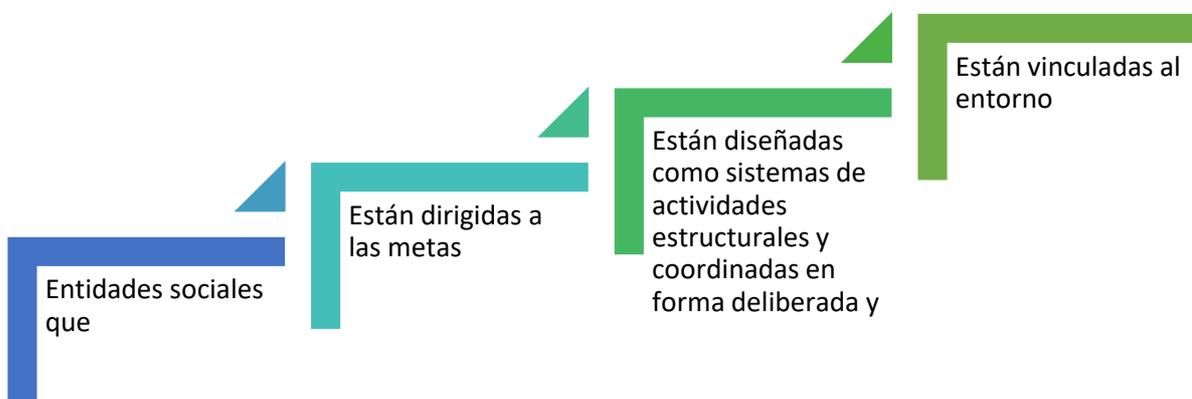
2.2 Bases teóricas

2.2.1 Organizaciones

Las organizaciones son entidades en las cuales se realiza una actividad comercial en el cual satisface las necesidades de los clientes y genera plaza de empleo, es por ello que las organizaciones dentro de este concepto tienen su importancia en el ámbito comercial, la organización tiene características en común:

Figura 2

Características de la Organización



Fuente: (Daft, 2011)

La organización debe establecer las cuestiones tanto externas como internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que pueden afectar a su capacidad para lograr los resultados previstos en su direccionamiento estratégico. (Brume González, 2019)

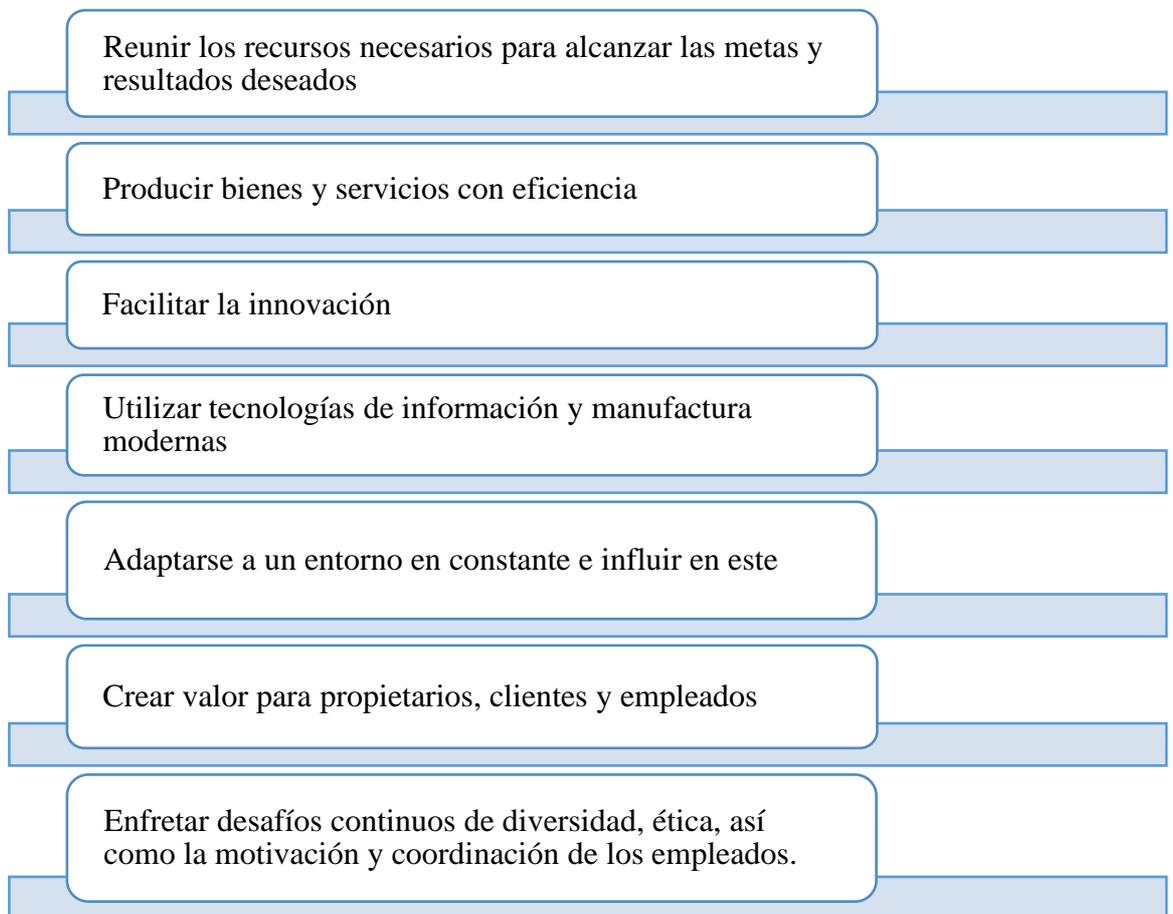
2.2.2 Importancia de las organizaciones

La importancia de las organizaciones se basa en el hecho de cada organización que tienen en común la satisfacción de las necesidades de los clientes es por ello que los consumidores como tal buscan esa satisfacción en cuanto a lo ofrecido por las empresas, es por ello que la participación de cada tipo de empresa dentro del mercado nacional o extranjero aporta a que cada consumidor obtenga lo necesario para su consumo y así se

genere un comercio. También las empresas como tal generan recursos económicos para cada país obteniendo beneficios monetarios que generan recursos para el país, también con las plazas de empleo que les otorgan a los empleados aportan al país y a la comunidad.

Figura 3

Las organizaciones existen para hacer lo siguiente



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

2.2.3 Organización

Según Terry & Franklin, Define la organización como arreglo y coordinación de los procesos necesarios para lograr los objetivos, además una asignación de responsabilidad a las personas dentro de sus cargos, ejecutando sus procesos respectivos. Dentro de una

empresa la organización es de suma importancia ya que realiza o asigna los procesos correspondientes en cada puesto, para poder realizar la producción correspondiente, es por ello que cada departamento debe tener un control y planeación para realizar una correcta organización sobre procesos a realizar.

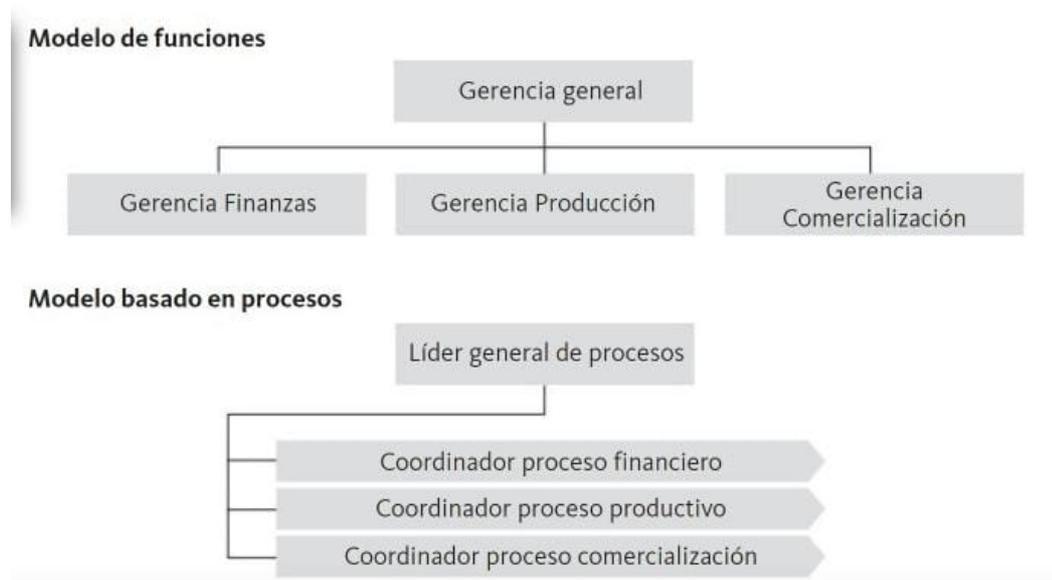
2.2.4 Procesos organizacionales

Este término es uno de los más utilizados en la administración moderna es el de proceso, el cual representa la evolución desde modelos organizaciones de los más comunes, a basarse en áreas funcionales, en el cual cada proceso realizado esta enlazado para el funcionamiento de la empresa (Louffat, 2017).

Cada proceso por realizar es un paso en el cual cada empleado de cada departamento realiza de acuerdo a sus labores establecidas y en la cual involucra a que todas las áreas de la empresa tengan una comunicación efectiva para que los proceso y pasos sean ejecutados con toda normalidad sin ninguna alteración o fallas que podría provocar falencias en el proceso productivo.

Figura 4

Modelos Organizacionales



Fuente: (Louffat, 2017)

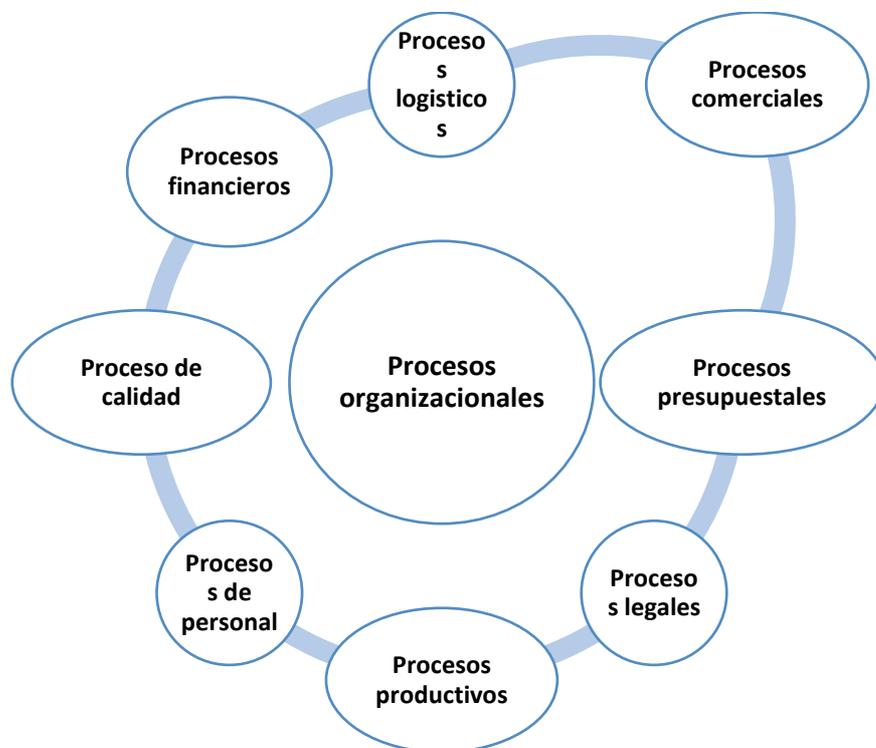
La diferencia de cada modelo es que en el modelo funcional los departamentos este entrelazado con el alto mando de la gerencia es por ello que los proceso no están enlazado y cada uno no tiene el conocimiento respectivo de cada área.

Mientras que el modelo de procesos en el vendedor tiene contacto con todas las áreas respectivas, de los diversos procesos organizacionales (financiero, logístico, personales, operacionales, etc.), en la cual la información es tomado acorde con lo necesitado y en un corto tiempo tomar decisiones.

El modelo de procesos organizaciones en si esta enlazado mediante un sistema de grado de gestión que se basa en proceso financieros, de comercialización, operacionales/productivos, de personal, logísticos e informativos, entre otros, estos procesos que están enlazado permiten a la empresa la toma de decisiones más eficientes y eficaces (Louffat, 2017).

