



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:
LICENCIADA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL**

TEMA:

“Propuesta de un Plan de Comunicación Interna para la Empresa Coris del Ecuador, en Quito”.

AUTOR: Claudia Michelle Camino Carlozama

DIRECTOR: Gonzalo Pacheco Mena

QUITO - ECUADOR

Septiembre 2015

HOJA DE RESPONSABILIDAD

Del contenido del presente trabajo se responsabiliza su autor.

Claudia Michelle Camino Carlozama

C.I. 092340872-8

AGRADECIMIENTO

A mi director de tesis, Gonzalo Pacheco, por su paciencia, profesionalismo y gran amistad durante toda mi carrera universitaria.

A todos mis maestros, por su comprensión, sabiduría y guía en cada una de las cátedras.

DEDICATORIA

A Dios, por ser real en mi vida y estar presente en cada paso que he dado. Por llenarme de sabiduría diaria y ser mi fuente de energía y persistencia.

Por ser fiel y cumplir todos los anhelos de mi corazón hasta el día de hoy, por ser mi proveedor, mi guía, mi amigo y mi gran amor.

Gracias Abba porque sin ti nada sería posible.

A mi padre, por siempre desafiarme a ser mejor y a cumplir mis sueños, por ser mi ejemplo, mi faro. Por amarme con totalidad y demostrármelo cada momento, por hacerme saber que siempre podré contar con él.

A mi madre, por depositar toda su confianza en mí y hacer mis sueños parte de los suyos. Porque enseñarme a confiar en Dios con todo mi corazón e interceder por mí, por su verdadero amor todos los días de mi vida.

A mi hermano, por estar orgulloso de mí y ser feliz con mi felicidad. Por ser de desafío en mi vida y demostrarme que su amor, apoyo y confianza siempre van a estar conmigo.

Introducción

Todas las empresas en general, necesitan la ayuda de la comunicación para desenvolverse en sus medios. Casualmente nos podemos dar cuenta que gran parte de las mismas no tienen un departamento específico que se encargue de esto. Muchas veces la comunicación es dejada a un segundo plano y es manejada por cualquier departamento de la empresa o por personas que no saben específicamente cómo manejarla de manera adecuada.

Este trabajo de titulación, proyecta un plan de comunicación interna para la Empresa Coris del Ecuador, para llegar a un desarrollo estratégico interno de la misma, potenciando su propia capacidad para participar en la sociedad. El objetivo del plan consiste en garantizar que esta entidad goce de una comunicación interna plena y que se desarrolle en un clima laboral saludable para desenvolverse de manera adecuada en un medio.

En el capítulo uno se trata marco teórico, conceptos generales de comunicación y de todo lo que desarrollaremos a lo largo de la tesis. El capítulo dos es el contexto, toda la información de la Empresa Coris del Ecuador. El capítulo tres se refiere a parte legal empresa y cómo está constituida legalmente.

El capítulo cuatro se refiere a la investigación que se va a realizar dentro de la Empresa Coris del Ecuador. En el capítulo cinco realizaremos la propuesta el plan de comunicación, basándonos en toda la investigación del capítulo anterior. Y por último tendremos las conclusiones, recomendaciones y cierre del trabajo.

ÍNDICE

Introducción	I
Protocolo	VI
a. Planteamiento del Problema.....	VI
b. Tema.	VI
c. Título.	VII
d. Línea de Investigación.....	VII
e. Sub línea de Investigación.....	VII
f. Objetivos.....	VII
g. Justificación.	VIII
h. Idea a defender.	VIII
Capítulo 1	1
1. Marco teórico.	1
1.1.1 Comunicación.....	1
1.1.2 Tipos de comunicación.....	1
1.1.2.a Comunicación interna.	1
1.1.2.b Comunicación externa.	2
1.1.3 Comunicación organizacional.....	3
1.1.4 Plan	3
1.1.5 Plan de comunicación.	4
1.1.6 Plan de comunicación interna.....	5
1.1.7 Estrategias.....	5
1.1.8 Estrategias de comunicación.....	6
Capítulo 2	7
2. Marco Contextual	7
2.1.1 Ubicación geográfica.	7
2.1.2 Qué es Coris.....	7
2.1.3 Misión.	8

2.1.4	Staff de ejecutivos.	8
2.1.5	Productos y servicios.....	8
2.1.6	Principales clientes.....	9
Capítulo 3.....		10
3. Marco Legal.....		10
Capítulo 4.....		14
4. Investigación.....		14
4.1.1	Introducción.....	14
4.1.2	Objetivos.....	14
4.1.2.a	General.	14
4.1.2.b	Específicos.	14
4.1.3	Metodología.....	15
4.1.3.a	Métodos teóricos.....	15
4.1.3.b	Métodos empíricos.....	15
4.1.4	Universo y muestra.....	16
4.1.4.a	Fórmula para calcular el tamaño de la muestra.	16
4.1.4.b	Proceso de muestreo.....	17
4.1.5	Tipo de investigación.....	17
4.1.6	Técnicas de recopilación de información.....	18
4.1.6.a	Técnica Cualitativa.....	18
4.1.6.b	Entrevista.....	18
4.1.6.c	Modelo de entrevista.....	19
4.1.6.d	Interpretación de la entrevista.....	19
4.1.6.e	Técnica Cuantitativa.	22
4.1.6.f	Encuesta.....	22
4.1.6.g	Unidad de análisis.....	22
4.1.6.h	Modelo de la encuesta.....	22

4.1.6.i Tabulación e interpretación de encuestas.....	25
4.1.7 Conclusiones generales.	34
Capítulo 5.....	36
5. Propuesta.	36
5.1.1 Análisis FODA.	36
Fortalezas.....	36
Oportunidades.	36
Debilidades.....	36
Amenazas.....	36
5.1.2 Stakeholders.....	37
5.1.3 Matriz OETA.....	37
5.1.4 Cronograma y presupuesto.	57
5.1.5 Conclusiones.	59
5.1.6 Recomendaciones.....	60
Bibliografía.....	1
Glosario.....	1

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Datos Generales de la empresa	11
Imagen 2. Constitución de la empresa.....	12
Imagen 3. Administrador actual de la empresa.....	12
Imagen 4. Administradores anteriores de la empresa.....	13
Imagen 5. Socios o accionistas de la empresa	13
Imagen 6. Organigrama	41
Imagen 7. Boletín informativo	46
Imagen 8. Cartelera	47
Imagen 9. Buzón de sugerencias.....	48
Imagen 10. Chat empresarial.....	48
Imagen 11. Directorio.....	49

Imagen 12. Carta directa	50
Imagen 13. Carpeta	51
Imagen 14. Tríptico	52
Imagen 15. Sesión solemne	52
Imagen 16. Focus group	55
Imagen 17. Cuadro de resultados.....	56

ÍNDICE DE ORGANIZADORES GRÁFICOS

Organizador gráfico 1. Stakeholders.....	37
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Información General.....	10
Tabla 2. Personas entrevistadas.....	18
Tabla 3. Temas para charlas	41

Protocolo

a. Planteamiento del Problema.

La empresa Coris del Ecuador dentro de sus políticas y acciones empresariales ha desarrollado durante su creación diferentes cambios estructurales y organizacionales.

Coris en la actualidad no tiene políticas claras de comunicación y en tal virtud se hace necesario que por el crecimiento corporativo y su organización interna cuente con un plan de comunicación para mejorar el desarrollo del crecimiento y la comunicación que tiene esta organización.

Según Sotillo (2000), la figura del Departamento de Comunicación Interna no ha sido percibida como algo fundamental en muchas empresas hasta hace bien poco. Los roles de los gestores de la comunicación se han ido adaptando desde diferentes perfiles curriculares hasta llegar a configurarse en una disciplina propia, con una función bien definida y un mapa de conocimientos que lo apoyan. Ahora nos encontramos inmersos en una nueva etapa, donde la Sociedad del Conocimiento impone sus reglas y hace emerger nuevas necesidades relacionadas con la comunicación: con una nueva comunicación.

b. Tema.

Elaboración de un plan de comunicación interna.

c. Título.

Propuesta de un plan de comunicación interno para la empresa Coris del Ecuador, en el Distrito Metropolitano de Quito.

d. Línea de Investigación.

Sistemas de comunicación interna y externa para la innovación de procesos y operaciones.

e. Sub línea de Investigación.

Recursos Humanos y Comunicación Interna

f. Objetivos.

• **General.**

- Diseñar un plan de comunicación interna para mejorar el crecimiento de la Empresa Coris del Ecuador.

• **Específicos.**

- Establecer conceptos generales de la comunicación interna.
- Identificar las bases legales de la Empresa Coris del Ecuador.
- Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna en la empresa Coris del Ecuador.
- Determinar la importancia de la comunicación interna como herramienta para mejorar el crecimiento de la empresa.
- Determinar las estrategias y tácticas de un plan de comunicación interna.

g. Justificación.

La comunicación interna en una organización es importante porque mejora el trabajo diario de los trabajadores y administradores, fomenta un buen clima laboral, mejora la relación entre jefes y subordinados, porque al no haber un buen proceso de comunicación puede disminuir la productividad, mejora la comunicación entre áreas y hace que los trabajadores tengan mejores relaciones entre ellos.

Cuando existe una comunicación vertical, éste, puede convertirse en un problema debido a la falta de lineamientos establecidos y los empleados en la parte inferior pueden sentirse menos valorados que aquellos en las posiciones más altas, en una comunicación horizontal los empleados pueden lograr una mayor satisfacción debido a su mayor libertad e independencia. La comunicación efectiva hace que todos los integrantes de una empresa se sientan parte de la misma y trabajen de una manera efectiva. Mientras mejor sea la comunicación interna, mejores frutos se verán externamente, ya que existirá trabajo en equipo y buenas relaciones entre el personal interno de la misma.

h. Idea a defender.

La implementación de un plan de comunicación interna en una empresa, ayudaría a una mejor productividad laboral y el ambiente en el que se desarrollan los trabajadores ya que una correcta comunicación hace que el trabajador se sienta parte de la empresa y que se involucre en el objetivo de la misma. El fin de esta tesis es corroborar la importancia de un plan de comunicación interna dentro de las organizaciones.

Capítulo 1

1. Marco teórico.

1.1.1 Comunicación.

Hogue (2000) destaca que la comunicación es uno de los campos con más dificultades y problemas, pero que es una de nuestras actividades principales en los estilos de vida.

Según Wiemann (2011) una comunicación exitosa depende de muchos factores personales, la suma de todos estos logra una comunicación eficaz, con mensajes claros y evita las equivocaciones.

La comunicación es un proceso de emisión y recepción de mensajes continuamente, los mismos que deben ser compuestos de una manera ordenada y concisa para que las personas que lo reciben entiendan de manera clara el mensaje y no haya una confusión en el proceso de comunicación.

1.1.2 Tipos de comunicación.

1.1.2.a Comunicación interna.

Según García (1998) la comunicación interna es una base fundamental en la organización ya que equilibra y estabiliza a la misma y si es efectiva puede lograr que exista una retroalimentación adecuada.

“Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno

empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.”
<http://www.rppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm> enero 2015

La comunicación interna es un pilar fundamental en las organizaciones, ya que de la misma, depende un clima laboral exitoso, un desempeño excelente y un desarrollo íntegro de cada empleado en su área correspondiente. La comunicación interna también es una necesidad de cada empresa para poder transmitir de manera efectiva los diferentes mensajes de cada trabajador, para que no existan problemas comunicacionales internamente y que puedan afectar de manera externa.

