



**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

TESIS

**PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL CLIMA
ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA
MOLINO'S ALDUR S.A.C., CHICLAYO 2019.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Autora:

Bach. Delgado Delgado, Yirela Ivett

ID ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8361-2583>

Asesor:

Mg. Torres Mirez, Karl Friederick

ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6623-936X>

Línea de Investigación

**Gestión, Innovación, emprendimiento y competitividad que promueve
el crecimiento económico inclusivo y sostenido**

Sub Línea de Investigación

Institucionalidad y gestión de las organizaciones

Pimentel – Perú

2023

**PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL CLIMA
ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA
MOLINO'S ALDUR S.A.C., CHICLAYO 2019.**

Aprobación del jurado



MG. Betty L. Herrera Timana

DRA. HERRERA TIMANA BETTY LLIANA

Presidenta del Jurado de Tesis



MG. CABREJOS PITA ZOILA NELLY

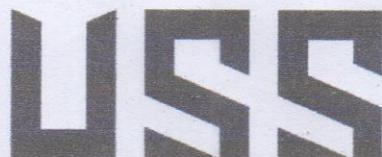
Secretaria del Jurado de Tesis



F.L.L.M.A.

MG. PISFIL LLONTOP FAUSTINO

Vocal del Jurado de Tesis



Universidad
Señor de Sipán

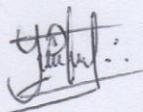
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, soy **egresado** del Programa de Estudios de la **escuela de Ciencias de la Comunicación** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado:

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA MOLINO'S ALDUR S.A.C., CHICLAYO 2019.

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Delgado Delgado, Yirela Ivett	DNI: 46197241	
-------------------------------	---------------	---

Pimentel, 12 de junio de 2024.

NOMBRE DEL TRABAJO

Plan de comunicación-Clima

AUTOR

Yvett Delgado Delgado

RECUENTO DE PALABRAS

13319 Words

RECUENTO DE CARACTERES

72855 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

105 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

364.7KB

FECHA DE ENTREGA

Jun 3, 2024 11:51 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jun 3, 2024 11:53 AM GMT-5**● 8% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

DEDICATORIA

A Dios por brindarme el don de la vida y las grandes oportunidades de culminar de manera satisfactoria la carrera de Ciencias de la Comunicación.

A mis padres Alejandro Delgado Uriarte y Clariza Delgado de Delgado, quienes día a día me motivan y alientan a seguir luchando para ser mejor persona y sobresaliente profesional. A mis hermanos Jim Deyvi Delgado Delgado y Dyland Mateusz Alejandro Delgado Delgado que me brindan su apoyo constante durante este proyecto. Por toda la confianza que me dan, con amor para ustedes, mi familia.

AGRADECIMIENTO

Deseo dejar constancia mi más profundo y sincero agradecimiento a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán, por brindarme una enseñanza con grandes maestros, en especial a la profesora Sharon Soledad Paredes Delgado, por su paciencia, apoyo incondicional, valiosos consejos de no rendirme nunca.

Al profesor Karl Friederick Torres Mirez por brindarme su apoyo, tener paciencia, sus valiosas ideas y recomendaciones, cuya motivación y estímulo constante hicieron posible la realización de este proyecto.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo elaborar un plan de comunicación interna para mejorar el clima laboral en una empresa del distrito de Chiclayo, 2019. Se siguió una metodología cuantitativa de tipo descriptivo - propositivo, mediante un diseño no experimental. Se utilizó como técnica la encuesta, mediante el instrumento la Escala “Clima Laboral CL – SPC”, en base a 50 interrogantes mediante la escala de Likert, el cual fue aplicado a los trabajadores de la empresa en Chiclayo.

Se concluyó en que los trabajadores de la empresa perciben que el clima laboral es favorable, indicando en que existe una buena relación entre los miembros de las diversas áreas, por lo cual se apoyan mutuamente.

Los resultados nos permiten recomendar al jefe de la empresa, utilizar correctamente los diversos canales de comunicación para lograr que la información llegue correctamente a todas las áreas que conforman la empresa.

Palabras claves: clima laboral, organización, comunicación, trabajadores, estrategias y plan de comunicación.

ABSTRAC

The objective of this research was to develop an internal communication plan to improve the working environment in a company in the Chiclayo district, 2019. A quantitative methodology of descriptive - proactive type was followed, through a non-experimental design. The survey was used as a technique, using the CL-SPC Labor Climate Scale, based on 50 questions using the Likert scale, which was applied to the company's workers in Chiclayo.

It was concluded that the workers of the company perceive that the work environment is favorable, indicating that there is a good relationship between the members of the various areas, so they support each other.

The results allow us to recommend to the head of the company, correctly use the various communication channels to ensure that the information arrives correctly in all the areas that make up the company.

Keywords: work environment, organization, communication, workers, strategies and communication plan.

INDICE

DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN	VII
ABSTRAC	VIII
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad Problemática	10
1.2. Antecedentes de estudio	12
1.2.1. En el contexto Internacional	12
1.2.2. En el contexto nacional	15
1.2.3 En el contexto local	17
1.3. Teorías relacionadas al tema	19
1.3.1. Teorías	19
1.3.1.1. Teoría organizacional	19
1.3.1.2. Teoría sobre la comunicación organizacional	19
1.3.1.3. Teoría sobre el clima laboral	19
1.3.2. Marco conceptual	20
1.3.2.1. Plan de comunicación	20
1.3.2.2. Comunicación organizacional	20
1.3.2.3. Empresa	20
1.3.2.4. Estrategias	21
1.3.2.5. Clima laboral	21
1.3.2.6. Dimensiones del clima laboral	22
1.3.2.7. Clientes	22
1.3.2.8. Motivación	23
1.3.2.9. Tipos de motivación	23
1.4. Formulación del problema	24
1.5. Justificación e importancia del estudio	24
1.6. Hipótesis	24
1.7. Objetivos	25

1.7.1. Objetivo general_____	25
1.7.2. Objetivos específicos_____	25
II. MATERIAL Y MÉTODO_____	26
2.1. Tipo y diseño de investigación_____	26
2.1.1. Tipo de investigación_____	26
2.1.2. Diseño de investigación_____	26
2.2. Población y muestra_____	27
2.2.1. Población_____	27
2.3. Variables y Operacionalización_____	28
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad_____	29
2.5. Procedimientos de análisis de datos_____	29
2.6. Criterios éticos_____	30
2.7. Criterios de rigor científico_____	30
III. RESULTADOS_____	31
3.1. Presentación de resultados_____	31
3.2. Discusión de resultados_____	82
3.3. Aporte práctico_____	85
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES_____	112
4.1. Conclusiones_____	112
4.2. Recomendaciones_____	113
REFERENCIAS_____	114
ANEXOS_____	118

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Olaz y Ortiz (2022) indica que el clima es relevante para llevar a cabo los objetivos en una organización. Así mismo, utiliza este término teniendo una conexión con el ser humano y el lugar, es decir dando énfasis a diferentes contextos el cual son causados por diversos patrones de dirección, es decir de acuerdo a la conducta del individuo como líder que busca edificar un gran clima empresarial.

Para Lloret (2019) menciona que hoy en día, cualquier organización exitosa ha de ser eficaz y eficiente. Por ello, es importante tener una gestión óptima de las reuniones para conectar con las personas, lograr una buena satisfacción y un buen clima laboral, recomienda siempre las reuniones de 30 minutos, de tal forma no parezca muy aburrida, sino al contrario de manera más rápida centre al colaborador de manera positiva con su trabajo y en la empresa.

Es de suma importancia, dar a conocer que, en muchas empresas y organizaciones, el cual por diversas razones no logran fomentar un buen clima laboral, lo cual genera cierto descontento en los trabajadores. Por lo general, una mala actitud del jefe, la conspiración de algunos trabajadores para boicotear el trabajo de otros, los chismes o rumores que se dan mucha frecuencia, una mala dirección en el trabajo, son algunas de las razones que generan una desmotivación en el trabajador, lo cual repercute en el desarrollo de toda organización (Universia, 2019).

Sin embargo, es importante dar a conocer la comunicación como base fundamental para lograr una buena labor en toda organización. Así mismo, una buena comunicación va a mejorar los objetivos propuestos a largo plazo en toda empresa; asimismo permite satisfacer las necesidades de cada uno de los trabajadores, genera una mayor implicación, motivación y compromiso en sus labores, creando un buen clima laboral (Gómez, 2013).

Ante ello, el problema está basado en una comunicación no tan eficaz ni efectiva, lo cual conlleva a un clima laboral poco saludable e insatisfactorio en los trabajadores, quienes tendrán un mal rendimiento y esto repercutirá en la forma de cómo ven los clientes a la empresa, ya que muchas veces su baja motivación terminará siendo percibida

por los clientes, por el mal que trato que puedan recibir y finalmente se generarán una percepción en muchos casos equivocada de la empresa (Brancato, 2019).

Para Hayek (2020) una alternativa de solución de corregir el buen clima con los trabajadores en una empresa, lo determina a través de un plan de comunicación, es decir, un documento escrito en donde se establecen diversas actividades y estrategias que permiten perfeccionar una situación que viene estando afectada, este recurso puede optimizar la relación interpersonal entre el trabajador y su entorno empresarial. Por lo cual, es importante diagnosticar la realidad de la empresa y más adelante tener en cuenta las estrategias que permitan brindar una posible solución ante dicha debilidad.

Un estudio realizado por Universia y Trabajando.com, determinó que el 54% de jóvenes mexicanos percibe que en la empresa en donde laboran predomina un mal clima laboral, puesto que muchas veces no valoran el trabajo que realizan, por lo cual el 26% de los encuestados se sienten insatisfechos con el trabajo que realizan, solo un 10% están contentos en sus labores. Muchos indicaron no sentirse motivados para realizar cada una de sus labores, sintiéndose insatisfechos y encasillados al no ver un crecimiento profesional (Universia, 2020).

En el Perú, de acuerdo a un estudio que se da en el Centro de Liderazgo para el Desarrollo (CLD) en la Universidad Católica San Pablo, identificó gran elevación de motivación de las personas que trabajan en dicha organización en la ciudad de Arequipa, además se identificó un ambiente de trabajo no favorable en la empresa en donde se desempeñan, la cual no satisface sus necesidades, y esto los lleva a tomar decisiones muy precipitadas, como las renuncias (La República, 2019).

Con respecto al ámbito local, dicha empresa que estamos estudiando da a conocer una problemática, pues se observó que muchos trabajadores perciben un mal clima laboral, una escasa comunicación, disminuyendo personal; así mismo un gran descontento con sus jefes por no brindar información importante, generando también una demora en las remuneraciones, lo cual el problema radica en que los trabajadores realizan su labor sin tener en cuenta que puede formar un equipo de trabajo, haciendo caso omiso al compromiso y responsabilidades que deben tener con la empresa, existen varios registros de problemas con los encargados de cada área general, ocasionando las faltas de asistencias a su labor.

Como comunicadora interesada en investigar la realidad de la empresa en estudio, teniendo en cuenta los principios de responsabilidad social de acuerdo a la visión dada por la Universidad Señor de Sipán, es de suma importancia realizar este tema de indagación. Es por eso, que la investigación busca conocer el clima laboral en una empresa, que nos permita identificar debilidades para diseñar un plan de comunicación, con estrategias empresariales para lograr las metas y objetivos propuestos.

Ante esto nos preguntamos ¿La empresa motiva a sus trabajadores? ¿Son los trabajadores los responsables de un mal clima laboral? ¿Comunicar es fundamental dentro de la empresa?

Por ende, el compromiso de desarrollar un plan de comunicación, al mismo tiempo ejecutarlo, con la finalidad de establecer y perfeccionar un buen clima organizacional en el distrito de Chiclayo.

1.2. Antecedentes de estudio

1.2.1. En el contexto Internacional

Armijos (2019) diseñó un plan de comunicación interna que permita fortalecer el clima laboral en un hospital de Ecuador. La investigación tuvo como objetivos específicos: 1) Identificar los procesos de comunicación interna dentro del hospital; 2) Identificar los flujos de comunicación y sus efectos sobre el clima laboral; 3) Establecer las estrategias que contendrá el plan de comunicación. Fue desarrollado a través de una metodología cuantitativa de tipo descriptiva, dando uso las técnicas de observación y la encuesta, con sus instrumentos cuestionario de encuesta y guía de observación, con una muestra de 100 personas. Se identificó en que existen conflictos internos de comunicación dentro de la empresa, además se carece de medios para divulgar la información. Se concluye que un procedimiento comunicativo permite que el clima laboral dentro de un organismo empresarial sea favorable, esto permitirá que muchos de los procesos sean más efectivos y eficaces. Un plan comunicativo, es fundamental para la mejora de la comunicación en una institución, sobre todo en el área de salud, donde constantemente los colaboradores asumen diferentes conflictos.

Sierra (2018) analizó el clima laboral con cada trabajador en el área administrativa del Hospital Regional de Cobán. Esta indagación tuvo como objetivos específicos: 1) Determinar los aspectos que intervienen en la comunicación; 2) Conocer la percepción de los colaboradores; 3) Determinar la identificación de cada uno de los trabajadores; 4) Determinar la estabilidad laboral en cada uno de los trabajadores. Fue determinada por una metodología cuantitativa de tipo descriptiva correlacional, el cual se utilizar la herramienta de un cuestionario de encuesta, con una muestra de 29 personas. Entre los principales resultados se obtuvo: 1) Los colaboradores perciben un clima laboral favorable; 2) Las relaciones entre compañeros es propicia. Se concluye que el clima laboral es un elemento predominante en toda compañía, siendo un indicador de conflictos internos dentro de una empresa, por lo cual se debe hacer hincapié en este tipo de situaciones.

Hayek (2020) evaluó el clima de trabajo en una empresa ecuatoriana, teniendo como finalidad de optimizar las relaciones interpersonales con los trabajadores mediante un plan de comunicación. Dicha indagación tuvo como objetivos específicos: 1) Determinar los niveles de pertenencia de cada trabajador; 2) Diagnosticar el clima laboral en la entidad empresarial; 3) Realizar un análisis de la comunicación interna para brindarle solución mediante un plan de comunicación. La investigación fue establecida por una metodología mixta de tipo descriptivo simple, dando uso a las técnicas como la encuesta y entrevista, mediante cuestionarios con una muestra de 40 personas trabajadoras. Se identificó la insuficiencia de conocer más de la compañía por parte de los trabajadores, por lo cual la comunicación interna tiene una serie de deficiencias que perjudican el buen rendimiento organizacional. El cual, finaliza con el grado de implementar estrategias va a permitir el mejoramiento del sentido de pertinencia y el clima laboral dentro de la entidad empresarial, ya que por falta de comunicación existe un problema que se evidenció en la investigación.

Paz (2018) ejecutó un caso sobre el ambiente de trabajo en la Universidad Privada de Colombia. Considerando lo siguiente: 1) Diagnosticar cuál es la realidad en la universidad; 2) Analizar componentes que intervienen; 3) Realizar la propuesta de optimizar el clima laboral. Una metodología cuantitativa propositiva, con herramienta de encuesta y de medición propuesto por la OPS para evaluar el ambiente laboral, con la cantidad de 84 subordinados. Se obtuvo como resultado que el ambiente laboral en dicha universidad se dio de manera insatisfactorio, siendo el liderazgo el factor con mayor

calificación. Por lo cual, se concluye en que los colaboradores expresaron que muchas de las autoridades no contribuyen en su realización personal, asimismo no retribuyen su buen desempeño.

Williams (2018) ejecutó un trabajo sobre el clima organizacional de la dependencia pública. La investigación estableció los siguientes objetivos específicos: 1) Identificar el nivel del clima laboral teniendo como base a cada una de sus dimensiones; 2) Identificar el nivel del clima de trabajo. Con un método cuantitativa descriptivo, facilitando como instrumento un cuestionario de encuesta dividido en: liderazgo, comunicación, motivación, espacio físico y trabajo en equipo; con una muestra aplicada de 20 personas trabajadores de la entidad. Se evidenció un cierto grado de insatisfacción dentro de la compañía; El cual, se da por concluido el concepto de motivación como un factor seriamente afectado, debido a que muchos de los trabajadores se sienten desmotivados, lo cual repercute sobre la empresa.

Macías (2012) elaboró una propuesta para optimizar y dar mejora a la comunicación organizacional, tanto internamente como externamente en una empresa de Bogotá. Se da a conocer lo siguiente 1) Ejecutar el diagnóstico de la comunicación en dicha organización teniendo en cuenta el análisis FODA; 2) Identificar problemas principales de comunicación en la empresa; 3) Delinear un plan de comunicación interno y externo utilizando las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación). Una metodología mixta de tipo descriptivo, utilizando las técnicas de la encuesta, entrevista y observación; para lo cual se trabajó con una muestra de 16 personas, en donde se encuentra: el representante legal, personal de gerencia y administración, y el personal operativo (conductores) de la empresa. Donde se concluyó: 1) La empresa debe mejorar sus procesos de comunicación, debido a que se evidenció una serie de deficiencias; 2) La empresa debe diseñar un plan de comunicación organizacional que le permita tener en claro diversos aspectos, con el fin de que el proceso de comunicación mejore notoriamente.

Tapia (2019) estudió los componentes del en el ambiente de trabajo en una empresa ecuatoriana. Tuvo en cuenta lo siguiente: 1) Diagnosticar el clima laboral con seis organismos empresariales: dos empresas públicas, dos empresas privadas y dos entidades galardonadas con el premio Great place to work; 2) Establecer los principios críticos para mejorar el clima laboral; 3) Identificar las causas para mejorar y conseguir un clima

organizacional. Con un método cualitativa, utilizando la entrevista semiestructurada. En lo cuantitativo aplicó el cuestionario de encuesta, con 20 obreros. En conclusión, el personal vive un mal ambiente de trabajo, debido a cierto tipo de clima autoritario, ya que la dirección no le brinda la confianza necesaria a cada uno de los trabajadores. Por lo cual, se concluye en que las empresas deberían de mejorar ciertos aspectos que perjudican su buen funcionamiento, para lograr mantener las buenas relaciones y mejorar el compromiso de cada uno de los trabajadores, por lo cual se debe implementar estrategias para mejorar estas deficiencias.

1.2.2. En el contexto nacional

Albañil (2019) aplicó el caso sobre el ambiente de trabajo con la cooperación de una Institución de Educación piurana. Esta indagación indicó lo siguiente: 1) Descubrir los elementos que actúan con el clima laboral; 2) Identificar cuales son los niveles de comunicación; 3) Describir dicha participación del personal con el fin de crear gran ambiente organizacional. Utilizando un sistema cuantitativa descriptiva, y el instrumento del cuestionario de encuesta aplicado al personal docente. Se concluyó: 1) Los docentes contribuyen en fomentar un buen clima laboral; 2) El clima regular es regular, por lo cual debe ser fortalecido para mejorar el desarrollo de la empresa.

Anaya (2018) planteó una idea para optimizar el clima organizacional desde la gestión del talento humano. Este estudio determina lo siguiente: 1) Entender dicha percepción en cada colaborador haciendo referencia al clima organizacional; 2) Diseñar un plan con el fin de optimizar un buen clima organizacional; 3) Mejorar aquellos indicadores de clima organizacional en la entidad empresarial. El estudio tiene un método cualitativo hermenéutico, aplicado con una entrevista y observación. Sus conclusiones fueron lo siguiente 1) Los trabajadores se identifican con la empresa, pues existe un ambiente idóneo para desempeñar sus actividades; sin embargo, se comprobaron muchos problemas de baja motivación en algunos colaboradores; 2) La indagación no tiene que restringirse solo a lograr los objetivos en la cual el VC determina por año, se debe tener en cuenta otras dificultades que nacen en el instante de elaborar las gestiones de valor.

Se concluyó en que el nivel de compromiso es un elemento principal de tal forma se alcance el éxito de la propuesta, por lo cual no se puede cumplir al 100% si no se cuenta con la participación de todo el equipo en las actividades programadas.

Wong (2018) realizó un plan de comunicación con la finalidad de optimizar la labor con cada colaborador en dicha organización Pacífico Seguros. Este estudio se trazó en dar a conocer la satisfacción de los colaboradores en el trabajo, de tal manera lograr realizar un plan comunicativo. Se tiene en cuenta lo siguiente; 1) Investigar la realidad actual en la entidad empresarial; 2) Diseñar el plan para mejorar la satisfacción laboral. Con un método cuantitativo descriptivo correlacional, aplicó la encuesta y el cuestionario de encuesta, con 158 de personal. Además, se da a conocer al personal la poca comunicación que existe con sus propios representantes de la empresa. Por lo tanto, un plan para comunicar es un instrumento fundamental en la mejora de esta situación.

Hinostroza y Laureano (2017) delinearon un plan de comunicación interna con el fin de vigorizar el liderazgo y optimizar el clima laboral en una empresa limeña. Esta investigación siguió una investigación mixta (cualitativa y cuantitativo descriptivo), se aplicó la técnica de observación, entrevistas y encuestas, con el único fin de indagar los problemas de liderazgo empresarial, motivación y edificación de un buen manejo en clima laboral. Se determinó que la empresa S.O.S. Solutions es una de las Mypes peruanas con estrategias negociantes de sus accionistas, pretenden fortalecerse en el entorno del mercado. Se concluyó en que se detectaron ciertas deficiencias en el clima laboral, por lo cual solo se podrá lograr en la medida que confluyen la creatividad, innovación, recursos de capital, estrategias de mercado y una gran capacidad de gestión.

Hilario (2016) estudió los niveles de estrés y clima empresarial con el personal en empresas privadas limeña. Dicha investigación tuvo por objetivos específicos: 1) Verificar los niveles de estrés laboral que tienen los trabajadores; 2) Determinar el ambiente de trabajo de los colaboradores; 3) Implantar las contradicciones significativas en los niveles de estrés. Método cuantitativa descriptivo correlacional, aplicando una encuesta, utilizando la Escala de Estrés en una Organización Internacional Laboral y la Organización Mundial de Salud (OIT-OMS) y la Escala de Clima de Trabajo de Sonia Palma (CL-SPC), teniendo una muestra aplicada de 168 personas que laboran en la entidad. Se concluyó: 1) Se consta de una analogía significativa con las constantes de estrés y clima de trabajo; 2) Un gran nivel con estrés sobresaliente es pequeña (87,50%) y el clima organizacional se estableció de manera optimista (44,05%).

1.2.3 En el contexto local

Cabrera y Gamarra (2015) diseñaron una idea de optimizar el buen clima en el trabajo en una organización chiclayana. Con un método cuantitativo de tipo descriptivo, se usó la técnica de encuesta, con la herramienta del cuestionario, muestra con 21 personas. Se comprobó que el trato entre de los colaboradores con la empresa es aceptable; 2) En relación a la dimensión autorrealización está en un nivel aceptable. Por lo cual, se concluye las condiciones de trabajo por lo cual están en nivel intermedio elevado, lo cual la propuesta permitirá desarrollar los indicadores que permitan mejorar el clima laboral.

Santamaría y Zeña (2017) examinaron el clima laboral desde la percepción de los colaboradores en una universidad. Dicha indagación se centró en estudiar el clima de trabajo, teniendo en cuenta los sentimientos de cada colaborador, así mismo demostrar los importantes inconvenientes para poder dar opciones de soluciones ante el problema. Con un método cuantitativo y un diseño no experimental, se usó el cuestionario de encuesta, con la cantidad de 89 colaboradores. Por último, indicaron que, para pocos trabajadores, el clima de trabajo es no favorable, también en la comunicación y el trato en cada colaborador.