Figura 5

Procesos Organizacionales



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

2.2.5 Dimensiones de diseño organizacional

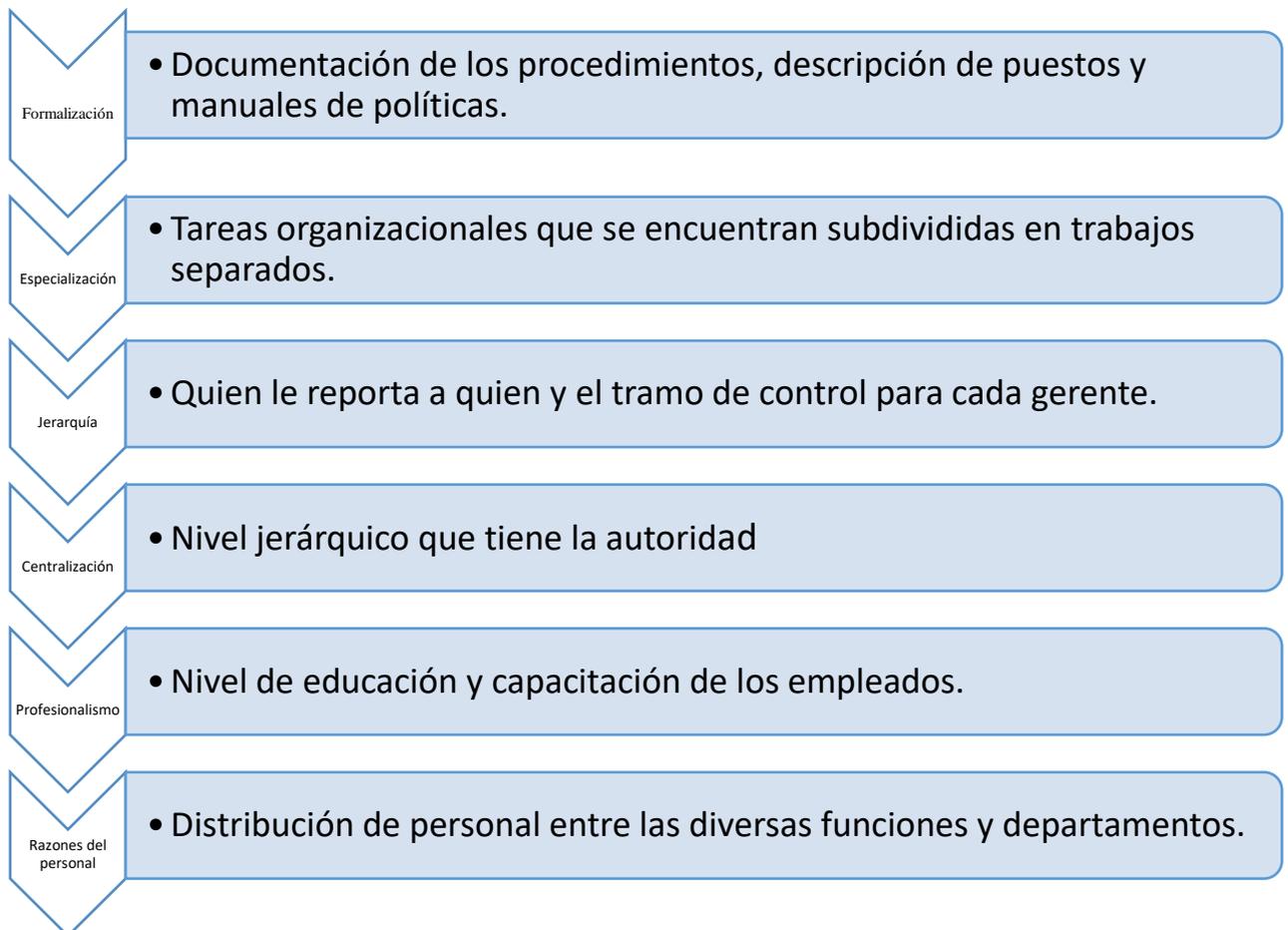
Dentro de las dimensiones del diseño organizacional nos da una guía en el cual organiza a la empresa en todo su entorno, dando metas y estrategias acorde a la necesidad de giro de negocio que tenga la organización, es por ello que la organización necesita tener un proceso acorde a la estructura de la organización, diseñando los procesos de los altos mandos hasta los de los subordinados.

2.2.5.1 Dimensiones Estructurales

Proporcionan etiquetas para describir las características internas de una organización. Crean una base para medir y comparar las organizaciones (Daft, 2011).

Figura 6

Dimensiones estructurales



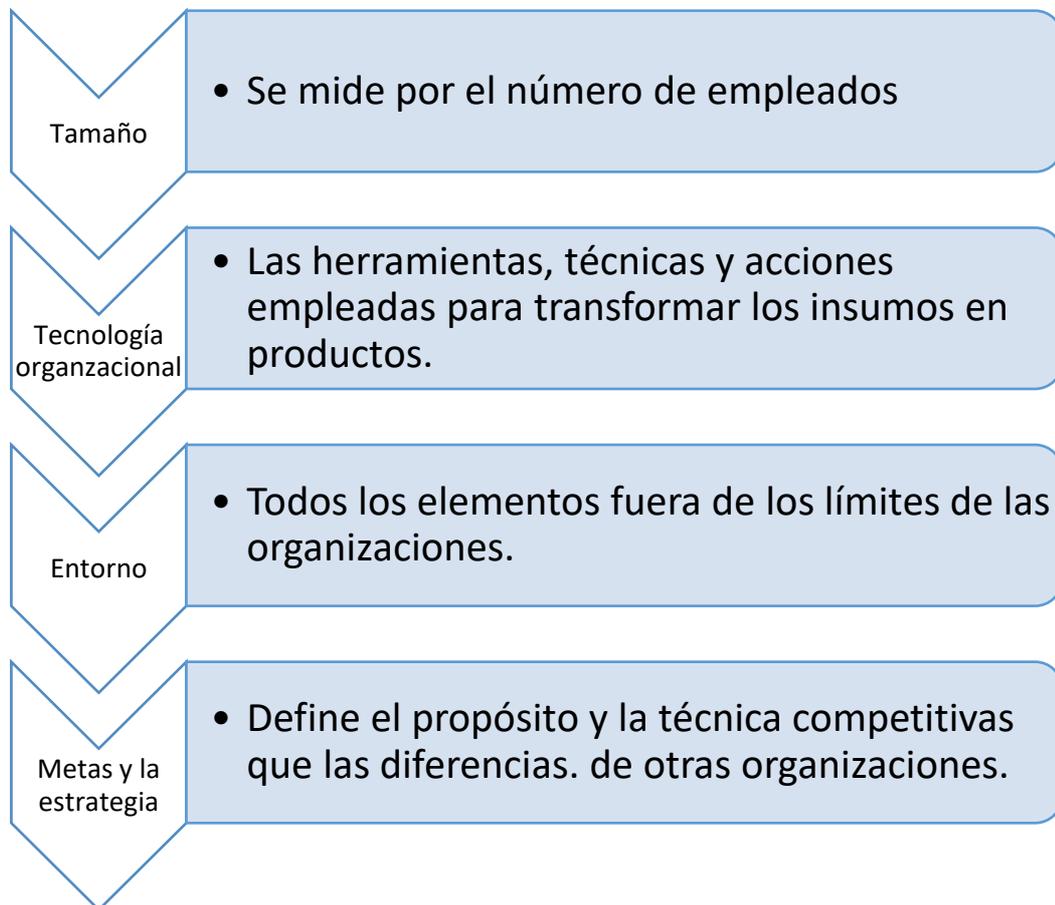
Fuente: (Daft, 2011)

2.2.5.2 Dimensiones contextuales

Caracterizan a toda la organización, incluidos su tamaño, tecnología, entorno y metas. Describen el escenario organizacional que incluye y da forma a las dimensiones estructurales (Daft, 2011).

Figura 7

Dimensión contextual



Fuente: (Daft, 2011)

2.2.6 Estructura organizacional

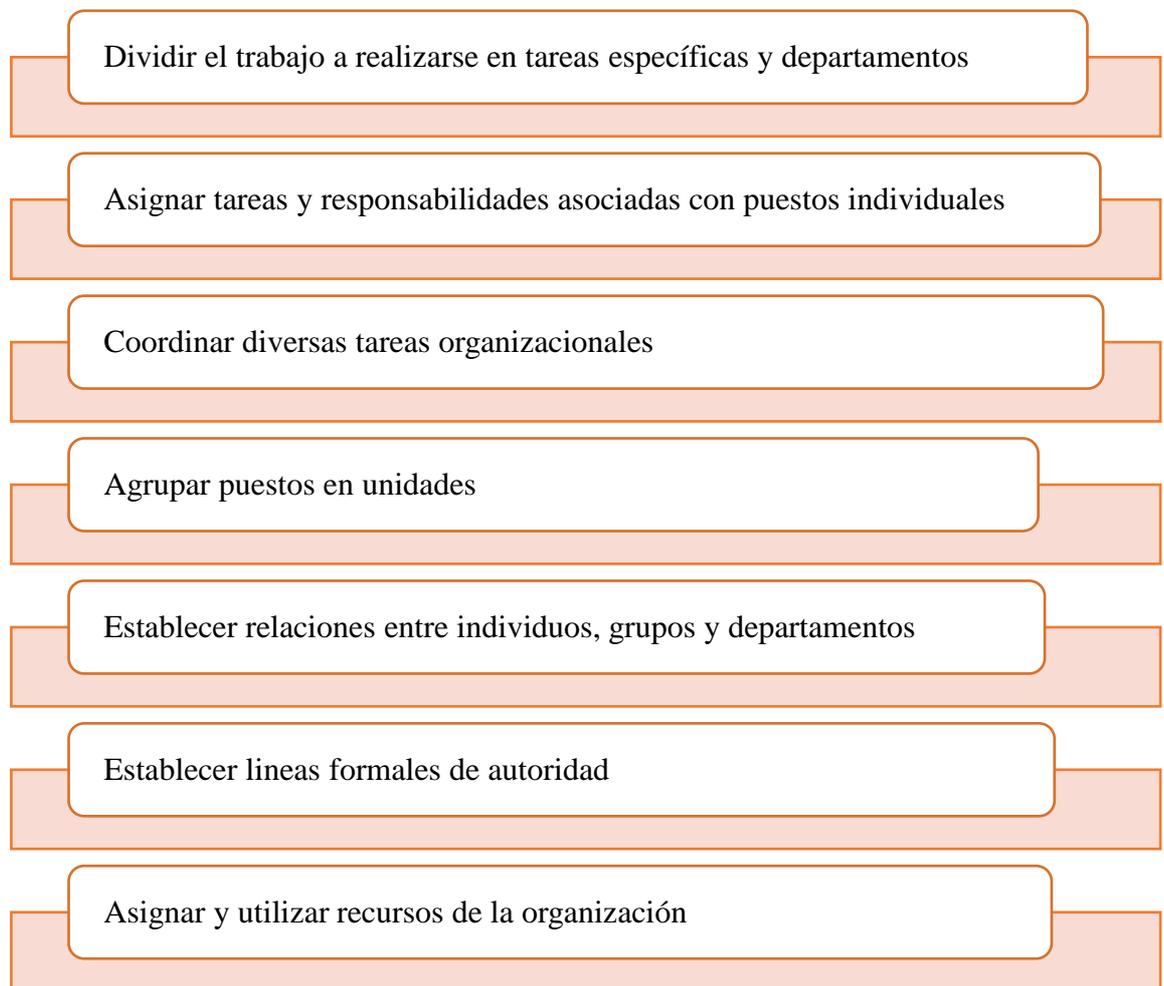
La estructura organizacional se base en un orden y organización en la cual no indica cada nivel de mando dentro de la organización es por ello que la organización tiene niveles

para designar o asignar las tareas y actividades de cada departamento es por ello que la asignación de tareas correspondiente a cada departamento debe ser fundamental para la no equivocación y para una organización interna dentro de la organización. La estructura organizacional es un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización (González, 2019).

La estructura organizacional es la distribución formal de:

Figura 8

Estructura organizacional



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Cuando los administradores toman las decisiones o se involucran en el diseño organizacional es un proceso que se debe tomar mediante seis factores claves:

Especialización del trabajo

En este apartado los altos mandos dan la asignación de tareas y labores en que cada empleado debe realizar en cuestión de que la división de tareas hace que los procesos productivos pueden ser realizados de la mejor manera.

Departmentalización

En este apartado las organizaciones clasifican o asignan departamentos de acuerdo con sus necesidades o giro del negocio, es por ello que clasifican por departamento mediante sus actividades y asigna procesos a realizar en cada departamento.

Cadena de mando

Es la línea de autoridad que se extiende de los niveles más altos de la organización hacia los más bajos (Coulter, 2010).

La cadena de mando debe estar correctamente definida ya que eso evita problemas de comunicación o de liderazgo, o a quien hacer caso en los procesos operativos de la empresa, es por ello que se establece la autoridad dentro de los departamentos y la jerarquía que cada persona tiene, eso hace que la organización tenga un proceso correcto y una comunicación eficiente.

Tramo de control

Eso se trata de las personas que tiene a cargo cada superior ya que cada líder o gerente tiene capacidades diferentes y es por ello, que así mismo los subordinados tienen aptitudes y cualidades diferentes, ya que el control de cada proceso y el ambiente laboral forma una parte importante dentro de la empresa, entonces la responsabilidad de los gerentes también se basa en cuantas personas pueda tener a su cargo y como es su ambiente laboral para la empresa.

Centralización y descentralización

La centralización es el grado en que la toma de decisiones se da en los niveles superiores de la organización. En cambio, con la descentralización las decisiones son tomadas de los niveles inferiores.

Formalización

Este apartado se refiere a cada aspecto que la empresa les ponga a sus empleados en cuestión de reglas y procedimientos que deben llevar a cada subordinado dentro de la empresa, la guía de comportamiento que debe tener cada uno.