1.1.2.b Comunicación externa.

Báez (2000) comenta que la comunicación externa se basa en transmitir los mensajes de una organización a los diferentes públicos externos que puede tener, ayudado de diferentes medios, como son las relaciones públicas o la publicidad. Con el fin de establecer o fortalecer relaciones institucionales.

La comunicación externa se convierte en una herramienta muy importante de la empresa de cara al exterior, no sólo en casos de que la empresa tenga algo que comunicar sino en cualquier situación. Muchas empresas se dedican a la comunicación interna y sin embargo se olvidan de la comunicación externa, que es tan importante. Las empresas deben comunicar todo tanto a nivel interno como externo, dando una buena imagen de la empresa y también una imagen transparente.
(<http://www.gestion.org/recursos-humanos> enero 2015)

La comunicación externa en una organización ayuda a que ésta se exprese con facilidad a todos sus públicos externos, enviando mensajes claros y creando relaciones con los mismos. Se ayuda de varias herramientas para tener una comunicación efectiva y verás. De la misma depende la imagen de la organización.

1.1.3 Comunicación organizacional.

Según Ávila (2004) la meta más grande de la comunicación organizacional es que la calidad de los mensajes que se intercambian dentro de una organización sean claros y de alta calidad, para poder también manejar una buena comunicación con los públicos externos.

“La comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y sus diferentes públicos externos.” (Andrade, 2005)

La comunicación organizacional se encarga de estudiar la manera en la que se comunican los individuos que componen la empresa y a su vez la comunicación que la empresa y sus trabajadores tienen con sus diferentes públicos. Es importante que exista una comunicación organizacional agradable para que la empresa se desenvuelva en un ámbito en el que trabajar no sea molesto, ya que si no hay una buena comunicación organizacional la empresa puede decaer.

1.1.4 Plan

Según Borello (1994), un plan es un instrumento que lleva un orden y un proceso lógico, en el cual se detallan distintas acciones que se deben utilizar para llegar a un fin determinado.

Velasco (2007) indica que un plan es una herramienta en la cual se plasman una serie de ideas metodológicas y ordenadas, que ayuda al desarrollo.

Finalmente podemos concluir diciendo que un plan es una herramienta que contiene un grupo de ideas ordenadas y lógicas, las cuales deben tener un proceso para poder llegar a un fin determinado.

1.1.5 Plan de comunicación.

Fernández (2007) dice que un plan de comunicación es un documento que contiene normas e indicaciones generales del manejo de la comunicación dentro de una empresa, a los mismos que se debe regir para poder mantener un clima laboral agradable y un desempeño exitoso.

Díez (2006) explica que un plan de comunicación empresarial debe tomar en cuenta varios factores antes de ser realizado, ya que éste sería único para cada empresa, dependiendo la antigüedad o a que se dedica, el número de personas, el presupuesto o que es lo que desea expresar.

El plan de comunicación es un documento interno de una empresa, en el cual rigen varias leyes y normas comunicacionales para todo el personal de la empresa, es importante que esté siempre actualizado y detallado correctamente para que los trabajadores puedan percibirlo de una buena manera y cumplirlo a cabalidad, esto asegurará un mejor desempeño comunicacional interna y externamente.

1.1.6 Plan de comunicación interna

Gan y Berbel (2007) dicen que un plan de comunicación interna ayuda específicamente a todo lo que es la comunicación dentro de una organización, y se ayuda de diferentes herramientas que ayudan a la mejora de la misma.

Según Tuñez (2007) el plan de comunicación interna puede ayudar a prevenir crisis en una empresa, ya que si los trabajadores conocen las normas comunicacionales de la empresa pueden planificar sus actividades comunicacionales de manera correcta.

El plan de comunicación interno de una empresa es un documento que se lo realiza para evitar problemas comunicacionales dentro de la misma y para que la organización se maneje con una comunicación efectiva, lo cual podría evitar distintos problemas que a futuro se convertirían en crisis. Las herramientas de comunicación interna son sus elementos de apoyo.

1.1.7 Estrategias.

Según Tobón (2004), la estrategia está asociada con la capacidad de manejar situaciones, es parte fundamental dentro de un plan ya que es eficaz y operativa.

Por otro lado, Ronda (2002) nos dice que una estrategia es una herramienta que nos facilita un logro y que se emplea para satisfacer necesidades de uno o varios públicos.

Una estrategia es una parte fundamental de un plan, es la que nos ayuda a lograr o a cumplir un objetivo, debe ser creativa, directa y capaz de englobar a uno o varios públicos a la vez.

1.1.8 Estrategias de comunicación.

Según Moneris (2006), una estrategia de comunicación nace de una investigación específica, y su misión es cumplir el objetivo propuesto. Es una idea concisa y segura basada en un análisis previo.

García (1998) nos comenta que las estrategias de comunicación son ideas inteligentes, para hacer una estrategia de comunicación eficaz se debe decodificar lo que pensamos y plasmarlo para hacerlo una realidad funcional. Cuando se tiene una buena estrategia comunicacional, se está empezando con superioridad.

Las estrategias de comunicación son la parte fundamental de un plan de comunicación efectivo, ya que se parte de las mismas para lograr cumplir con los objetivos que se hayan determinado. Éstas deben ser creativas y viables según todo lo que se tenga planeado.

Capítulo 2

2. Marco Contextual

2.1.1 Ubicación geográfica.

La Empresa Coris del Ecuador S.A. está ubicada en el Continente Americano, América del Sur, Ecuador, en el Distrito Metropolitano de Quito, con Dirección: Andalucía N24-118 y Galicia (La Floresta). Con teléfono número: 593 (2) 2 973 102, Fax número: 593 (2) 2 973 102 y con el email: infocoris@corisdelecuador.com

2.1.2 Qué es Coris.

EL GRUPO CORIS (COMPAÑÍA DE SERVICIOS ASISTENCIALES) es un grupo independiente, altamente especializado en la prestación de servicios a más de 200 entidades aseguradoras y de asistencia, en los cinco continentes.

Coris del Ecuador posee una Central de Asistencia que cuenta con un equipo de personas altamente calificado y con una amplia experiencia en el manejo de asistencias a las personas, al vehículo, al hogar y adicionalmente en la administración de siniestros.

2.1.3 Misión.

Coris del Ecuador afirma que tiene como misión ser el mejor Aliado Estratégico Empresarial en Servicios de Asistencia, Administración de Siniestros y Call Center con proyección internacional.

2.1.4 Staff de ejecutivos.

- Mauricio Pozo (Presidente)
- Víctor Díaz (Sub Gerente General)
- Richard Donoso (Gerente Administrativo Financiero)
- Alonso Marín (Gerente de Operaciones)
- Adriana Bernal (Gerente Comercial)
- Wilson Zambrano (Gerente de Tecnología)
- Santiago Torres (Gerente de Siniestros)
- Carlos Moscoso (Gerente de Tele mercadeo)
- Claudia Estrella (Jefe de Talento Humano)
- Jorge Jaramillo (Jefe de Call Center y Asistencias)
- Katherine Ramírez (Jefe de Contabilidad)
- Héctor Ospina (Jefe de Redes)
- Pablo Pérez (Jefe Comercial)

2.1.5 Productos y servicios.

Coris del Ecuador S.A. es una empresa líder en el diseño, desarrollo e implementación de productos de asistencia que proporciona soluciones ágiles y respuestas efectivas a todos los usuarios que requieran servicios ofrecidos por sus compañías a nivel nacional e internacional.

- Asistencia de Emergencias en Viajes Internacionales.

- Asistencia de Emergencia en Viajes Nacionales.
- Asistencia al Vehículo.
- Asistencia al Hogar.
- Administración de Siniestros.
- Servicios de Call Center.
- Tecnología y Seguridad.
- Software.
- Hardware.

2.1.6 Principales clientes.

- Diners Club del Ecuador.
- Banco del Pichincha.
- Gas Club.
- Humana.
- AIG Metropolitana.
- Seguros del Pichincha.
- ACE Seguros.
- Aseguradora del Sur.
- QBE Seguros Colonial.
- Latina Seguros.
- Y más.

Fuente: <http://www.coris.com.ec/> enero 2015

Capítulo 3

3. Marco Legal

Tabla 1. Información General

RAZÓN O DENOMINACIÓN	Coris del Ecuador S.A.
RUC	1791841697001
FECHA DE CONSTITUCIÓN	22 de julio de 2002
PLAZO SOCIAL	22 de julio de 2052
NACIONALIDAD	Ecuador
TIPO DE CIA	Anónima
SITUACIÓN LEGAL	Activa
ADMINISTRADOR ACTUAL	Juan Camilo Roa Buitrago

Realizado por: Claudia Camino.

Imagen 1. Datos Generales de la empresa

DATOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA

RAZÓN O DENOMINACIÓN	CORIS DEL ECUADOR S.A.		
NOMBRE COMERCIAL:			
EXPEDIENTE:	93209	RUC:	1791841697001
FECHA DE CONSTITUCIÓN:	22/07/2002	PLAZO SOCIAL:	22/07/2052
NACIONALIDAD:	ECUADOR	TIPO DE CIA:	ANÓNIMA
OFICINA:	QUITO	SITUACIÓN LEGAL:	ACTIVA

DIRECCIÓN LEGAL

PROVINCIA: PICHINCHA CANTÓN: QUITO CIUDAD: QUITO

DIRECCIÓN POSTAL

PROVINCIA: PICHINCHA CANTÓN: QUITO CIUDAD: QUITO

PARROQUIA: CALLE: ANDALUCIA NÚMERO: N24-118

INTERSECCIÓN/MZ. GALICIA CIUDADELA: LA FLORESTA

CONJUNTO: BLOQUE: NÚMERO DE OFICINA: EDIFICIO/C.C.: CORIS

REFERENCIA/UBICACIÓN: A UNA CUADRA DEL MINISTERIO DEL AMBIENTE

PISO: PB-3 TELÉFONO1: 2973102 TELÉFONO2: 2973103

FAX: 2973102 CORREO ELECTRÓNICO 1: jcroa@corisdelecuador.com

CASILLERO POSTAL: CORREO ELECTRÓNICO 2: kramirez@corisdelecuador.com

CELULAR: 0992430652 PERTENECE A M.V.: NO SITIO WEB:

ACTIVIDAD ECONÓMICA

CIU V.4.: M7010.00

OBJETO SOCIAL: Promoción de servicios de asistencia médica nacional e internacional, odontológica, clínica, jurídica, informática, informativa, de auditoría, interventoría, asesoria y auditoría de reclamaciones de siniestros de seguros obligatorios o de cualquier otro tipo de seguro. Prestación de servicios técnicos especializados de atención a través de centros de llamadas para publicitar o telemarketing productos o servicios ofrecidos por terceros en todas las ramas de la economía.

