

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE COMUNICACIÓN INTERNA, EN EL BANCO DE LOS TRABAJADORES SALVADOREÑOS DE EL DEPARTAMENTO DE SANTA ANA

A. GENERALIDADES

El presente capítulo hace referencia a la investigación de campo, la cual se desarrolló en el Banco de Los Trabajadores Salvadoreños de Santa Ana Sucursal Plaza Real; con el objeto de hacer un diagnóstico sobre la comunicación interna actual de la empresa, y de esta forma descubrir los problemas y deficiencias en dicha tarea, así como identificar los aspectos positivos que se están llevando a cabo en esta área en la organización.

El objeto principal de la investigación son todos los empleados del banco, de la sucursal antes mencionada y los jefes de cada una de las áreas con las que cuenta el banco y que sus sedes se encuentran en Soyapango.

Para la presente investigación sobre el diseño de un manual de Comunicación Empresarial, es necesario primeramente sustentar los objetivos sobre los cuales se orienta dicho trabajo, luego recalcar que es importante la realización del mismo para tener una mejor y mayor perspectiva de comunicación dentro de la organización, luego definir la metodología a utilizar, ya que es vital tener en claro el alcance de la investigación, la determinación del universo y la distribución de la muestra.

Además puede ser un punto de partida para estudios posteriores de mayor profundidad ya que se presenta información valiosa y actualizada de una actividad empresarial muy importante y tomada muy en cuenta en la actualidad.

B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los objetivos planteados para la presente investigación se describen a continuación:

1. Objetivo General

Determinar el proceso de comunicación y los problemas comunicacionales internos entre los empleados del Banco de Los Trabajadores Salvadoreños (sucursal Plaza Real).

2. Objetivos Específicos

- Indagar cuales son los canales de comunicación interna actualmente utilizados en El Banco de Los Trabajadores Salvadoreños.
- Determinar la efectividad de los canales de comunicación utilizados en El Banco de Los Trabajadores Salvadoreños y la identificación de los empleados hacia la institución tomando en cuenta su ambiente laboral.
- Identificar los principales problemas de comunicación interna que se dan en el Banco de los Trabajadores Salvadoreños en el desarrollo normal de las actividades de sus empleados y que afectan en el rendimiento de éstos.
- Determinar la fluidez de la información de la comunicación interna actualmente en El Banco de Los Trabajadores Salvadoreños.
- Determinar la importancia que los empleados le dan a cada uno de los canales de comunicación utilizados.

C. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia de la presente investigación es, que al obtener suficiente información de la comunicación interna del banco, se podrá diagnosticar los problemas y dar soluciones a los mismos. Además descubrir las deficiencias en los canales de comunicación utilizados actualmente. Esto se logra únicamente si la información proviene de una fuente confiable y que esté directamente relacionada con el objeto de estudio; y qué mejor para ello que los empleados y jefes de dicha institución.

D. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología para este estudio se diseñó de acuerdo a los objetivos y a las necesidades de comunicación que se establecen en una organización, así mismo para conocer la situación actual de las relaciones interpersonales, que sirven como unidades de análisis, y de esta manera reunir datos, que permitan identificar situaciones que sean útiles para la propuesta del manual basándose en las técnicas de investigación documental y de campo.

1. IDENTIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Con el propósito de obtener mejores resultados en la búsqueda de información, ésta ha sido clasificada de dos formas. A continuación se presenta la identificación de fuentes primarias y secundarias de la información.

1.1 FUENTES PRIMARIAS

Los datos primarios se obtuvieron a través de los empleados del Banco de Los Trabajadores Salvadoreños de el Departamento de Santa Ana (Plaza Real). La información se obtuvo a través de encuestas dirigidas a los empleados de dicho banco, utilizando como instrumento el cuestionario con alternativas de respuesta definidas por el grupo de investigación en la mayoría de preguntas y dejando un espacio para opiniones generales en la parte final de la misma. Además se completó con un cuestionario para los jefes de la organización.

1.2 FUENTES SECUNDARIAS

La información secundaria que respalda la investigación se obtuvo de diversas fuentes como lo son las siguientes: boletines, periódicos murales, sitios en Internet, publicaciones institucionales del banco, publicaciones de periódicos y folletos, entre otros.

2. ÁMBITO O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación está enmarcada dentro del espacio geográfico en El Banco de Los Trabajadores Salvadoreños de El Departamento de Santa Ana (Plaza Real) y los jefes de departamento de la sede central (Soyapango) ya que algunas áreas se encuentran centralizadas.