Quevedo y Riojas (2015) diseñaron un plan con el fin de optimizar y optimar el clima de trabajo en una entidad de seguros, apoyada con la teoría antropológica de la motivación dado por Pérez López. Con un método cuantitativo descriptiva, se usó la aplicó la encuesta mediante la herramienta del cuestionario, dividido en 3 variables, 13 indicadores y 36 ítems, aplicada a 13 colaboradores en dicha empresa. Se evidenció en que los elementos por lo cual benefician el clima empresarial son: una excelente relación entre los trabajadores, el beneficio o inquietud de la entidad por sus colaboradores, la decisión de los colaboradores en el área laboral. 2) Aquellos elementos en la cual no ayudan el clima organizacional en una empresa se detalla a continuación: no contar con un manual en donde se establezcan las funciones y las ideas de cada colaborador, el poco apoyo entre compañeros, casi nada de reconocimiento por parte del jefe o superiores; 3) Los trabajadores reflejaron cierta incomodidad en su lugar de trabajo, por las condiciones que se presentan.

Se concluye que la propuesta mejorará el clima laboral, logrando una mejor satisfacción en los trabajadores, quienes se sentirán más a gusto al realizar sus labores;

Según la teoría de Juan Antonio Pérez López, se indicó que el tipo de director en la empresa es el Manipulador (S, E, I) en la cual existe una alta capacidad estratégica y eficaz, pero la cualidad de líder es deficiente.

Riojas (2018) trazaron la idea de un plan comunicativo para un buen clima empresarial en la ciudad de Chiclayo, establecida en la teoría antropológica de la motivación de Pérez López. Con la metodología cuantitativa y cualitativa a la vez, aplicando la encuesta con una herramienta del cuestionario de encuesta, aplicada a 13 colaboradores. Dan a conocer los factores que perjudican el clima laboral son; no existe un manual de organización, no es considerado las opiniones de los trabajadores y la falta en reconocimiento por parte del jefe, quien no destaca los logros de cada uno de sus colaboradores. Por ende indicaron que hay diferencias en el ambiente laboral, algunos consideran sentirse a gusto con su trabajo; sin embargo otros lo califican como un lugar poco hostil, en donde existe la falta de diálogo, lo cual conlleva a que no se sientan a gusto laborando.

Baltazar y Chirinos (2019) nos dan a conocer que el clima laboral y las dimensiones de la personalidad en los trabajadores en una compañía de servicios del norte del Perú. Con un método cuantitativo descriptivo correlacional, esquema no experimental; aplicando una técnica de encuesta, con las herramientas para lograr medir el clima de trabajo con una “Escala de Clima Laboral” de Palma y para la medición de la personalidad el “Cuestionario BFQ”, aplicados a una muestra de 92 trabajadores. Las conclusiones fueron la siguiente: 1) Si hay una correspondencia positiva significativa entre clima de trabajo con la dimensión amabilidad; 2) Negativa correspondencia con el ambiente laboral con las dimensiones de estabilidad emocional e inicio mental. Por lo cual se concluye que el clima laboral se logra percibir de manera con los colaboradores.

Quiñonez (2018), realizaron su investigación sobre como influye el ambiente de trabajo para tener satisfecho a los colaboradores del área de administración en la gestión educativa chiclayano. Con un método cuantitativo descriptivo correlacional, aplicando la encuesta, con la herramienta cuestionario de encuesta, aplicada a 56 trabajadores. Por lo cual, el clima laboral es bueno, propiciando las buenas relaciones entre el personal. Por lo cual se concluye en que existen factores que deben ser tomados en cuenta, entre ellos: escasas oportunidades para los trabajadores, la toma de decisiones, escasos reconocimientos en sus beneficios profesionales, la falta de compañerismo y el poco entrenamiento al personal.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Teorías

1.3.1.1. Teoría organizacional

Para Miranda (2018) una organización ha sido parte del estudio por muchos años. Sin embargo, es importante tener en cuenta algunos aspectos, al momento de establecer este término, en primer lugar definir claramente los objetivos y diseñar la estructura que debe tener la organización, teniendo en cuenta que los colaboradores deben percibir un buen clima laboral.

1.3.1.2. Teoría sobre la comunicación organizacional

Este enfoque se relaciona a la unión con mensajes que circulan dentro de una organización. También se considera como un conjunto de procedimientos que facilitan la comunicación dentro de la empresa a fin de generar una gran satisfacción con gente interna reflejada en ambientes externos (Rodríguez, 2022).

1.3.1.3. Teoría sobre el clima laboral

Para Navarro y Santillán (2007) las teorías que avalan el clima laboral u organizacional están fundamentadas en la escuela Gestalt que se encuentra en la percepción sobre una organización. Según esta escuela, las personas logran comprender el mundo que los rodea de acuerdo a su nivel perceptivo. Se puede expresar que la percepción en el trabajo influye mucho en los comportamientos del individuo.

Por otro lado, también se fundamenta en la escuela funcionalista, esto nos explica que el comportamiento y pensamiento que tienen las personas va a depender de todo lo que le rodea.

Es importante mencionar que para la Gestalt se argumentan en que la persona se logre adaptar a su medio ya que no le queda opción alguna, por otro lado los funcionalistas conciben en que las personas interactúan con su medio y forman parte del clima de éste.

1.3.2. Marco conceptual

1.3.2.1. Plan de comunicación

Nieves (2006) define un plan de comunicación es una propuesta que mediante una serie de acciones estratégicas permite mejorar ciertos aspectos que no están del todo bien en un determinado lugar, organización, institución educativa, etc. Las acciones deben estar basadas en objetivos, datos y presupuestos debidamente planificados.

Para Morelo (2005) el plan comunicativo es aquel documento que contiene técnicas, objetivos a corto y largo plazo, metas, estrategias, objetivos, el mensaje y las acciones que se emplearán para mejorar ciertas deficiencias en alguna empresa. Por lo general se debe empezar generando un diagnóstico que permita tener en claro los aspectos a los que debe apuntar el plan de comunicación.

Ambos autores coinciden al indicar que un plan de comunicación sirve como una guía para mejorar aspectos que no están del todo bien en una determina empresa.

1.3.2.2. Comunicación organizacional

Las acciones de los seres humanos por lo general se rigen a través de la comunicación, sin embargo, este término ha cobrado mayor importancia en el campo organizacional, debido a las relaciones que se establecen entre el jefe y sus trabajadores, lo cual influye en su rendimiento a nivel laboral. Por lo cual, la comunicación puede resultar una herramienta eficaz para reducir en gran medida los conflictos internos que se pueden generar dentro de una empresa (Valdés, 2005).

Referirse a la comunicación organizacional, es abordar dicho proceso como el intercambio de mensajes que se dan dentro de una empresa, los cuales se intercambian y se dan a los diversos públicos (internos y externos), utilizando una amplia variedad de canales (Andrade, 2005).

1.3.2.3. Empresa

Una empresa es una organización, que no tiene un tiempo definido de duración y cuyo objetivo es lograr la satisfacción frente a una necesidad de mercado. Dicha necesidad se plantea en relación al ofrecimiento de productos o servicios con la contraprestación de un precio (Gobierno de Canarias, 2012).

Para Díaz (2015) una empresa es una entidad integrada por un grupo humano con diversas características y habilidades que en conjunto funcionan y logran satisfacer ciertas necesidades en el mercado. Por lo cual una empresa debe construir mecanismos que les permita satisfacer las necesidades de ciertos públicos y a la vez lograr segmentarse en el mercado.

Para Alles (2017) la empresa es importante para comenzar a trabajar en conceptos sobre capital humano, teniendo en cuenta la visión y la misión empresarial, y como parte fundamental tener en cuenta el valor en las personas.

1.3.2.4. Estrategias

El sitio web Liderazgo y mercadeo (s.f.) menciona que una estrategia puede ser definida como la actividad que realiza una determinada empresa para lograr cada uno de los objetivos y permitir que la empresa funcione de una forma eficiente. Por lo cual las empresas, deben planificar cada una de las estrategias a base de objetivos a largo plazo.

Por lo cual, Contreras (2013) indica que parte del éxito de una estrategia dependerá mucho los objetivos empresariales. Es por ello, que sí se no se tiene bien en claro hacia dónde se quiere llegar, de seguro que la estrategia no tendrá un efecto positivo y será un gran fracaso. Una estrategia debe establecer los aspectos importantes que una empresa espera lograr.

1.3.2.5. Clima laboral

“El clima laboral son aquellos elementos en la cual intervienen en el comportamiento de las personas de un determinado organismo organizacional” (Ucero, s.f).

Seisdedos (2003) menciona que el clima laboral puede traducirse en la forma interna respectivamente permanente en una empresa, consecuencia del comportamiento y reglas de cada miembro, que es apreciada por éstos y crea un organismo empresarial distinto a las demás.

Los autores hacen mención sobre el ambiente laboral, que está concebido por la valoración de cada colaborador de dicha entidad empresarial, y que además, interviene en la conducta y la actitud que refleja cada uno de sus miembros.

1.3.2.6. Dimensiones del clima laboral

Palma (2004) menciona al clima de trabajo como la percepción de los trabajadores con el entorno laboral teniendo en cuenta su personalidad, por otro lado involucra las tareas, supervisiones recibidas, tener indagación sobre el trabajo en relación con las personas que trabajan en distintas áreas y contextos que facilitan su desempeño.

Para Palma las dimensiones de clima laboral son determinados así:

1. **Autorrealización:** está basada en la percepción de cada colaborador teniendo en cuenta el crecimiento con profesionalismo.
2. **Involucramiento laboral:** se refiere a saber identificarse con aquellos valores que dicha empresa tiene y tener la responsabilidad de cumplir y desarrollar los objetivos propuestos por el organismo organizacional.
3. **Supervisión:** se perciben las funciones de los jefes al momento de supervisar dentro del desempeño de los colaboradores en diversas actividades que realizan diariamente.
4. **Comunicación:** Se da a conocer de manera clara, fluida y coherente, con la información interna de la empresa, de tal forma se logre captar de manera atenta a los clientes.
5. **Condiciones Laborales:** está a base de las compensaciones que realiza las empresas con sus colaboradores, con la finalidad que puedan lograr realizar un buen trabajo.

1.3.2.7. Clientes

Kotler (2021) menciona que un cliente puede ser definido como la razón de ser toda empresa u organización, por el cual se ejecutan una serie de estrategias que permitan planificar, implementar y organizar las diversas actividades que permitan satisfacer cada una de sus necesidades. Las empresas también se esfuerzan por construir una relación con los clientes a lo largo del tiempo: los responsables de marketing lograron la retención de los clientes con la finalidad de retenerlos y evitar que se fueran a la competencia. El objetivo pasó de la satisfacción a la retención del cliente.

1.3.2.8. Motivación

El término motivación proviene del latín motus (“movido”) y motio (“movimiento”). La motivación va a impulsar a las personas en realizar ciertas actividades que les permita lograr cada uno de sus objetivos. Si trasladamos esta definición al campo organizacional, diversos estudios avalan que un trabajador más motivado registra mejores niveles de desempeño y se sentirán más satisfechos en su lugar de trabajo. Por lo cual, algunos estudios recomiendan a las empresas brindar cierto tipo de recompensas e incentivos a los trabajadores por su labor, lo cual puede significar una motivación para realizar su trabajo con mayor compromiso y responsabilidad (Esan, 2016).

Para Alles (2017) la motivación se fundamenta en los deseos de las personas. No funciona la empresa sino hay algo para motivarse, es fundamental como la importancia del combustible para un carro. Cada organización puede tener lo mejor, pero si sus colaboradores no se sienten satisfechos, todo el trabajo será en vano. Por otro lado, también es importante el reconocimiento de las personas, sentirse ellos que son piezas claves para la organización, que tienen actitudes y fortalezas para lograr un gran desempeño, así mismo alcanzar el éxito.

1.3.2.9. Tipos de motivación

Según la Institución Educativa ESAN (2016) existen diversos tipos de motivación:

Positiva se enfoca a las ansias de querer superarse como personas, lo que los lleva a realizar su trabajo guiado de una actitud positiva.

Negativa es considerada como una obligación en donde las personas cumplen ciertas actividades bajo condiciones como castigos, amenazas, despidos, etc.

Intrínseca se caracteriza porque el trabajador busca lograr mediante sus trabajos sus metas personales o sueños.

Extrínseca está basado a elementos externos, por ejemplo, preeminencias que se puede obtener del trabajo realizado. Así mismo, el trabajo constituye un medio para llegar a un fin y no un fin en sí mismo.

1.4. Formulación del problema

¿Cómo un plan de comunicación interno puede mejorar el clima laboral en una empresa del distrito de Chiclayo, 2019?

1.5. Justificación e importancia del estudio

El trabajo investigativo está justificado en:

La investigación utilizó técnicas como la encuesta y la observación, que tienen un sustento teórico en la recolección de fundamentos, estas variables de estudio se midieron mediante instrumentos estadísticos como el cuestionario de encuesta, para arribar con cada uno de los objetivos específicos.

Los principales hallazgos sirvieron como un precedente con el fin de generar estrategias para optimizar el clima de trabajo de la empresa, propiciando a que los trabajadores estén más proactivos y puedan asumir con compromiso cada una de sus responsabilidades, lo cual generará un buen clima laboral, que se reflejará en el trato con el público externo.

La investigación contribuye como antecedente para otras investigaciones vinculadas a la carrera de Ciencias de la comunicación de la USS, que pretendan generar un plan para comunicar la mejora del clima de trabajo empresarial, con el fin de dar aporte a la investigación científica.

1.6. Hipótesis

HI: Un plan de comunicación interno puede tener una mejora en el clima laboral en una entidad empresarial del distrito de Chiclayo, 2019.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Elaborar un plan de comunicación interna para mejorar el clima laboral en una empresa del distrito de Chiclayo, 2019.

1.7.2. Objetivos específicos

1. Diagnosticar el clima laboral en una empresa en Chiclayo, con relación a la dimensión Autorrealización.
2. Diagnosticar el clima laboral en una empresa en Chiclayo, con relación a la dimensión Involucramiento laboral.
3. Diagnosticar el clima laboral en una empresa en Chiclayo, con relación a la dimensión Supervisión.
4. Diagnosticar el clima laboral en una empresa en Chiclayo, en relación a la dimensión Comunicación.
5. Diagnosticar el clima laboral en una empresa en Chiclayo, en relación a la dimensión Condiciones Laborales.
6. Diseñar las estrategias de comunicación que permitan un mejor clima en una empresa en Chiclayo.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

El trabajo investigativo es **cuantitativo**, es parte del paradigma positivista y el análisis está centrado con el ámbito estadístico a partir de medidas numéricas para determinar predicciones o modelos de comportamiento con relación a la dificultad establecido. Se logró recolectar datos numéricos, con el fin de responder al problema en relación a una serie de interrogantes que derivan de las hipótesis. Está basado en la medida numérica y en el estudio estadística (Hernández, 2018).

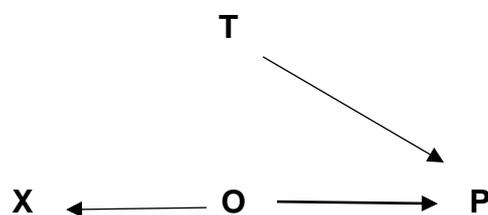
Es **descriptivo**, detalló los datos y características de la realidad actual del clima laboral de la organización, con el fin de establecer su análisis y los mecanismos que formarán parte del mismo.

Es **propositivo**, se realizó la propuesta, con la opción de ejecutarla o no, de acuerdo a la decisión de la persona encargada en la investigación.

2.1.2. Diseño de investigación

El trabajo investigativo muestra el estudio **No experimental – Descriptivo**, no se manipularon intencionadamente cada variable, sin depender de nada (Hernández, 2018).

El esquema establecido:



Dónde:

X= Realidad

O= Observación.

T: Teorías.

P: Propuesta.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

El trabajo investigativo fue considerado parte de la población de cada colaborador de Molino'S ALDUR S.A.C., teniendo en cuenta 20 trabajadores.

Tabla 1. Población de estudio

Molinos	Población	Sexo	
		M	F
Gerente/jefe	2	1	1
Trabajadores.	18	14	4
Total	20	15	5

Fuente: Elaboración propia basado en datos brindados por Molino'S ALDUR S.A.C.

2.2.2. Muestra

Fue aplicada como muestra censal, es decir cuando la población de estudio está reducida, es considerado todas las unidades de investigación como muestra (Hernández Sampieri, 2018). En este caso se trabajó con 20 trabajadores de la empresa Molino'S ALDUR S.A.C.

Criterios de inclusión:

Se incluyó a colaboradores en la cual se encuentren en el día que será aplicado el estudio de encuesta.

Criterios de exclusión:

Excluimos a colaboradores que presentaron su renuncia a dicha organización.

Excluimos a clientes de la organización, debido a que solo nos centraremos con las percepciones de cada colaborador.

2.3. Variables y Operacionalización

Variable 1: Clima laboral

Definición conceptual

Escalante y Quiroga (2019) mencionan que el clima de trabajo son las características en la cual rodean al trabajador en una determinada entidad organizacional. Por lo cual, resulta difícil medir con exactitud el tipo de clima laboral en una empresa; sin embargo, es importante conocer ciertos aspectos que permitirán mejorar aquellas debilidades que la pueden estar afectando.

Definición operacional

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INTRUMENTO
CLIMA LABORAL	Autorrealización	Desarrollo personal y profesional.	1,6, 11, 16, 21, 26, 31, 36, 41 y 46.	
	Involucramiento laboral	Valores organizacionales y compromiso.	2,7,12,22,2 7,32,37,42 y 47.	
	Supervisión	Supervisión dentro de la actividad laboral.	3, 8, 13, 18, 23, 28, 30, 33, 38, 42 y 48.	ESCALA "CLIMA LABORAL CL – SPC"
	Comunicación	Grado de fluidez, cerrilidad, claridad, coherencia y precisión de la información.	4, 9, 14, 19, 24, 34, 39, 44 y 49.	
	Condiciones laborales.	Elementos materiales, económicos y/o	5, 10, 15, 20, 25, 30, 35,	

psicosociales
necesarios para 40, 45 y 50.
el cumplimiento
de las tareas
encomendadas.

Fuente: Palma (2004).

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Encuesta, es un instrumento investigativo cuantitativo, en la cual se fundamenta en alcanzar datos para medir las variables de estudio, debe haber relación con el problema y la hipótesis. (Hernández Sampieri, 2018).

El instrumento utilizado es el siguiente:

Para la encuesta se aplicará utilizando como instrumento la Escala “Clima Laboral CL – SPC”, en base a 50 interrogantes mediante la escala de Likert. El instrumento tendrá como informantes a cada colaborador de dicha empresa. El cuestionario de encuesta será adaptado, por lo cual será sometido a juicio de expertos, para avalar su validez.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

Al momento de ejecutar el análisis estadístico e interpretación de los datos, se elaboró el instrumento de investigación (“Clima Laboral CL – SPC”), para lo cual se siguieron los siguientes pasos:

1. Aplicación del cuestionario de encuesta a los trabajadores.
2. Se codificó cada encuesta.
3. Se tabularon los resultados mediante una matriz de datos, y se trabajó en Microsoft Excel 2013.
4. Elaboración de figuras, así mismo se realizaron las discusiones de resultados y conclusiones.

2.6. Criterios éticos

Fue aplicado criterios confiables y datos de manera anónima, con el fin de lograr que las respuestas de cada colaborador encuestado puedan ser utilizados para otros trabajos de investigación. Los nombres de los encuestados no serán mencionados.

Cada colaborador tiene que estar de acuerdo y libres para realizar la encuesta, se seguirá el criterio del Consentimiento informado.

Esta información tomada por los encuestados se utilizará con responsabilidad para investigaciones posteriores.

Se evitó alterar las respuestas de cada colaborador en el cuestionario de encuesta, logrando obtener cada dato de dicha indagación. El cual, se colocará como anexo cumpliendo de manera estricta el criterio de inalterabilidad.

2.7. Criterios de rigor científico

El estudio utilizó instrumentos de medición creados por el investigador, así mismo, fueron presentados a expertos con la finalidad de avalar confianza de cada ítem, sometidos a juicio de expertos para garantizar la confiabilidad de los ítems, de tal forma se cumple cada criterio de confiabilidad e instrumento válido.

En este estudio se tuvo que realizar una investigación de trabajos anteriores, con la finalidad de poder contrastar la información, así mismo lograr seguir un criterio de confidencialidad.

III. RESULTADOS

3.1. Presentación de resultados

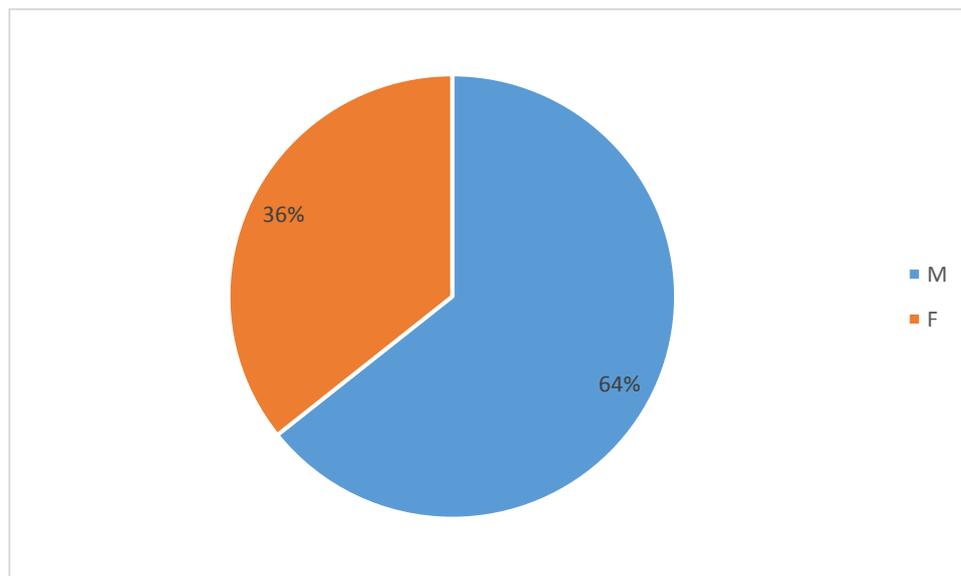


Figura 1. Género de los trabajadores.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 1 observamos un 64% en cada encuestado son varones y el 36% mujeres.