CAPITAL A LA FECHA

CAPITAL SUSCRITO: 228606.0000 CAPITAL: 0.0000 VALOR X ACCIÓN: 1.0000

ADMINISTRADORES DE LA COMPAÑÍA

IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	FECH. NOMB.	PERIODO	FECHA DE REG. MERCANTIL	No. DE REGISTRO MERCANTIL	ART.	RL/ADM
CC80038340	ROA BUITRAGO JUAN CAMILO	COLOMBIA	GERENTE GENERAL	18/06/14 0:00	1	25/06/2014	8496	26	RL

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Imagen 2. Constitución de la empresa

Nombre del Acto Jurídico	CONSTITUCIÓN						
Expediente:	93209						
Nombre:	CORIS DEL ECUADOR S.A.						
Datos de la Resolución							
N° Resolución:	2580	Fecha de Resolución	16-jul-2002 0:00:00				
Funcionario:	AMPAROF	Fecha de Ingreso:	30-jul-2002 0:00:00				
Datos de la Publicación							
Periódico	LA HORA	Fecha de Publicación	18-jul-2002 0:00:00				
Datos del Registro Mercantil							
Provincia	PICHINCHA	Cantón	QUITO				
Número	2419	Tomo	133				
Fecha de Inscripción	22-jul-2002 0:00:00						
Observación:							
ACTO JURIDICO DE CONSTITUCION							
Capitales							
Capital Suscrito	5.000,00	Capital Pagado:	1.250,00				
Capital Autorizado:	1.250,00						
Tipo Inversión	Numerario	Especies	Compensación	Reservas	Utilidades	Revalorización	Por Pagar
NACIONAL	625,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EXT. DIRECTA	625,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Imagen 3. Administrador actual de la empresa

ADMINISTRADORES ACTUALES DE LA COMPAÑÍA

No. de Expediente:	93209
No. de RUC de la Compañía:	1791841697001
Nombre de la Compañía:	CORIS DEL ECUADOR S.A.

IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	FECH. NOMB.	PERIODO	FECHA DE REG. MERCANTIL	No. DE REGISTRO MERCANTIL	ART.	RL/ADM
CC80038340	ROA BUITRAGO JUAN CAMILO	COLOMBIA	GERENTE GENERAL	18/06/14 0:00	1	25/06/14 0:00	8496	26	RL

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Imagen 4. Administradores anteriores de la empresa

ADMINISTRADORES ANTERIORES DE LA COMPAÑÍA

No. de Expediente:

No. de RUC de la Compañía:

Nombre de la Compañía:

IDENTIFICACION	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	FECH. NOMB.	PERIODO	FECHA DE REG. MERCANTIL	No. DE REGISTRO MERCANTIL	ART.	RU/ADM
1709472318	DIAZ CUEVA VICTOR HUGO	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	GERENTE GENERAL	1/10/13 0:00	1	10/10/13 0:00	14843	26	RL
1709472318	DIAZ CUEVA VICTOR HUGO	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	GERENTE GENERAL SUPLENTE	3/06/13 0:00	1	17/06/13 0:00	8418	28	SRL
1706363114	CASTELLANOS SUAREZ JAIME	ECUADOR	GERENTE GENERAL SUPLENTE	18/09/12 0:00	1	25/09/12 0:00	13177	28	SRL
1703131563	POZO CRESPO MAURICIO GONZALO	ECUADOR	GERENTE GENERAL	25/07/12 0:00	1	27/07/12 0:00	10296	28	RL
1706363114	CASTELLANOS SUAREZ JAIME	ECUADOR	GERENTE GENERAL SUPLENTE	8/09/11 0:00	1	22/09/11 0:00	13472	28	RL
1703131563	POZO CRESPO MAURICIO GONZALO	ECUADOR	GERENTE GENERAL	22/07/11 0:00	1	29/07/11 0:00	10989	28	RL
1724895030	SANDOVAL RUEDA GENY PATRICIA	ECUADOR	GERENTE GENERAL	3/12/10 0:00	1	8/12/10 0:00	15624	28	RL
1708237035	DONOSO GALINDO RICHARD XAVIER	ECUADOR	GERENTE GENERAL SUPLENTE	15/09/10 0:00	1	22/10/10 0:00	13081	28	RL
1724895030	SANDOVAL RUEDA GENY PATRICIA	ECUADOR	GERENTE GENERAL	20/11/09 0:00	1	8/12/09 0:00	13942	28	RL
1724895030	SANDOVAL RUEDA GENY PATRICIA	ECUADOR	GERENTE GENERAL	19/11/08 0:00	1	27/11/08 0:00	13222	28	RL
1707918924	MORILLO JARAMILLO IVONNE CRISTINA	ECUADOR	GERENTE GENERAL SUPLENTE	14/11/07 0:00	1	15/11/07 0:00	11913	28	RL
37615764	SANDOVAL RUEDA GENY PATRICIA	COLOMBIA	GERENTE GENERAL	14/11/07 0:00	1	15/11/07 0:00	11914	28	RL
1707918924	MORILLO JARAMILLO IVONNE CRISTINA	ECUADOR	GERENTE GENERAL SUPLENTE	9/11/06 0:00	1	14/11/06 0:00	11100	28	ADM
1713932455	ROA PIÑEROS MARIA CLAUDIA	COLOMBIA	GERENTE GENERAL	6/03/06 0:00	1	20/03/06 0:00	2409	28	RL
1713557146	TORRES ERAS SANTIAGO ISMAEL	ECUADOR	GERENTE GENERAL	23/09/04 0:00	1	13/10/04 0:00	8297	28	SRL
1713932455	ROA PIÑEROS MARIA CLAUDIA	COLOMBIA	GERENTE GENERAL	23/09/04 0:00	1	13/10/04 0:00	8298	28	RL

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Imagen 5. Socios o accionistas de la empresa

SOCIOS O ACCIONISTAS DE LA COMPAÑÍA

No. de Expediente:

No. de RUC de la Compañía:

Nombre de la Compañía:

Situación Legal:

No.	IDENTIFICACION	NOMBRE	NACIONALIDAD	TIPO DE INVERSIÓN	CAPITAL	MEDIDAS CAUTELARES
1	SE-Q-00001314	ALMOSTER INVESTMENTS, S.L.	ESPAÑA	EXT. DIRECTA	\$ 45.721 ⁰⁰⁰	N
2	SE-Q-00001585	DESTINOJET FINANCIAL SERVICES S.A.	URUGUAY	EXT. DIRECTA	\$ 91.442 ⁰⁰⁰	N
3	EP 006441	NEGRET ROA DIEGO	COLOMBIA	SUBREGIONAL	\$ 45.721 ⁰⁰⁰	N
4	1713932455	ROA PIÑEROS MARIA CLAUDIA	COLOMBIA	SUBREGIONAL	\$ 45.722 ⁰⁰⁰	N

CAPITAL SUSCRITO DE LA COMPAÑÍA (USD)\$:

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Capítulo 4

4. Investigación.

4.1.1 Introducción.

Se realizará una investigación en la empresa Coris Del Ecuador S.A. para conocer la situación actual de su comunicación interna y sus flujos de comunicación. Utilizaremos dos técnicas, cualitativa, por medio de entrevistas a 4 trabajadores de alto perfil y 1 a un asesor externo de comunicación, y cuantitativa, por medio de entrevistas a 120 trabajadores de la empresa. Los resultados obtenidos de la investigación serán tomados en cuenta para la propuesta de plan de comunicación interna.

4.1.2 Objetivos.

4.1.2.a General.

Determinar el estado actual de la comunicación interna de la empresa Coris del Ecuador S.A.

4.1.2.b Específicos.

- Determinar la situación actual y los diferentes problemas comunicacionales internos de la empresa Coris del Ecuador S.A.
- Identificar los flujos de comunicación interna de la empresa Coris S.A.
- Describir las herramientas comunicacionales de la empresa Coris S.A.

4.1.3 Metodología.

4.1.3.a Métodos teóricos.

Según Bernal A (2010):

Inductivo – Deductivo: La inducción es un procedimiento mediante el cual se logra inferir cierta propiedad o relación a partir de hechos particulares, es decir, permite el tránsito de lo particular a lo general. El proceso deductivo es mediante el cual el investigador transita de aseveraciones generales a otras o características particulares del objeto.

Analítico - Sintético: Es un proceso mental que logra la descomposición de un todo en sus partes, componentes y relaciones, este procedimiento se complementa con el de síntesis que logra la integración a nivel mental de las partes constitutivas del objeto.

Exploratorio: Este método permite conocer a fondo sobre lo que es la institución, el clima laboral, el personal y sus relaciones.

Descriptivo: Se identificara los conocimientos que tienen los miembros de la organización, sobre la importancia de la comunicación, en las distintas actividades que realiza la empresa Coris del Ecuador S.A.

4.1.3.b Métodos empíricos.

Observación: Consiste en la percepción y registro planificado y sistemático del comportamiento del objeto en su medio. La observación científica se emplea en cualquier etapa de la actividad y siempre es orientada a un fin, por lo cual el investigador elabora previamente un instrumento que le permite el registro de aquellos aspectos que son el objeto de la observación.

Medición: Está dirigido a precisar información numérica acerca de una cualidad del objeto mediante la comparación de magnitudes determinadas. En este proceso se requiere utilizar una magnitud homogénea como unidad para la comparación.

4.1.4 Universo y muestra.

El sujeto de investigación será todo el personal interno de la empresa Coris del Ecuador S.A.; entre ellos están 200 miembros que son: altos mandos, jefes, personal administrativo y personal de servicio.

4.1.4.a Fórmula para calcular el tamaño de la muestra.

Debido a las características de la información requerida y de la población que va a ser objeto del estudio se utilizará el muestreo aleatorio simple y sin reemplazo que permite que cada posible muestra tenga la misma probabilidad de ser seleccionada y que cada elemento de la población total tenga una oportunidad igual de ser incluido en la muestra. A continuación se determina la formula a utilizar para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot (P) \cdot (Q)}{(E)^2}$$

Donde

n= Número de elementos de la muestra.

P/Q= Probabilidades con las que se presenta el fenómeno (valor fijo 0.5)

Z = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido es de 1,96.

E= margen de error permitido 0,09. (Este valor cambia debido a la segmentación de mercado que se ha realizado previamente).

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.09)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{0.0081}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0081}$$

$$n = 118$$

4.1.4.b Proceso de muestreo.

Se realizará un estudio de investigación a los 120 miembros de la empresa Coris del Ecuador S.A. para poder realizar una propuesta de plan de comunicación interna para la organización.

4.1.5 Tipo de investigación

La investigación que se va a realizar es de tipo cualitativa - cuantitativa, aleatoria simple, muestreo por conveniencia, se basará en el "Manual Básico de Comunicación Corporativa" de Darío Ramos Grijalva.

4.1.6 Técnicas de recopilación de información.

4.1.6.a Técnica Cualitativa

Se investigará y se analizarán datos cualitativos, los mismos que proporcionarán una información exacta y precisa al momento de interpretar los resultados.

4.1.6.b Entrevista

Esta técnica se realizará mediante un cuestionario basado en el “Manual Básico de Comunicación Corporativa de Darío Ramos Grijalva”.

Se realizarán 5 entrevistas a todo el público interno de la empresa Coris S.A, para poder tener una perspectiva relevante de los puntos de interés sobre la comunicación interna de la empresa.

Tabla 2. Personas entrevistadas

Cuadro de personas entrevistadas.		
Nombre	Cargo	Fecha
Edwin Valencia	Jefe de Siniestros	13 – octubre – 2014
Gabriela Valarezo	Jefe de Talento Humano	13 – octubre – 2014
Patricia Sevilla	Supervisora de SOAT	13 – octubre – 2014
Lorena Arguello	Jefe de Call Center	13 – octubre – 2014
Patricio Cedeño	Consultor Jr. de Comunicación Política	13 – octubre – 2014
TOTAL		5 PERSONAS

Realizado por: Claudia Camino

4.1.6.c Modelo de entrevista.