Comunicación interna

Es aquella que busca el logro de los objetivos organizacionales a través de mensajes que fluyan de manera eficiente en el interior, de relaciones satisfactorias entre sus miembros, un ambiente de trabajo agradable, entre otras cosas. (Ramos Reyes, Paredes Sandoval, Terán Andrade, & Lema Lliguicota, 2017)

2.2.7 Planificación de mejora

La mejora continua de procesos optimiza los procesos existentes mediante mejoras incrementales y la eliminación de operaciones que no aportan valor añadido. La mejora de procesos implica un constante esfuerzo de los individuos y equipos en la búsqueda de soluciones y acciones de mejora. La mayor parte de las veces, la mejora no consistirá en un cambio del proceso gracias a la administración de unos nuevos equipos, sino que será el resultado del talento creativo de los empleados. La organización no debe dejar que dicho talento aparezca de forma espontánea, sino que debe estimular su aparición de modo que tenga el máximo potencial de los empleados (Martínez, 2002).

2.2.8 Comunicación empresarial

La comunicación empresarial se basa en dar a conocer las ideas o decisiones tomadas y transmitir las a los subordinados dentro de la empresa, es por ello que una comunicación eficaz hace que la empresa pueda efectuarse o solucionar los problemas de una manera más eficaz y acertada dentro de la organización.

La comunicación en sí hace que las metas y objetivos planteados previamente sean ejecutados en los departamentos correspondientes para que sus procesos de mejora continúen en evolución y cada vez minimicen los riesgos de algún problema interno en el proceso productivo o giro de negocio. La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja (David, Mauricio, Elizabeth, & Fernando, 2017).

2.2.8.1 Comunicación formal versus comunicación informal

La comunicación formal aparece dentro de la organización cuando los altos mandos comunican un mensaje hacia sus subordinados, en las cuales tiene que comunicarse de manera formal para que no se pierda el respeto al nivel jerárquico que tienen. y la comunicación informal es cuando los empleados se comunican con personas de su mismo rango de nivel jerárquico, es por ello que tiene una relación y una comunicación como de amistad entre las personas de un mismo departamento (Coulter, 2010).

2.2.8.2 Comunicación es el proceso social fundamental

Esta afirmación es muy cierta y por supuesto aplica plenamente al ámbito de las organizaciones, desde esta perspectiva la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre esta y sus diferentes públicos externos (Horacio, 2020).

La comunicación organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de comunicación dentro de las organizaciones y entre estas y su medio. Los conocimientos obtenidos 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, entre la organización y los diferentes públicos que tienen su entorno (por ejemplo: inversionistas, proveedores, clientes, competidores, distribuidores y público en general).

La mejora continua en la comunicación interna es un proceso estratégico para los alineamientos que la misma necesita o tiene como objetivo cumplir, teniendo resultados óptimos y beneficiosos. La comunicación efectiva interdepartamental se le puede denominar una cadena de procesos dirigidos a un mismo fin la satisfacción del consumidor y la rentabilidad de la organización.

2.2.9 Diseño organizacional

Es la capacidad de una empresa para crear una estructura, cultura y sistemas de control que motiven y coordinen a los empleados para que logren un alto nivel de desempeño (Hill & Jones, 2011).

El diseño de la organización guía a cada empleado por su correspondiente responsabilidad asignada por los altos mandos es por ello que cada departamento tiene destinado procesos específicos que se deben realizar dentro de la jornada laboral.

2.2.9.1 Implementación de las estrategias mediante el diseño organizacional

Dentro de la implementación o ejecución de estrategias, se va gestionando el uso de un diseño organizacional, ya que se identifican las áreas necesarias dentro de una organización para usar y combinar la estructura organizacional (Baya López & Huilca Chiriguaya, 2022).

La implementación de estrategias por medio del diseño organizacional puede lograr un gran cambio en cada proceso que da la empresa, ya que las estrategias aportan un medio de mejora en el departamento u organización que se las desee implementar, junto con el diseño organizacional da como un balance en el cual cada parte de la empresa va tras un

mismo objetivo, promoviendo una gestión y organización acorde a las necesidades de la organización.

2.2.10 Diseño de estrategias

El diseño de estrategia se aplica dentro de una organización en todo momento ya que la organización debe actuar en cada situación que se le presente, ya que siempre surgen nuevos problemas o barreras que impiden el desarrollo productivo de la empresa. Es por ello que los objetivos indican lo que se quiere y se debe hacer y las estrategias señalan como se debe hacer, por lo que la implantación de estrategias. Por lo general varían en su ejecución, ya que existen estrategias que son ejecutadas dentro de un departamento y existen otras que son más globales y abarcan a toda la empresa (Chiavenato, 2017).

2.2.11 Herramientas de análisis situacional

2.2.11.1 FODA

El análisis FODA nos da una idea de cómo se encuentra la empresa en temas externo e interno. Abarcado o indicado las ventajas y desventajas que tiene en casa apartado. Nos da una guía de cuáles son las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que tenga la organización, y en la cual se establecen estrategias para sacar provecho a las fortalezas y oportunidades y a la par reducir las debilidades y amenazas que tenga la organización.

La parte final del análisis FODA genera una situación de diagnóstico de la situación organizacional de la empresa para mejoras y elaborar estrategias en función del desarrollo plena de la organización, las estrategias que se generan con un análisis muy minucioso son lo que harán que la empresa mejore sus fortalezas, ocupe sus oportunidades, disminuya sus debilidades y combata sus amenazas (Thompson, Gamble, Peteraf, & III, 2016).

Tabla 2
Matriz Cruzada

	Fortalezas	Debilidades
	Identificar las fortalezas de la empresa (Análisis interno)	Identificar las debilidades de la empresa. (Análisis externo)
Oportunidades	Estrategias – FO	Estrategia – DO
Identificar las oportunidades de la empresa (Análisis externo)	Usar las fuerzas para aprovechar las oportunidades	Superar las debilidades aprovechando las oportunidades
Amenazas	Estrategia – FA	Estrategia – DA
Identificar las amenazas de la empresa. (Análisis externo)	Usar la fuerza para evitar las amenazas	Reducir las debilidades y evitar las amenazas.

Fuente: (Baya López & Huilca Chiriguaya, 2022)

2.3 Marco conceptual

- **Planificación**

La planificación dentro de una organización se trata de tener bajo el control y dirección los recursos de la empresa, es por ellos que la planificación forma parte importante de cada organización porque da idea o planea lo que se realiza después para evitar incertidumbres o una mala gestión de la empresa.

- **Organización**

La organización promueve mejoras a corto y largo plazo mejorando la imagen de la empresa, y gestionando una buena planificación de las labores de cada empleado. Es por ello que una buena organización permite tener un espacio laboral acorde con respectivas labores para cada departamento y trabajando en equipo.

- **Gestión de talento humano**

Dentro de las empresas el talento humano es importante por capacidades específicas que tiene cada persona para los departamentos correspondientes, es por ello que el talento humano debe ser incentivado a dar lo mejor para obtener satisfacción de sus labores. Acorde al giro de negocio para que desarrolle potencien sus capacidades.

- **Estrategias**

Las estrategias de una empresa permiten diseñar un plan específico en el cual se defienden de los futuros problemas. También son acciones que se deben ejecutar para mejorar la organización de la empresa, es por ello que las estrategias son alternativas de mejoramiento.

- **Diseño organizacional**

El diseño organizacional nos indica la jerarquía de cada persona, es por ello que establecer un diseño organizacional poder conocer el nivel jerárquico que cada persona se encuentra para así poder tomar decisiones correctas y poder darnos cuenta quien es el jefe inmediato en cada área o departamento.

- **Cadena de mando**

Una vez ya establecido el nivel jerárquico que cada empleado tiene, se puede identificar la cadena de mando en el que se puede organizar dentro de una empresa, para guiarnos quien dirige cada departamento y esta cadena de mando consiste en cómo se organiza la empresa.

- **Objetivo**

Los objetivos plateados son los cuales se direcciones hace un fin ya sea a corto o mediano plazo en el cual se quiere llegar a alcanzar, estos objetivos deben ser medibles para que sea posible evaluar el desempeño, y así poder tomar las medidas necesarias para establecer estrategias de mejora.

- **Motivación**

Proceso mediante la cual las personas ejecutan una actividad específica con todas las capacidades que tenga, es por ello que un empleado motivado es un empleado trabajador y con un óptimo desarrollo en sus actividades laborales, la motivación impulsa a los empleados a realizar de la mejor manera sus labores.

- **Decisión**

Las decisiones son las opciones que tiene una organización para el desarrollo de los procesos siempre apunta a resolver problemas dentro de la organización.

Capítulo III

Metodología de la investigación

3.1 Metodología

La presente investigación empleó una metodología, en la que se describe la importancia de que una organización tenga una buena planificación en cada una de sus departamentos operativos. Dentro ellos la comunicación interna en cuanto a las sucursales para una correcta gestión ya que la empresa debería contar con personal eficiente, y que trabaje en mejora a la organización

A igual que para crear sucursales se necesita una investigación de mercado para la captación del cliente, es por ello que también la correcta gestión en cuanto a los puestos de trabajo para tener un operador eficiente y que este trabaje para la empresa con todo el valor y el aporte que puede generar un empleo satisfecho de su puesto de trabajo. El uso de la metodología contribuyo en el reconocimiento de factores claves para mejorar la organización, en la cual los criterios otorgaron una solución al problema encontrado y así mejorar el desarrollo organizacional.

3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación que fue utilizado es el descriptivo, aspecto que busca informar cada uno de los datos que describen una situación presentada para darle un análisis profundo y la posibilidad de un estudio que aporte a dar solución con una previa historia. Además, la investigación de tipo descriptivo se aplicó para un análisis muy minucioso dentro de la empresa para ver y captar los puntos clave la investigación aplicada una indagación a profundidad para describir la variable para identificar las falencias y por ello presentar una solución acorde a la situación planteada.

3.3 Enfoque de la investigación

El enfoque de esta investigación es mixto, en la cual utiliza datos cuantitativos y cualitativos, es por ello por lo que el análisis es muy profundo ya que se verifican las cualidades y características que tiene la empresa que le permiten permanecer dentro del mercado. Cabe recalcar que en el enfoque cualitativo se describen los hechos de la empresa y se identifica las falencias que tiene mediante la observación, y la función que tiene cada departamento para realizar sus procesos.

Y el enfoque cuantitativo califica o verifica los hechos financieros de la empresa sus recursos que puede generar con una u otra estrategias que puede implementar para generar mayor beneficio para la empresa. Por otro lado, contrastando lo arriba indicado se utilizó una encuesta que permitió cuantificar los hechos que ocurrieron en la empresa y brinda una idea de los aspectos más débiles de la organización que al final se y traducen en estrategias administrativa de mejora continua.

3.4 Técnica e instrumento

Se aplicaron las siguientes técnicas de la investigación:

3.4.1 Encuesta

Esta técnica es la más utilizada para la recolección de datos específicos cuantificables, esta encuesta fue aplicada a los empleados de la organización, quienes contestaron preguntas relacionadas a la organización y planificación de la empresa, y así reconocer o corroborar los hechos previamente identificados para generar una solución acorde a lo necesitado por la empresa.

3.4.2 Revisión documental

La revisión documental mediante el enfoque cualitativo es un proceso de verificación de documentación mediante la historia y hechos iguales o similares que ocurrieron en otras empresas, es por ello que la recolección de datos debe ser acorde al problema planteado y

datos que sean acorde al tema. La revisión documental es de mucha importancia ya que nos da una idea de hechos similares para poder sacar conclusiones y aportes a la investigación presentada.

3.5 Población

La empresa Megametales S.A. hasta la fecha cuenta con 322 colaboradores quienes forman parte fundamental para que la empresa se siga manteniendo y dirigiendo en su auge de producción.

3.5.1 Muestra

Se realizó el cálculo muestral, donde se usó el 2% como error máximo admisible, y un 5% de probabilidad, el cual usando la fórmula de población finita nos arrojó un resultado que deben ser 28 trabajadores los encuestados.

3.6 Resultados de las encuestas

Tomadas a 28 trabajadores de la empresa Megametales S.A.

Pregunta1. - ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?