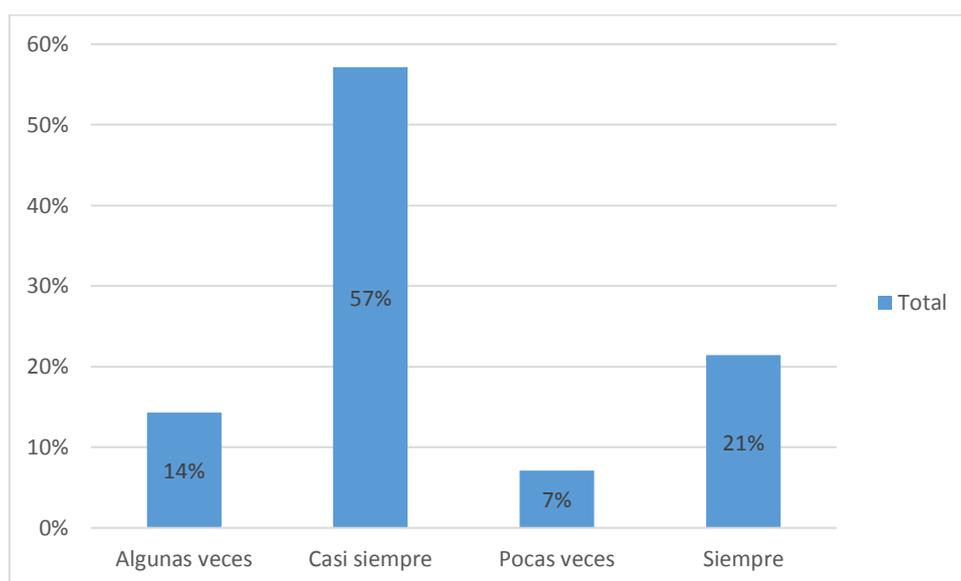


Figura2. Oportunidades de progresar en la institución.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 2 se puede observar que en la mayoría encuestados (57%) consideran que “casi siempre” hay oportunidad en avanzar con la compañía. Por otro lado, el 21% en cada trabajador indicaron “siempre”, el 14% “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

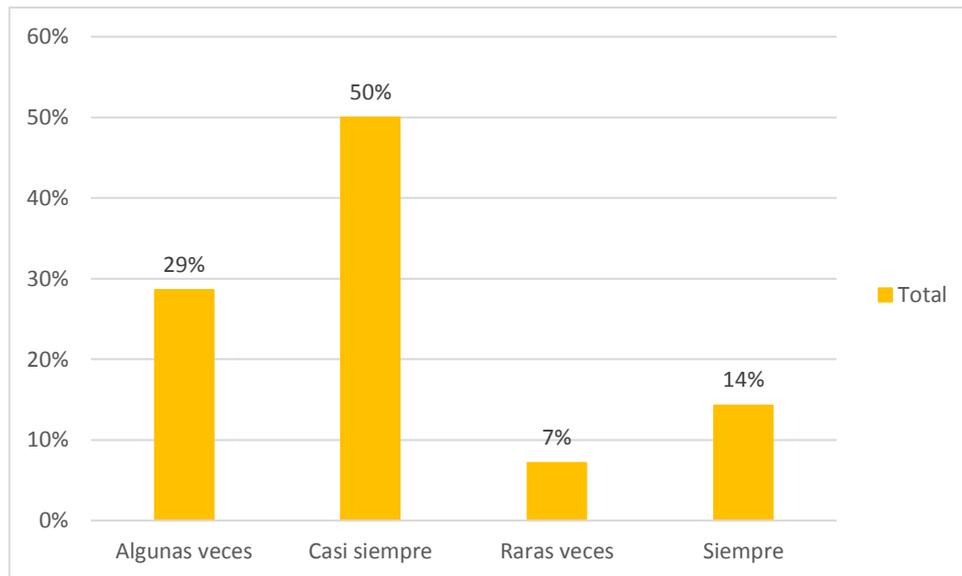


Figura3. Compromiso con el éxito de la organización.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 3 observamos un 50% de encuestados consideran que “casi siempre” se sienten comprometidos en la empresa para ser exitosa. Por otro lado, con un 29% cada trabajador indicó que se da “algunas veces”, el 14% “siempre” y el 7% “raras veces”.

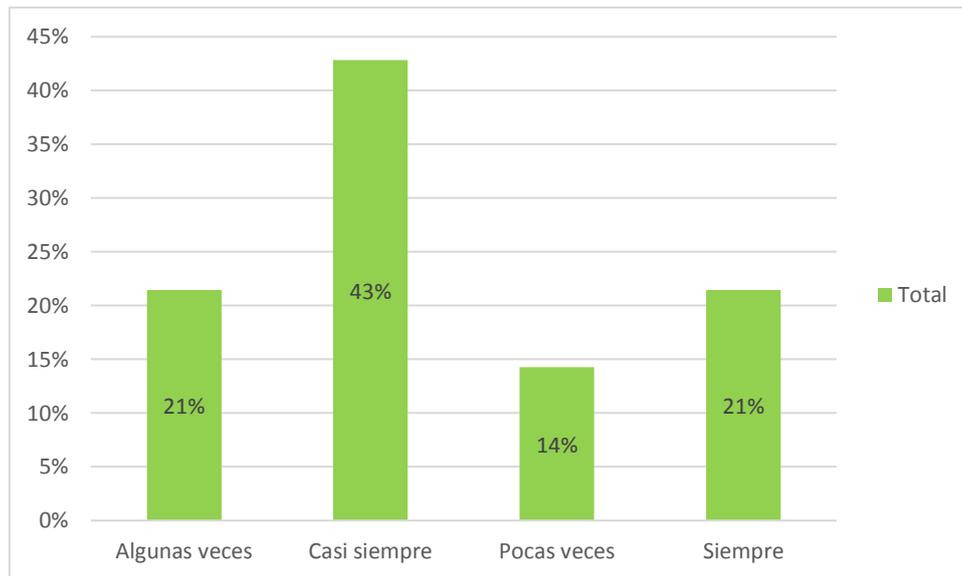


Figura4. Apoyo en obstáculos que se presentan.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 4 observamos un 43% que cada encuestado consideran que “casi siempre” el supervisor considera un gran apoyo en las dificultades que se presentan. Por otro lado, el 21% de los trabajadores indicó que se da “siempre” y el 14% “algunas veces”.

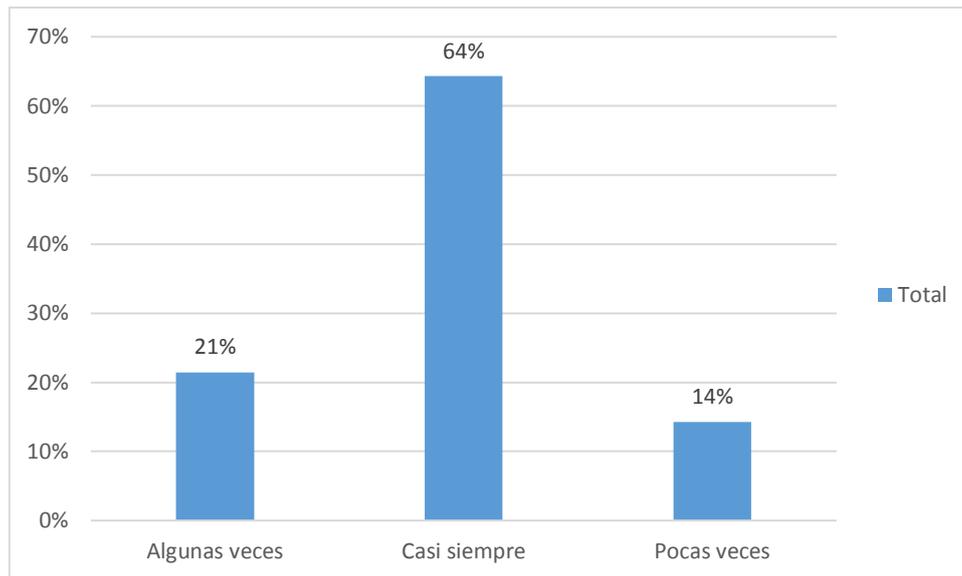


Figura5. Acceso a la información.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 5 observamos un 64% en cada encuestado consideran “casi siempre” pueden acceder con la información de tal forma cumplan con la labor. Así mismo, un 21% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces” y el 14% “pocas veces”.

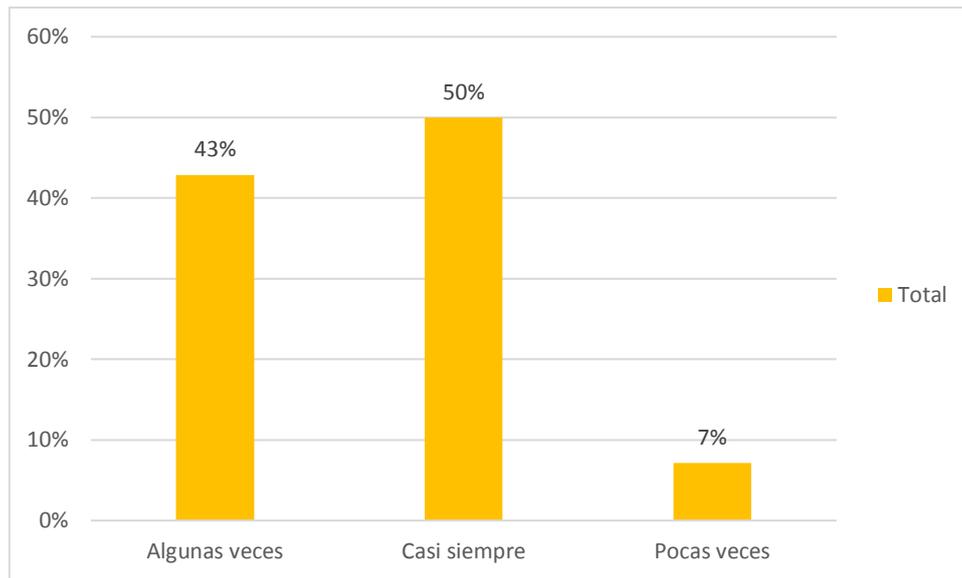


Figura6. Cooperación entre compañeros.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 6 observamos a la mayor parte de cada encuestado (50%) es considerado “casi siempre” los trabajadores se apoyan. Por otro lado, el 43% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

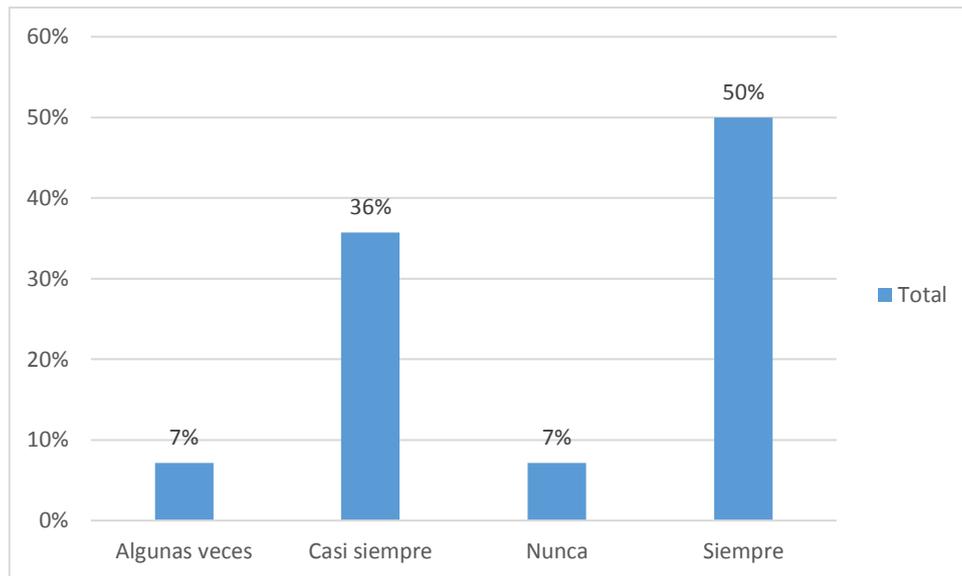


Figura7. Apoyo por parte del jefe.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 7 observamos un (50%) de cada colaborador encuestado, consideran “siempre” que al jefe le importe que sus trabajadores sean exitosos. Por otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “casi siempre” y el 7% “algunas veces” y “nunca” respectivamente.

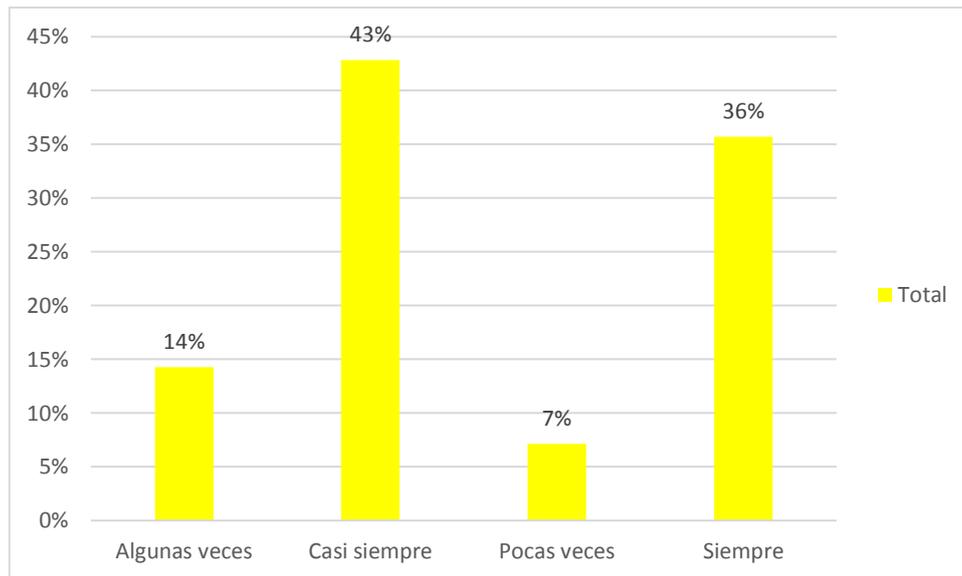


Figura 8. Niveles de logro en el trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 8 observamos a la mayoría de los encuestados (43%) consideran que “casi siempre” el colaborador tiene por seguro cada nivel de logros. Por otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “siempre”, el 14% “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

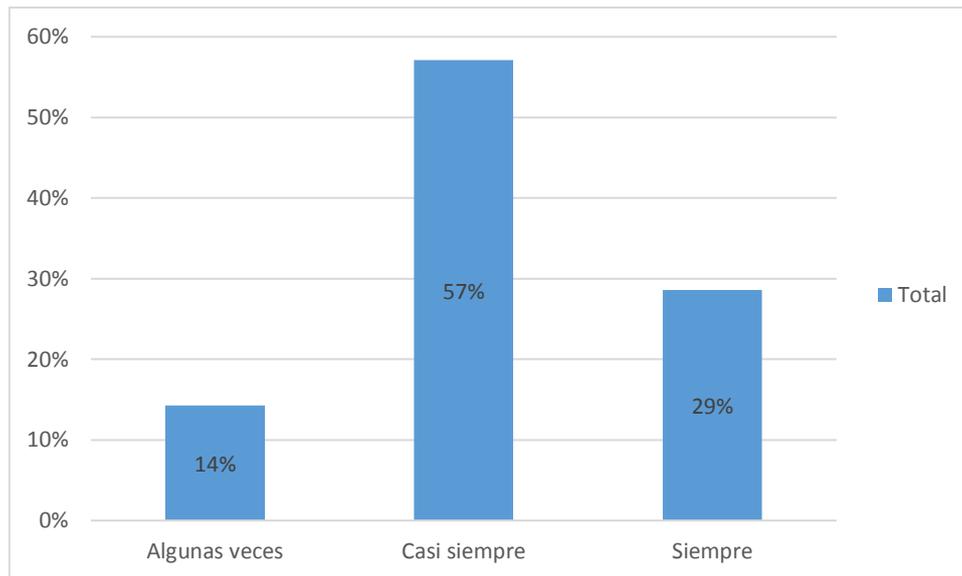


Figura9. Métodos de trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 9 observamos a la mayoría de los encuestados (57%) consideran que “casi siempre” en la compañía, existe una mejora en la manera de trabajar. Además, el 29% de los trabajadores indicó que se da “siempre” y el 14% “algunas veces”.

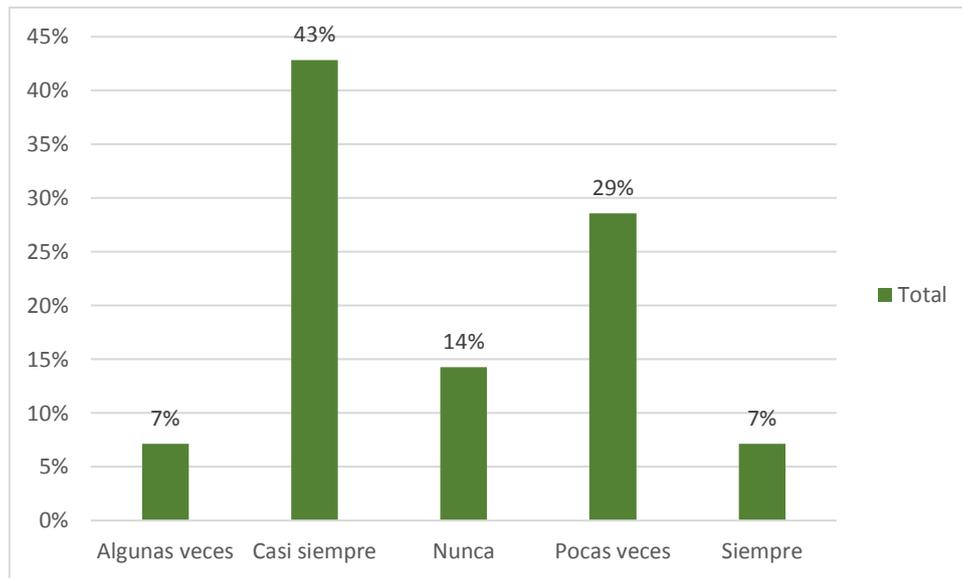


Figura10. Métodos de trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 10 observamos a la mayoría de los encuestados (43%) consideran “casi siempre” la información se da de manera adecuada. Por otro lado, el 29% de los trabajadores indicó que se da “pocas veces”, el 14% “nunca” y el 7% “algunas veces” y “siempre” respectivamente.

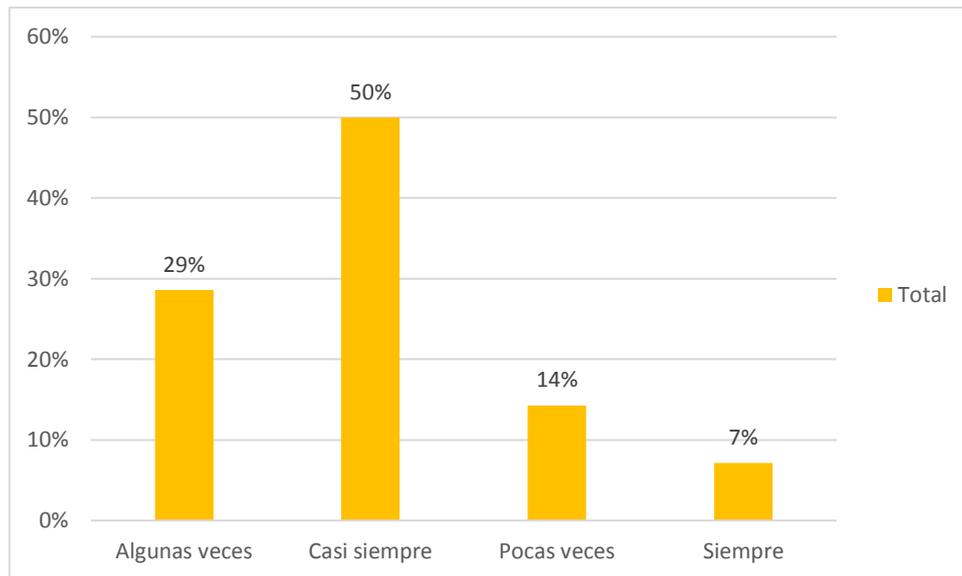


Figura11. Objetivos de trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 11 observamos a la mayor parte de cada colaborador encuestada (50%) han considerado un “casi siempre” que tienen retos para realizar sus trabajos. Además, con un 29% indicaron “algunas veces”, el 14% “pocas veces” y el 7% “siempre”.

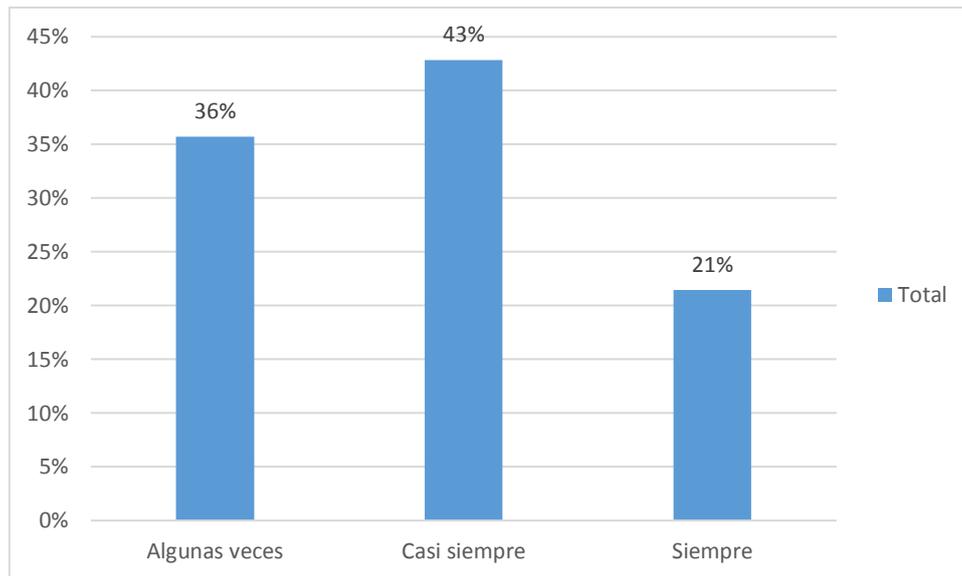


Figura12. Objetivos y acciones.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 12 observamos a la mayoría de colaborador (43%) consideran “casi siempre” participan en dejar claro los objetivos para accionar en su labor. Por otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces” y el 21% “siempre”.

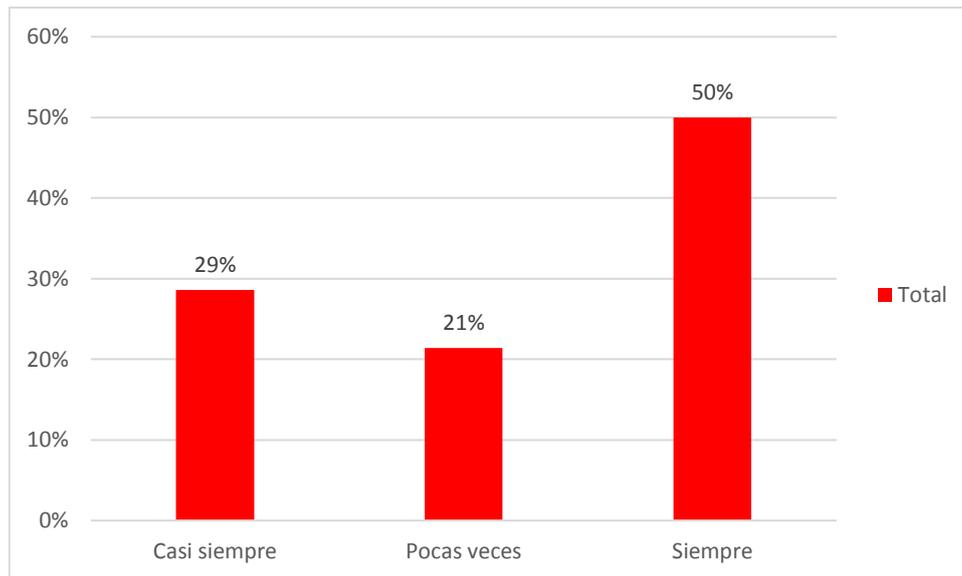


Figura13. Factor clave para el éxito de la organización.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 13 observamos a la mayoría de los encuestados (50%) consideran que “siempre” el colaborado se siente importante y fundamental para alcanzar el éxito en la empresa. Por otro lado, un 29% de los trabajadores indicó que se da “casi siempre” y el 21% “pocas veces”.