Buenos días, mi nombre es Claudia Camino, soy alumna de la Universidad Tecnológica Equinoccial, el motivo de esta encuesta es poder recolectar la información necesaria para poder sustentar mi tesis de grado. Anticipo mi agradecimiento.

1. ¿Qué entiende por comunicación?
2. ¿Qué tipos de comunicación se manejan en una empresa?
3. ¿Determine un proceso correcto para la comunicación?
4. ¿Podría definir qué es comunicación interna?
5. ¿De qué se encarga el departamento de comunicación?
6. ¿Quién es el responsable de ejecutar un plan de comunicación interna?
7. ¿Por qué las empresas deben incluir un plan de comunicación interna dentro del proceso de comunicación?
8. ¿Qué herramientas comunicacionales son/pueden ser aplicables para un plan de comunicación interna?
9. ¿Por qué se debe renovar el plan de comunicación interna cada cierto tiempo?
10. ¿Cómo se evalúa el éxito o fracaso de un plan de comunicación interna?

4.1.6.d Interpretación de la entrevista.

Pregunta 1 ¿Qué entiende por comunicación?

La mayoría de personas entrevistadas dicen que la comunicación es expresar ideas, seguido de un proceso para emitir mensajes y por último es una satisfacción de procesos.

Pregunta 2 ¿Qué tipos de comunicación se manejan en una empresa?

La mayoría de personas entrevistadas expresan que dentro de una empresa se maneja la comunicación escrita y verbal, seguido de comunicación personalizada u horizontal y por último comunicación interna y externa.

Pregunta 3 ¿Determine un proceso correcto para la comunicación?

La mayoría de personas entrevistadas expresan que un proceso correcto de comunicación debe ser directo u horizontal, seguido de que debe tener transparencia, confianza y lealtad, y por último se debe hacer por mails y teléfonos.

Pregunta 4 ¿Podría definir qué es comunicación interna?

La mayoría de personas entrevistadas expresan que la comunicación interna es todo lo que se maneja, gestiona e informa dentro de la empresa, seguido de que es la forma de establecer una mejor relación entre empleados.

Pregunta 5 ¿De qué se encarga el departamento de comunicación?

La mayoría de personas entrevistadas expresan que el departamento de comunicación se encarga de transmitir información de la empresa, seguido de informar sobre asuntos sociales y eventos, y por último que arma planes y políticas de comunicación, y gestiona la comunicación de la empresa.

Pregunta 6 ¿Quién es el responsable de ejecutar un plan de comunicación interna?

La mayoría de personas entrevistadas expresan que el responsable de ejecutar un plan de comunicación es el departamento de Talento

Humano, seguido de él Departamento de Comunicación y por último los jefes de cada área.

Pregunta 7 ¿Por qué las empresas deben incluir un plan de comunicación interna dentro del proceso de comunicación?

La mayoría de personas entrevistadas expresan que las empresas deben incluir un plan de comunicación dentro del proceso de comunicación porque mejora la comunicación, seguido de que mejora el clima laboral y por último ayuda al bienestar y crecimiento de la empresa.

Pregunta 8 ¿Qué herramientas comunicacionales son/pueden ser aplicables para un plan de comunicación interna?

La mayoría de personas entrevistadas expresan que las herramientas que son/pueden ser aplicables para un plan de comunicación son el Mailing, seguido de él teléfono, boletines, redes sociales y campañas.

Pregunta 9 ¿Por qué se debe renovar el plan de comunicación interna cada cierto tiempo?

La mayoría de personas entrevistadas expresan que se debe renovar el plan de comunicación interna cada cierto tiempo por los avances de la tecnología, seguido de que se debe innovar cosas nuevas y por último porque la comunicación no es estática y debe ajustarse a los cambios.

Pregunta 10 ¿Cómo se evalúa el éxito o fracaso de un plan de comunicación interna?

La mayoría de personas entrevistadas expresan que el éxito o fracaso de un plan de comunicación se evalúa por los resultados que se pueden observar entre los trabajadores, seguido de que se envían y reciben mensajes claros y por último por medio de mediciones, encuestas, focus groups y FODA.

4.1.6.e Técnica Cuantitativa.

Se investigará y se analizarán datos cuantitativos, los mismos que proporcionarán una información exacta y precisa al momento de tabular resultados.

4.1.6.f Encuesta.

Esta técnica se realizara mediante un cuestionario basado en el “Manual Básico de Comunicación Corporativa” de Darío Ramos Grijalva”.

Se realizarán 120 encuestas a todo el público interno de la empresa Coris del Ecuador S.A., para poder tener estadísticas exactas.

4.1.6.g Unidad de análisis.

Población: Altos mandos, administrativos y personal de servicio de la empresa Coris del Ecuador S.A.

4.1.6.h Modelo de la encuesta.

1. ¿Qué entiende por comunicación?

Expresar ideas _____

Emitir mensajes _____

Satisfacción de procesos. _____

Otros: _____

2. ¿Escoja qué tipos de comunicación se manejan en esta empresa?

Comunicación escrita y verbal _____

Comunicación personalizada u horizontal _____
Comunicación interna y externa. _____
Otros: _____

3. ¿Cuál cree que es el proceso correcto para la comunicación dentro de la empresa? Escoja tres alternativas siendo 1 la más importante.

Directo _____
Horizontal _____
Transparencia _____
Confianza _____
Lealtad _____
Redes sociales _____
Mails _____
Teléfonos _____
Otros: _____

4. ¿Qué es comunicación interna?

Manejo de información de la empresa _____
Gestión de información de la empresa _____
Forma de establecer mejor relación entre empleados _____
Otros: _____

5. ¿De qué se encarga el departamento de comunicación? Escoja tres alternativas siendo 1 la más importante.

Transmitir información de la empresa _____
Informar de asuntos sociales _____
Planes de comunicación _____
Políticas de comunicación _____
Gestionar comunicación en la empresa _____
Otros: _____

6. ¿Sabe usted quién es el responsable de ejecutar un plan de comunicación interna?

Dpto. Talento Humano _____

Dpto. Comunicación _____

Jefes de cada área _____

Otros: _____

7. ¿Por qué las empresas deben incluir un plan de comunicación interna dentro del proceso de comunicación?

Mejora la comunicación _____

Mejora el clima laboral _____

Ayuda al crecimiento de la empresa _____

Otros: _____

8. ¿Qué herramientas comunicacionales son/pueden ser aplicables para un plan de comunicación interna? Escoja tres alternativas siendo 1 la más importante.

Mailing _____

Teléfono _____

Boletines _____

Redes Sociales _____

Campañas _____

Otros: _____

9. ¿Por qué se debe renovar el plan de comunicación interna cada cierto tiempo?

Avances tecnológicos _____

Innovación _____

Comunicación debe ajustarse a cambios _____

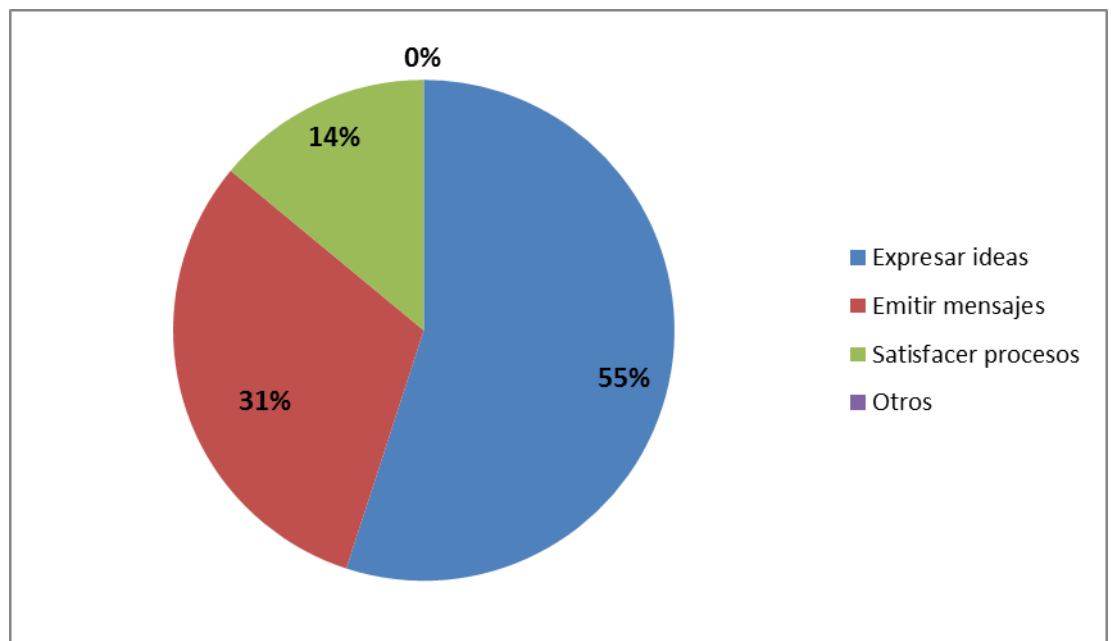
Otros: _____

10. ¿Cómo se evalúa el éxito o fracaso de un plan de comunicación interna? Escoja dos alternativas siendo 1 la más importante.

- Resultados entre trabajadores _____
- Emisión y recepción de mensajes claros _____
- Encuestas _____
- Focus Groups _____
- Análisis FODA _____
- Otros: _____

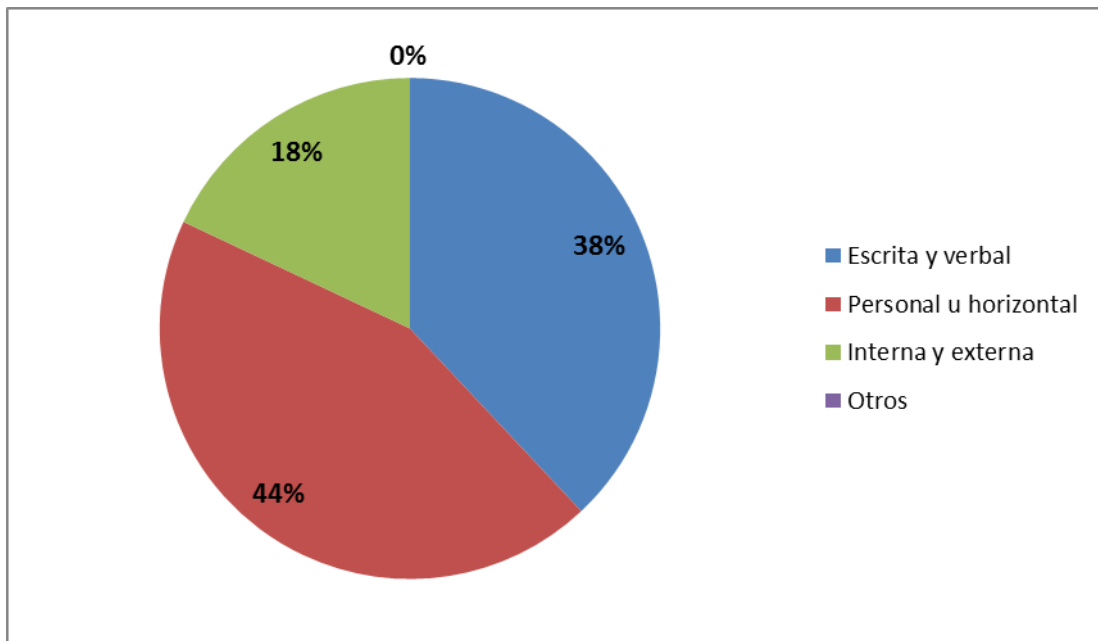
4.1.6.i Tabulación e interpretación de encuestas.