El cuestionario está dirigido a los empleados de cada una de las áreas con las que cuenta el Banco de Los Trabajadores Salvadoreños, en la Sucursal de Santa Ana. Quienes están distribuidos de la siguiente manera:

ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	
Gerencia de Sucursal	
Departamento de Ventas	Supervisor de Ventas Promotores Externos Atención al Cliente
Departamento Administrativo	Cajeros Recepcionista
Departamento Financiero	Cobros Analista de Créditos
Departamento de Mantenimiento	Vigilancia Ordenanza

Para llevar a cabo la investigación, se visitó la sucursal Plaza Real, previamente se coordinó una reunión con la gerente local y con la presencia de todos los empleado. Con el motivo de darles a conocer el estudio que se realizó y se realizó una encuesta personalizada.

Además el cuestionario va dirigido a todos los jefes de las áreas, para que expusieran sus ideas ampliamente, en donde nos brindaron información valiosa. A continuación se detallan los jefes de cada área:

ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	
Jefe de Ventas	Jefe de Mercadeo y Publicidad
Jefe Administrativo	Jefe de Recursos Humanos
Jefe Financiero	Jefe de Mantenimiento

3. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO

A continuación se detalla la cantidad de cada uno de los universos utilizados para la presente investigación.

- a. El primer universo de la investigación está conformado por los empleados de la sucursal de el Banco en Santa Ana. Este primer universo se desglosa de la siguiente manera:

PRIMER UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN	
Departamento de Ventas	10 Promotores Externos 4 Atención al Cliente 1 Supervisor de Ventas 1 Gerencia de Sucursal
Departamento Administrativo	3 Cajeros 1 Recepcionista
Departamento Financiero	5 Cobros 2 Vigilancia
Departamento de Mantenimiento	1 Ordenanza

- b. El segundo universo de la investigación está conformado por los jefes de cada una de las áreas del Banco, teniendo en cuenta que son los que mantienen

comunicación con uno o más de los empleados de la sucursal. Los jefes que conforman el segundo universo son los siguientes:

SEGUNDO UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN	
1 Jefe de Ventas	1 Jefe de Mercadeo y Publicidad
1 Jefe Administrativo	1 Jefe de Recursos Humanos
1 Jefe Financiero	1 Jefe de Mantenimiento

3.1 DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Por la naturaleza de la institución, la investigación se llevó a cabo en el total de la población, el cual se detalla a continuación:

3.1 Distribución muestral de los empleados:

La cantidad de empleados con la que cuenta el Banco de la sucursal Plaza Real, es de veintiocho empleados distribuidos de la forma previamente explicada. Por lo cual el trabajo de investigación se realizó en una forma de censo ya que toda la población fue investigada, partiendo del hecho que la población es de un número bajo.

3.2 Distribución muestral para los jefes de cada área:

La cantidad de jefes con la que cuenta el Banco de Los Trabajadores Salvadoreños, en su sede central es de seis personas, que a su vez tienen una presencia en la Sucursal, por lo cual al igual que los empleados la investigación fue realizada a todos los jefes por igual, tomando en cuenta que la cantidad de ellos es mínima.

3.3 TIPO DE ESTUDIO

El presente estudio tiene un carácter exploratorio, debido a que se está examinando el por qué de un fenómeno, a quienes y cuanto afecta dicha problemática. Además los efectos que genera o que puede generar en la población a evaluar.

4. DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

El diseño de herramientas de investigación es la etapa de recolecciones de datos que son utilizados para llevar a cabo dicha investigación. Se elaboraron dos tipos de cuestionarios, con el objetivo de conocer la situación de la comunicación interna, desde el punto de vista de cada una de las áreas que conforman a la organización.

4.1 CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

Para llevar a cabo la investigación se diseñó un cuestionario para los empleados de El Banco de Los Trabajadores Salvadoreños (sucursal Plaza Real) y a la vez para los jefes de cada una de las áreas, en la sede principal ubicada en Soyapango.

a) Solicitud de colaboración

Este enunciado identifica el propósito del estudio a realizado, se solicita la ayuda de los sujetos de estudio para llenar el cuestionario, además la identificación de la institución que realiza el estudio, el objetivo de la investigación.

b) Datos de clasificación

Estos datos permiten clasificar a los sujetos de estudio por diferentes características, de acuerdo a la necesidad de la investigación.

c) Cuerpo del cuestionario

Presenta las interrogantes a las cuales el encuestado debe responder.

d) Datos de identificación

Este enunciado es exclusivo para el encuestador. (Ver anexo 1).