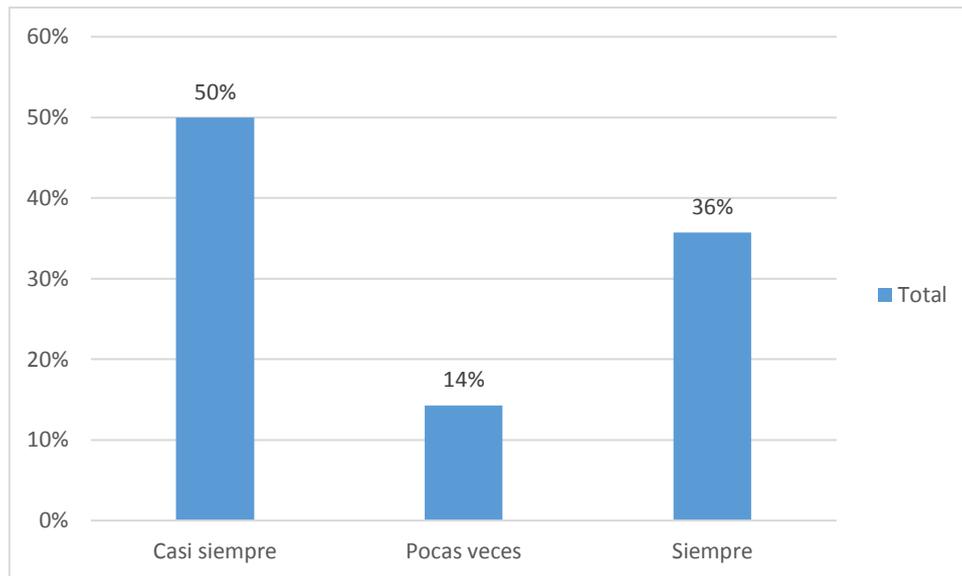


Figura14. Evaluación del trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 14 observamos a la mayoría de cada encuestado (50%) indican “casi siempre” las evaluaciones en los trabajadores ayuden a mejorar sus tareas encomendadas. otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “siempre” y el 14% “pocas veces”.

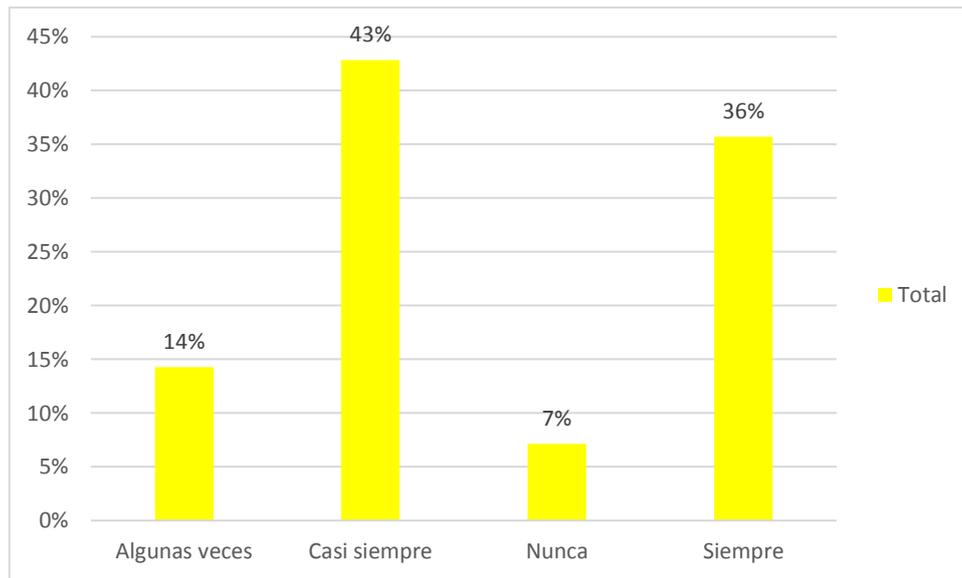


Figura15. Relación armoniosa entre grupos de trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 15 observamos a la mayoría de cada colaborado encuestado (43%) consideran “casi siempre” en grupos laborales, existe una relación armoniosa. Por otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “siempre”, el 14% “pocas veces” y el 7% “nunca”.

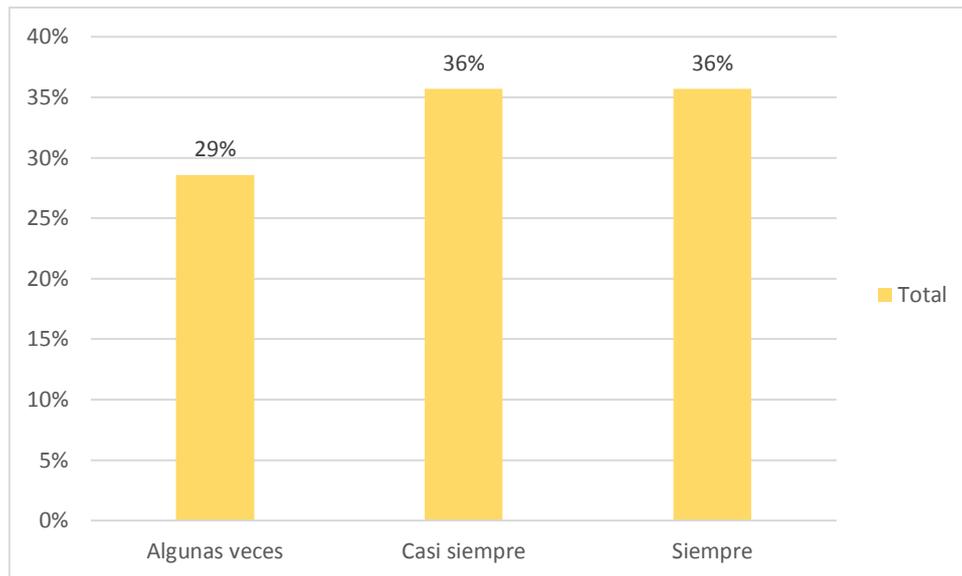


Figura16. Oportunidad para tomar decisiones.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 16 observamos que cada encuestado (36%) indican “casi siempre” y “siempre” tienen la dicha de llegar a decidir con responsabilidad sus trabajos. Por otro lado, con un 29% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces”.

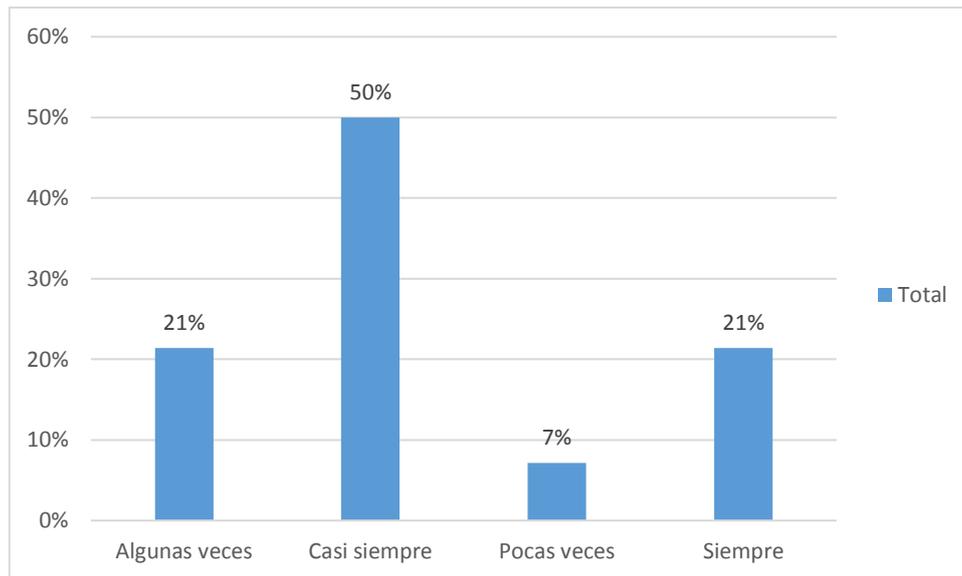


Figura17. Altos niveles de desempeño.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 17 observamos a la mayoría de los encuestados (50%) consideran que “casi siempre” es de importancia el desempeño de los trabajadores. Por otro lado, con un 21% cada colaborador indicó que se da “siempre” y “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

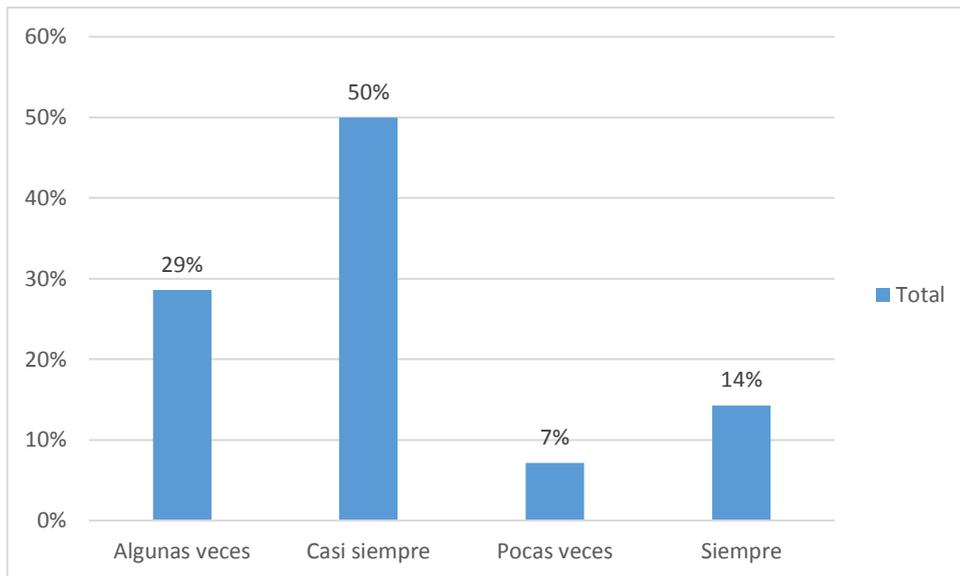


Figura 18. Trabajadores comprometidos con la organización.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 18 apreciamos a la mayoría de los encuestados (50%) consideran que “casi siempre” cada colaborador se compromete con la compañía. Por otro lado, con un 29% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces”, el 14% “siempre” y el 7% “pocas veces”.

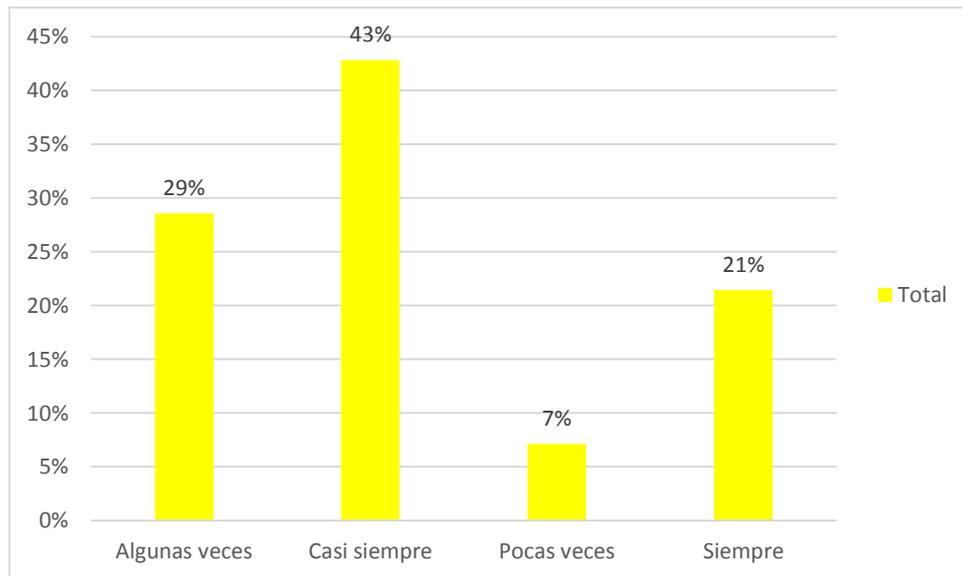


Figura 19. Preparación para realizar el trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 19 observamos a la mayoría de los encuestados (43%) consideran que “casi siempre” reciben preparación para realizar el trabajo. Por otro lado, el 29% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces”, el 21% “siempre” y el 7% “pocas veces”.

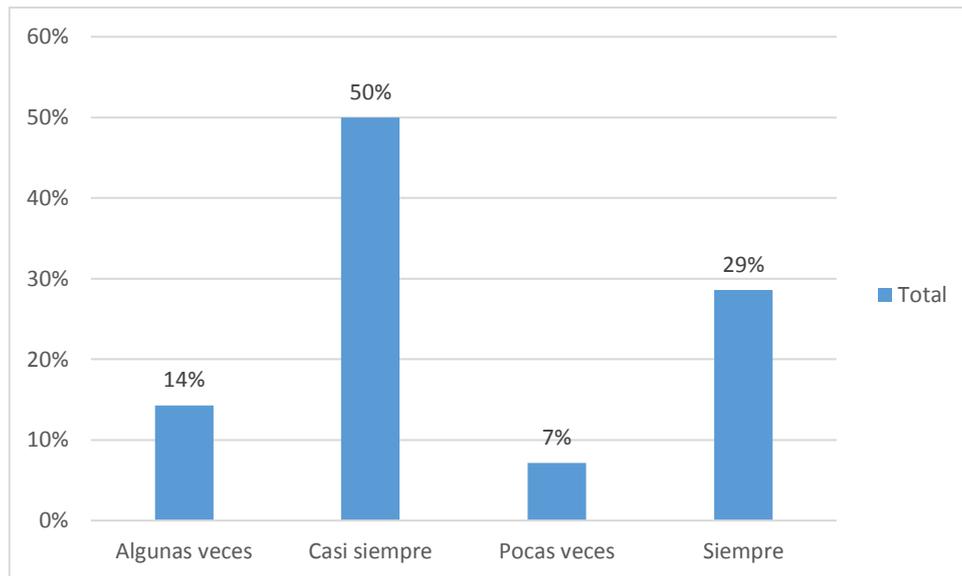


Figura 20. Canales de comunicación.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 20 observamos a la mayoría de los encuestados (50%) consideran que “casi siempre” hay bastante canal para comunicar. Por otro lado, con un 29% indicaron que se da “siempre”, el 14% “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

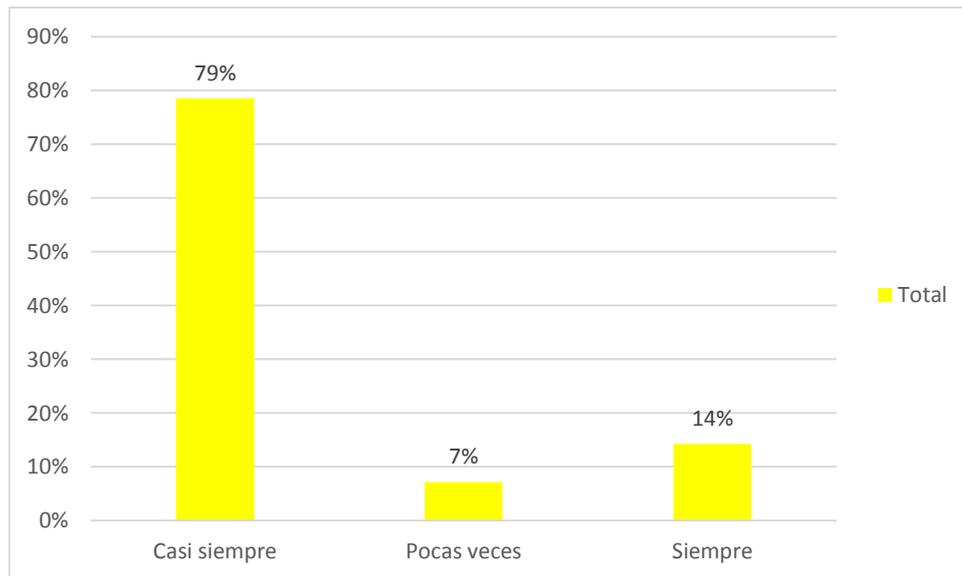


Figura21. Grupo de trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 21 observamos a la mayoría de los encuestados (79%) consideran que “casi siempre” existe una buena integración grupal. Por otro lado, el 14% de los trabajadores indicó que se da “siempre” y el 7% “pocas veces”.

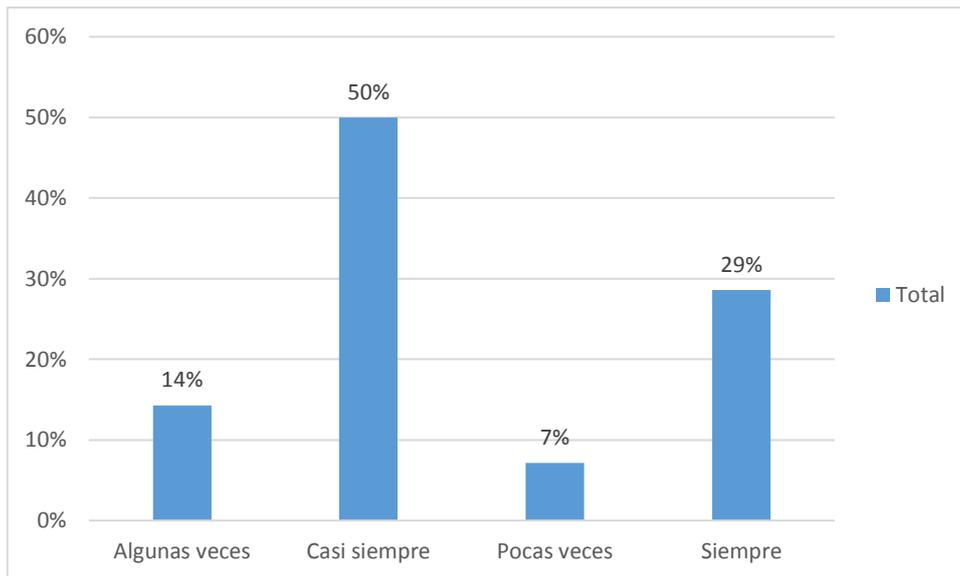


Figura22. Reconocimiento por logros.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 22 observamos a la mayoría en cada encuestado (50%) consideran que “casi siempre” las personas que supervisan reconocen el trabajo de los colaboradores. Por otro lado, con un 29% de los trabajadores indicó que se da “siempre”, el 14% “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

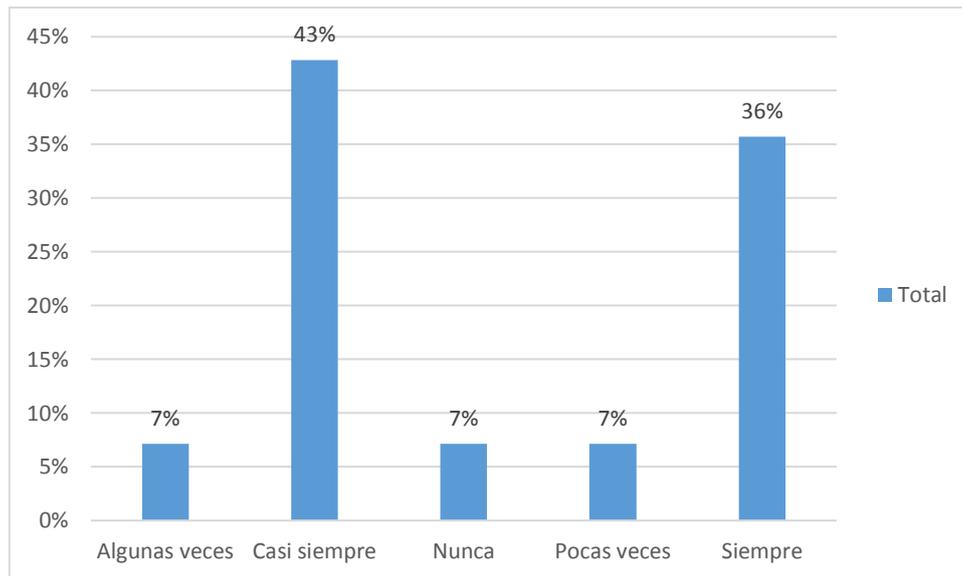


Figura23. En la oficina, se hacen las cosas cada día.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 23 observamos que el 43% de los encuestados indican “casi siempre” en el trabajo se hacen las cosas cada día. Por otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “siempre y el 7% “algunas veces”, “pocas veces” y “nunca” respectivamente.

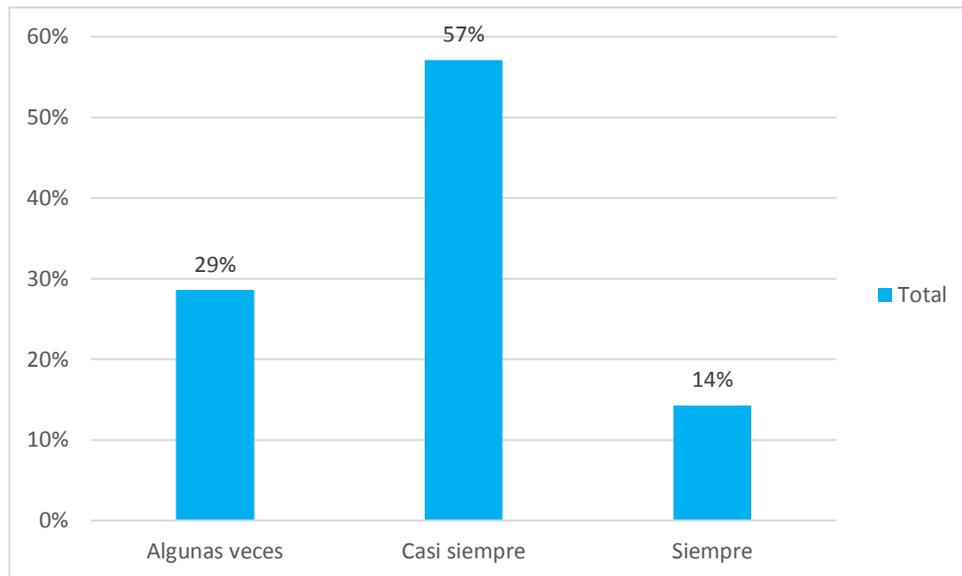


Figura24. Responsabilidades claramente definidas.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 24 observamos a la mayoría de cada colaborador (57%) indican “casi siempre” cada responsabilidad por el trabajo es bien clara. Por otro lado, el 29% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces” y el 14% “siempre”.

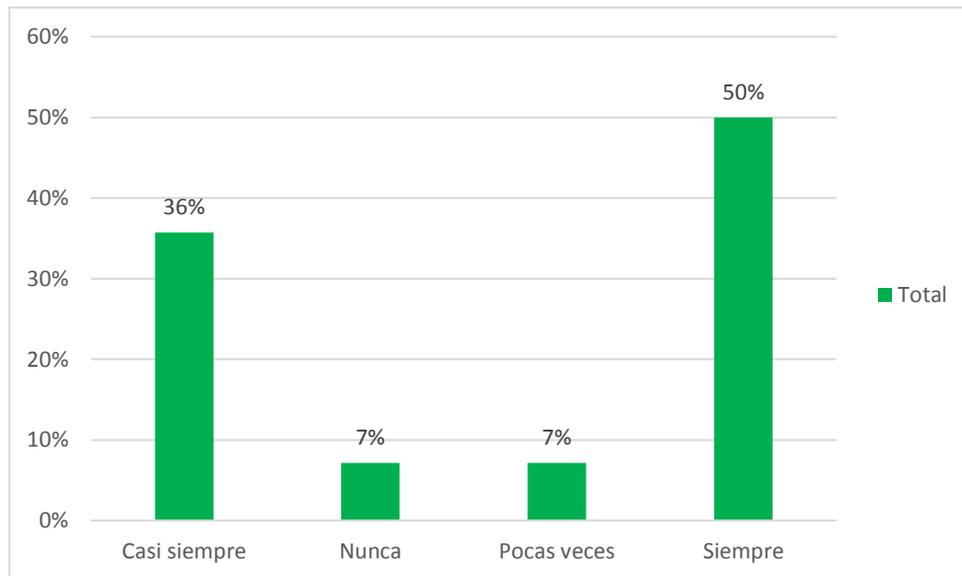


Figura25. Interacción con personas de mayor jerarquía.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 25 observamos a la mayoría de cada encuestado (50%) consideran que “siempre” interactúan con individuos de alto rango. Por otro lado, con un 36 % indicaron que se da “casi siempre” y el 7% “pocas veces” y “nunca” respectivamente.