1. ¿Qué entiende por comunicación?



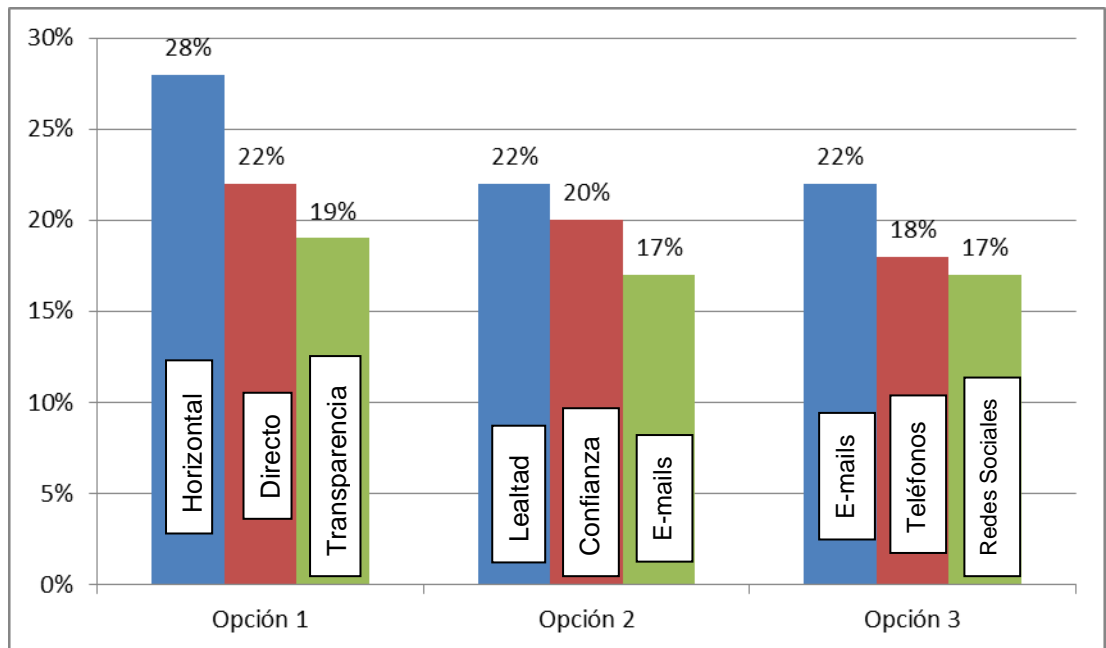
La mayoría con un 55% dice que la comunicación es expresar ideas, seguido con un 31% que dice que es emitir mensajes, y por último con 14% que dice que es una satisfacción de procesos.

2. ¿Escoja qué tipos de comunicación se manejan en esta empresa?



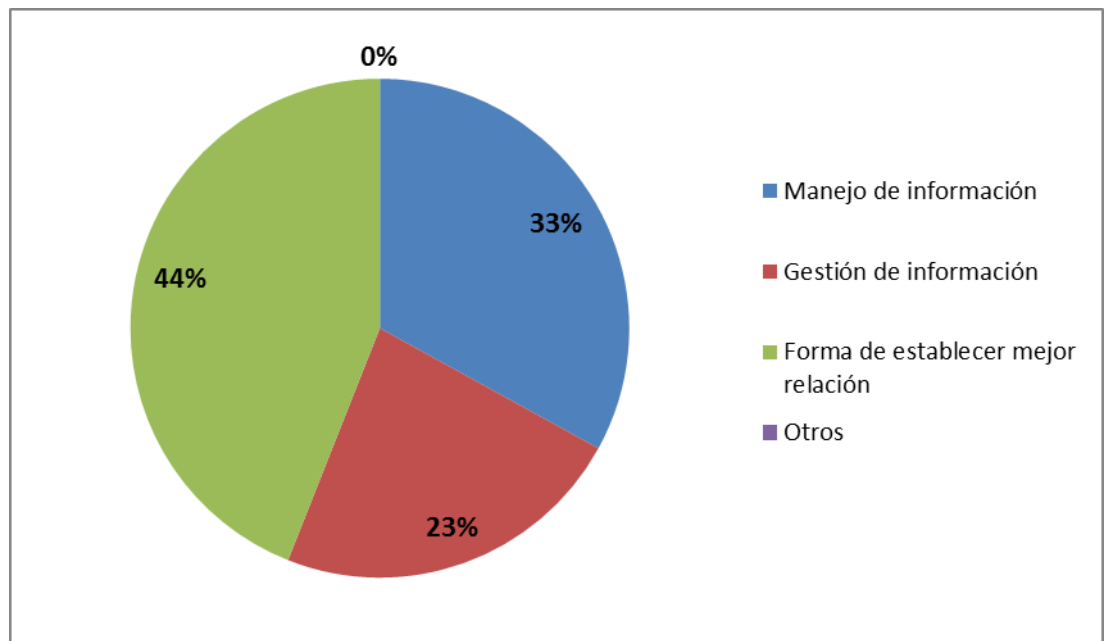
La mayoría con un 44% dice que la comunicación que se maneja en una empresa es personal u horizontal, seguido con un 38% que dice es escrita y verbal, y por último con un 18% que dice que es interna y externa.

3. ¿Cuál cree que es el proceso correcto para la comunicación dentro de la empresa? Escoja tres alternativas siendo 1 la más importante.



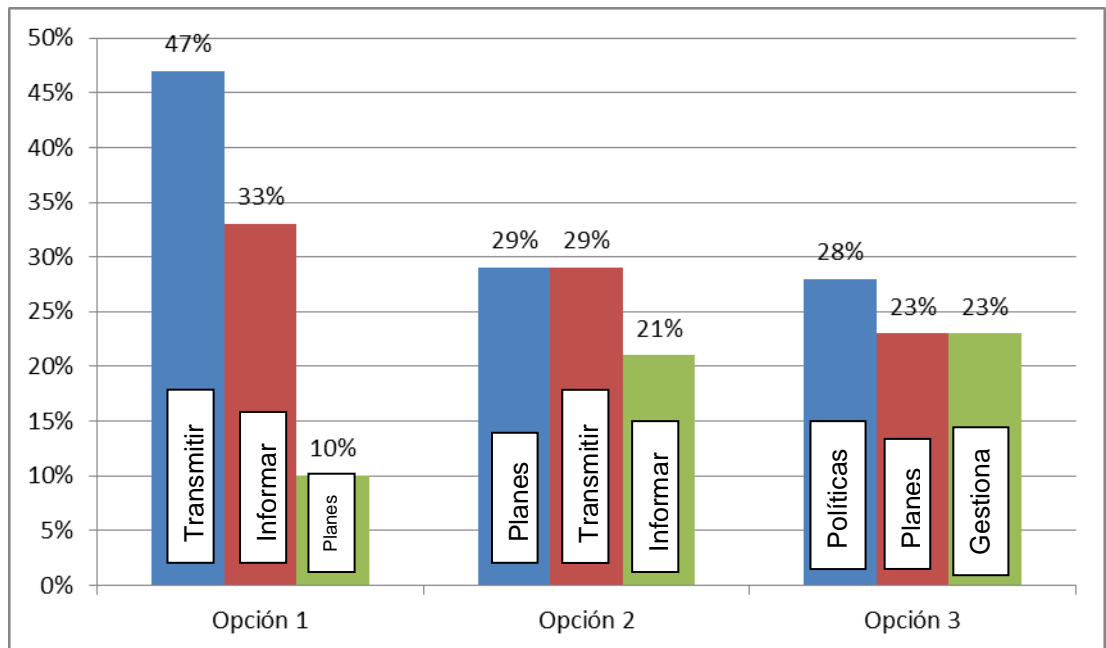
Cómo primera opción tenemos con un 28% horizontal, seguido por la segunda opción con un 22% directo y por último como tercera opción con un 22% e-mail.

4. ¿Qué es comunicación interna?



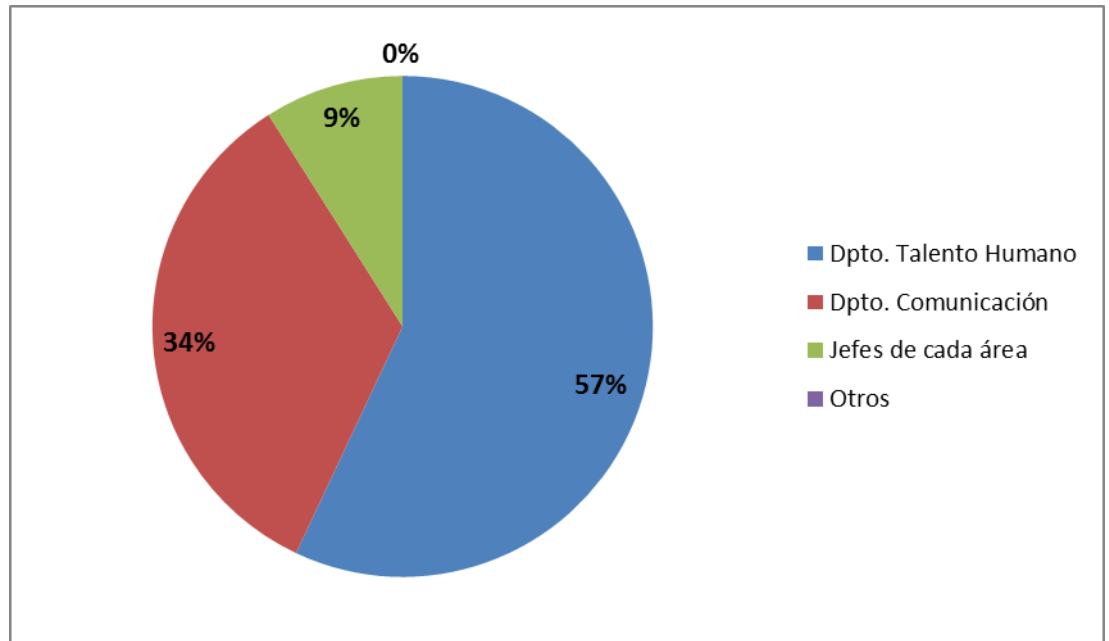
La mayoría con un 44% dice que la comunicación interna es una forma de establecer mejor relación entre empleados, seguido con un 33% que dice que es manejo de información, y por último con 23% que dice que es gestionar la información.