4.2 PRUEBA PILOTO

Luego de tener el cuestionario estructurado se le realizó una prueba piloto a jefes y empleados de las diferentes áreas de la empresa, con el fin de detectar fallas en el desarrollo del cuestionario. La prueba se realizó en las instalaciones del Banco de los Trabajadores Salvadoreños Sucursal Plaza Real.

Con el firme propósito de utilizar un instrumento de investigación sumamente eficaz en la obtención de la información; se desarrolló una prueba piloto en donde se detectaron ciertas inconsistencias y problemas en el desarrollo de la misma, dichas inconsistencias fueron corregidas, y así evitar obtener información innecesario o insuficiente.

Entre los principales convenientes se dio la acumulación de muchas respuestas insuficientes de datos; para los cual posteriormente se profundizó mas en detalle en lo que se pregunto. Algunas preguntan no estaban redactada en formas claras y precisas dando lugar a malas interpretaciones y por ende malas respuestas. Así mismo se detectó que en ciertas preguntas existían demasiada opciones de respuesta, lo cual no daba información consistente. Finalmente se logró balancear las preguntas de forma tal que la información obtenida cumplió las expectativas de la búsqueda realizada.

E. ADMINISTRACION DE LA ENCUESTA

Una vez elaborada la encuesta y para su aplicación, se acudió a la Sucursal Plaza Real de El Banco de Los Trabajadores Salvadoreños, con el propósito de obtener la autorización y las facilidades pertinentes para la administración de las encuestas.

Esta es la parte más importante de la investigación, porque es en donde se recopilan los datos, que después se van a tabular y luego se vaciarán en una matriz en donde serán estudiados y analizados y que luego se representarán en gráficos cada uno de los datos obtenidos.

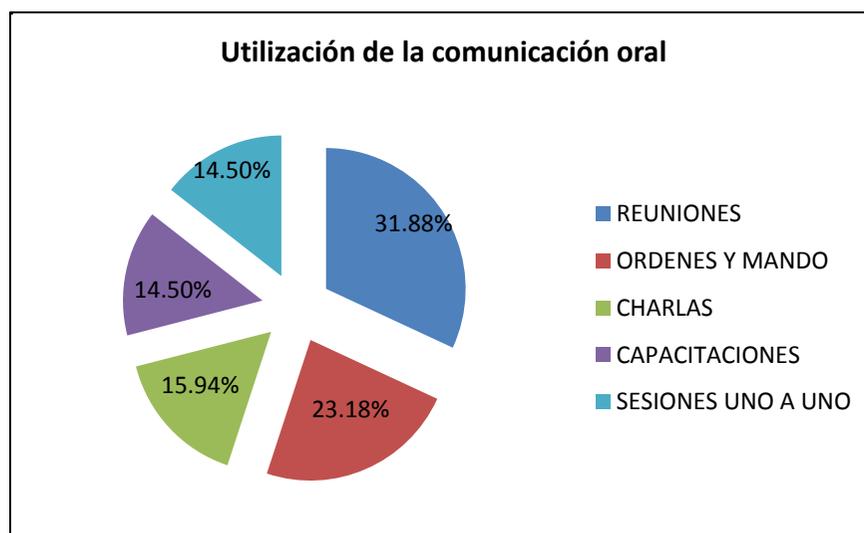
1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

Después de haber recopilado la información se procedió a tabularla y analizarla, para ello se realizó una matriz y vaciado de datos, reforzado con un gráfico cada uno de los resultados para facilitar su interpretación.

A continuación se presentan los cuadros resúmenes correspondientes a la investigación realizada.