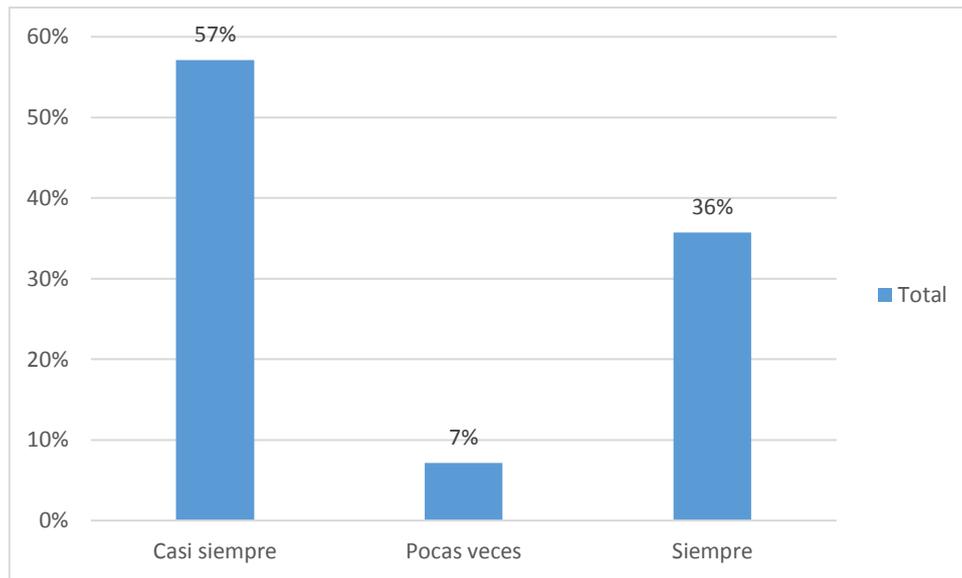


Figura26. Oportunidad para realizar el trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 26 se observa a la mayoría de los encuestados (57%) consideran que “casi siempre” se cuenta con la oportunidad de realizar el trabajo lo mejor que se puede. Por otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “siempre” y el 7% “pocas veces”.

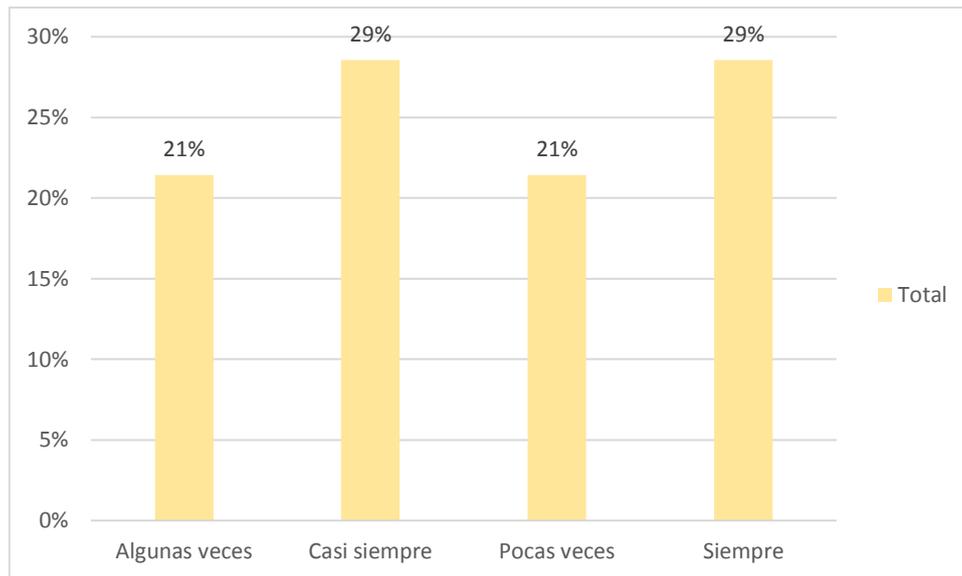


Figura27. Las actividades en las que se trabaja permiten aprender y desarrollarse.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 27 observamos a cada colaborador encuestado (29%) consideran “casi siempre” y “siempre” los trabajadores aprenden y se desarrollan de acuerdo a las acciones que se realizan en la empresa. Por otro lado, con un 21% indicaron que se da “algunas veces” y “pocas veces” respectivamente.

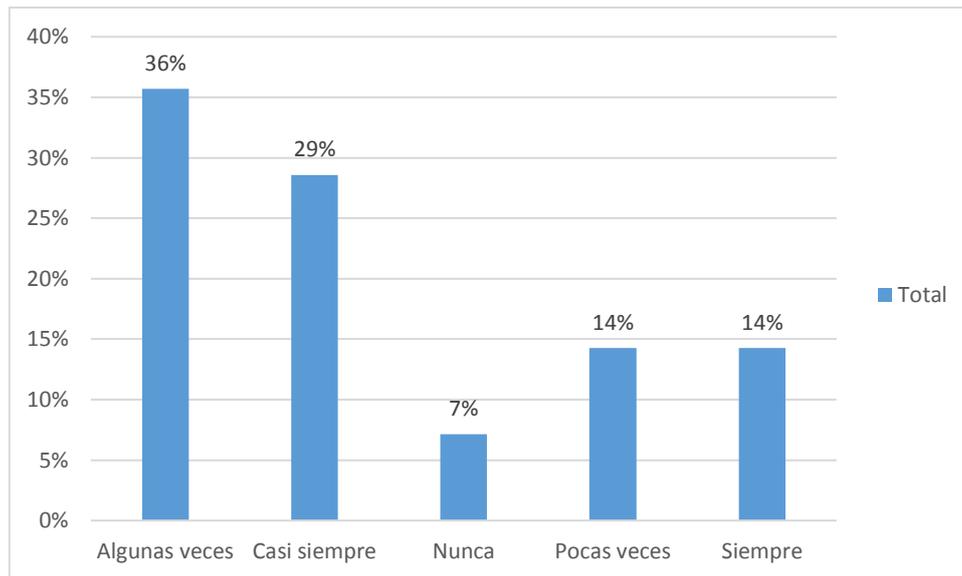


Figura 28. Desarrollo personal.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 28 observamos un 36% de cada encuestados consideran que “algunas veces” desarrollarse de manera personal depende día a día de los trabajos encomendados. Así mismo, el 29% de los trabajadores indicó que se da “casi siempre”, el 14% “pocas veces” y el 7% “nunca” respectivamente.

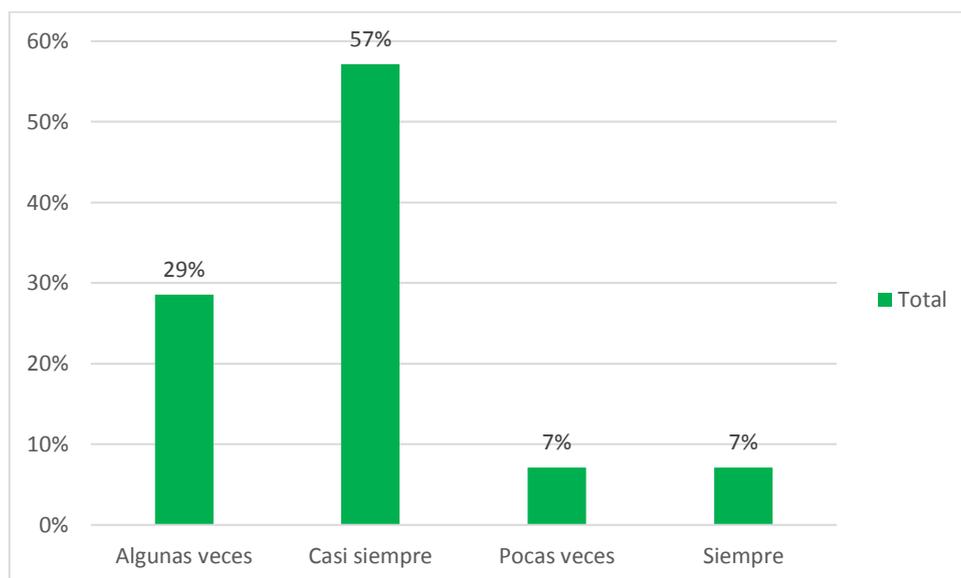


Figura29. Sistema para el seguimiento y control de las actividades.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 29 apreciamos a la mayoría de los encuestados (57%) consideran que “casi siempre” existe un método para seguir cada tarea y controlar las acciones realizadas. Por otro lado, con un 29% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces”, y el 7% “siempre” y “pocas veces” respectivamente.

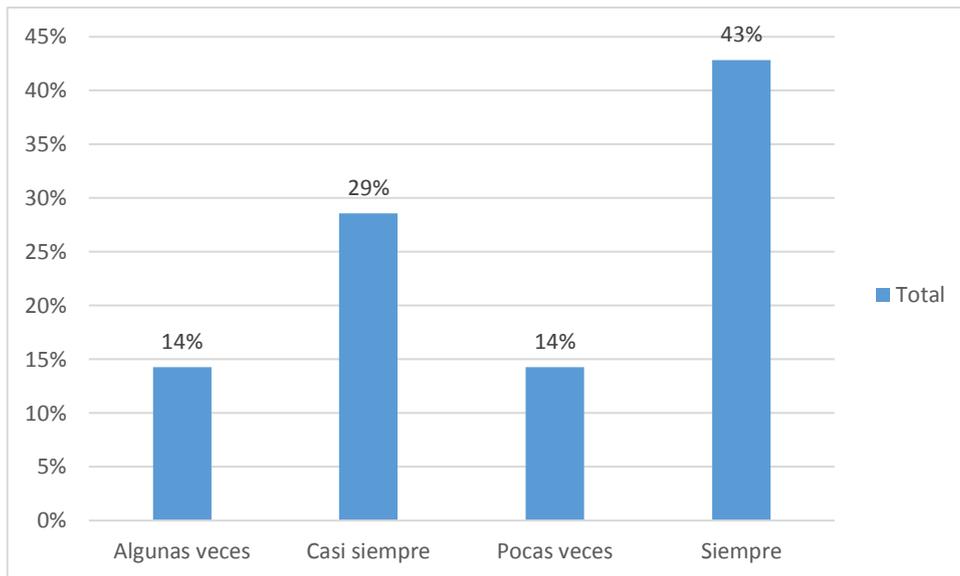


Figura30. Obstáculos.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 30 apreciamos a cada colaborador encuestado (43%) consideran “siempre” se logran superar y enfrentar las dificultades en la empresa. en la institución. Por otro lado, con un 29% indicaron “casi siempre”, y el 14% “algunas veces” y “pocas veces” respectivamente.

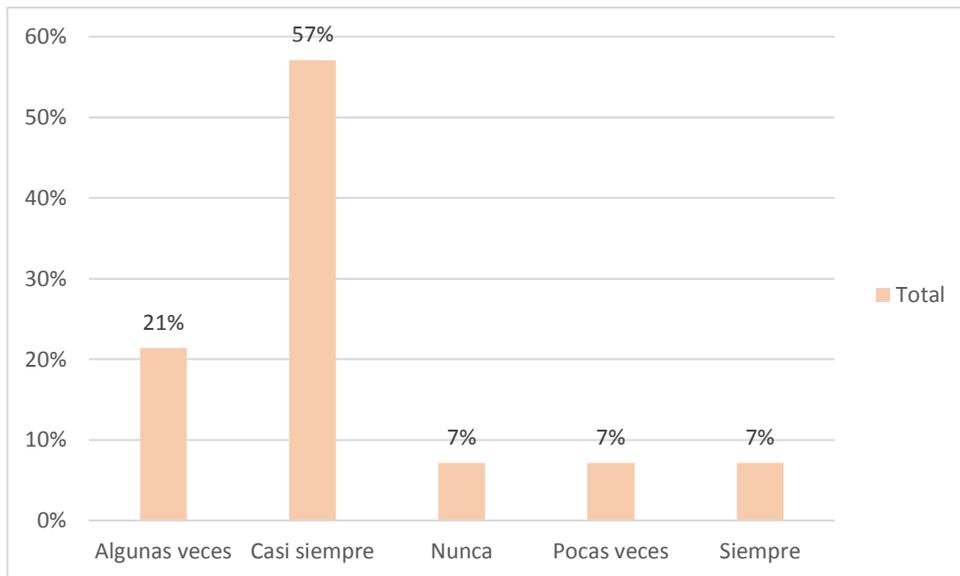


Figura31. Administración de los recursos.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 31 apreciamos un 57% en los encuestadas indican “casi siempre” administran bien todo lo que tiene la empresa. Por otro lado, el 21% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces”, y el 7% “siempre”, “pocas veces” y “nunca” respectivamente.

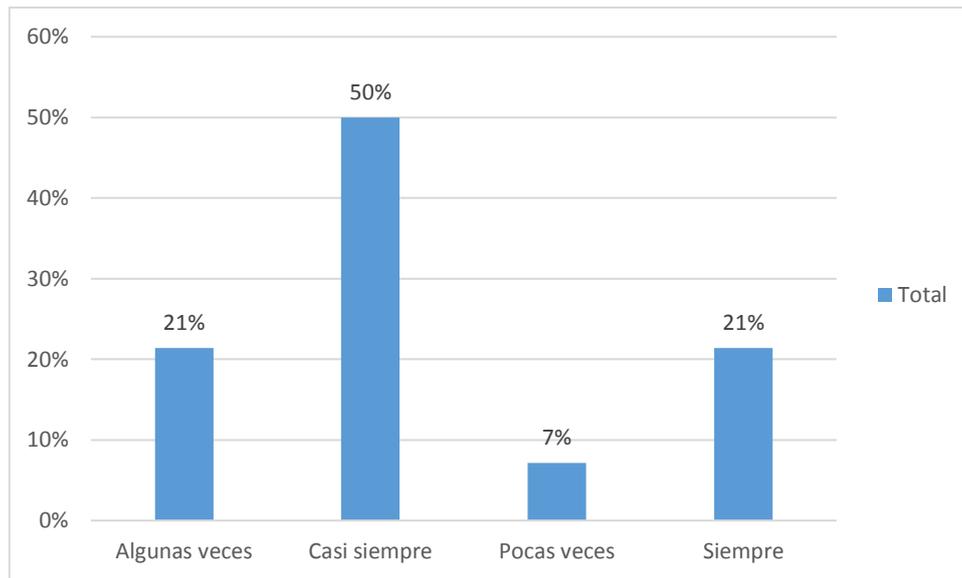


Figura32. Los jefes promueven la capacitación.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 32 apreciamos a los encuestados (50%) consideran que “casi siempre” los jefes promueven la capacitación. Por otro lado, el 21% de los trabajadores indicó que se da “siempre”, “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

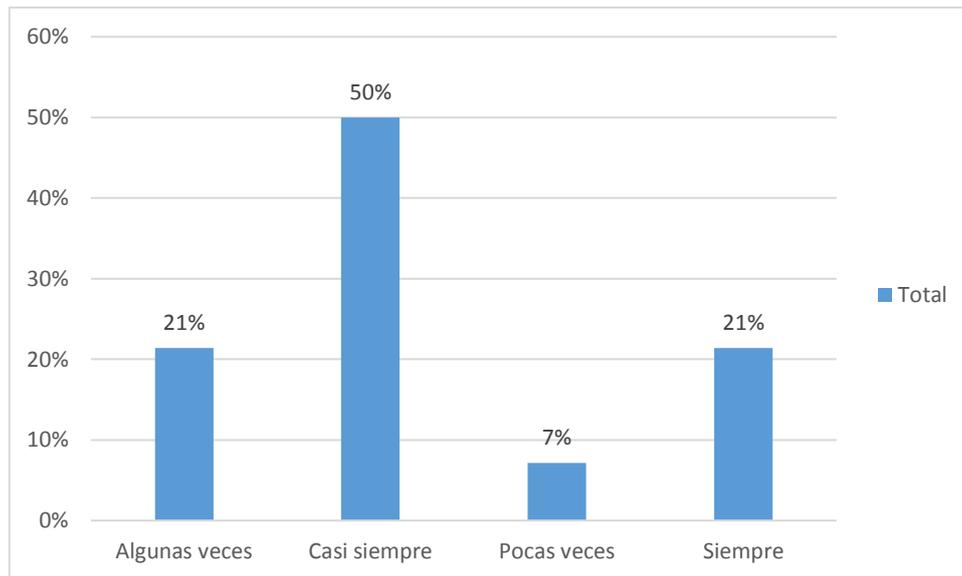


Figura33. Cumplir con las actividades.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 33 apreciamos a cada encuestado (50%) consideran “casi siempre” son responsables en el cumplimiento de las actividades de la empresa. Por otro lado, con un 21% indicaron que se da “algunas veces”, “siempre” y el 7% “pocas veces”.

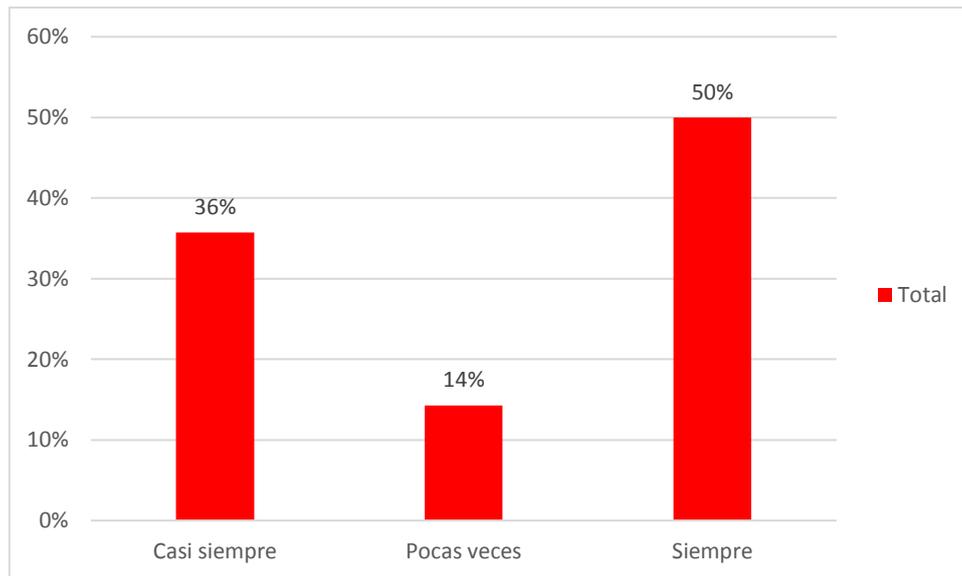


Figura34. Normas y procedimientos.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 34 observamos a cada encuestado (50%) indican “siempre” la existencia de reglas para lograr un buen trabajo con pautas ordenadas. Por otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “casi siempre” y el 14% “pocas veces”.

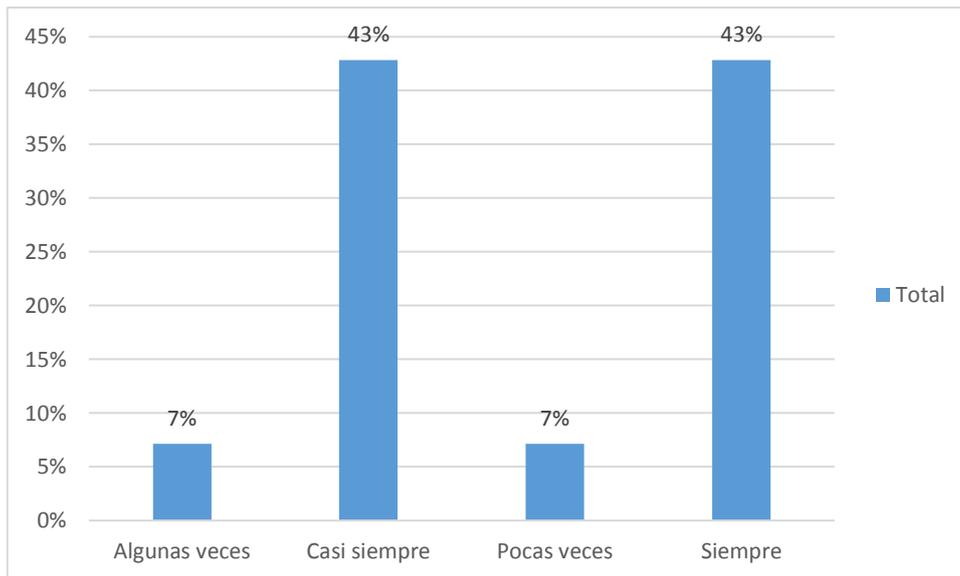


Figura35. Comunicación interna.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 35 observamos a cada encuestado (43%) consideran que “siempre” y “casi siempre” se maneja bien la forma de comunicar internamente. Por otro lado, con un 7% indicaron que se da “algunas veces” y “pocas veces”.