5. De qué se encarga el departamento de comunicación? Escoja tres alternativas siendo 1 la más importante.



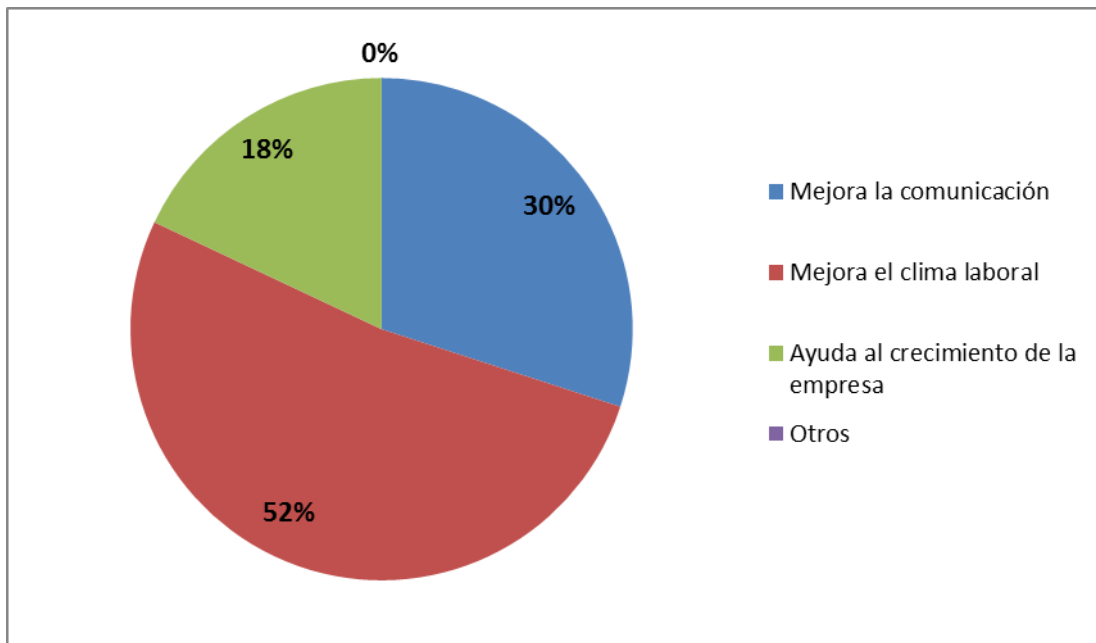
Cómo primera opción tenemos con un 47% transmitir información de la empresa, seguido por la segunda opción con un 27% planes de comunicación y por último como tercera opción con un 28% políticas de comunicación.

6. ¿Sabe usted quién es el responsable de ejecutar un plan de comunicación interna?



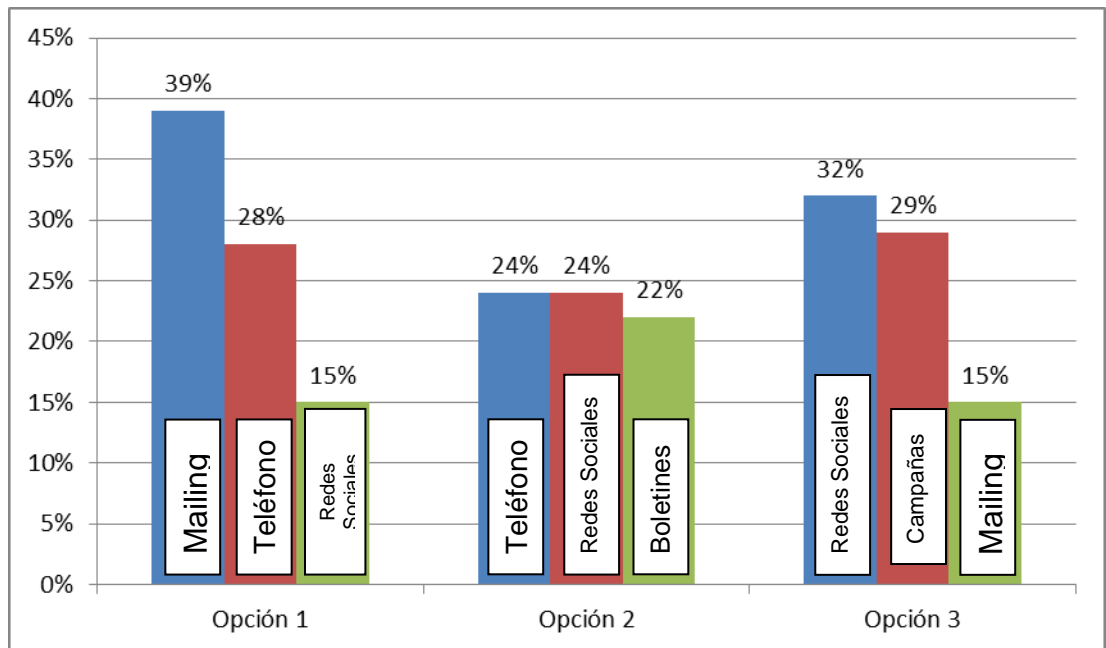
La mayoría con un 57% dice que el responsable de ejecutar un plan de comunicación interna es el Departamento de Talento Humano, seguido con un 34% que dice que es el Departamento de Comunicación, y por último con un 9% que dice que son los Jefes de cada área.

7. ¿Por qué las empresas deben incluir un plan de comunicación interna dentro del proceso de comunicación?



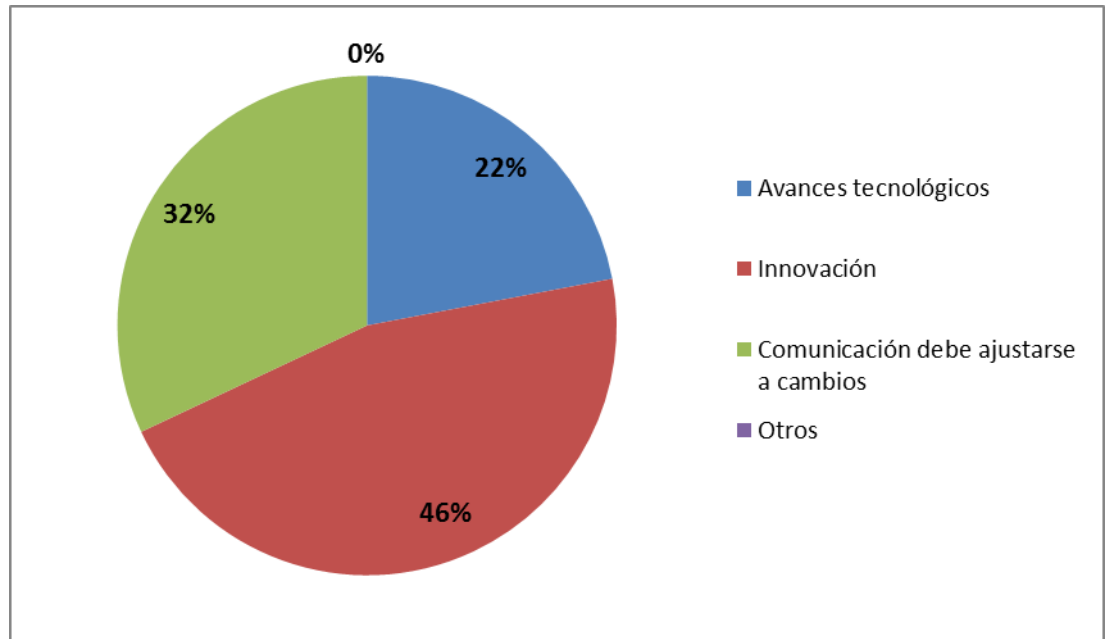
La mayoría con un 52% dice se debe incluir un plan de comunicación dentro de un proceso de comunicación porque mejora el clima laboral, seguido con un 30% que dice porque mejora la comunicación, y por último con un 18% que dice porque ayuda al crecimiento de la empresa.

8. ¿Qué herramientas comunicacionales son/pueden ser aplicables para un plan de comunicación interna? Escoja tres alternativas siendo 1 la más importante.



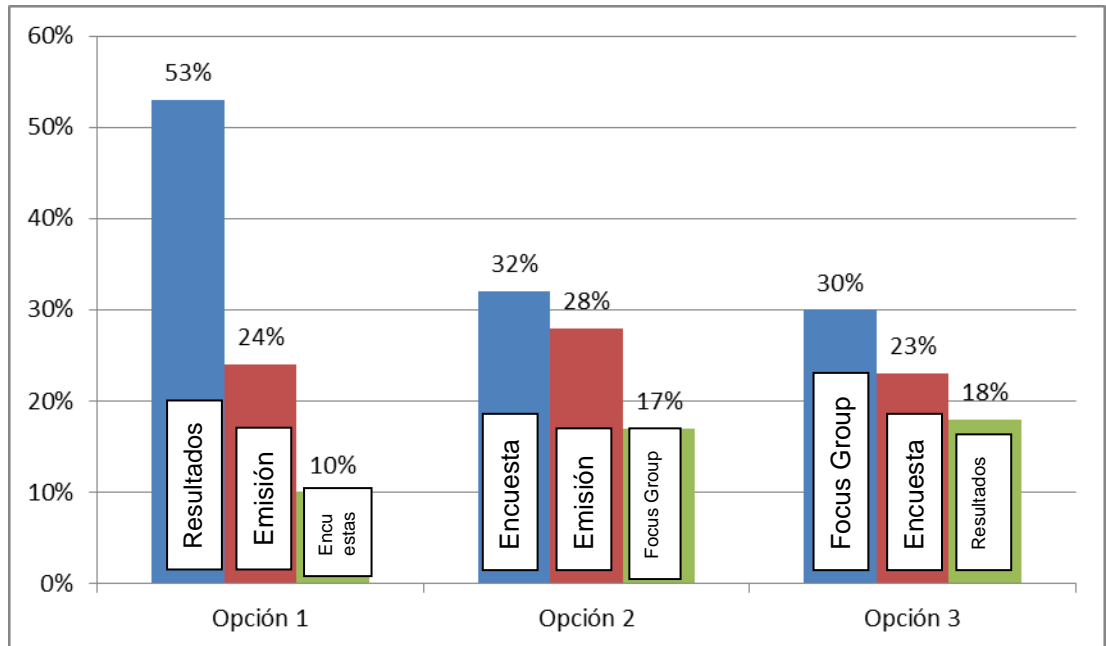
Cómo primera opción tenemos con un 39% Mailing, seguido por la segunda opción con un 24% teléfono y por último como tercera opción con un 32% redes sociales.

9. ¿Por qué se debe renovar el plan de comunicación interna cada cierto tiempo?



La mayoría con un 46% dice que se debe renovar el plan de comunicación cada cierto tiempo porque se debe innovar, seguido con un 32% que dice por los avances tecnológicos, y por último con 22% que dice porque la comunicación debe ajustarse a cambios.

10. ¿Cómo se evalúa el éxito o fracaso de un plan de comunicación interna? Escoja dos alternativas siendo 1 la más importante.



Cómo primera opción tenemos con un 53% resultados entre trabajadores, seguido por la segunda opción con un 32% encuestas y por último como tercera opción con un 30% Focus Groups.

4.1.7 Conclusiones generales.

- La mayoría de trabajadores coinciden en que la comunicación es expresar ideas y se maneja en una empresa de manera personal u horizontal, y su proceso correcto es horizontal, y también comentan que la comunicación interna es una forma de establecer mejor relación entre empleados.
- En la mayoría de respuestas, dicen que el responsable de ejecutar un plan de comunicación interna en una empresa es el Departamento de Talento Humano, el cual se debe incluir dentro de un proceso de comunicación porque mejora el clima laboral, y el mismo debe ser renovado cada cierto tiempo porque se debe innovar.

- Las respuestas nos indican que para los trabajadores las principales herramientas de un plan de comunicación son el Mailing, el teléfono y las redes sociales, y su éxito o fracaso se evalúa por medio de resultados, encuestas y focus groups, y el departamento de comunicación es el que se encarga de transmitir información de la empresa a todos.

Capítulo 5

5. Propuesta.

5.1.1 Análisis FODA.

Fortalezas.

- Los trabajadores tienen buenas relaciones interpersonales.
- Es una empresa bien establecida y tienen buena comunicación entre departamentos.

Oportunidades.