Tabla 3
Tiempo de trabajo en la empresa

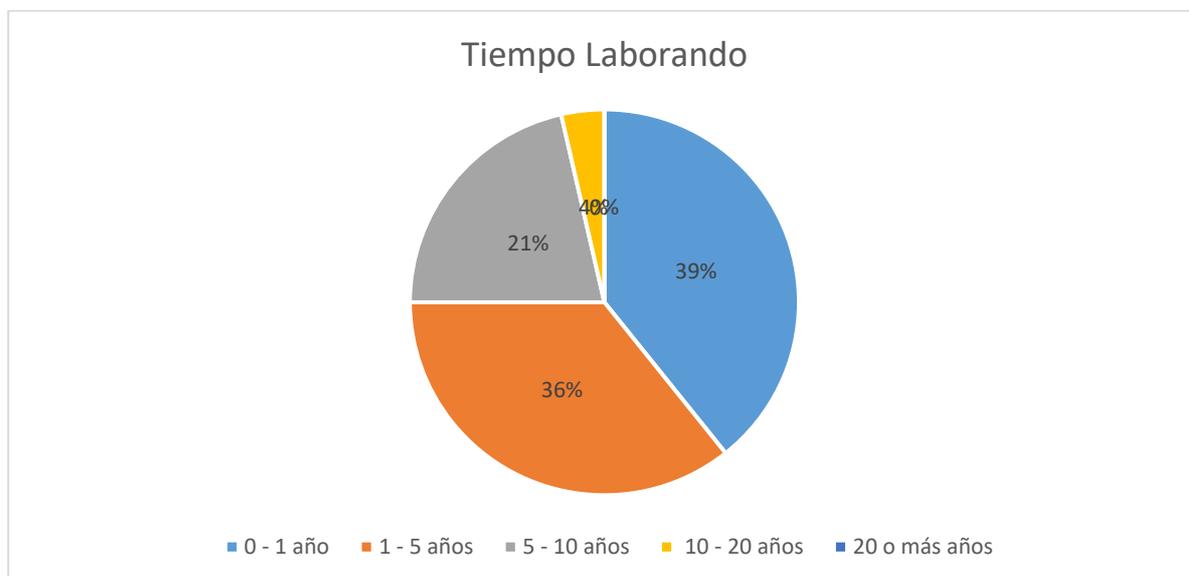
Años	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
0 - 1 año	11	39%
1 - 5 años	10	36%
5 - 10 años	6	21%
10 - 20 años	1	4%
20 o más años	0	0%
Total	28	100%

Nota: Se establece el tiempo real proyectados de los miembros de la empresa Megametales S.A. que conocen los requerimientos de la entidad

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 9

Tiempo de trabajo en la empresa



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El porcentaje más alto que tienen laborando en la empresa es del 39% representando al tiempo entre 0-1 año, mientras que le sigue el 36% con el tiempo de 1-5 años notándose una diferencia al siguiente porcentaje del 21% distribuido entre 5-10 años, teniendo como último porcentaje el 4% con colaboradores laborando en la empresa entre 10-20 años, refleja

que en la actualidad una gran parte de los colaboradores de la empresa han ingresado recientemente.

Pregunta 2. - Seleccione el área en el cual se desempeña como trabajador de la empresa

Tabla 4
Áreas de desempeño

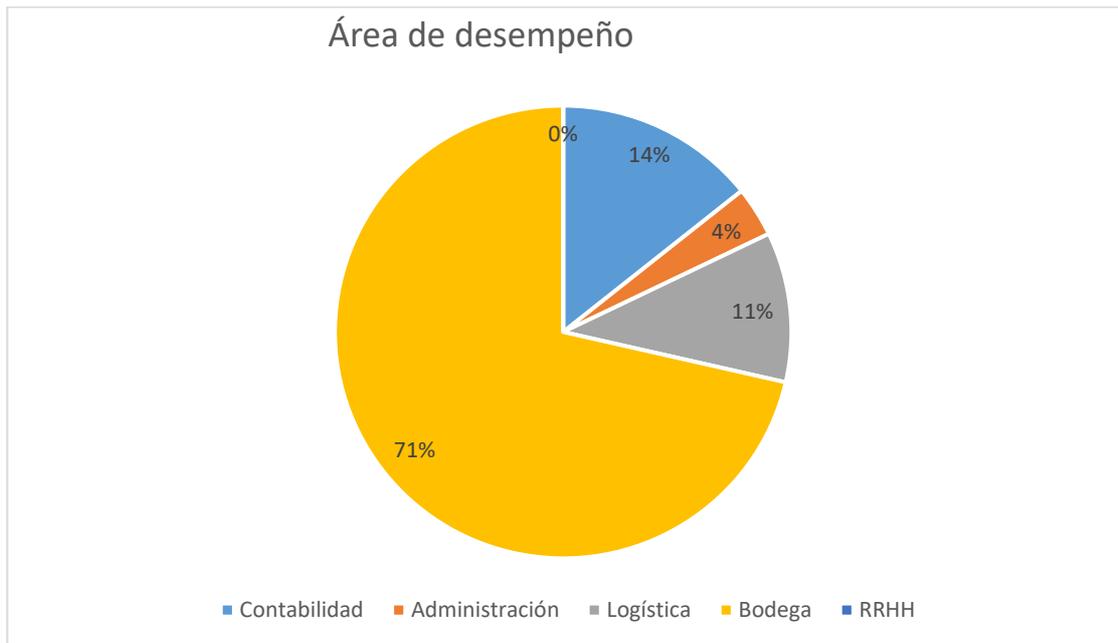
Áreas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Contabilidad	4	14%
Administración	1	4%
Logística	3	11%
Bodega	20	71%
RRHH	0	0%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Se señala el área en que se desenvuelve el talento humano en la empresa Megametales S.A. y que cuenta con experiencia y conocimiento

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 10

Áreas de desempeño



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

En el área de las bodegas se encuentra el mayor porcentaje de colaboradores de la empresa representado con el 71% ya que este es la parte comercial y directa con la atención al cliente, el área de contabilidad siendo el 14% se ve la disminución considerable de personal en comparación con el 1er porcentaje, como siguiente área está logística 11%, y como último porcentaje refleja el 4% correspondiente al área de administración.

Pregunta 3. - Haciendo uso de la siguiente escala, califique la calidad de la Comunicación Interna por parte de la dirección general.

Tabla 5
Calidad de la Comunicación - Dirección General

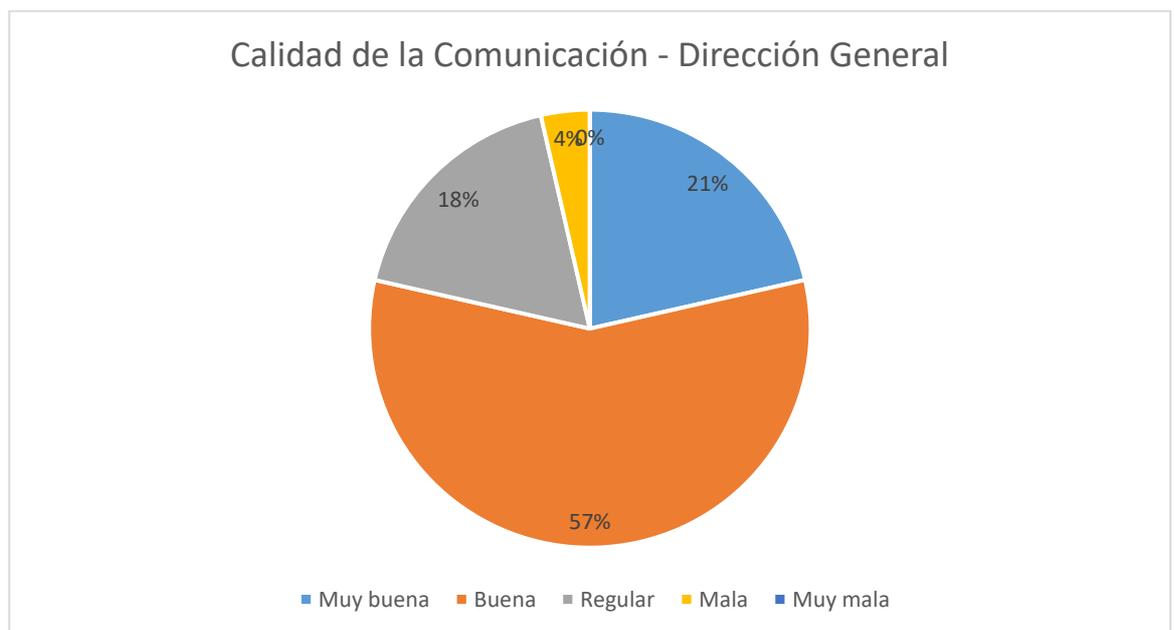
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy buena	6	21%
Buena	16	57%
Regular	5	18%
Mala	1	4%
Muy mala	0	0%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Evaluación de la comunicación existente en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 11

Calidad de la Comunicación – Dirección General



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El porcentaje mayor con el 57% representa a la BUENA comunicación interna por parte de la dirección general, como siguiente el 21% es considerado como MUY BUENA, no teniendo tanta diferencia con el 18% como REGULAR, mientras que existe un pequeño porcentaje del 4% considerado como MALA.

Pregunta 4. - Haciendo uso de la siguiente escala, califique la calidad de la Comunicación Interna por parte del equipo directivo.

Tabla 6
Calidad de la Comunicación - Equipo Directivo

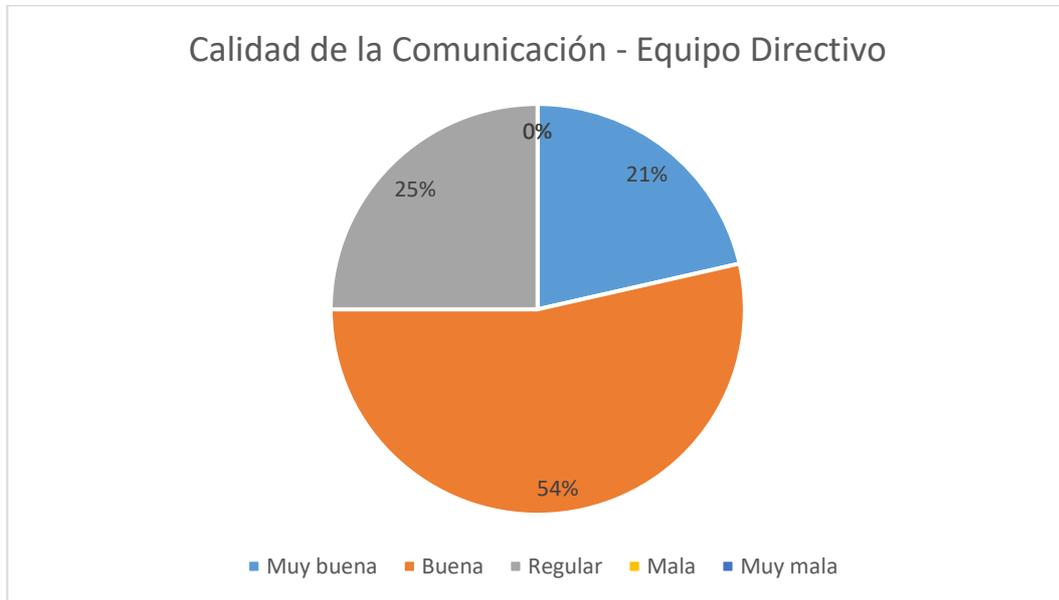
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy buena	6	21%
Buena	15	54%
Regular	7	25%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Se evalúa la calidad de la comunicación en los equipos que conforman en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 12

Calidad de la Comunicación – Equipo Directivo



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Se presenta 3 niveles en el que se considera que la comunicación interna por parte del equipo directivo es BUENA ya que cuenta con un porcentaje alto con el 54%, mientras que le siguen 25% como REGULAR y el 21% como MUY BUENA.

Pregunta 5.- Bajo su criterio, ¿Cómo considera usted que es el tipo de comunicación que se lleva dentro de la empresa?

Tabla 7

El tipo de comunicación

Tipo	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Operativo	13	46%
Táctico	1	4%
Estratégico	4	14%
Informal	0	0%
Formal	10	36%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Se establece el tipo de comunicación que se llevan en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 13

El tipo de comunicación



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El tipo de comunicación más considerado por los colaboradores es el operativo con el 46%, seguido de este se considera con el 36 % como tipo de comunicación formal, habiendo una gran diferencia porcentual con el tipo estratégico representado con el 14%, y mientras que el tipo táctico es reflejado con el 4%.

Pregunta 6. - ¿Cuentan con política de comunicación interna en la empresa?

Tabla 8

Política de Comunicación

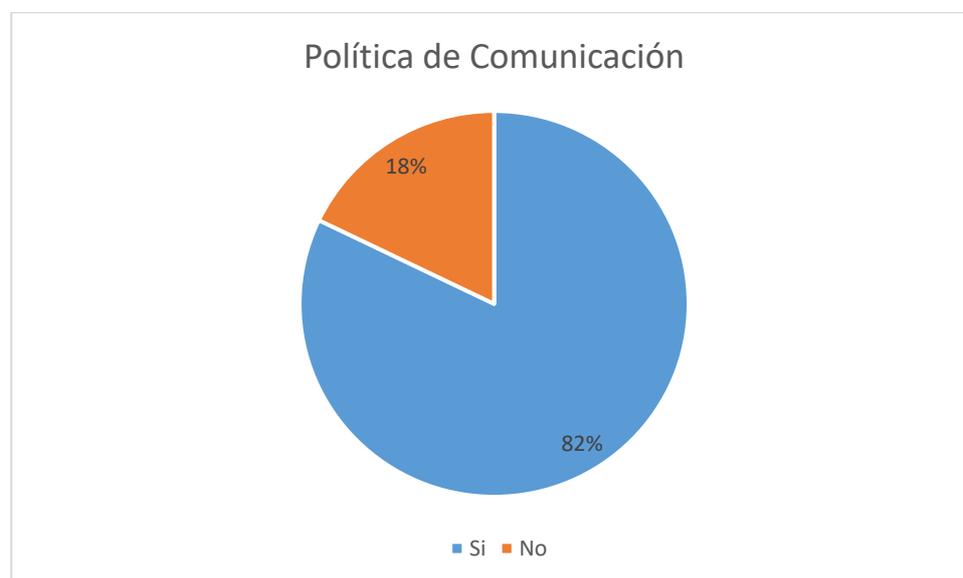
Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	23	82%
No	5	18%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Se considera las políticas de comunicación en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 14

Política de Comunicación



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Se evidencia que el 82% de los colaboradores Si tienen conocimiento sobre la existencia de las políticas de comunicación interna en la empresa, mientras que el 18% No tiene el conocimiento de estas. En estos casos las personas con más tiempo en la empresa son quienes tienen mayor conocimiento sobre este tipo de temas.