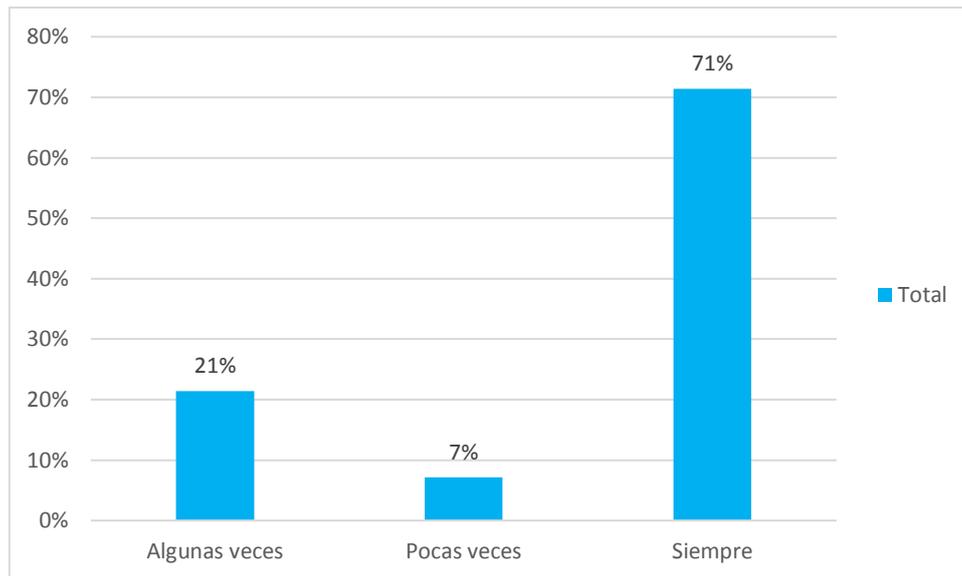


Figura36. Remuneración.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 36 observamos a los encuestados (71%) indicando que “siempre” los trabajadores son remunerados satisfactoriamente. Por otro lado, con un 21% los trabajadores indicaron que se da “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

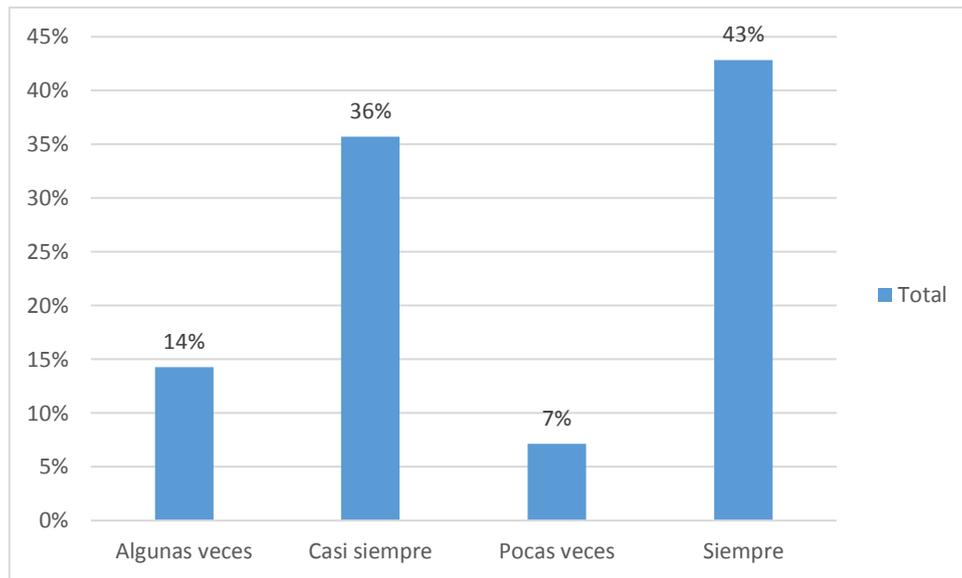


Figura37. Desarrollo personal.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 37 observamos con un 43% en cada encuestado indican “siempre” en la compañía promueven el desarrollo personal. Por otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “casi siempre”, el 14% “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

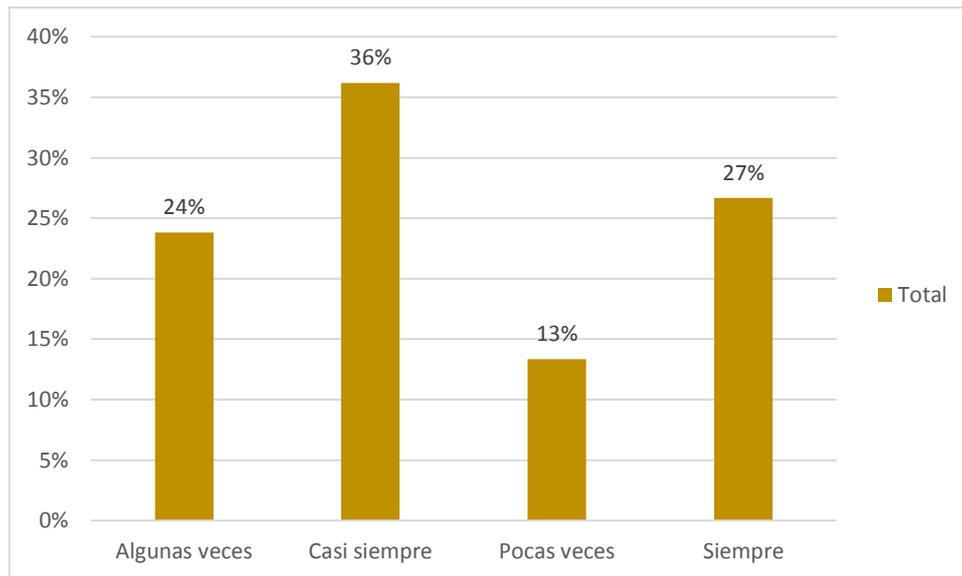


Figura38. Productos y servicios de la organización.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 38 observamos un 36% en cada encuestado indicando que “casi siempre” se motivan por la producción de los productos que realizan para la empresa y satisfacer de tal modo a los clientes, se sienten orgullosos de su trabajo. Así mismo, con un 27% de los trabajadores indicó que se da “siempre”, el 24% “algunas veces” y el 13% “pocas veces”.

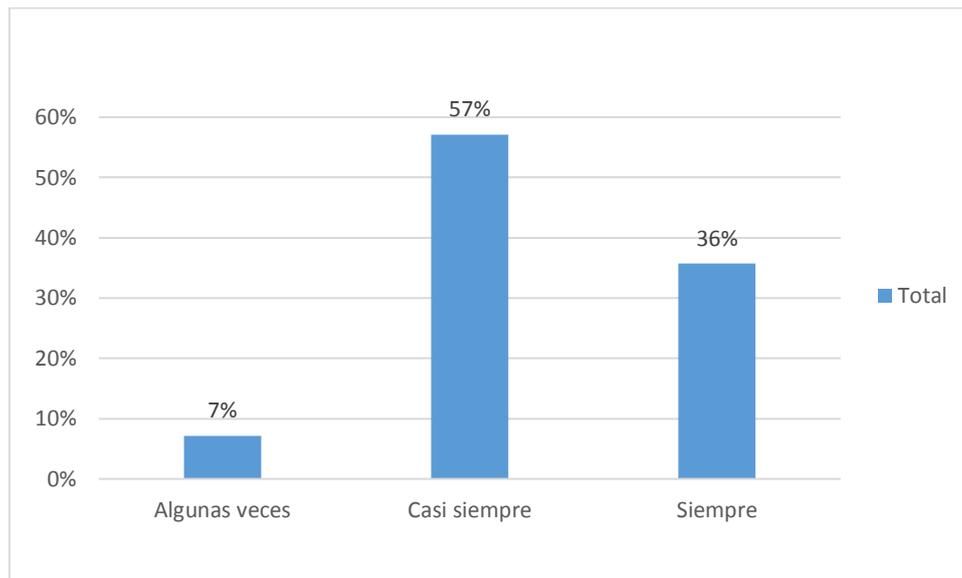


Figura39. Los objetivos del trabajo están claramente definidos.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 39 apreciamos un 57% en cada encuestado indicando “casi siempre” tienen claro sus objetivos en su labor. Por otro lado, con un 36% cada colaborador indicó “siempre” y el 7% “algunas veces”.

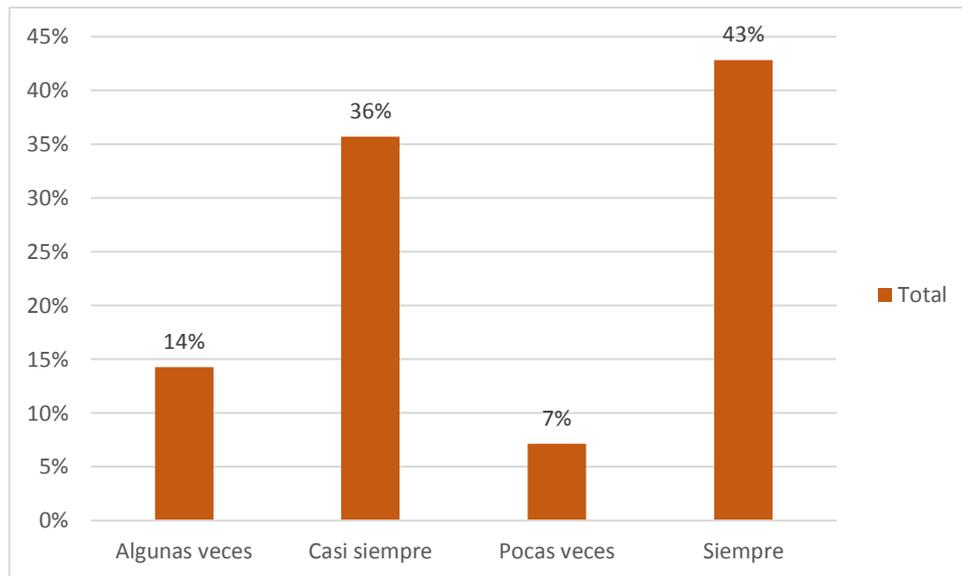


Figura40. El supervisor escucha los planteamientos que se le hacen.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 40 apreciamos un 43% en cada encuestado considerando “siempre” todo lo que se hace en la empresa son supervisados y escuchados. Por otro lado, con un 36% en cada trabajador indicaron que se da “casi siempre”, el 14% “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

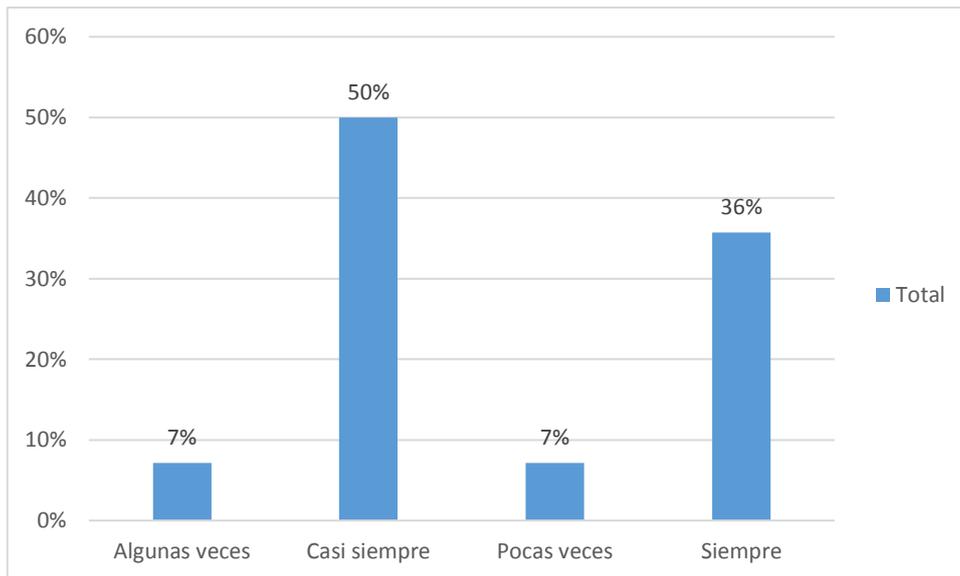


Figura41. Los objetivos de trabajo guardan relación con la visión de la institución.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 41 apreciamos un 50% en cada encuestado indicando “casi siempre” todo lo que se proponen los trabajadores van de acuerdo a la visión de la empresa. Por otro lado, el 36% de los trabajadores indicó que se da “siempre” y el 7% “algunas veces” y “pocas veces” respectivamente.

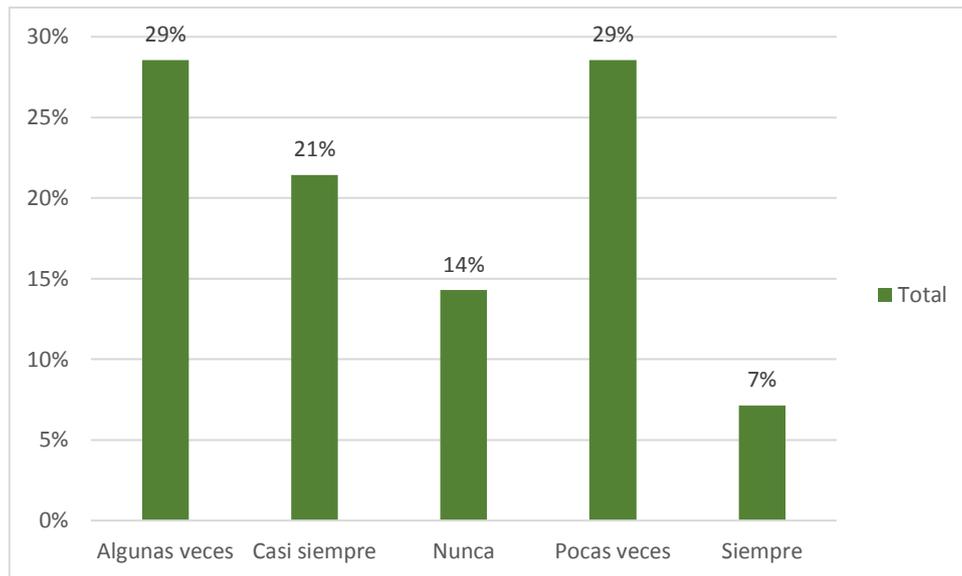


Figura42. Generación de ideas creativas o innovadoras.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 42 apreciamos en cada encuestado con un (29%) consideran que “algunas veces” se promueve las propuestas de creatividades innovadoras. Por otro lado, con un 21% en cada colaborador indicó que se da “siempre”, el 14% “nunca” y el 7% “siempre”.

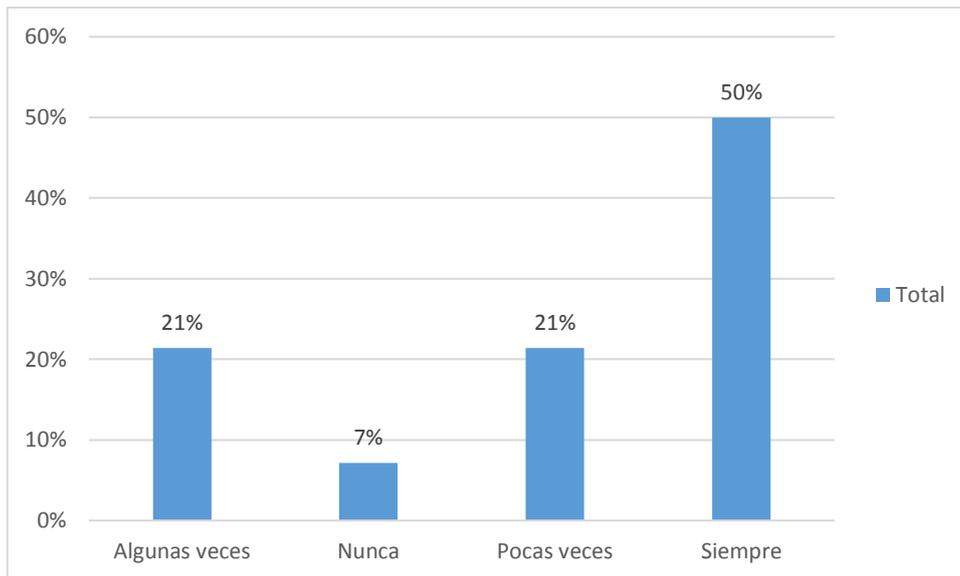


Figura43. Visión, misión y valores en la institución.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 43 observamos con un (50%) en cada colaborador indicando “siempre” están claros la visión, misión y cada valor que existe en la empresa. Por otro lado, con un 21% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces” y el 7% “nunca”.

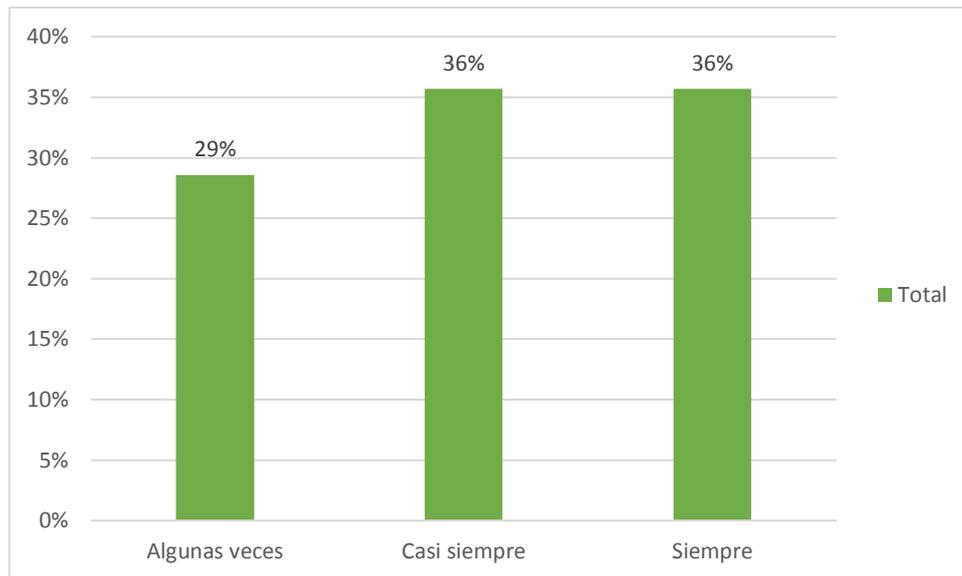


Figura44. Métodos o planes establecidos.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 44 observamos un 36% en cada colaborado indicando “siempre” y “algunas veces” la labor de cada colaborador está en base de la planificación de actividades por la empresa. Por otro lado, el 29% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces”.

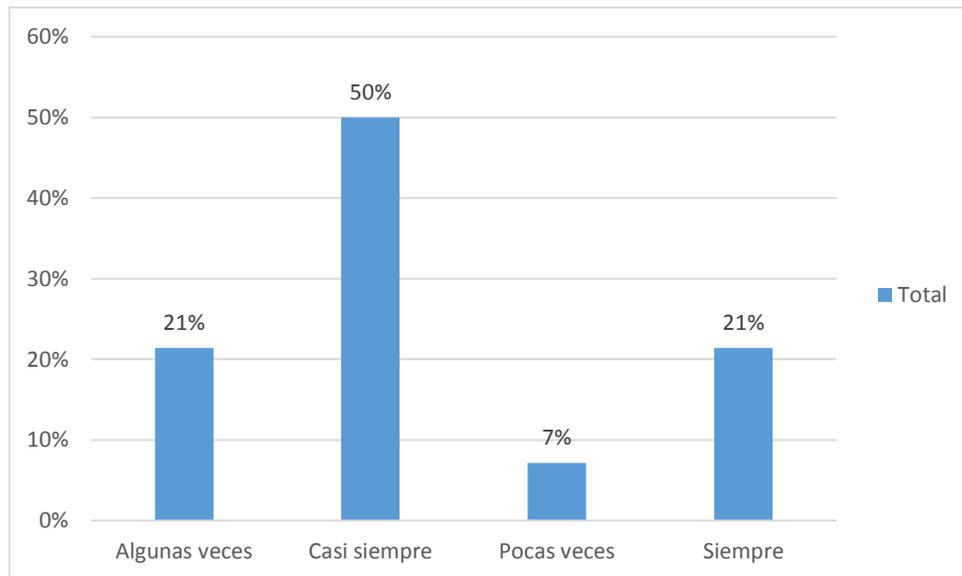


Figura45. Colaboración entre el personal de las diversas oficinas.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 45 apreciamos un 50% en cada encuestado indicando “casi siempre” los colaboradores de cada área se apoyan entre sí. Por otro lado, el 21% de los trabajadores indicó que se da “siempre” y “algunas veces” y el 7% “pocas veces.

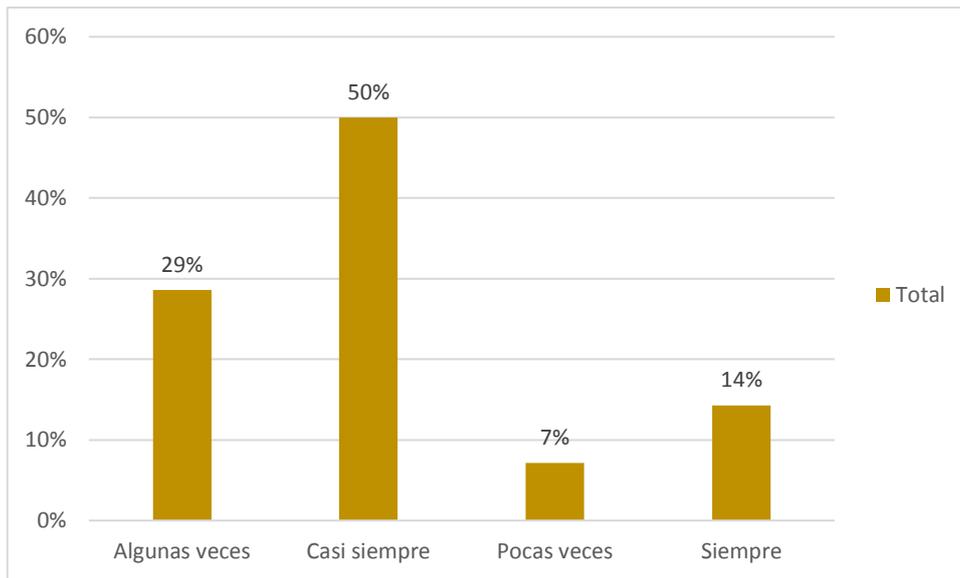


Figura46. Tecnología que facilita el trabajo

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 46 con el 50% en cada encuestado indicaron “casi siempre” a través de las herramientas tecnológicas, los trabajos de cada colaborador han sido de manera eficaz y rápida. Por otro lado, el 29% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces”, el 14% “siempre” y el 7% “pocas veces”.

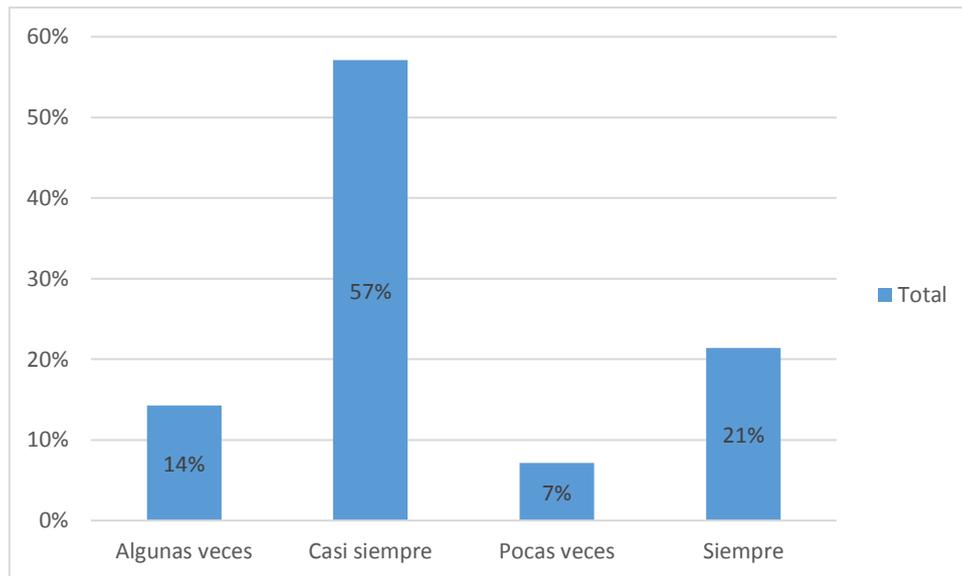


Figura47. Se reconocen los logros en el trabajo

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 47 apreciamos un 57% de encuestados consideran que “casi siempre” cada logro del colaborador es reconocidos en la empresa. Por otro lado, con un 21% “siempre”, el 14% “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

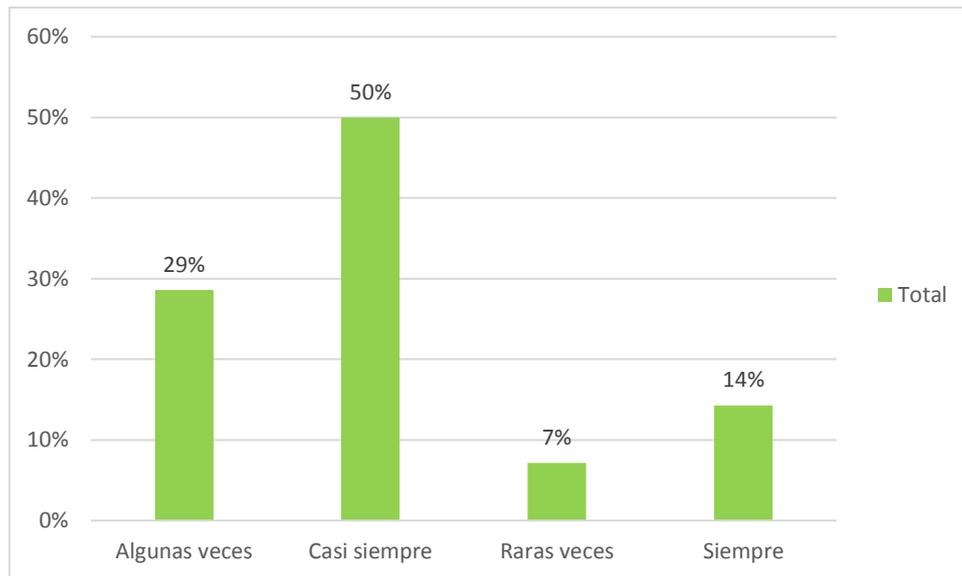


Figura48. Calidad de vida laboral.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 48 apreciamos un 50% de los encuestados consideran “casi siempre” se puede lograr una calidad de vida de trabajo en la empresa. Por otro lado, con un 29% indicaron “algunas veces”, el 14% “siempre” y el 7% “raras veces”.