- La empresa tiene apertura total a la creación de un departamento de comunicación.
- Los trabajadores están abiertos para cambios.

Debilidades.

- Los trabajadores piensan que el departamento de recursos humanos abarcan todo lo relacionado a la comunicación de la empresa.

Amenazas.

- Desconocimiento general sobre un departamento de comunicación.
- Cambio radical en el proceso de comunicación.

5.1.2 Stakeholders.

Organizador gráfico 1. Stakeholders



Realizado por: Claudia Camino.

5.1.3 Matriz OETA

- Etapa de Capacitación: Capacitar a los trabajadores en cada una de sus áreas e informarles a profundidad sobre la importancia de la comunicación interna.

- Etapa Utilización: Implementar y mejorar la utilización de las herramientas de comunicación interna en la empresa.
- Etapa de Revisión: Revisar los resultados de comunicación después de la implementación y mejora de las herramientas de comunicación.

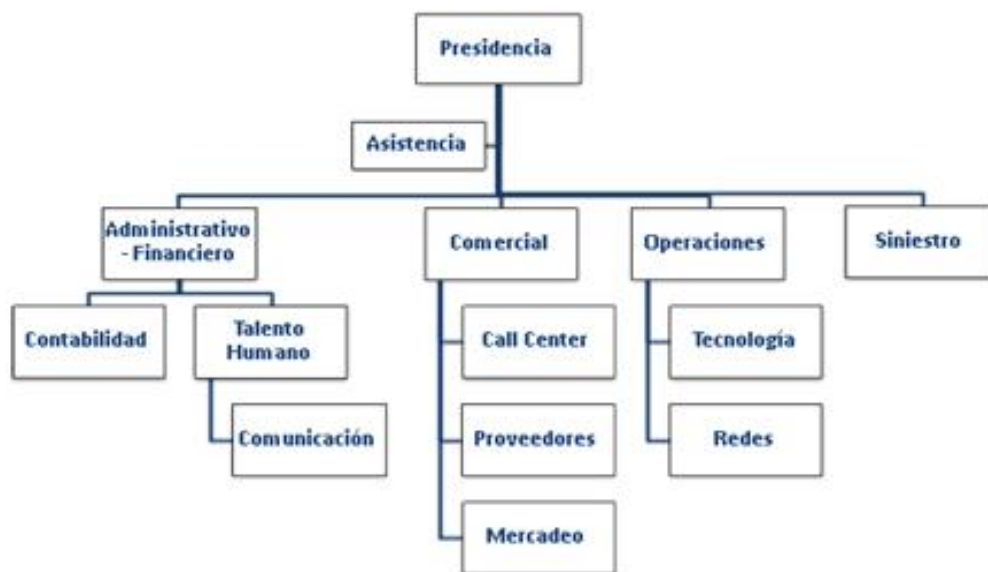
Objetivo a cumplir: 1. Capacitar a los trabajadores en cada una de sus áreas e informarles a profundidad sobre la importancia de un departamento de comunicación.

ESTRATEGIA	TÁCTICA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
<p>E1. Capacitar a todos los departamentos de la empresa.</p>	<p>E1.T1. Incorporar y presentar al nuevo personal de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un evento interno de la Empresa Coris del Ecuador. • Presentar al nuevo personal de comunicación de la empresa. 	<p>Dpto. Talento Humano</p>
	<p>E1.T2. Establecer un organigrama empresarial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un organigrama empresarial nuevo. • Difundir a todos los empleados el organigrama para que se familiaricen. Se utilizarán las herramientas de comunicación existentes en la empresa. 	<p>Dpto. Talento Humano</p>

	<p>E1.T3. Organizar una serie de charlas a cada departamento según sus temas de interés</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exponer temas de interés según cada departamento. • Informar sobre la importancia de la comunicación interna en las empresas y los beneficios. 	<p>Dpto. Talento Humano y jefes de cada departamento.</p>
	<p>E1.T4 Realizar una capacitación a todo el personal de la empresa sobre las herramientas de comunicación y su buen uso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exponer sobre las herramientas de comunicación existentes en la empresa y enseñar su buen uso y las personas responsables. • Presentar una serie de herramientas de comunicación que se podrían incluir en la empresa para mejorar la comunicación interna y su buen uso. 	<p>Dpto. Talento Humano</p>

E1.T2 Organigrama

Imagen 6. Organigrama



Realizada por: Claudia Camino.

E1.T3. Listado de temas para charlas

Tabla 3. Temas para charlas

Departamento	Tema
Administrativo – Financiero	<ul style="list-style-type: none">• Normas internacionales de información financiera.• Facturación electrónica.• Declaraciones por internet.

	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia de la gestión del talento humano. • 8 claves para retener el talento humano. • Gestión de talento 2.0.
Comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente y telemarketing. • Servicio al cliente y ventas. • Técnicas de venta.
Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad de la información. • Soporte de redes. • Capacitación en TIC's
Siniestro	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de riesgos. • Procedimientos de seguridad y vigilancia. • Investigación de siniestros.
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen corporativa y gestión de relaciones con la prensa. • Tendencias de comunicación visual. • Comunicación de crisis. • Comunicación y periodismo web. • El desafío de la comunicación interna en las organizaciones.

Realizado por: Claudia Camino.

Objetivo a cumplir: 2. Mejorar la utilización de las herramientas de comunicación interna en la empresa.

ESTRATEGIA	TÁCTICA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
<p>E2.</p> <p>Implementar herramientas de comunicación a la empresa.</p>	<p>E2.T1.</p> <p>Difundir en la empresa las herramientas de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un boletín informativo en el cual se detallará las herramientas de comunicación existentes. 	<p>Dpto. Talento Humano</p>
	<p>E2.T2.</p> <p>Promover el uso de las herramientas de comunicación interna correctamente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Delegar a un trabajador por cada departamento, para que sea el que maneje adecuadamente las herramientas de comunicación de su área. • Rediseñar y reubicar ciertas herramientas de comunicación de la empresa. (Cartelera y buzón de sugerencias) 	<p>Delegados de departamentos y Dpto. Talento Humano.</p>

	<p>E2.T3. Impulsar el uso de herramientas de comunicación digitales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alentar a los trabajadores a manejar sus correos empresariales para toda la información de la empresa. • Crear una lista de contactos de la empresa, a la vista de todos los trabajadores para facilitar la comunicación entre ellos. 	<p>Dpto. Talento Humano y Dpto. Redes</p>
	<p>E2.T4. Incorporar nuevas herramientas de comunicación interna en la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un envío de carta directa desde la Presidencia de la empresa en fechas especiales a todos los empleados. • Entregar una carpeta de bienvenida con un brief de la empresa a los nuevos integrantes de la empresa, como un presente de bienvenida. 	

		<ul style="list-style-type: none">• Realizar un tríptico institucional interno trimestralmente con información de interés para los empleados de la empresa.• Realizar una sesión solemne en cada aniversario de la empresa, a la cual serán invitados todos los trabajadores de la misma.	
--	--	--	--

E2.T1. Boletín informativo

Se realizará un boletín informativo con el fin de comunicar a los trabajadores las herramientas de comunicación que posee la empresa y las nuevas herramientas de comunicación que se han implementado.

Imagen 7. Boletín informativo



Quito al 20 de enero de 2015

AL PERSONAL
PRESENTE:

Como todos saben, el nuevo Departamento de Comunicación ha realizado un estudio sobre la importancia de la utilización de herramientas de comunicación interna en la empresa, por lo tanto, se les comunica que las herramientas de comunicación existentes en la empresa son:

- Cartelera
- Buzón de sugerencias
- Correo electrónico interno

Las cuales vamos a mejorarlas para el buen uso del personal, pero también se hará la integración de nuevas herramientas de comunicación interna, las mismas que nos ayudarán a mejorar las relaciones laborales y el clima laboral de la empresa. Las nuevas herramientas de comunicación interna serán:

- Carpeta de bienvenida
- Cartas directas
- Triptico institucional
- Sesión solemne

Las mismas que serán implementadas en la empresa a partir de esta semana. Para cualquier inquietud sobre las nuevas o antiguas herramientas de comunicación, deben dirigirse al Departamento de Comunicación, estarán dispuestos a responder cualquier novedad.

Atentamente,



Gerente General
Ing. Juan Roa Buitrago

Realizada por: Claudia Camino

E2.T2. Cartelera y buzón de sugerencias.

Imagen 8. Cartelera



Realizada por: Claudia Camino.

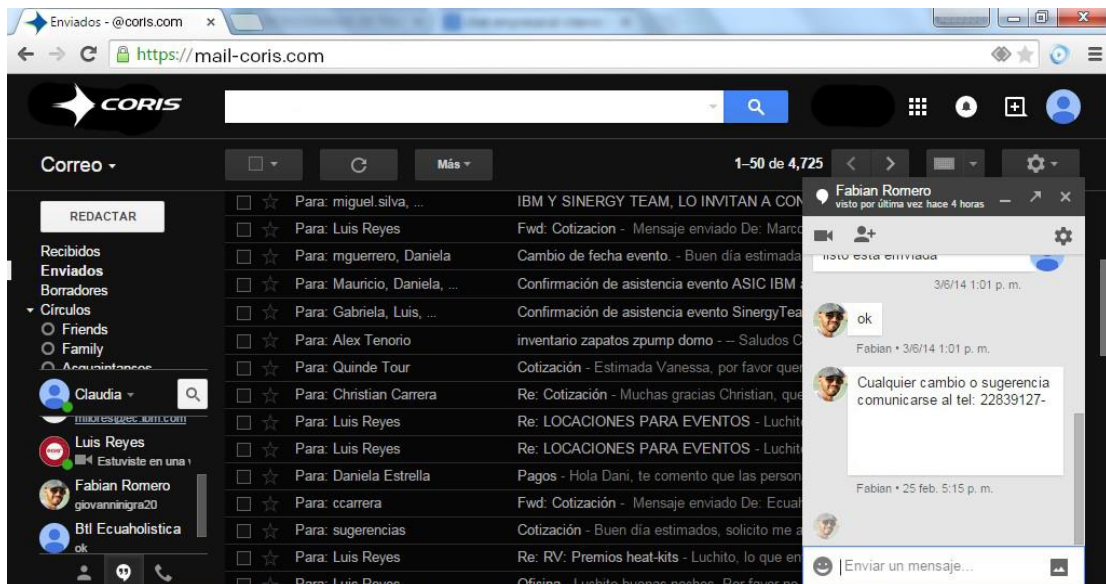
Imagen 9. Buzón de sugerencias



Realizado por: Claudia Camino

E2.T3. Chat empresarial y directorio.

Imagen 10. Chat empresarial



Realizada por: Claudia Camino.

Imagen 11. Directorio

The image shows a web browser displaying the contact directory of the CORIS system. The browser's address bar shows the URL <https://mail-coris.com/directorio>. The application interface includes a search bar at the top, a sidebar with navigation options like 'CONTACTO NUEVO', 'Mis contactos (39)', and 'Destacados', and a main table of contacts. The contact table lists names, email addresses, and phone numbers. The user 'Adriana - Tuxedo' is logged in, as indicated in the top right corner.