Pregunta 7. - Si su respuesta anterior fue sí, califique el nivel de vigencia de la política de comunicación (Si su respuesta anterior fue no omita esta pregunta)

Tabla 9

Vigencia de la Política de la Comunicación

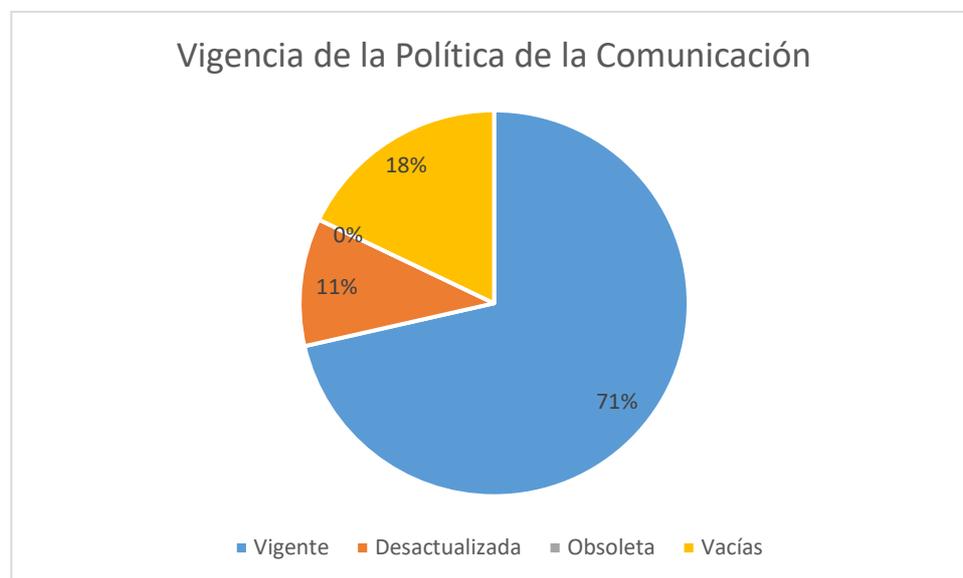
Nivel	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Vigente	20	71%
Desactualizada	3	11%
Obsoleta	0	0%
Vacías	5	18%
Total	28	100%

Nota: Referente a la vigencia de las políticas de comunicación en Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 15

Vigencia de la Política de la Comunicación



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Se observa que el 71% representa al conocimiento que tienen los colaboradores sobre la vigencia existente de la política de comunicación interna dentro de la empresa, mientras que un 18% encuentra un vacío de estas políticas, y un 11% indica que se encuentran desactualizadas.

Pregunta 8. - ¿Cuentan con manual de identidad corporativa?

Tabla 10

Manual de identidad corporativa

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	20	71%
No	8	29%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Se considera un manual para la identidad corporativa en Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 16

Manual de identidad corporativa



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El 71% de los colaboradores indican que la empresa Si cuenta con un manual de identidad corporativa, mientras que el 29% indica que No; es decir que ese porcentaje que no tiene conocimiento de este manual es probable que no haya sido presentado formalmente por las personas encargadas o existe un olvido ya que no es actualizado constantemente.

Pregunta 9. - Si su respuesta anterior fue sí, califique el nivel de utilidad del manual de identidad corporativa (Si su respuesta anterior fue no omita esta pregunta)

Tabla 11

Utilidad del manual de identidad

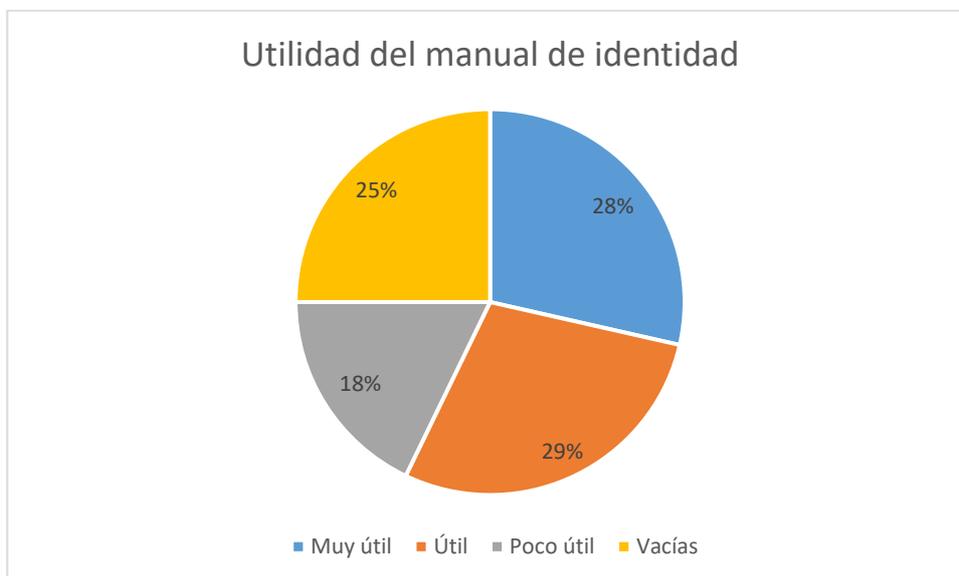
Nivel	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy útil	8	28%
Útil	8	29%
Poco útil	5	18%
Vacías	7	25%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Indica la realidad y utilidad de un manual que permite una identidad corporativa en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 17

Utilidad del manual de identidad



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Existe un nivel de utilidad un poco disfuncional debido a que en cada nivel existen valores similares, siendo el mayor del 29% representando que es útil, le sigue con no mucha diferencia el 28% calificado como muy útil, mientras que en vacías se refleja un 25% y en poco útil un 18%.

Pregunta 10. - Haciendo uso de la siguiente escala, califique la cultura corporativa de la empresa.

Tabla 12

Cultura Corporativa

Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy buena	7	25%
Buena	12	43%
Regular	7	25%
Mala	2	7%
Muy mala	0	0%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Indica la cultura corporativa en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 18

Cultura Corporativa



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El porcentaje más alto corresponde a que la cultura corporativa de la empresa es buena representado con el 43%, existe una igualdad de porcentajes calificando con el 25% que es muy buena, y un 25% que es regular y como menor el 7% siendo esta mala.

Pregunta 11. - Haciendo uso de la siguiente escala califique, ¿Qué tan favorable es el clima laboral para la comunicación interna?

Tabla 13

Clima Laboral en la comunicación interna

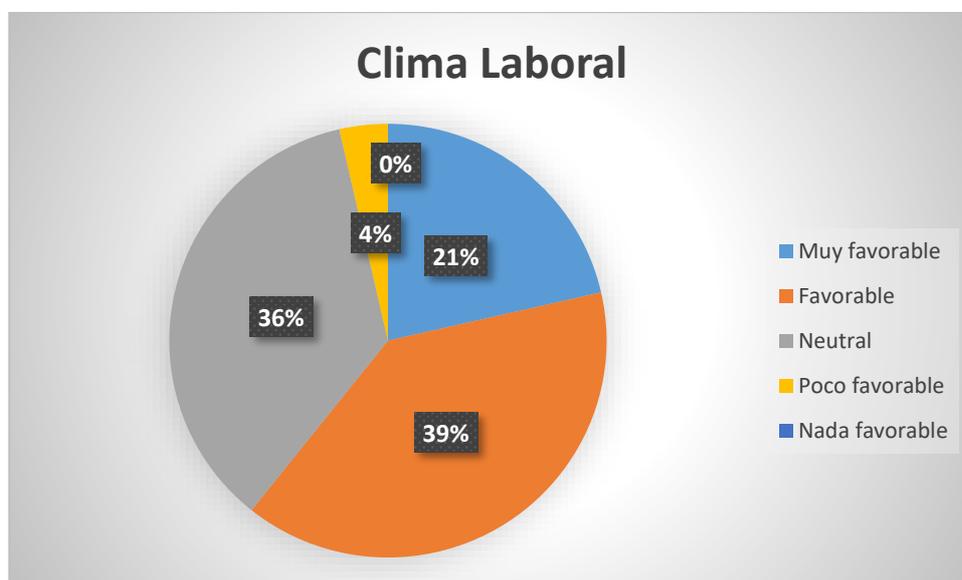
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy favorable	6	21%
Favorable	11	39%
Neutral	10	36%
Poco favorable	1	4%
Nada favorable	0	0%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Indica el clima laboral que se presenta en la comunicación de Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 19

Clima Laboral en la comunicación interna



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El clima laboral dentro de la empresa se expresa con un 39% favorable, como siguiente porcentaje indica un 36% siendo este neutral, un 21% muy favorable; mientras que con un porcentaje pequeño de 4% representa poco favorable.

Pregunta 12. - Según su criterio, ¿Considera que las reuniones son buenas para la buena comunicación interna?

Tabla 14

Reuniones para la buena comunicación interna

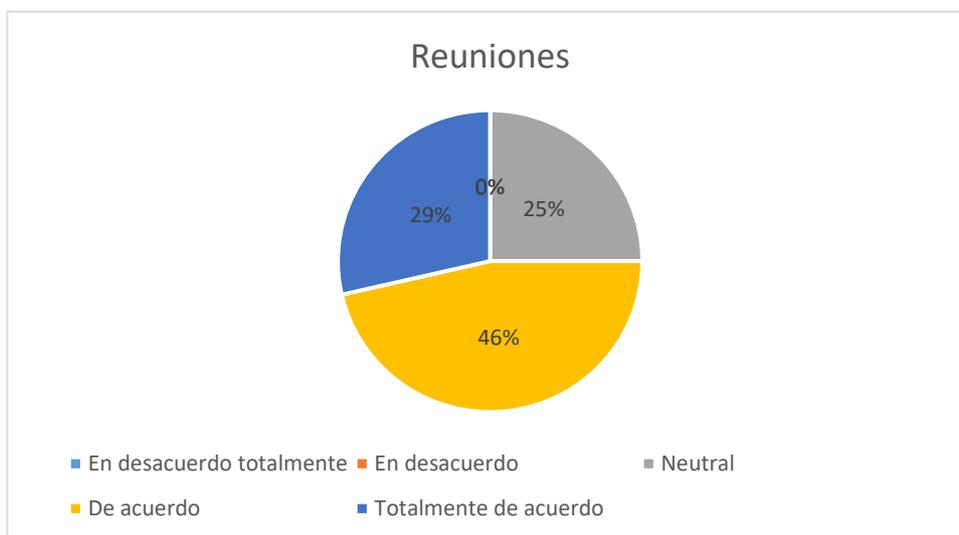
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
En desacuerdo totalmente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	7	25%
De acuerdo	13	46%
Totalmente de acuerdo	8	29%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Referente a las reuniones y buena comunicación del personal que labora en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 20

Reuniones para la buena comunicación interna



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Se expresa con mayor porcentaje con 46% que los colaboradores están de acuerdo que las reuniones son buenas para una buena comunicación interna, el 29% considera que están totalmente de acuerdo que este método es el correcto, mientras que un 25% se mantiene neutral.

Pregunta 13. - ¿La persona encargada de dirigir la reunión cuenta con destrezas al momento de comunicarse?

Tabla 15

Posee destrezas la persona encargada de dirigir las reuniones

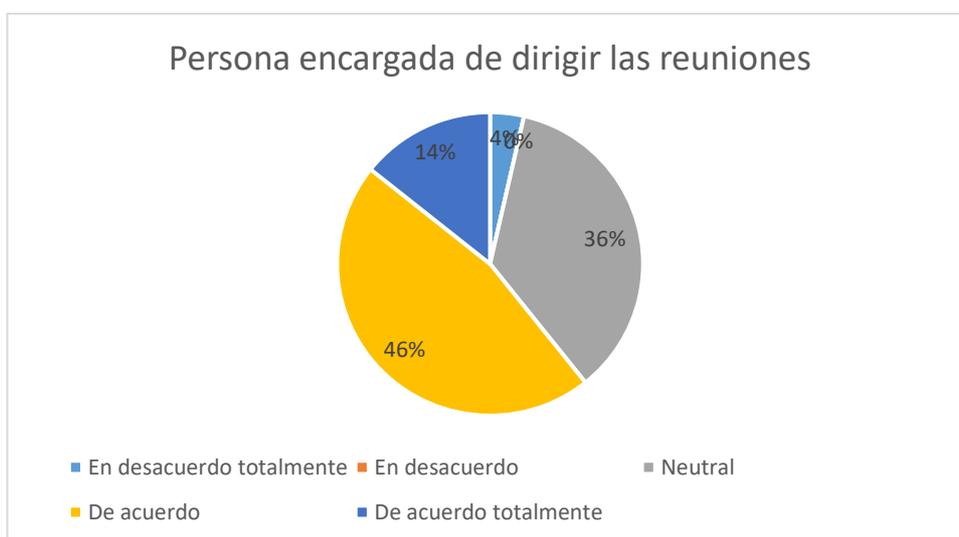
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
En desacuerdo totalmente	1	4%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	10	36%
De acuerdo	13	46%
De acuerdo totalmente	4	14%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Indica si existe destrezas en las personas que dirigen las reuniones en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 21

Posee destrezas la persona encargada de dirigir las reuniones



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Un 46% refleja estar de acuerdo que los dirigentes de las reuniones cuentan con las destrezas para comunicarse, como siguiente el 36% indica estar neutral, un 14% representa estar de acuerdo totalmente, mientras que el mínimo porcentaje reflejado en un 4% está en desacuerdo totalmente.