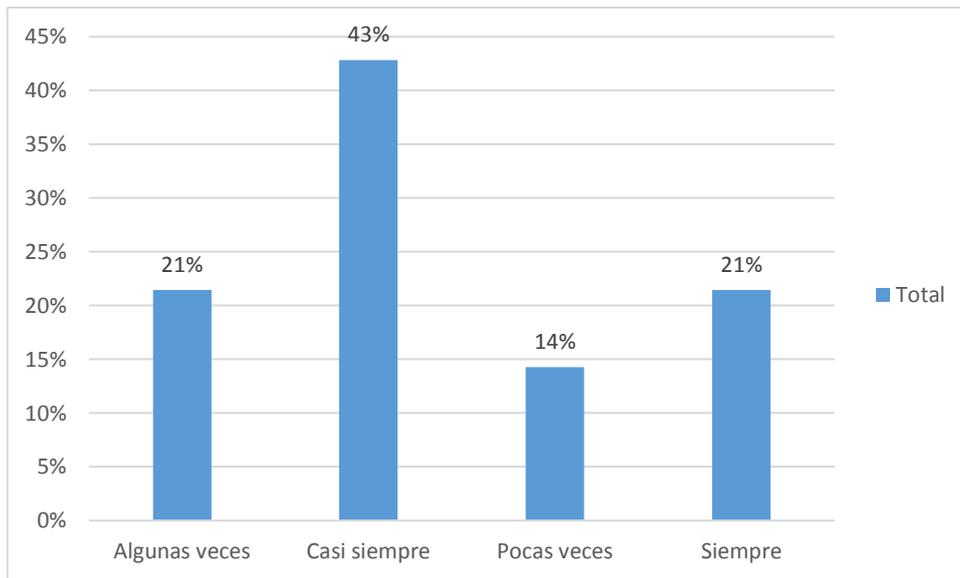


Figura49. Trato justo en la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 49 con un 43% en cada encuestados indicaron “casi siempre” tratan bien a los trabajadores de manera justa. Por otro lado, el 21% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces”, “siempre” y el 14% “pocas veces”.

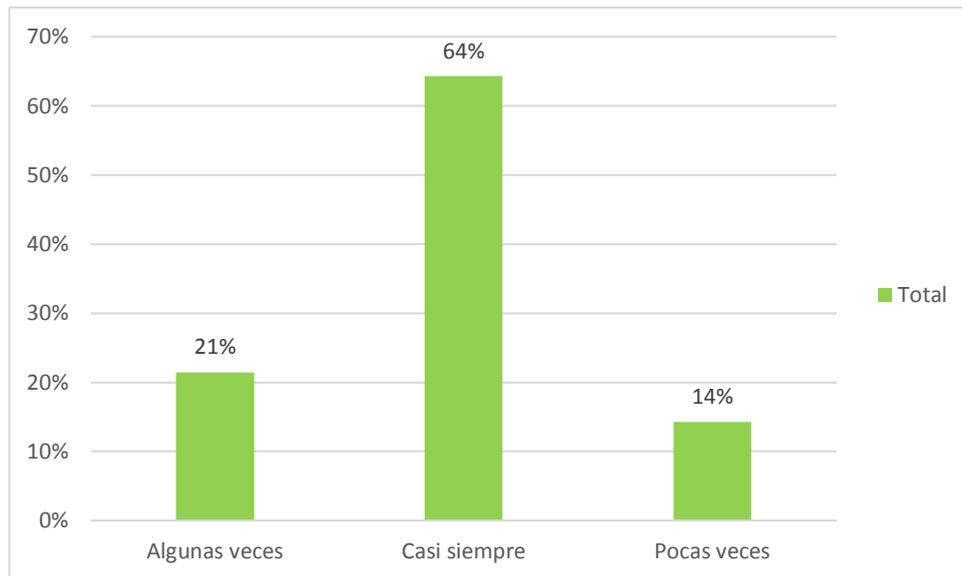


Figura50. Avances en otras áreas de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 50 con un 64% de los encuestados son considerados “casi siempre” los trabajos de todas las áreas son informados y conocidos en toda la empresa. Por otro lado, con un 21% de los trabajadores indicó que se da “algunas veces” y el 14% “pocas veces”.

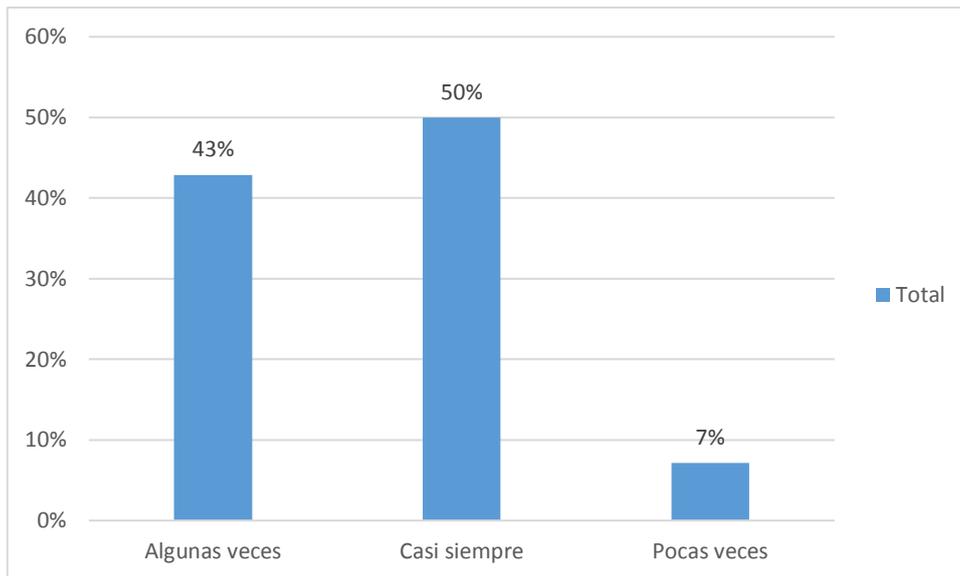


Figura 51. Remuneración de acuerdo con el desempeño y los logros.

Fuente: Elaboración propia.

Apreciaciones:

En la figura 51 apreciamos un 50% en los encuestados indicaron “casi siempre” los trabajadores son remunerados según el empeño que ponen en cada actividad para obtener cada logro. Así mismo, con 43% indicaron “algunas veces” y el 7% “pocas veces”.

3.2.Discusión de resultados

Dimensión: Autorrealización

El 57% de los trabajadores consideran en gran medida que “casi siempre” se dan oportunidades para progresar en la institución (Figura 2). El 50% de los trabajadores indicaron que el interés del jefe es “siempre” al trabajo exitoso que realizan ellos mismos y algunas veces promueve la capacitación (Figuras 7 y 32). Ante ello un estudio realizado por ESAN (2016) menciona que un trabajador más motivado registra mejores niveles de desempeño y se sentirá más satisfecho en su lugar de trabajo. Con la imagen 27 apreciamos a la mayoría con un (29%) en cada colaborador indicaron “siempre” cada actividad que realizan es para que aprendan y se desarrollen más. Así mismo, en cada encuestado con el (43%) consideran que “siempre” en la organización tratan de promover el desarrollo en cada individuo. Además, con el (50%) de colaboradores manifestaron que “casi siempre” los supervisores expresan y reconocen sus logros en el trabajo (Figuras 22 y 47). Los resultados reflejan lo afirmado por Palma (2004) en la dimensión Autorrealización del clima laboral, se basa en lo que el colaborador se encarga de apreciar cada posibilidad inteligente que existe en el trabajo a futuro. Por otro lado, Alles (2017) la aspiración a reconocimientos y ser valorados, es decir cada colaborador desea ser reconocido por su capacidad y habilidad que tienen para alcanzar el éxito en la empresa.

Dimensión: Involucramiento laboral

Los trabajadores en su mayoría (50%) consideran que “casi siempre” están comprometidos con la empresa (Figuras 3 y 13). Por otro lado, los encuestados (50%) consideran que el cumplimiento de las tareas encomendadas se da “casi siempre” de manera inspiradora (Figura 33). No obstante, la mayoría de los encuestados (36%) consideran que “casi siempre” cada trabajador se siente orgulloso por la realización de los servicios y productos que realizan por si mismos para satisfacer tanto a la empresa como a los clientes, y el 50% consideran que “siempre” los colaboradores definen muy bien la misión, visión y cada valor en la organización hay (Figuras 38 y 43). Los resultados coinciden con lo expuesto por Palma (2004) en la dimensión Involucramiento laboral, cada colaborador se siente identificado con cada valor que presenta la empresa, así mismo se sientan comprometidos con el buen desarrollo empresarial. Así mismo Alles (2017)

nos indica que liderar con el ejemplo va a permitir crear un buen ambiente de trabajo agradable y equilibrado, fomentando la confianza en uno mismo para con los demás.

Dimensión: Supervisión

La mayoría de los trabajadores (43%) mencionan que “casi siempre” reciben preparación para realizar su trabajo y se les ofrece apoyo para las dificultades que se presentan (Figuras 4 y 19). Los encuestados en su mayoría (50%) indicaron “siempre” hay una normativa para guiarse cuando estén trabajando, logrando mejorar su desempeño (Figuras 34 y 9). La mayoría de los encuestados (57%) indican “casi siempre” sus trabajos lo realizan con responsabilidad, teniendo las metas claras. (Figuras 24 y 39). Por otro lado, con la imagen 49 observamos el (43%) de cada encuestado indican “casi siempre” la organización trata de manera justa al colaborador. Ante esto Palma (2004) menciona que la dimensión “supervisión” del clima laboral, está basado en que los altos ejecutivos se encargan de supervisar día a día todas las labores que realizan los trabajadores. Para Alles (2017) en el trabajo todo depende del liderar. Por medio del liderazgo, la persona líder se encargará de dirigir, así mismo habrá un mejor ambiente laboral, los trabajadores sentirán un crecimiento gracias a sus capacidades y habilidades que ellos mismos dan en una empresa.

Dimensión: Comunicación

Con la imagen 5 apreciamos con un 64% en cada encuestado indican “casi siempre” existe gran estudio de empresa para que los trabajadores logren cumplir en sus tareas encomendadas. Con un (43%) de encuestados indican “casi siempre” existe una buena forma de comunicarse a través de diversos canales. (Figuras 10 y 20). Los encuestados (43%) consideran que “casi siempre” la institución fomenta la comunicación interna en trabajos grupales de manera armoniosa y colaborativa entre ellos. (Figuras 15, 35 y 45). Los resultados reflejan lo que indica Palma (2004) en su dimensión comunicación del clima laboral, los trabajadores perciben de manera clara y coherente respecto a los estudios internos de la organización como la forma de ser tratados tanto los colaboradores como clientes. Por otro lado, Litwin y Stinger (Como se citó, en ESAN 215) indican que respetar, colaborar y tratar bien depende mucho para la productividad en el trabajo generando un buen clima organizacional. Alles (2017) los colaboradores

tienen que sentirse seguros con sus pensamientos, fomentar una excelente comunicación abierta en las organizaciones.

Dimensión: Condiciones laborales.

La mayoría de los encuestados (50%) consideran que “casi siempre” se apoyan entre ellos mismos. Por otro lado, los trabajadores en gran medida (36%) consideran que “casi siempre” toman decisiones en sus labores. (Imagen 16). No obstante, el (50%) consideran que “casi siempre” cada colaborado actúa con compromiso con la empresa. (Imagen 18). Con la imagen 36 en un (71%) de cada encuestado indicaron “siempre” son remunerados satisfactoriamente. Según Palma (2004) cada escenario es importante para el colaborador, todo lo que la empresa les brinda permite en ellos el buen cumplimiento de las actividades a realizar. Para Alles (2017) las empresas deben considerar premios a los colaboradores gracias a su gran desempeño que realizan, manteniéndose comprometidos en sus logros.

3.3. Aporte práctico

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA MOLINO'S ALDUR S.A.C., CHICLAYO 2019.

I. Introducción

Actualmente la empresa se posiciona como Molinos ALDUR S.A.C., el cual se dedica a la fabricación de productos balanceados peletizados para animales del sector pecuario, y la compra y venta de maíz amarillo duro. Antiguamente se denominaba Empresa Comercial Molino "San Antonio de Padua" S.A.C., dedicándose al maíz amarillo y todo su proceso, fue creada en octubre del año 2005.

Presenta dificultades en la poca forma de comunicar por parte del gerente con los trabajadores, no existe recompensa alguna, además falta de motivación para alcanzar sus logros, generando así un clima laboral de manera inestable.

La propuesta del plan de comunicación ayudará mucho a la empresa a establecer otro ritmo de trabajo tanto para los trabajadores como el personal de alto rango, servirá mucho la comunicación que deben tener el gerente con los trabajadores, motivados así a realizar su función de manera ordenada, y a la vez capacitada. Esto dependerá mucho lograr un buen clima organizacional, trabajo en equipo, así mismo alcanzar las metas de dicha empresa.

II. Misión, visión y valores de la empresa

Visión

Juntos podemos crear equipos de alto impacto, expertos en fabricación y comercialización de balanceados.

Misión

Compromiso con nuestros colaboradores y clientes, creando líderes de alto impacto en fabricación y comercialización de productos balanceados de alta calidad para el sector pecuario.

Valores

- **Solidaridad:** muy comprometidos con el equipo de trabajo asumiendo acciones e interés por el bienestar nuestro y de la empresa.
- **Participación:** La empresa se preocupa por una comunicación eficaz entre sus colaboradores para poder desarrollar un ambiente laboral de confianza.
- **Honestidad:** Se realizan toda actividad de manera clara y recta.
- **Lealtad:** actuamos con fidelidad en equipo.
- **Responsabilidad:** se trabaja de manera seria y ordenada.
- **Respeto:** siempre considerando la opinión de los demás de forma ordenada.
- **Mística:** apostando lo mejor en todo.
- **Confianza:** cumpliendo en el servicio que vamos a brindar.

III. Datos de la empresa

- **RUC:** 20488050274
- **Razón Social:** MOLINO'S ALDUR S.A.C.
- **Facebook:** <https://www.facebook.com/AldurNutripellet>
- **Nombre Comercial:** Molino'S ALDUR
- **Tipo Empresa:** Sociedad Anónima Cerrada
- **Condición:** Activa
- **Fecha Inicio Actividades:** 05 / 10 / 2005 con el nombre Molino'S San Antonio de Padua, en la compra y venta de maíz amarillo duro, actualmente MOLINO'S ALDUR iniciando sus actividades en la producción de productos balanceados 02/01/2019.



Ubicación de la empresa

Calle Juan Pablo II N° 140

IV. Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Diseñar y difundir un plan de comunicación para fortalecer el clima organizacional en los colaboradores en la empresa MOLINO'S ALDUR S.A.C., en Chiclayo

Objetivos específicos

Desarrollar un buen clima organizacional en la empresa MOLINO'S ALDUR S.A.C., con relación a las dimensiones Autorrealización, Involucramiento laboral, Supervisión, Comunicación, Condiciones Laborales.

Realizar un buen trabajo en equipo, a través de estrategias establecidas para obtener un buen ritmo de trabajo.

Diseñar las estrategias de comunicación que permitan optimizar el ambiente en Chiclayo.

Lograr una buena comunicación Gerente – Trabajador, Trabajador – Gerente.

V. Justificación de la propuesta

- Estas estrategias permitirán contribuir un buen desempeño laboral en los trabajadores.
- Permitirá posicionarse más en el mercado, teniendo un buen equipo de trabajo, los clientes mismos recomendarán ya sea por la buena atención que brindan en dicha empresa, entre otros.
- Realizar programas de comunicación para lograr un buen desarrollo de la empresa y la conexión de los trabajadores con sus jefes.

VI. Públicos

Se trabajará con 14 colaboradores en la empresa MOLINO'S ALDUR, ubicado en Calle Juan Pablo II N° 140, dichas estrategias están direccionadas para el personal, es allí donde radica el problema.

VII. Diagnóstico de la situación

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">- Empresa se posiciona en mercado de su zona (Moshoqueque)- Trabajadores con ganas de dar lo mejor de sí.- Infraestructura adecuada.- Brinda buen producto.- Relación con los clientes es aceptada.	<ul style="list-style-type: none">Las ideas del personal, poco son aceptadas.Sueldo mínimo.Mala comunicación.No existen promociones.Falta de publicidad.Otros proveedores y más competidores.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- Crecimiento económico.- Alianzas estratégicas.- Diversas empresas que brinden capacitaciones para el personal.- Alianza con distribuidoras y tiendas.	<ul style="list-style-type: none">CompetenciaLos trabajadores renuncian.Existen clientes insatisfechos.Mala ubicación estratégica.Zona no tan comercial.

VIII. Estrategias

Estrategia N°1

Reconocer el esfuerzo en el trabajo del personal y trabajo en equipo

Objetivo: Lograr una comunicación eficaz y un buen clima organizacional. Creación de un canal de comunicación para la empresa, la cual permita al trabajador ser reconocido y premiado por parte de la empresa, gracias a su esfuerzo en su labor, teniendo en cuenta sus propias responsabilidades y objetivos para el éxito de la empresa.

Tácticas y Acciones:

- Dar a conocer lo que ofrece la empresa para el trabajador, es decir en qué momento son premiados, qué beneficios debería tener al cumplir con responsabilidad, compromiso y esfuerzo en su labor, teniendo en cuenta los diversos canales de comunicación como el e-mail, redes sociales, teléfono, WhatsApp, entre otros.
- Crear afiches de las responsabilidades y objetivos de la empresa, para hacer entrega a los trabajadores ya sea impreso, correo electrónico, redes sociales entre otros.
- Mantener informado mediante los canales de comunicación a los trabajadores sobre los incentivos que puede dar la empresa, reconocimientos por su esfuerzo en el trabajo, logros obtenidos.
- Realizar murales en donde la empresa pueda informar a todos lo que se está realizando en el trabajo, así mismo mediante escritos y fotografías puedan dar a conocer la labor y responsabilidad de cada trabajador.

Indicadores:

- Evaluar el trabajo del personal (quincenalmente).
- Evaluar cómo se desempeñan los trabajadores en su área y en equipo.

Dimensiones a evaluar:

- Autorrealización & Involucramiento Laboral

Responsables:

Gestor de Recursos Humanos y comunicador social.

Estrategia N°2

Departamento o Área de Comunicación Molino'S ALDUR S.A.C

Objetivo: Lograr una comunicación bidireccional eficaz y un buen clima organizacional..
Crear un departamento o área de Comunicación, la cual permita a los trabajadores expresar sus ideas, ser escuchados, brindando sugerencias y dudas, además informar de manera fluida todo lo que se realiza en la empresa, las estrategias que se deben realizar para alcanzar las metas propuestas.

Tácticas y acciones:

- Break Romper con la rutina y lo ordinario, es decir el gerente debe realizar reuniones individuales con los trabajadores fuera de la empresa, para hablar las mejoras y estrategias para una buena organización empresarial, o establecer alianzas. Dependiendo la disponibilidad del gerente, se puede realizar cada 15 días.
- Realizar Conversatorios Empresariales y Laborales: es decir, reunir a todos los trabajadores de la empresa, brindarles un pequeño libro donde se determinan las normas, políticas, misión, visión, etc., esto permitirá lograr una buena comunicación de manera fluida, clara, coherente y precisa en los principales objetivos que la empresa desea alcanzar.
- Tener un Buzón de Recomendaciones y Sugerencias: este espacio permitirá que cada trabajador, puedan realizar sus comentarios e ideas buenas para el buen desarrollo de la empresa.

Indicadores:

De manera Interna: Gran responsabilidad por parte de los colaboradores con la entidad empresarial.

De manera Externa: se informa con claridad y honestidad a los de los servicios que se brinda, empezando por el buen trato por parte de la empresa.

Dimensiones a evaluar:

- Comunicación

Responsables:

Encomendado por Recursos Humanos y comunicador social.

Estrategia N°3**Diversificar actividades de integración en los trabajadores en la empresa.****Objetivo:**

Realizar actividades que integren con los trabajadores en dicha organización, coordinando con las personas encargadas de Recursos Humanos, así mismo lograr que se motiven como equipo de trabajo y familia, de esta manera se pueda fortalecer un gran clima organizacional.

Tácticas y Acciones:

- Reuniones de integración: Se tiene que contar con la participación del gerente, jefe y trabajadores, para lograr gran motivación en las actividades que se van a realizar, es una forma donde los trabajadores se sentirán satisfechos y pondrán lograr más eficaz su trabajo.

Las actividades serán de la siguiente manera:

Mediodía de Talentos

Olimpiadas ALDUR

Activaciones Internas en la empresa.

Reuniones en Aniversario de la empresa.

Fiestas de Fin de Año

Cumpleaños

Compartir navideño

1. Responsable: Recursos Humanos y personal que la empresa pueda designar.
2. Tiempo: Mensualmente y tiempos coordinados por gerencia.
3. Lugar: Molino'S ALDUR.
4. Duración: debe durar mínimo de dos a tres horas, dependiendo si las actividades son grandes.

5. Metodología: el organizador debe tener en cuenta: el sitio de las actividades, que sea cómodo y rápido en llegar, por si las actividades sean fuera de la empresa, brindar la información a través de medios audiovisuales, un programa establecido en orden, refrigerio, etc.

Indicadores y Dimensiones a evaluar:

Autorrealización: Desarrollo profesional

Involucramiento laboral: Trabajo en equipo.

Comunicación: Claro y conciso

Responsables:

Encargado de Recursos Humanos de la empresa y comunicador social.

Estrategia N°4

Potenciar la capacidad del equipo de trabajadores.

Objetivo: Tener una mejora en la forma de comunicar, así mismo comunicar de manera efectiva. Realizar talleres y capacitaciones de comunicación, con ponentes de rangos altos y profesionales, se coordinará con el área de Recursos Humanos, para involucrar a los trabajadores de tal forma percibir actitudes efectivas en ellos para una mejora en el clima organizacional.

Tácticas y Acciones:

- Capacitaciones/ Talleres: se contratará a ponentes profesionales y que puedan brindar excelentes temas motivacionales y empresariales. Así mismo se pueda lograr mediante las capacitaciones y talleres, un buen desenvolvimiento por parte de los trabajadores de cada área, estén motivados en todo, desarrollando actitudes efectivas para su buen desempeño laboral. A través de los juegos y dinámicas creativas se pretende realizar un mejor equipo de trabajo, mejorar un buen clima organizacional y comunicación eficaz.

Las actividades serán de la siguiente manera:

Dinámicas explosivas y creativas.

Juegos de Integración Familiar y en Equipo.

Capacitaciones de temas motivacionales y empresariales.

Talleres manuales o dependiendo lo que el ponente diga o la organización.

1. Responsable: Recursos Humanos y personal que la empresa pueda designar.
2. Tiempo: Mensualmente y tiempos coordinados por gerencia.
3. Lugar: Molino'S ALDUR o fuera de la empresa, en locales que se pretenda alquilar.
4. Duración: debe durar mínimo de dos a tres horas, dependiendo si las actividades son grandes.
5. Metodología: el organizador debe tener en cuenta: el sitio de las actividades, que sea cómodo y rápido en llegar, por si las actividades sean fuera de la empresa, brindar la información a través de medios audiovisuales, un programa establecido en orden, refrigerio, etc.