Nombre	Correo Electrónico	Teléfono
Adriana	a.tenorio@coris.com.ec	0995622365
Alex Aguinaga	a.aguinaga@coris.com.ec	0995506890
Anibal Vaca	avaca@coris.com.ec	0984673657
Carla Suarez	carlast22@gmail.com	0984067226
Carlos bordados gye	bordadosc@gmail.com	+593 98 509 9591
Casa viña	c.viña@coris.com.ec	023488090
Celmira	celmira@coris.com.ec	+593987372325
Diego Anda	d.anda@coris.com.ec	0998599308
Dj Acuña		0996795455
Domí	admino@ec.ibm.com	0984588564
Eduardo Camisetas		0984219685
Elena De la espiella	elena.delaespiella@c...	+57 3106123225
Federico	federico@coris.com.ec	00573108781858
Fernando Conserje k...	f.conserje@coris.com.ec	0997703760
Fonzv		+593 99 347 2096

Realizada por: Claudia Camino.

E2.T4. Carta directa, carpeta de bienvenida, Tríptico institucional y sesión solemne.

Se realizará el envío de una carta directa a los empleados en sus fechas especiales, por ejemplo en sus cumpleaños, esta carta estará firmada por el presidente de la empresa.

Imagen 12. Carta directa



Quito al 03 de junio de 2015

Lcdo. Mario Palacios
JEFE DE SINIESTROS
PRESENTE:

Por medio de esta carta deseo saludarlo cordialmente en nombre de la empresa Coris del Ecuador S.A.

En esta oportunidad tengo el agrado de comunicarme con usted para felicitarlo por su cumpleaños, en Coris del Ecuador S.A. valoramos a cada uno de nuestros empleados y los felicitamos cuando su labor es clave para alcanzar nuestros objetivos.

También aprovecho esta oportunidad para agradecerle por su desempeño laboral e incentivarlo a seguir adelante con nosotros. Su presencia en la empresa es muy importante. Feliz cumpleaños.

Atentamente

Gerente General
Ing. Juan Roa Buitrago

Realizada por: Claudia Camino

Imagen 13. Carpeta



Realizada por: Claudia Camino

Imagen 14. Tríptico



Realizada por: Claudia Camino.

Imagen 15. Sesión solemne



Realizada por: Claudia Camino.

Objetivo a cumplir: 3. Investigar los resultados de comunicación después de la implementación y mejora de las herramientas

ESTRATEGIA	TÁCTICA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
<p>E3. Investigar los resultados que tenga la empresa después de establecer por 6 meses las herramientas de comunicación interna efectivas.</p>	<p>E3.T1. Realizar un focus group con diferentes personas de los departamentos de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar a distintas personas al azar para realizar la actividad. • Exponer los cambios esperados y comparar con los cambios que se han dado en la empresa para sacar resultados. 	<p>Departamento de Comunicación.</p>
	<p>E3.T2. Verificación de resultados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar que se cumplan los objetivos planteados. • Sondear los resultados que obtenidos por los trabajadores de la empresa 	<p>Departamento de Comunicación.</p>

		después de haber implementado las herramientas de comunicación interna.	
--	--	--	--

E3.T1. Focus group.

Imagen 16. Focus group



Realizada por: Claudia Camino.

E3.T2. Cuadro de resultados.

Imagen 17. Cuadro de resultados

 CUADRO DE VERIFICACION DE RESULTADOS					
Califique las siguientes herramientas de comunicación interna de la empresa Coris del Ecuador S.A., siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto.					
HERRAMIENTA	CALIFICACION (1 - 5)				
	1 Pésimo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente
Cartelera					
Buzón de sugerencias					
Mailing					
Cartas directas					
Carpeta de bienvenida					
Publicación institucional (trptico)					
Sesión solemne					

Realizada por: Claudia Camino.

5.1.4 Cronograma y presupuesto.

CÓDIGO	TÁCTICA	RECURSOS	CRONOGRAMA POR MESES						COSTO
			1	2	3	4	5	6	
E1.T1	Realizar un evento interno de la Empresa Coris del Ecuador S.A.	Instalaciones de la empresa Coris del Ecuador S.A.							\$1.000,00
E1.T2	Establecer un organigrama empresarial.	150 folletos							\$450,00
E2.T1	Organizar una serie de charlas a cada departamento según sus temas de interés.	Honorarios de especialistas.							\$3.000,00
E2.T2	Realizar una capacitación a todo el personal de la empresa sobre las herramientas de comunicación y su buen uso.	Departamento de comunicación							\$400,00
E3.T1	Difundir en la empresa las herramientas de comunicación.	Boletines informativos.							\$12,00

E3.T2	Promover el uso de las herramientas de comunicación interna correctamente.	Departamento de Comunicación y Tecnología.							\$100,00
E3.T3	Impulsar el uso de herramientas de comunicación digitales.	Departamento de Comunicación y Tecnología.							\$50,00
E3.T4	Incorporar nuevas herramientas de comunicación interna en la empresa.	120 Cartas directas.							\$600,00
		120 Carpetas de bienvenida.							\$960,00
		250 Trípticos institucionales.							\$2.500,00
		Sesión solemne.							\$4.000,00
E4.T1	Realizar un focus group con diferentes personas de los departamentos de la empresa.	Departamento de Comunicación.							\$150,00
E4.T2	Realizar un cuadro de resultados.	Departamento de Comunicación.							\$25,00
TOTAL									\$13.247,00

5.1.5 Conclusiones.

- La comunicación es muy importante para generar ideas y manejar una empresa de manera personal y establecer una buena relación entre los empleados.
- Las herramientas de comunicación existentes en la Empresa Coris del Ecuador no son utilizadas adecuadamente para mantener una buena comunicación interna.
- Las herramientas de comunicación interna de la empresa no tienen ningún seguimiento ni responsable de área de comunicación.
- El personal del departamento de talento humano es responsable de todo lo que trata la comunicación de la empresa.
- La Empresa Coris del Ecuador mantiene una comunicación interna regular, basada en las pocas herramientas comunicación y asesorada por el personal de talento humano.
- Los trabajadores de la Empresa Coris del Ecuador utilizan las herramientas de comunicación interna de la empresa sin haber sido asesorados del funcionamiento correcto de las mismas.
- La Empresa Coris del Ecuador no tiene planteado un plan de comunicación interno en su empresa, por lo tanto, su comunicación se fundamenta en los conocimientos básicos de comunicación del personal de talento humano.

5.1.6 Recomendaciones.

- Incorporar personal especializado en comunicación a la empresa Coris del Ecuador.
- Difundir que la comunicación interna de la empresa se va a manejar de acuerdo a lo que diga el nuevo personal de comunicación de la empresa.
- Realizar capacitaciones constantes sobre la importancia y el buen uso de las herramientas de comunicación interna en una empresa.
- Agregar nuevas herramientas que sean evaluadas periódicamente para tener un mejor proceso de comunicación.
- Llevar a cabo capacitaciones de interés según cada departamento de la Empresa Coris del Ecuador.
- Ejecutar las actividades planteadas en el plan de comunicación interna de la Empresa Coris del Ecuador.

Bibliografía

- ANDRADE, Horacio, (2005), Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica, Editorial Gesbiblo S.L., España.
- ÁVILA, Rafael, (2004). Crítica de la comunicación organizacional, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- BÁEZ, Carlos, (2000), La comunicación efectiva, Editora BHÚO, Republica Dominicana.
- BERNAL, Cesar A, (2010), Metodología de la investigación tercera edición, Prentice Hall, Colombia
- BORELLO, Antonio, (1994), El plan de negocios, Ediciones Díaz de Santos, España.
- DÍEZ, Sara, (2006), Técnicas de comunicación, la comunicación en la empresa, Editorial Ideaspropias, España.
- Disponible en: <http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html>. Monerris, A. (2006). Estrategia de comunicación. Quito: Marzo 2015.
- Disponible en: <http://www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4371/la-comunicacion-externa-en-la-empresa/>. Soto, B. (2011). La comunicación externa en la empresa. Quito: Enero 2015
- Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/34/estrategia.htm>. Ronda, G. (2015). El concepto de estrategia. Quito: Abril 2015

- Disponible en: <http://www.rppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm>. Muñiz, R. (2015). Comunicación interna. Quito: Enero 2015
- FERNÁNDEZ, Sergio, (2007), Como gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas, Ediciones Narcea S.A., España.
- GARCÍA, Jesús, (1998), La comunicación interna, Ediciones Díaz de Santos S. A., España.
- LANGEVIN, Lise, (2000), La comunicación: un arte que se aprende, Editorial Sal Terrae, España.
- TOBÓN, Rogelio, (2004), Estrategias comunicativas en la educación: hacia un modelo semiótico-pedagógico, Editorial Universidad de Antioquia, Colombia.
- TUÑEZ, Miguel, (2007), Comunicación preventiva, planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis, Editorial Netbiblo, España.
- VELASCO, Félix, (2007), Aprender a elaborar un plan de negocio, Ediciones Paidós Ibérica S.A., España.
- WIEMANN, Mary, (2011), La comunicación en las relaciones interpersonales, Editorial UOC, España.

Glosario

- **Brief:** Es un documento escrito que contiene o debe contener toda la información necesaria para encarar el desarrollo de una campaña publicitaria. Es, a la vez, punto de partida e instrumento de control tanto durante el proceso de realización de la campaña como ante la campaña terminada.
- **Clima laboral:** Es el nombre dado por diversos autores; al ambiente generado por las emociones de los miembros de un grupo u organización, el cual está relacionado con la motivación de los empleados. Se refiere tanto a la parte física como emocional.
- **Focus group:** Es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales. Consiste en la reunión de un grupo de personas, entre 6 y 12, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión. Las preguntas son respondidas por la interacción del grupo en una dinámica en que los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.
- **Mailing:** Es un correo directo, ofrece un medio de publicidad para las empresas muy económicos, sobre todo por correo electrónico ya que ahorra los gastos de papel y gastos de envío, y en muchas ocasiones efectivo ya que se consiguen ventas con este sistema.
- **Observación científica:** Consiste en examinar directamente algún hecho o fenómeno según se presenta espontáneamente y naturalmente, teniendo un propósito expreso conforme a un plan determinado y recopilando los datos en una forma sistemática. Consiste en apreciar, ver, analizar un

objeto, un sujeto o una situación determinada, con la orientación de un guía o cuestionario, para orientar la observación.

- **Organigrama empresarial:** Consiste en la representación gráfica de la estructura de la empresa, de manera que no sólo representa a los empleados y recursos humanos de la empresa, sino que también representa las estructuras departamentales, además de ser un buen esquema de las relaciones jerárquicas y competenciales dentro de la empresa.
- **Percepción:** Es el acto de recibir, interpretar y comprender a través de la psiquis las señales sensoriales que provienen de los cinco sentidos orgánicos.
- **Políticas empresariales:** Son un recurso muy útil, ya que permiten comunicar de forma explícita, los principios básicos de la compañía para la toma de decisiones. Este proceso debe ser coherente con los objetivos globales de la empresa, es decir, las decisiones que se tomen deben ir orientadas a la consecución de las metas propuestas, de lo contrario, se habrá perdido todo el esfuerzo.
- **Proceso de comunicación:** Es el conjunto de actividades vinculadas a este intercambio de datos. Dicho proceso requiere de, al menos, un emisor y de un receptor. El emisor envía ciertas señales (un texto escrito, palabras, un gesto) para difundir un mensaje; cuando estas señales llegan al receptor, éste debe decodificarlas para interpretar el mensaje.
- **Stakeholders:** El término agrupa a trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Generar confianza con estos es fundamental para el desarrollo de una organización.

- **Trípticos:** Es un folleto informativo doblado en tres partes, por lo regular es del tamaño de una hoja de papel tamaño carta