Pregunta 14. - ¿Con qué frecuencia se realizan reuniones con todo el equipo?

Tabla 16

Frecuencia de las reuniones con el equipo de trabajo

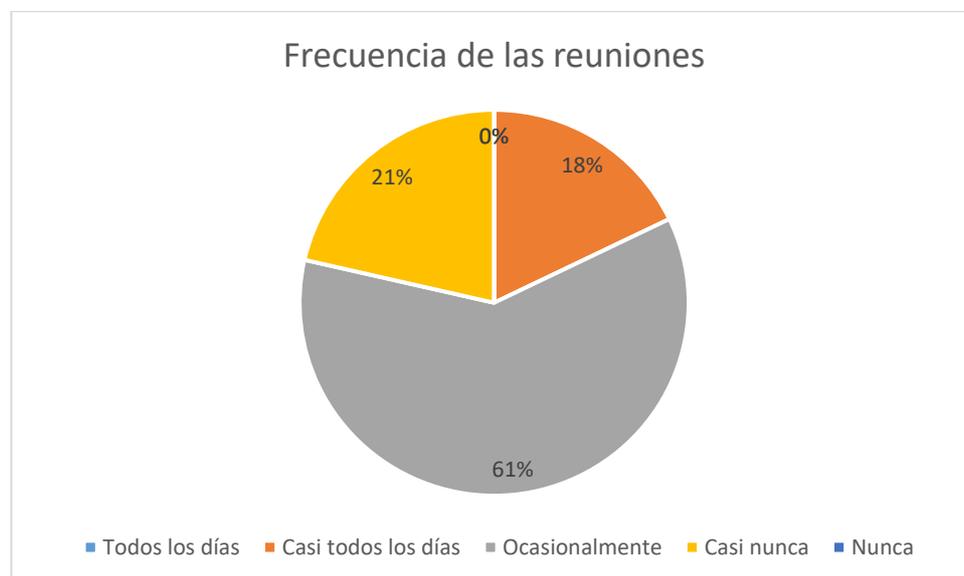
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Todos los días	0	0%
Casi todos los días	5	18%
Ocasionalmente	17	61%
Casi nunca	6	21%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Nota: Referente a la frecuencia de las reuniones que se dan en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 22

Frecuencia de las reuniones con el equipo de trabajo



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El 61% de los colaboradores responden que las reuniones se dan ocasionalmente, el restante de colaboradores indica con 21% que se presenta casi nunca, mientras que un 18% contestaron que casi siempre.

Pregunta 15. - ¿Con qué frecuencia Usted revisa su correo institucional?

Tabla 17

Frecuencia de revisión de correo institucional

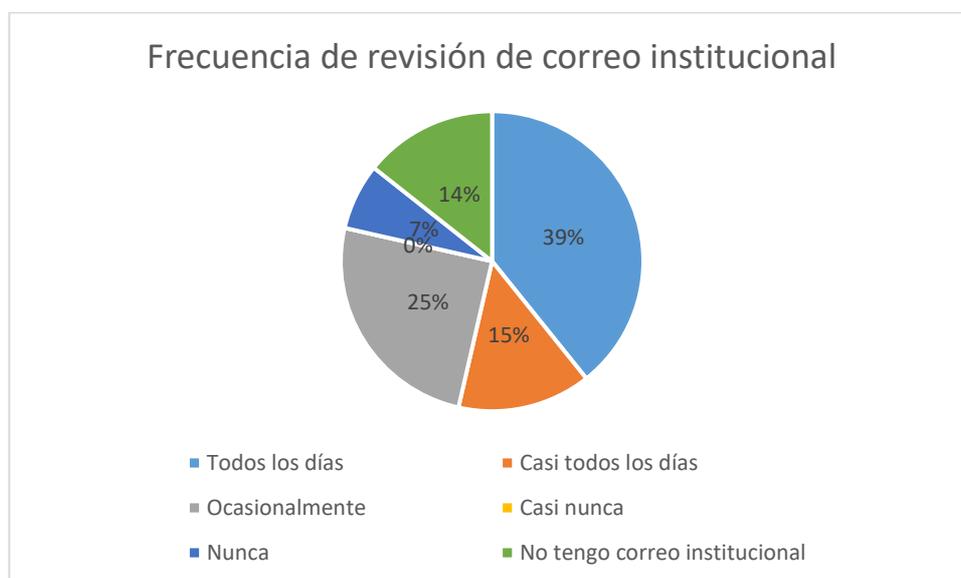
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Todos los días	11	39%
Casi todos los días	4	15%
Ocasionalmente	7	25%
Casi nunca	0	0%
Nunca	2	7%
No tengo correo institucional	4	14%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: EL manejo adecuado del correo institucional para una mejor comunicación en los equipos que laboran en la empresa Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 23

Frecuencia de revisión de correo institucional



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El 39% de colaboradores indican revisar todos los días el correo institucional, ya que por el área correspondiente lo requiere, un 25% contestaron que lo realizan ocasionalmente, un 7% nunca lo revisa, y por último el 14% corresponde a aquellos colaboradores que no tienen correo institucional con la probabilidad que su área no lo requiera.

Pregunta 16. - ¿Con qué frecuencia recibe usted vía correo electrónico notificaciones sobre novedades o acontecimientos?

Tabla 18

Notificaciones vía correo electrónico

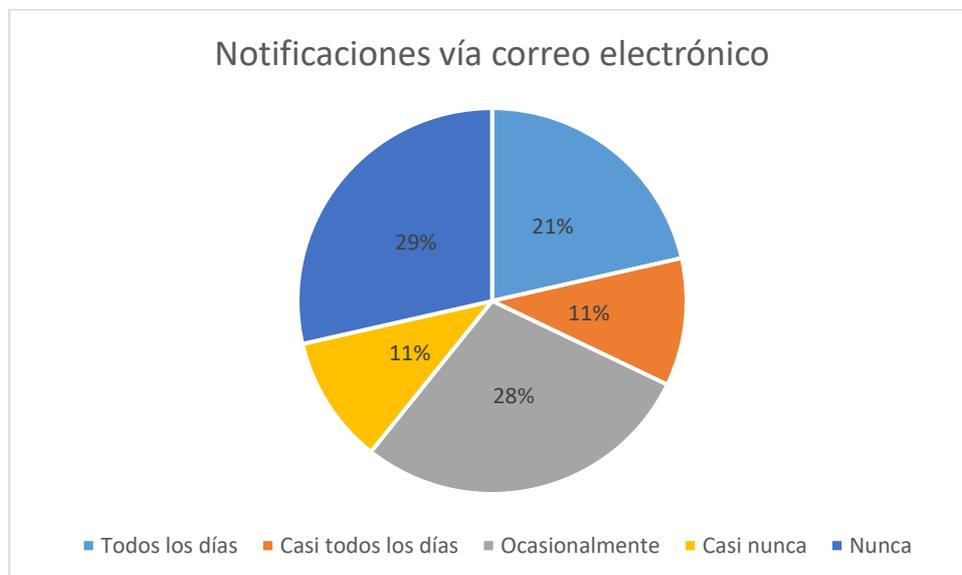
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Todos los días	6	21%
Casi todos los días	3	11%
Ocasionalmente	8	28%
Casi nunca	3	11%
Nunca	8	29%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Se expresa la información a través del correo electrónico en Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 24

Notificaciones vía correo electrónico



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El 29% de colaboradores responden que nunca reciben notificaciones de novedades o acontecimientos por correo electrónico, un 28% contesta recibirlos ocasionalmente, como siguiente porcentaje refleja 21% reciben correos todos los días y con una igualdad del 11% para aquellos que reciben casi todos los días y el otro 11% casi nunca.

Pregunta 17. - ¿El gerente realiza visitas para examinar y observar las actividades de trabajo realizadas?

Tabla 19

Visitas de la gerencia para observar trabajo realizado en Megametales S.A.

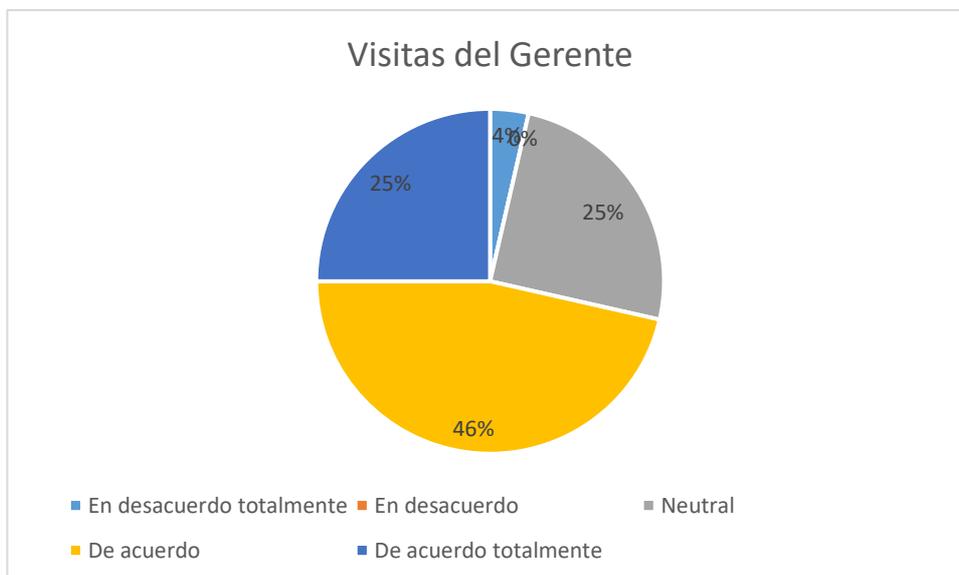
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
En desacuerdo totalmente	1	4%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	7	25%
De acuerdo	13	46%
De acuerdo totalmente	7	25%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: debido a que se establece la presencia del gerente en cada área de trabajo con visitas de para observar trabajo realizado en Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 25

Visitas de la gerencia para observar trabajo realizado en Megametales S.A.



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El 46% de los colaboradores indican estar de acuerdo que las visitas del gerente y observaciones de los trabajos se realizan, con un par de porcentajes del 25% responden estar neutral y el otro 25% comenta estar de acuerdo totalmente, mientras que existe un pequeño porcentaje del 4% contestando estar en desacuerdo totalmente.

Pregunta 18. - ¿Si se llega a presentar algún problema en el departamento, el gerente hace acto de presencia para ayudar a resolverlo?

Tabla 20

El gerente ayuda a resolver los problemas que se presenta en el área operativa

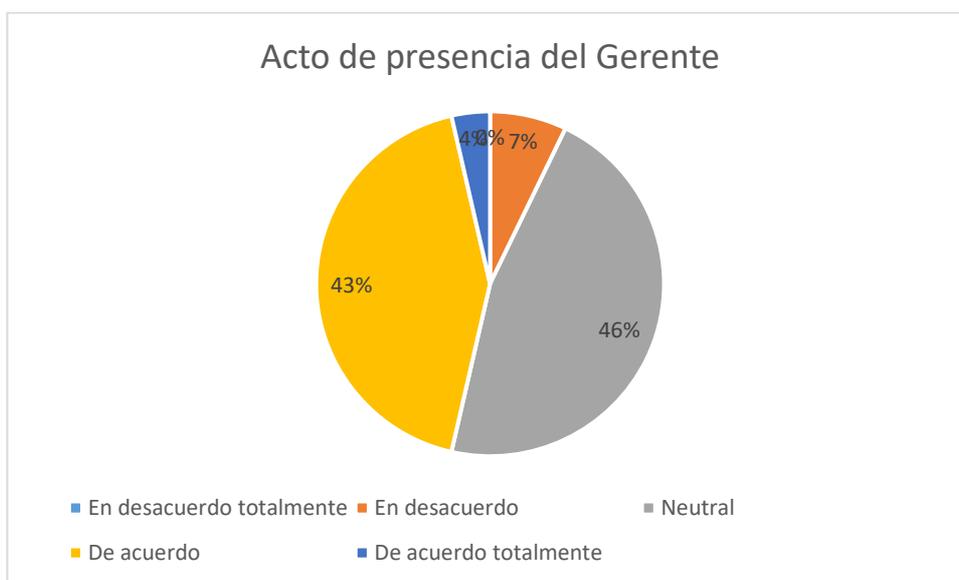
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
En desacuerdo totalmente	0	0%
En desacuerdo	2	7%
Neutral	13	46%
De acuerdo	12	43%
De acuerdo totalmente	1	4%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: se refiere a la presencia del gerente que ayuda a resolver los problemas que se presenta en el área operativa de Megametales S.A.