Indicadores y Dimensiones a evaluar:

Involucramiento laboral: Trabajo en equipo.

Supervisión: Trabajadores y todo el personal comprometido con lo que la empresa realiza.

Comunicación: Claro y conciso.

Condiciones Laborales: los trabajadores llevan el ritmo lo que la empresa realiza en sus actividades, con compromiso y responsabilidad.

Responsables:

Encomendado por Recursos Humanos de la empresa y comunicador social.

IX. PLAN DE ACCIÓN

Estrategias	Objetivos	Táctica/Acciones	Resultados	Etapa ejecución	Requisitos	Responsables	Costos/Presupuesto
ESTRATEGIA N° 1 Reconocer el esfuerzo en el trabajo del personal y trabajo en equipo	Lograr una comunicación eficaz y un buen clima organizacional.	Dar a conocer lo que ofrece la empresa para el trabajador, es decir en qué momento son premiados, qué beneficios debería tener al cumplir con responsabilidad, compromiso y esfuerzo en su labor, teniendo en cuenta los diversos canales de comunicación	Creación de un canal de comunicación para la empresa, el cual permita al trabajador ser reconocido y premiado por parte de la empresa, gracias a su esfuerzo en su labor, teniendo en cuenta sus propias responsabilidades y objetivos para	Mensualmente.	Ser trabajador.	MOLINO'S ALDUR S.A.C - CHICLAYO	Reconocimientos S/ 3000.00

		<p>como el e-mail, redes sociales, teléfono, WhatsApp, entre otros.</p> <p>Crear afiches de las responsabilidades y objetivos de la empresa, para hacer entrega a los trabajadores ya sea impreso, correo electrónico, redes sociales entre otros.</p> <p>Mantener informado</p>	<p>el éxito de la empresa.</p>				
--	--	--	--------------------------------	--	--	--	--

		<p>mediante los canales de comunicación a los trabajadores sobre los incentivos que puede dar la empresa, reconocimientos por su esfuerzo en el trabajo, logros obtenidos.</p> <p>Realizar murales en donde la empresa pueda informar a todos lo que se está realizando en el trabajo, así mismo mediante escritos</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

		y fotografías puedan dar a conocer la labor y responsabilidad de cada trabajador.					
ESTRATEGIA N°2 Departamento o Área de Comunicación Molino'S ALDUR S.A.C	Lograr una comunicación bidireccional eficaz y un buen clima organizacional.	Break Romper con la rutina y lo ordinario, es decir el gerente debe realizar reuniones individuales con los trabajadores fuera de la empresa, para hablar las mejoras y estrategias para una buena organización	Creación de un departamento o área de Comunicación, la cual permita a los trabajadores expresar sus ideas, ser escuchados, brindando sugerencias y dudas, además informar de	Cada 15 días.	Ser trabajador de la empresa.	MOLINO'S ALDUR S.A.C - CHICLAYO	Material informativo S/ 2000.00

		<p>empresarial, o establecer alianzas. Dependiendo la disponibilidad del gerente, se puede realizar cada 15 días.</p> <p>Realizar Conversatorios Empresariales y Laborales: es decir, reunir a todos los trabajadores de la empresa, brindarles un pequeño libro donde se determinan las</p>	<p>manera fluida todo lo que se realiza en la empresa, las estrategias que se deben realizar para alcanzar las metas propuestas.</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>normas, políticas, misión, visión, etc., esto permitirá lograr una buena comunicación de manera fluida, clara, coherente y precisa en los principales objetivos que la empresa desea alcanzar.</p> <p>Tener un Buzón de Recomendaciones y Sugerencias: este espacio permitirá que cada trabajador, puedan realizar</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--

		sus comentarios e ideas buenas para el buen desarrollo de la empresa.					
ESTRATEGIA N° 3 Diversificar actividades de integración en los trabajadores en la empresa.	Estrechar lazos de actitudes de amistad y armonía entre trabajadores de la empresa.	Realizar actividades que puedan integrar a los trabajadores en la empresa, en coordinación con el área Recursos Humanos, así mismo lograr que se motiven como equipo de trabajo y familia, de esta manera se pueda fortalecer un gran	Reuniones de integración: Se tiene que contar con la participación del gerente, jefe y trabajadores, para lograr gran motivación en las actividades que se van a realizar, es una forma donde los trabajadores se sentirán	Mensualmente.	Ser trabajador de la empresa.	MOLINO'S ALDUR S.A.C - CHICLAYO	Lugar/Instalaciones S/ 2000.00 Refrigerio S/3000.00 Material informativo S/200.00

		<p>clima organizacional.</p>	<p>satisfechos y pondrán lograr más eficaz su trabajo.</p> <p>Las actividades serán de la siguiente manera:</p> <p>Mediodía de Talentos</p> <p>Olimpiadas ALDUR</p> <p>Activaciones Internas en la empresa.</p> <p>Reuniones en Aniversario de la empresa.</p>				
--	--	------------------------------	--	--	--	--	--

			<p>Fiestas de Fin de Año</p> <p>Cumpleaños</p> <p>Compartir navideño</p> <p>1. Responsable: Recursos Humanos y personal que la empresa pueda designar.</p> <p>2. Tiempo: Mensualmente y tiempos coordinados por gerencia.</p>				
--	--	--	---	--	--	--	--

			<p>3. Lugar: Molino'S ALDUR.</p> <p>4. Duración: debe durar mínimo de dos a tres horas, dependiendo si las actividades son grandes.</p> <p>Metodología: el organizador debe tener en cuenta: el sitio de las actividades, que sea cómodo y rápido en llegar, por si las</p>				
--	--	--	---	--	--	--	--

			actividades sean fuera de la empresa, brindar la información a través de medios audiovisuales, un programa establecido en orden, refrigerio, etc.				
ESTRATEGIA N° 4 Potenciar la capacidad del equipo de trabajadores.	Trabajar en la mejora del equipo y tener las diversas formar de comunicar.	Realizar talleres y capacitaciones de comunicación, con ponentes de rangos altos y profesionales, se coordinará con el área de Recursos Humanos, para involucrar a los	Capacitaciones/ Talleres: se contratará a es ponentes profesionales y que puedan brindar excelentes temas motivacionales y empresariales.	Mensualmente.	Ser trabajador.	MOLINO'S ALDUR S.A.C - CHICLAYO	Capacitador S/ 300.00 Refrigerio S/2000.00 Material informativo S/200.00

		trabajadores de tal forma percibir actitudes efectivas en ellos para una mejora en el clima organizacional.	Así mismo se pueda lograr mediante las capacitaciones y talleres, un buen desenvolvimiento por parte de los trabajadores de cada área, estén motivados en todo, desarrollando actitudes efectivas para su buen desempeño laboral. A través de los juegos y dinámicas creativas se pretende realizar				
--	--	---	---	--	--	--	--

			<p>un mejor equipo de trabajo, mejorar un buen clima organizacional y comunicación eficaz.</p> <p>Las actividades serán de la siguiente manera:</p> <p>Dinámicas explosivas y creativas.</p> <p>Juegos de Integración Familiar y en Equipo.</p>				
--	--	--	---	--	--	--	--

			<p>Capacitaciones de temas motivacionales y empresariales.</p> <p>Talleres manuales o dependiendo lo que el ponente diga o la organización.</p> <p>1. Responsable: Recursos Humanos y personal que la empresa pueda designar.</p> <p>2. Tiempo: Mensualmente y tiempos</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>coordinados por gerencia.</p> <p>3. Lugar: Molino'S ALDUR o fuera de la empresa, en locales que se pretenda alquilar.</p> <p>4. Duración: debe durar mínimo de dos a tres horas, dependiendo si las actividades son grandes.</p> <p>5. Metodología: el organizador debe tener en cuenta: el sitio de las actividades,</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--

			que sea cómodo y rápido en llegar, por si las actividades sean fuera de la empresa, brindar la información a través de medios audiovisuales, un programa establecido en orden, refrigerio, etc.				
--	--	--	---	--	--	--	--

X. Cronograma

ACTIVIDAD	SEMANA											
	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°	11°	12°
Dar a conocer lo que ofrece la empresa para el trabajador, es decir en qué momento son premiados, qué beneficios debería tener al cumplir con responsabilidad, compromiso y esfuerzo en su labor, teniendo en cuenta los diversos canales de comunicación como el e-mail, redes sociales, WhatsApp, teléfono entre otros.	X											
Crear afiches de las responsabilidades y objetivos de la empresa, para hacer entrega a los trabajadores ya sea impreso, correo electrónico, redes sociales entre otros.	X											
Mantener informado mediante los canales de comunicación a los trabajadores sobre los incentivos que puede dar la empresa, reconocimientos por su esfuerzo en el trabajo, logros obtenidos.		X										

Realizar murales en donde la empresa pueda informar a todos lo que se está realizando en el trabajo, así mismo mediante escritos y fotografías puedan dar a conocer la labor y responsabilidad de cada trabajador.				X								
Breack con el gerente		X		X		X		X		X		X
Realizar Conversatorios Empresariales y Laborales					X			X			X	
Capacitaciones/Talleres					X			X			X	

XI. Presupuesto

El presupuesto será financiado por la empresa que ejecute el plan de comunicación.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

1. Teniendo en cuenta el diagnóstico del clima de trabajo en una empresa del distrito de Chiclayo, con relación a la dimensión Autorrealización, se concluye en que el 57% de los trabajadores consideran en gran medida que “casi siempre” se dan oportunidades para progresar en la institución. Por otro lado, el 50% de los trabajadores indicó que el jefe se interesa “siempre” por el éxito de sus empleados, sin embargo, algunas veces promueve la capacitación e integración entre los miembros de la empresa. Por lo cual, el 43% de los encuestados consideran que “algunas veces” la empresa contribuye con el desarrollo del personal.
2. Teniendo en cuenta el diagnóstico del clima de trabajo en una empresa del distrito de Chiclayo, con relación a la dimensión Involucramiento laboral, se concluye en que el 50% de los trabajadores consideran que “casi siempre” se sienten comprometidos con el éxito de la organización, por lo cual consideran que cumplir con las actividades laborales es “casi siempre” una tarea estimulante.
3. Teniendo en cuenta el diagnóstico del clima de trabajo en una empresa del distrito de Chiclayo, con relación a la dimensión Supervisión, se concluye en que el 43% de los trabajadores mencionaron que “casi siempre” reciben preparación para realizar su trabajo, sin embargo, se les brinda poco apoyo para los obstáculos que se presentan. Asimismo, los trabajadores consideran que algunas veces existe un trato justo en la empresa, debido a que las responsabilidades y objetivos del trabajo no están claramente definidos.
4. Teniendo en cuenta el diagnóstico del clima de trabajo en una empresa del distrito de Chiclayo, con relación a la dimensión Comunicación, se concluye en que el 64% de los trabajadores consideran que “casi siempre” se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo. Por otro lado, el 43% de los trabajadores indicaron que “casi siempre”, la información en la empresa fluye adecuadamente, mediante los diversos canales de comunicación. No obstante, destacaron que existe una relación armoniosa y buen trato entre el personal de las diversas oficinas.
5. Con relación al diagnóstico del clima laboral en una empresa del distrito de Chiclayo, con relación a las Condiciones Laborales, por conclusión con un 50% de los

encuestados consideran pocas veces tienen la posibilidad de proponer ideas dentro de la empresa, es por ello que algunas veces no se sienten comprometidos con el trabajo. Sin embargo, el 71% de los trabajadores destacó la satisfacción de las remuneraciones que la empresa da a cada colaborador gracias a su gran desempeño laboral.

6. Luego de identificar las deficiencias en la empresa, se concluye en que las estrategias que permitan mejorar el clima en una empresa de Chiclayo son: Reconocer el trabajo de los empleados; implementar un área de Comunicación; realizar actividades integradoras en la empresa y promover actitudes positivas en los trabajadores a través de talleres de comunicación.

4.2.Recomendaciones

1. Recomendar a los jóvenes de Ciencias de la Comunicación, aplicar estrategias de comunicación y enfocarse en estudios que se relacionan al tema, cuyo objetivo sea el ampliar cada teoría y contribuir con el desarrollo de la investigación.
2. Se recomienda a las empresas realizar charlas y talleres de motivación que permitan la integración y buena comunicación entre los trabajadores.
3. Recomendar al jefe a utilizar correctamente las diversas formas de comunicar con las diversas áreas que conforman la empresa.
4. Se recomienda a las empresas, aplicar las estrategias de comunicación plasmadas, con la idea de perfeccionar notablemente el desempeño en cada trabajador y el trato con los públicos externos.

REFERENCIAS

- Alles, Martha A. (2017). Comportamiento Organizacional: cómo lograr un cambio cultural a través de Gestión por competencias (2da ed.) Argentina: Granica S.A.
- Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. España: Gesbiblo.
- Albañil Ordinola, A. (2019). El clima laboral y la participación en la Institución Educativa Enrique López Albuja de Piura. (Tesis de pregrado). Piura: Universidad de Piura.
- Anaya Gamarra, L. d. (2018). Propuesta de mejora de clima organizacional a partir de la gestión del talento humano. Lima: Universidad del Pacífico.
- Armijos, M. (2019). Diseño de un plan de comunicación interna y fortalecimiento del clima laboral del hospital Clínica Santa María. (Tesis de maestría). Ámbato: Universidad Regional Autónoma de Los Andes "UNIANDES".
- Brancato, B. (2019). ¿Puede influir el clima laboral en la productividad? Mendoza: Universidad de Cuyo. Obtenido de http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4936/brancato-puedeinfluirclimallaboralenlaproductividad.pdf
- Baltazar Zavaleta, D. M., & Chirinos Antezana, J. A. (2019). Clima laboral y dimensiones de la personalidad en colaboradores de una empresa de servicios del norte del Perú, 2013. (Tesis de pregrado). Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Cabrera Cornejo, R. F., & Gamarra Morales, V. L. (2015). Propuesta para mejorar el clima laboral en la empresa Pacíficos Seguros S.A. en la Sucursal de la ciudad de Chiclayo, 2014. (Tesis de pregrado). Chiclayo: Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Pensamiento & Gestión(35), 152-181. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Damián Piscocoya, F., & Quiñonez Loaiza, P. (2018). Influencia del clima organizacional en satisfacción laboral del personal administrativo de la unidad de gestión

- educativa local de Chiclayo 2014. (Tesis de pregrado). Chiclayo: Universidad Señor de Sipán.
- Díaz, M. (2015). Definición de empresa y sus funciones. El ejemplo de The Coca Cola Company. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/definicion-de-empresa-y-sus-funciones-el-ejemplo-de-the-coca-cola-company/>
- Esan. (2016). La motivación en la gestión de personas. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/11/la-motivacion-en-la-gestion-de-personas/>
- Gobierno de Canarias. (2012). Empresa: Conceptos, elementos, funciones y clases. Obtenido de http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/cperpad/files/2012/05/tema_empresa.pdf
- Gómez Utrilla, J. (2013). La importancia de una buena comunicación en una organización. Obtenido de <https://cm3sector.org/2013/05/03/la-importancia-de-una-buena-comunicacion-en-una-organizacion/>
- Hayek Ponce, J. P. (2020). Propuesta de un plan de comunicación interna para mejorar el clima laboral y sentido de pertinencia en ISATEX. (Tesis de pregrado). Ecuador: Universidad de las Américas.
- Hernández Sampieri, R. (2018). Metodología de la investigación - Sexta Edición. México: McGrawHill.
- Hernández Sampieri, R. (2018). Metodología de investigación (Sexta ed.). México: McGraw Hill.
- Hinostroza Rojas, J. P., & Laureano Nolasco, N. C. (2017). Plan de comunicación interna para fortalecer el liderazgo y mejorar el clima laboral de la empresa S.O.S. Solutions. (Tesis de pregrado). Lima: Universidad Tecnológica del Perú.
- Hilario Sanz, J. R. (2016). Niveles de estrés y clima laboral en los trabajadores de una empresa privada de Lima. (Tesis de pregrado). Lima: Universidad Autónoma del Perú.
- Kotler P. & Kartajaya H. & otros (2021). Marketin 5.0: tecnología para la humanidad. España: Almuzara.

- La República. (2019). Mal clima laboral genera pérdidas millonarias a las empresas. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/936033-mal-clima-laboral-genera-perdidas-millonarias-a-las-empresas>
- Liderazgo y mercadeo. (s.f). Estrategia. Obtenido de <http://www.dcne.ugto.mx/Contenido/MaterialDidactico/amezquita/Lecturas/Estrategia.pdf>
- Lloret Millán P. (2019). Reuniones de 30 minutos. Profíte.
- Macías Mercado, Y. K. (2022). Plan de mejoramiento de la comunicación organizacional en la empresa Quality Plus Service S.A.S. (Tesis de pregrado). Bogotá: Universidad EAN.
- Molero Hermosilla, A. J. (2005). Plan de Comunicación. Obtenido de http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf
- Nieves Cruz, F. (2006). Plan de comunicación estratégica. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/plan-de-comunicacion-estrategica/>
- Olaz Á. & Ortiz P. (2022). COMO ELABORAR UN BUEN CLIMA LABORAL: Diagnóstico, medición y gestión para organizaciones. ESPAÑA: ESIC.
- Palma Carrillo, S. (2004). ESCALA “CLIMA LABORAL CL – SPC”. Lima.
- Paz Delgado, A. L. (2018). Clima organizacional de la IPS Universidad Autónoma de Manizales. (Tesis de maestría). Manizales: Universidad Autónoma de Manizales.
- Quevedo Fossa, B. C. (2015). Propuesta de un plan para la mejora del clima organizacional de la empresa ASCL. S.R.L. Corredores de Seguros, Basada en la teoría antropológica de la motivación de Pérez López. (Tesis de pregrado). Chiclayo: Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.
- Rodríguez Guerra, I. (17 de febrero de 2022). Teorías de la comunicación organizacional. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/>

- Santamaria Acuña, F. S., & Zeña Romero, K. S. (2017). Percepción del clima laboral de los trabajadores de una entidad universitaria. (Tesis de pregrado). Chiclayo: Universidad Privada Juan Mejía Baca.
- Sierra García, M. A. (2015). El Clima laboral en los colaboradores del Hospital Regional de Cobán. (Tesis de pregrado). Verapaz: Universidad Rafael Landívar.
- Seisdedos, N. (2003). El clima laboral y su medida. Madrid: Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid.
- Tapia, K. (2019). Optimización de los factores que influyen en el clima laboral de una empresa. (Tesis de maestría). Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Ucero Omaña, J. M. (s.f). Clima laboral. Venezuela: eioamérica.
- Quevedo Fossa, B. C., & Riojas Villegas, J. E. (2018). Propuesta de un plan para la mejora del clima organizacional de la empresa ACSL S.R.L. Corredores de Seguros, basada en la teoría antropológica de la motivación de Pérez López. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Universia. (2019). 10 señales de que trabajas en un mal ambiente laboral. Obtenido de <http://noticias.universia.cl/en-portada/noticia/2013/09/24/1051246/10-senales-trabajas-mal-ambiente-laboral.html>
- Universia. (2020). El mal clima laboral predomina para el 54% de los jóvenes mexicanos. Obtenido
- Valdés Herrera, C. (2005). La comunicación en las organizaciones. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-comunicacion-en-las-organizaciones/de>
<http://noticias.universia.net.mx/empleo/noticia/2013/12/17/1070407/mal-clima-laboral-predomina-54-jovenes-mexicanos.html#>
- Wong Rosales, M. G. (2018). proyecto de mejora en la estrategia de comunicación corporativa interna en Pacífico Seguros y su impacto en el desempeño de los colaboradores. (Tesis de pregrado). Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Williams Rodríguez, L. V. (2018). Estudio diagnóstico de clima laboral en una dependencia pública. (Tesis de maestría). Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.

ANEXOS

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA MEDIR EL CLIMA LABORAL EN UNA EMPRESA DE CHICLAYO.

Sexo: F____ M____

Edad:

Objetivo: Elaborar un plan de comunicación interno para mejorar el clima laboral en una empresa del distrito de Chiclayo, 2018.

Instrucciones:

I. Marque con una X la alternativa por pregunta (lea detenidamente antes de contestar. gracias)

1. Siempre 2. Casi siempre 3. Algunas veces 4. Pocas veces 5. Nunca

Instrucciones:

I. Marque con una X la alternativa por pregunta (lea detenidamente antes de contestar. gracias)

		Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Pocas veces	Nunca
1	Existen oportunidades de progresar en la institución					
2	Se siente compromiso con el éxito en la organización					
3	El supervisor brinda apoyo para los obstáculos que se presentan					
4	Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo					

5	Los compañeros de trabajo cooperan entre sí					
6	El jefe se interesa por el éxito de sus empleados					
7	Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo					
8	En la organización, se mejoran continuamente los métodos de trabajo					
9	En mi oficina, la información fluye adecuadamente					
10	Los objetivos de trabajo son retadores					
11	Se participa en definir los objetivos y las acciones para lograrlo					
12	Cada empleado se considera factor clave para el éxito de la organización					
13	La evaluación que se hace del trabajo, ayuda a mejorar la tarea					
14	En los grupos de trabajo, existe una relación armoniosa					
15	Los trabajadores tienen la oportunidad de tomar decisiones en tareas de su responsabilidad					
16	Se valora los altos niveles de desempeño					

17	Los trabajadores están comprometidos con la organización					
18	Se recibe la preparación necesaria para realizar el trabajo					
19	Existen suficientes canales de comunicación					
20	El grupo con el que trabajo, funciona como un equipo bien integrado					
21	Los supervisores expresan reconocimiento por los logros					
22	En la oficina, se hacen las cosas cada día					
23	Las responsabilidades del puesto están claramente definidas					
24	Es posible la interacción con personas de mayor jerarquía					
25	Se cuenta con la oportunidad de realizar el trabajo lo mejor que se puede					
26	Las actividades en las que se trabaja permiten aprender y desarrollarse					
27	Cumplir con las tareas diarias en el trabajo, permite el desarrollo personal					

28	Se dispone de un sistema para el seguimiento y control de las actividades					
29	En la institución, se afrontan y superan los obstáculos.					
30	Existe buena administración de los recursos					
31	Los jefes promueven la capacitación					
32	Cumplir con las actividades laborales es una tarea estimulante					
33	Existen normas y procedimientos como guías de trabajo					
34	La institución fomenta y promueve la comunicación interna					
35	La remuneración es atractiva en comparación con la de otras organizaciones					
36	La empresa promueve el desarrollo del personal					
37	Los productos y/o servicios de la organización, son motivo de orgullo personal					
38	Los objetivos del trabajo están claramente definidos					
39	El supervisor escucha los planteamientos que se le hacen					

40	Los objetivos de trabajo guardan relación con la visión de la institución					
41	Se promueve la generación de ideas creativas o innovadoras					
42	Hay clara definición de visión, misión y valores en la institución					
43	El trabajo se realiza en función a métodos o planes establecidos					
44	Existe colaboración entre el personal de las diversas oficinas					
45	Se dispone de tecnología que facilita el trabajo					
46	Se reconocen los logros en el trabajo					
47	La organización es una buena opción para alcanzar calidad de vida laboral					
48	Existe un trato justo en la empresa					
49	Se conocen los avances en otras áreas de la organización					
50	La remuneración está de acuerdo al desempeño y los logros					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FOTOGRAFIAS



Fotografía 1: Equipo de Trabajo de Molino'S ALDUR S.A.C.



Fotografía 2: Jefe de planta de Molino'S ALDUR S.A.C.



Fotografía 3 y 4: Trabajadores de Molino'S ALDUR S.A.C.



Fotografía 5 y 6: Trabajador de Molino'S ALDUR S.A.C.



Fotografía 7: Trabajador de Molino'S ALDUR S.A.C.



Fotografía 8: Trabajador de Molino'S ALDUR S.A.C.