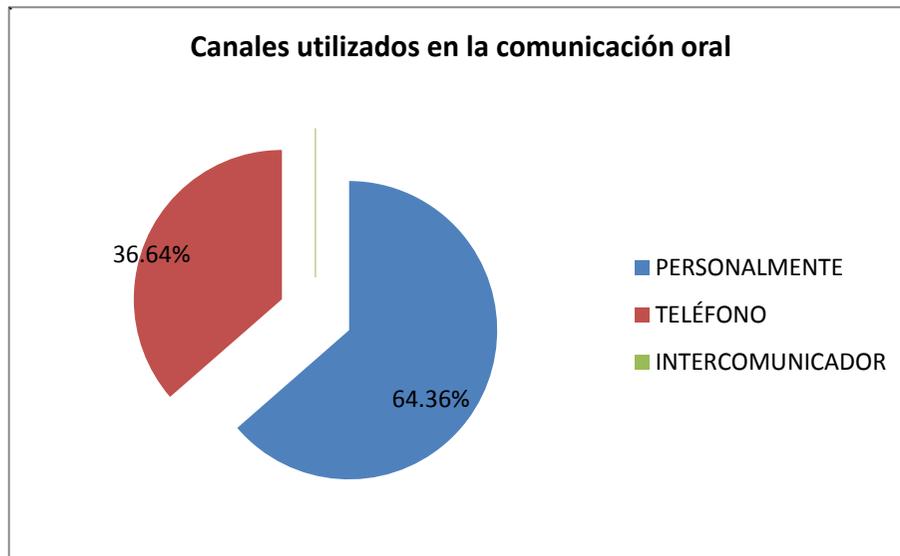
INVESTIGACIÓN REALIZADA A LOS EMPLEADOS EL BANCO DE LOS TRABAJADORES SUCURSAL PLAZA REAL

PREGUNTA N° 1: ¿Cuándo utiliza usted la comunicación oral?												
OBJETIVO: Determinar las circunstancias en las cuales los empleados del banco utilizan la comunicación oral dentro de la empresa.												
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFI- CACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
		Gerente	Promo- tores	Ate. al cliente	Supervi- sor ventas	Cajeros	Recepcio- nista	Cobros	Vigilante	Ordenan- za	FX	%
REUNIONES		1	8	4	1	3	1	4	0	0	22	31.88%
ORDENES Y MANDOS		1	5	3	1	2	0	3	1	0	16	23.18%
CHARLAS		1	3	3	1	1	0	2	0	0	11	15.94%
CAPACITACIONES		1	2	2	1	1	1	2	0	0	10	14.50%
SESIONES UNO A UNO		1	3	1	1	1	1	1	0	1	10	14.50%
TOTALES		5	22	13	5	8	3	12	2	1	69	100%



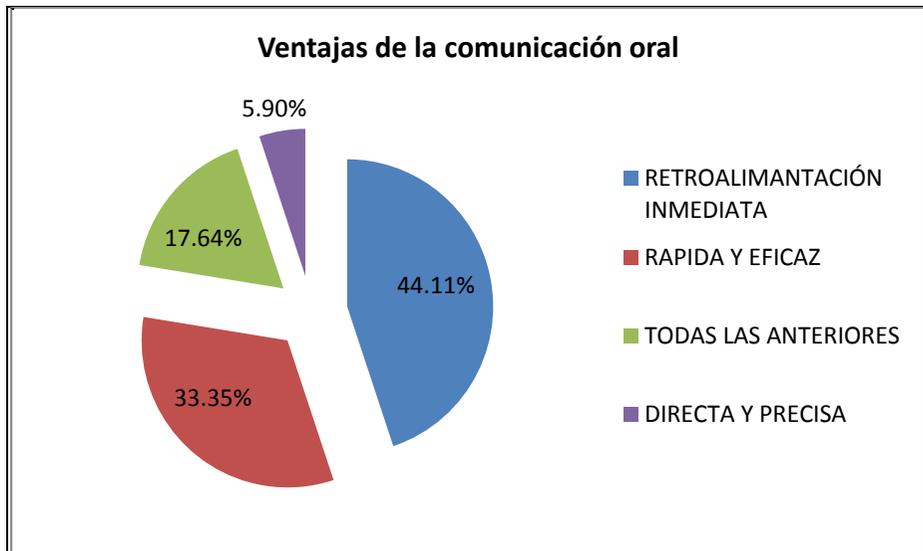
ANÁLISIS: Al realizar la presente investigación se pudo determinar que el 31.88% de los empleados utiliza la comunicación oral cuando asiste a reuniones, ya que tienen la oportunidad de intercambiar opiniones, y las alternativas en las cuales menos utilizan la comunicación oral es en las capacitaciones y sesiones quedando ambas con un 14.50%.