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 26

El gerente ayuda resolver los problemas que se presenta en el área operativa



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Según respuesta de los colaboradores indican estar neutrales con un mayor porcentaje representado en un 46, como siguiente está el 43% los cuales están de acuerdo que esto sucede, mientras que un 7% está en desacuerdo y un 4% a un de acuerdo totalmente.

Pregunta 19. - ¿Qué tan satisfecho se siente con la comunicación con otros departamentos?

Tabla 21

Nivel de satisfacción en la comunicación entre departamento

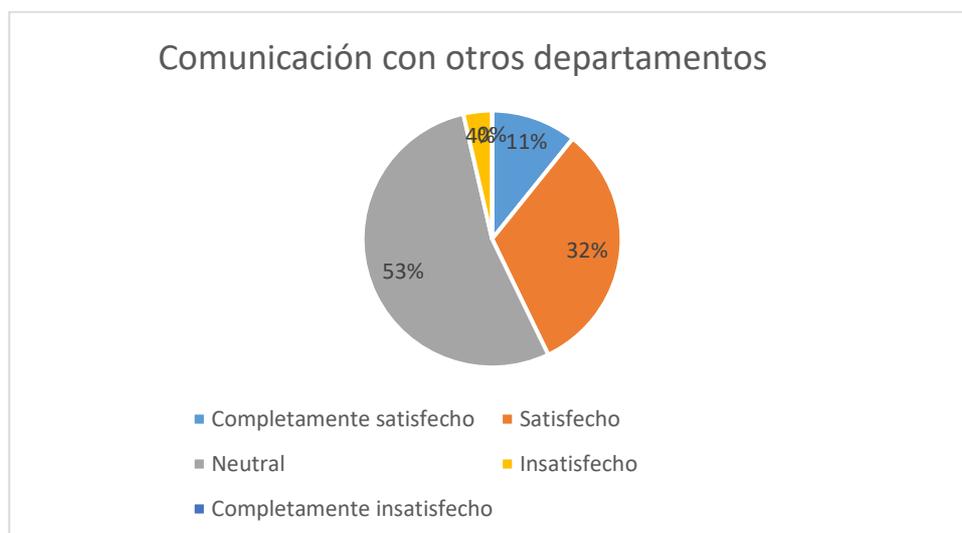
Niveles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Completamente satisfecho	3	11%
Satisfecho	9	32%
Neutral	15	53%
Insatisfecho	1	4%
Completamente insatisfecho	0	0%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: se detalla el grado de satisfacción en la comunicación entre departamento

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 27

Nivel de satisfacción en la comunicación entre departamento



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Un 53% indica estar neutral con la comunicación que se da con otros departamentos, un 32% representa la satisfacción de aquella comunicación departamental, mientras que un 11% se encuentra completamente satisfecho y un mínimo porcentaje del 4% contesta estar insatisfecho.

Pregunta 20. - ¿Su superior inmediato tiene disponibilidad inmediata para usted, en caso de requerirlo?

Tabla 22

Disponibilidad inmediata del jefe para resolver problemas

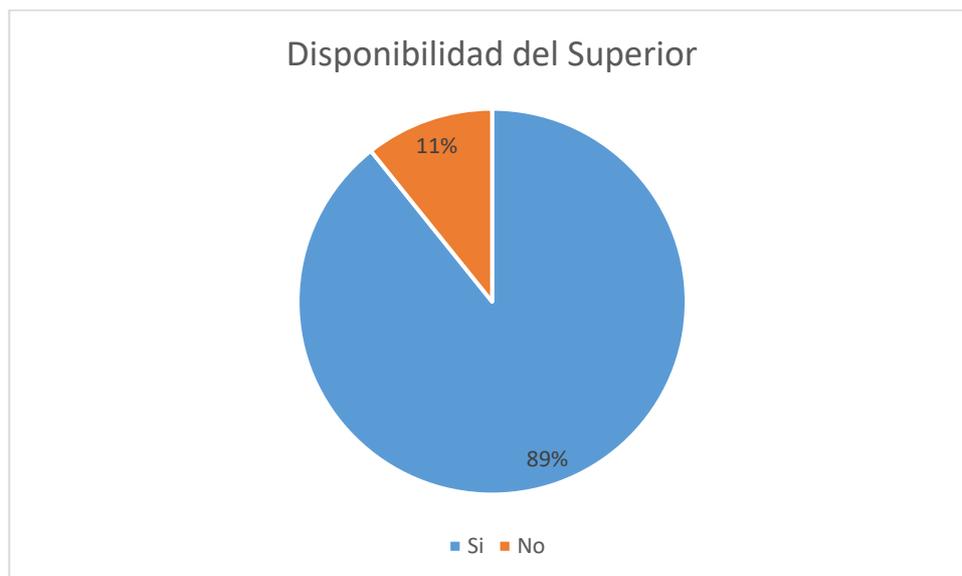
Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	25	89%
No	3	11%
<i>Total</i>	28	100%

Nota: Al momento que se requiere la participación de la autoridad para tomar decisiones y resolver conflictos

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Figura 28

Disponibilidad inmediata del jefe para resolver problemas



Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

El 89% de los colaboradores indicaron que si existe esta disponibilidad inmediata del superior mientras que el 11% contestaron no tenerla.

3.7 Análisis de la encuesta

Se detecta mediante la encuesta realizada a los 28 colaboradores de la empresa de las diferentes áreas un porcentaje considerable de trabajadores que tienen laborando en la empresa entre 0-1 año aquel porcentaje se inclina hacia las personas que laboran en el área de las bodegas (sucursales), los que se mantienen entre 1-5 y 5-10 años están distribuidos en los departamentos que se encuentran en la matriz, es decir en las oficinas y una pequeña cantidad de antiguos en unas cuantas bodegas.

En ciertas preguntas en cuanto a las actividades o presencia del gerente una gran cantidad de colaboradores se mantienen neutrales, no contestan con satisfacción o insatisfacción, dejando abierta la posibilidad de inclinarse en que la comunicación con los superiores no se da con formalidad, ni con informalidad para cumplir a cabalidad directrices en caso de que las mismas no sean claras y se necesite realizar las respectivas consultas. A su vez la comunicación departamental refleja el mismo episodio de neutralidad, observando que no existe una eficiente comunicación, por la que podría presentar inestabilidad y con ello un mal manejo en los procesos que se conecten las áreas en relación.

3.8 Resultados de la entrevista

1. ¿Qué le permite en su organización la comunicación interna?

Lo que la comunicación interna permite es: obtener una clara información bidireccional es decir que los mensajes lleguen a todos, gestionar un trabajo en equipo para que los objetivos de la empresa sean cumplidos y tener mejores decisiones en equipo consultando las opiniones de este, lo que lograra y hará que en la empresa se tenga una mejor comunicación y ayude a fluir ante cualquier situación.

2. ¿Cuál ha sido la mejor estrategia con respecto a la comunicación interna?

En este punto se manejan con tres estrategias claves para que esto se pueda cumplir, las cuales son:

Realizar el plan de comunicación el cual se procura realizarlo de manera mensual, para que esté actualizado.

Los colaboradores se encuentran informados de los nuevos planes, objetivos y crecimiento de la organización.

Los colaboradores saben que se espera de ellos y que pueden alcanzar sus metas personales y colectivas dentro de la organización.

En este punto lo que la organización destaca es la confianza que depósito en cada uno de los colaboradores, dándoles importancia y manteniéndolos informados con respecto a cualquier situación de la empresa.

3. ¿De qué forma ha mejorado la comunicación interna en su organización?

Uno de los puntos que nos ha ayudado es mejorando el clima laboral para que cada uno de los colaboradores se sienta a gusto cumpliendo sus funciones.

A su vez el colaborador tiene una orientación de hacia dónde queremos llegar juntos.

Gracias a la producción en ventas de los últimos meses que ha tenido un despunte, se ha logrado que los trabajadores tengan más motivación lo que conlleva que la comunicación pueda ser más fluida.

4. ¿Cuál es la importancia de la comunicación interna entre departamentos?

En este momento forma parte fundamental, con tanta tecnología que existe en la actualidad la comunicación entre departamentos ahora puede ser más cómoda, incluso así estén en otro país y trabajar para una empresa que su oficina está en New York, Panamá, en donde se encuentra nuestras oficinas centrales y continuar con las mismas funciones como si estuviéramos en Ecuador.

Además, ayuda a que se coordine con mucha más facilidad tareas y diligencias a los colaboradores.

5. ¿Otorga valores empresariales la comunicación interna?

Los valores empresariales están muy ligados a la comunicación interna, esto hace que se conozca a cada empleado y a su vez este debe estar sujeto a lo que la empresa requiere y desea de el/ella.

Con esto también se logra que lleve una buena comunicación entre empresa y colaboradores.

6. ¿La comunicación interna que genera en su organización?

Logra generar: estabilidad, buen ambiente laboral, crecimiento personal, metas y objetivos claros.

Haciendo que estos cuatros puntos sean una parte esencial para lograr que la comunicación interna siga siendo parte clave para el desarrollo de la empresa y del colaborador.

7. ¿Cómo evalúan la efectividad de la práctica de la comunicación interna y que métricas utilizan para medirla?

En la empresa se maneja con herramientas tales como:

Encuesta de satisfacción, lo que nos hace tener una idea clara y concisa de cómo se siente el colaborador, tanto en la comunicación como en sus funciones.

Retroalimentación y comentarios, de ser necesario a cada colaborador se les recuerda su cargo y las funciones que conlleva el mismo.

Métricas de usos de canales, esto nos ayuda a evaluar el rendimiento de los distintos canales para la comunicación interna dentro de la organización.

Métricas de participación, con esta herramienta medimos el nivel de compromiso de los colaboradores en los canales de comunicación.

Alcance y comprensión del mensaje, en este último punto nos damos cuenta si los colaboradores están recibiendo y comprendiendo la información emitida por medio de los canales de comunicación internos. Lo que también nos permite darnos cuenta si los mensajes están alcanzando el objetivo y si están siendo comprendidos de manera efectiva.

Esto nos ayuda a tener una idea más real de cómo se está manejando la comunicación interna dentro de la organización.

8. ¿Cómo abordan la comunicación interna en un entorno multicultural o en organizaciones con empleados remotos o dispersos geográficamente?

En este entorno multicultural o en organizaciones con empleados de manera remota o separada geográficamente, la comunicación interna puede presentar dificultad.

Afrontamos la comunicación interna con algunos entornos:

Usamos tecnología y herramientas colaborativas, que nos ayude a facilitar la comunicación en tiempo real.

La comunicación multicanal, usamos la combinación para garantizar que los mensajes lleguen a todos los colaboradores de manera efectiva.

Fomentamos la comunidad virtual, donde los colaboradores que se encuentran en otras tiendas puedan interactuar, compartir información y colaborar.

En síntesis, en entornos multiculturales o trabajadores remotos, la comunicación interna se ajusta mediante el uso de la tecnología, canales varios, adaptación cultural, programas de capacitación, como se mencionó en el último punto fomentando la comunidad virtual y la comunicación bidireccional para garantizar que todos los colaboradores se sientan conectados.

9. ¿Cómo se aseguran de que los mensajes claves de la dirección se transmitan de manera efectiva a todos los niveles de la organización?

En nuestra organización implementamos los siguientes puntos:

Claridad del mensaje, utilización de múltiples canales de comunicación, comunicación ascendente y descendente, personalización y adaptación, repetición y esfuerzo, liderazgo activo, evaluación y seguimiento.

Capítulo IV

Propuesta

4.1 Análisis Foda de la empresa

Al momento de que se evalúa todas las funciones que se realizan en la comunicación interna y Megametales S.A. se requiere un objetivo para lograr que los empleados apliquen la comunicación interna como participación estratégica y bases de liderazgo en la organización, siendo necesario informar, convencer y difundir a los empleados referente a los objetivos estratégicos y políticas con que cuenta Megametales S.A. para su adecuada aplicación.

Tabla 23

Diagnóstico organizacional Megametales S.A.

Procesos	Diagnóstico Megametales S.A.	F	D
Estructura Organizacional Megametales S.A.	Existe un descriptivo de cargos en cada área de Megametales S.A.	X	
	Empoderamiento de los administradores de Megametales S.A. para tomar decisiones rápidas	X	
	Relación eficiente entre asesores-supervisores de Megametales S.A.	X	
	Organigrama bien estructurado en el desarrollo de los procesos en	X	
Estructura Comunicacional Megametales S.A.	Intranet actualizado con toda la información necesaria	X	
Cultura Organizacional Megametales S.A.	Evaluación equitativa en base a competencias organizacionales	X	
Planificación de Megametales S.A.	Metas comerciales limitadas en la asignación de la fuerza comercial por la comunicación		X

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

4.2 Análisis situacional con el Balance Score Card

La comunicación interna que se aplica en Megametales S.A. es de forma vertical y horizontal entre todos quienes conforman la jefatura y los colaboradores donde se requiere el intercambio de datos e involucrar a los empleados a tomar decisiones acertadas en aras de un trabajo de excelencia. Se indica que la comunicación en Megametales S.A. es horizontal cuando cada uno de los empleados está en un mismo nivel jerárquico para tomar decisiones, también existe un boceto de comunicación interna vertical cuando la jefaturas requieren información de abajo hacia arriba o viceversa para poder tomar decisiones, manteniendo la jerarquía y la autoridad. una comunicación vertical desplazada de arriba hacia abajo logra transmitir decisiones para el adecuado funcionamiento de la organización.

4.3 Canales de comunicación internos

El chat comunitario promueve directamente la participación, puesto que promueve una comunicación más rápida, ya que a cualquier hora se lo puede hacer, haciendo que esto impacte de manera directa a la creatividad y a la participación, haciendo que el ambiente laboral mejore y que sus colaboradores sean optimistas y estén más alegres o contentas y por ende también ayuda a mejora la efectividad de los procesos más importantes que tenga la empresa.

Los canales efectivo de comunicación a utilizarse dentro del clima laboral de Megametales S.A. y para obtener una adecuada optimización de los recursos y acaparar el cliente con un mensaje claro y efectivo se requiere del uso de herramientas como los correos electrónicos corporativos que tiene una comunicación directa con la parte interesada o encargado de resolver un conflicto, también se debe utilizar dentro de las instalaciones de Megametales S.A. las tradicionales carteleras que informan de manera directa todas las acciones o medidas que se van a tomar dentro de la organización.

El manejo de reuniones, WhatsApp, elementos audiovisuales, intranet, entre otros va a permitir que todos estén involucrados en la reunión y que se puedan tomar decisiones

de mutuo acuerdo para de esa manera fomentar una comunicación vertical u horizontal de élite que abarque la consecución de los objetivos estratégicos y mejore la institucionalidad.

La comunicación interna se desarrolla utilizando un instrumento importante como es el uso de las redes sociales, siendo las principales el Twitter, Facebook, WhatsApp, e Instagram que van a impulsar el desarrollo de la información continua y que va a permitir señalar las perspectivas o acciones a tomar una vez recibido el mensaje.

Megametales S.A. es una empresa que cuenta con más de 300 colaboradores y alrededor de 15 jefaturas por lo que uno de los principales canales que utiliza en un 33% son los correos corporativos, que crean el manejo adecuado de las actividades y a la vez cumplir la meta propuesta.

La creación de una aplicación también Es una herramienta primordial dentro del aspecto tecnológico en Megametales S.A. por lo que su continuidad y aplicación va a permitir diálogo al menos entre la jefaturas, colaboradores y clientes. Tampoco se descartan las tradicionales reuniones o encuentro donde se busca dar solución a un problema en equipo.

Al personal interno de Megametales S.A. para ampliar el espectro de servicio que este posee con los clientes y a la vez fortalecer nuevas negociaciones. La identidad corporativa es un compromiso de todos quienes conforman la jefatura y la parte operativa de Megametales S.A. por lo que se requiere un clima agradable con el personal y constante cambios descentralizados para fortalecer el servicio para cumplir. Es importante dentro de la planificación estratégica establecer la misión de Megametales S.A. al igual que su visión para el año 2025 y Por ende ampliar la cobertura de objetivos estratégicos que se vayan a aplicar tomando en consideración una adecuada cultura organizacional.

La importancia de la comunicación interna dentro de Megametales S.A. propone la participación de todos los colaboradores y jefes para garantizar el manejo adecuado de la información en cada una de las áreas exclusivas y a la vez señalar los cambios propuesto para resolver problemas o conflictos presentados en las diferentes áreas de la organización que vaya a alterar el clima organizacional.

4.4 Elementos de comunicación interna a proponer

Tabla 24

Elemento de comunicación

	Intranet
Elementos planteados para el Modelo de la mejora de la comunicación interna	Evaluación interna
	Capacitación
	Chat comunitario

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

Comunicación ascendente

Es la que se da de subordinados a superiores. Goldhaber la define como "aquellos mensajes que fluyen de empleados hasta los superiores, normalmente con el propósito de formular preguntas, proporcionar retroalimentación y hacer sugerencias. (Goldhaber, 1984)

4.4.1 Elementos de comunicación interna a proponer

Tabla 25

Aporte de los elementos de comunicación

Aportes de los elementos	
Intranet:	Evaluación interna:
- Comunicación más ágil y fácil	- Retroalimentación en el
- Comunicación más directa	colaborador
- Protección, puesto que no está al	- Mejorar los procesos
alcance de gente externa	- Fomentar la comunicación
Capacitación:	Chat comunitario:
- Ayuda a mejorar las fallas del	- Comunicación inmediata
personal	- Desarrollo de la creatividad del
- Ayuda a reforzar el conocimiento	personal
de los colaboradores	- Motivación de los colaboradores
- Adquirir nuevos conocimientos	
- Corregir fallas	

Elaborado por: Álvarez & Guillen, (2023)

4.4.2 Impacto de los elementos de comunicación interna propuestos.

El intranet, la capacitación y la evaluación interna tiene un impacto directo con respecto a:

- La comunicación directa
- Retroalimentación
- Rebosamiento del conocimiento el cual se realiza mediante la evaluación interna

A su vez esto impactará en que las gestiones se vuelvan más rápidas por parte de los colaboradores debido a que tienen más conocimiento, por medio de la retroalimentación sabrán donde están equivocados y la comunicación va a ser más directa. Al final esto impactará a la mejora de la efectividad haciendo procesos más eficientes.

Conclusiones

Los cambios de la forma en que trabaja la empresa Megametales debido a la comunicación que existe entre instituciones donde se requiere interactuar con los clientes internos y externo.

Se concluye indicando que la comunicación interna es importante en cada una de las áreas dónde debe de existir beneficios y reconocimientos para con el personal que elabora el Megametales S.A. para de esa manera y prevención industrial, reorganización interna y trabajo en equipo para el cuidado de los colaboradores y así Buscar aspecto positivo en el clima laboral.

Según las encuestas realizadas la estructura organizacional tiene una evaluación del 67% en lo que se refiere a la comunicación interna en el departamento de talento humano por lo que se requiere mejorar el indicador a través de nuevas estrategias de comunicación y de esa manera lograr la efectividad y una planificación anual acorde a la gestión comunicacional interna.

Se puede confirmar que la empresa Megametales S.A. no improvisa la información con un trabajo de comunicación interna debido a que el 67% no permite una capacitación relevante o propuesta académica para una adecuada comunicación. Megametales S.A. no improvisa la comunicación interna del personal debido a que el 87% aplica una planificación y control anual, También es importante destacar que alrededor del 74% realiza el monitoreo de las estrategias y acciones de comunicación interna aplicada.

Se concluye que la importancia de la capacitación, beneficio al talento humano y su reconocimiento va a permitir una evolución sostenida en el manejo de los clientes internos y externo para evitar cualquier tipo de crisis o proveer más de seguridad existente Al igual de la prevención de accidentes. Todo cambio organizacional representa una reestructuración interna que va a comprometer al trabajo en equipo al igual que una comunicación efectiva a través de los medios convencionales o digitales.

Recomendaciones

La estructura organizacional de Megametales S.A. plantea adecuadamente el uso óptimo de una comunicación interna en el área de talento humano, donde se utilice a la tecnología como principal herramienta para difundir un mensaje.

Una limitación del presente trabajo de investigación es que a pesar de que la información fue considerable, existen temas que no han sido cubiertos. Como son los canales más utilizados por los colaboradores para con los clientes muy aparte del teléfono móvil, Cuáles son los temas abordados en la comunicación efectiva y conocer el porcentaje participativo de todos los conflictos resueltos en equipo por el personal de Megametales S.A.

La investigación tiene como principal objetivo proponer mejoras en la comunicación para crear un Impacto ajustado en el clima organizacional. la investigación utiliza un cuestionario dirigido al personal a través de los medios digitales de comunicación para medir el ranking de actividades que se desarrollan en la comunicación interna y poder reestructurar las variantes organizativas para que exista la excelencia en la comunicación y evitar cualquier tipo de crisis a través de cambios desde la capacitación, reconocimientos del personal y beneficios de un buen clima interinstitucional.

Referencias Bibliográficas

- Alcover de la Hera, C. M. (2004). *Introducción a la Psicología del trabajo*.
- Alvarez, N., & Guillen, T. (2023). *Plan de rediseño organizacional para la mejora de la comunicación interna en la empresa Megametales S.A.*
- Batidas Espinoza, V. G., & Gaibor, E. N. (2018). *La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial. Caso: Centro de Educación Inicial Martín Lutero de Quito*. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6233/1/T2664-MAE-Bastidas-La%20estructura.pdf
- Baya López, A. V., & Huilca Chiriguaya, I. M. (2022). *Plan de diseño organizacional para la empresa Zambritis S.A.* Guayaquil: ULVR. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5652>
- Brume González, M. J. (2019). Estructura Organizacional. En B. G. Javier, *Estructura Organizacional* (pág. 7). Barranquilla: Institución Universitaria Itsa.
- Castro, M. A. (2020). *Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española*. Universidad de Málaga: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.24>.
- Celina, D. B. (2019). *Rediseño organizacional para la mejora del desempeño laboral del centro educativo las Estrellitas de la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo. Obtenido de <https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/230/1/TESIS%20BRENDA%20BURGA.docx>
- Chiavenato, I. (2017). *Planeación Estratégica*. Santa Fe: McGraw - Hill Interamericana S.A. Obtenido de <https://www.remax-accion.com.ar/wp->

content/uploads/2021/04/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-
idalberto.pdf

Consuelo, L. M. (2017). *Comunicación Organizacional*. Bogotá.

Coulter, R. (2010). *Administración*. Mexico: Pearson. Obtenido de

https://www.academia.edu/43110051/Administracion_10_Robbins_Coulter

Daft, R. L. (2011). *Teoría y diseño organizacional*. México: Cengage Learning Editores,

S.A. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.auditorlider.com/wp-
content/uploads/2019/06/Teor%C3%ADa-y-Dise%C3%B1o-Organizacional.-

Richard-Daft.pdf

David, R. R., Mauricio, P. S., Elizabeth, T. A., & Fernando, L. L. (2017). *Comunicación*

Organizacional. Guayaquil- Ecuador: Grupo Compás. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://142.93.18.15:8080/jspui/bitst
ream/123456789/501/3/comunicaci%C3%B3n%20organizacional.pdf

Goldhaber, G. M. (1984). *Redes de comunicación en las organizaciones*.

González, M. J. (2019). *Estructura organizacional*. ITSA Institución universitaria.

Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.unibarranquilla.edu.co
/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf

Hill, C. W., & Jones, G. R. (2011). *Administración estratégica*. Santa Fe: Cengage

Learning Editores S.A. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://clea.edu.mx/biblioteca/files/
original/dedf2b5fa50a2747a702bd8121c4f08e.pdf

Horacio, A. (2020). COMUNICACION ORGANIZACIONAL INTERNA. En H.

ANDRADE. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&dq=comunicaci%C3%B3n+interna+organizacional&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiivdSY2-b8AhWERDABHe4DDD8QuwV6BAgJEAc#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20interna%20organizacional&f=false>

Iñaguazo, M. H. (2019). *LA RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL CLIMA LABORAL EN LOS DOCENTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA SAN JOAQUÍN*. San Marcos de Lima (Perú):

<https://www.cienciayeducacion.com/index.php/journal/article/view/7/11>.

Louffat, E. (2017). *Diseño Organizacional basado en procesos*. México: Cengage Learning Editores, S.A. Recuperado el 11 de 05 de 2023

Luna Cuevas, J. A., & Alvarez, M. A. (2020). *Rediseño organizacional en una empresa familiar*. México: Instituto Tecnológico de Matamoros. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://rinacional.tecnm.mx/jspui/bitstream/TecNM/1303/1/Jair%20Alfredo%20Luna%20Cuevas%20-%20Miguel%20Medina.pdf>

Martínez, J. M. (2002). Innovación y mejora continua según el modelo EFQM de excelencia. En J. M. Martínez, *Innovación y mejora continua según el modelo EFQM de excelencia*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Y40klEWbNwEC&pg=PA120&dq=mejora+continua+de+procesos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjgdbi5ub8AhXmQjABHZ5eD9QQ6AF6BAgBEAI#v=onepage&q=mejora%20continua%20de%20procesos&f=false>

Megametales, S. (2022). *Megametales*. Obtenido de <http://www.megametales.com.ec/>

- Meza, M. F. (2021). *“EVALUACIÓN DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS PARA EL DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y MODELO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN UNA EMPRESA DE BUQUES ATUNEROS”*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15968/1/T-UCSG-POS-MAE-339.pdf
- Pimentel Franco, K. A., & Pluas Muños, R. E. (2022). *PLAN DE REDISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA RAMÍREZ ANDRADE RAMAND S.A.* Guayaquil. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5018/1/T-ULVR-4042.pdf
- Ramos Reyes, W. D., Paredes Sandoval, M., Terán Andrade, P. E., & Lema Lliguicota, L. F. (2017). Comunicación Organizacional. En *Comunicación Organizacional* (pág. 20). Guayaquil: Grupo Compás.
- Ramos, P. W. (2019). *Los movimientos sociales en la web 2.0: La construcción de la opinión pública sobre la protesta social*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Terry, G. R., & Franklin, S. G. (1986). *Principios de administración*. Mexico. Obtenido de <https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=6022>
- Thompson, A. A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A., & III, A. S. (2016). *Administración Estratégica*. México: McGraw - Hill/Interamericana Editores S.A. Obtenido de <https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/06/Administracion-Estrategica-18ed-Thompson-Peteraf-Gamble-y-Strickland.pdf>