PREGUNTA N° 2: ¿Cuáles son los canales que utiliza para comunicarse oralmente?											
OBJETIVO: Conocer los canales de comunicación que utilizan para comunicarse de forma oral los empleados con el fin de conocer el de mayor utilidad para ellos y la importancia de su uso.											
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
ALTERNATIVAS RESPUESTAS											
PERSONALMENTE	1	10	4	1	3	1	5	2	1	28	63.64%
TELÉFONO (extensiones)	1	6	2	1	3	1	2	0	0	16	36.36%
INTERCOMUNICADOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	2	16	6	2	6	2	7	2	1	44	100%



ANALISIS: Al final de la investigación se pudo determinar que un importante 63.64% de los empleados prefieren comunicarse de forma personal cuando desean hacerlo oralmente, por otra parte el 36.36% prefiere utilizar el teléfono, es importante mencionar que en la empresa no existen intercomunicadores.

PREGUNTA N° 3 : ¿Qué ventajas le proporciona la comunicación oral?											
OBJETIVO: Determinar las ventajas que proporciona la comunicación oral con su uso.											
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
RETROALIMENTACION INMEDIATA	1	6	3	0	2	0	4	0	0	15	44.11%
RAPIDA Y EFICAZ	1	4	2	0	2	0	1	1	0	11	32.35%
TODAS LAS ANTERIORES	1	0	0	1	0	1	1	1	1	6	17.64%
DIRECTA Y PRECISA	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	5.90%
TOTALES	3	11	6	1	4	1	6	2	1	34	100%



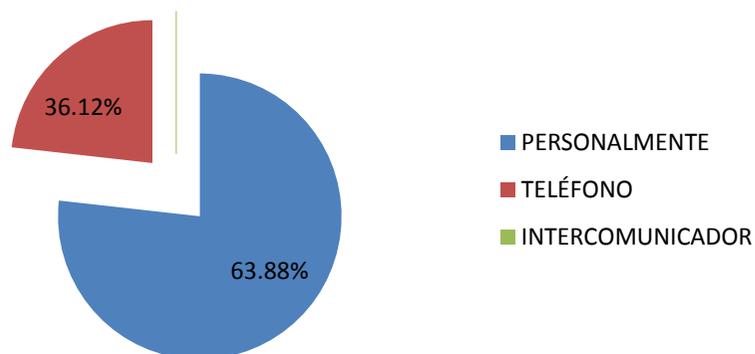
ANALISIS: La comunicación oral proporciona muchas ventajas. Según los encuestados la principal ventaja es la retroalimentación inmediata, quedando con un 44.11%, luego considera que la rapidez y eficacia es el segundo más importante, y el 5.90% considera que la precisión es una de las ventajas aunque en un menor grado de importancia.

PREGUNTA N° 4: ¿Qué medio de comunicación oral prefiere para comunicarse con sus compañeros?

OBJETIVO: Conocer cuales son los canales de comunicación preferido para comunicarse con los compañeros de trabajo.

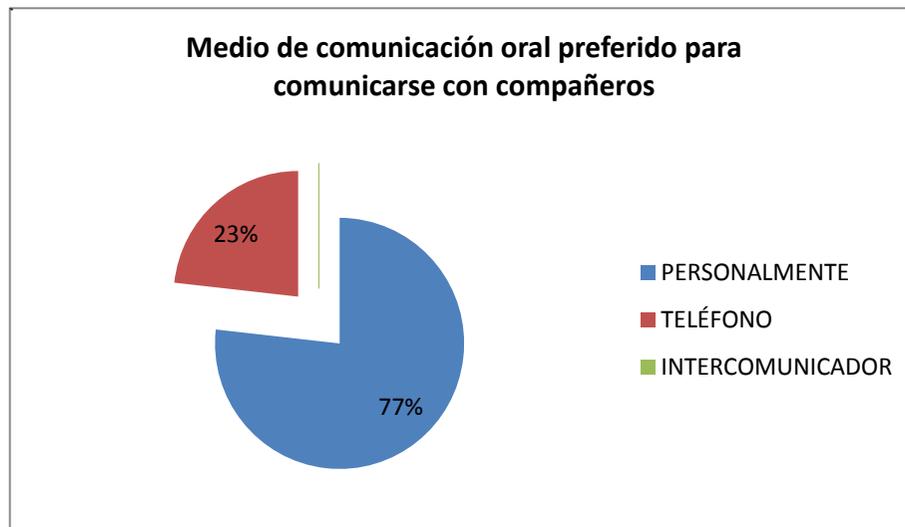
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
PERSONALMENTE	1	6	3	1	3	1	5	2	1	23	63.88%
TELÉFONO	0	6	2	1	2	0	2	0	0	13	36.12%
INTERCOMUNICADOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	1	12	5	2	5	1	7	2	1	36	100%

Medio de comunicación oral preferido para comunicarse con compañeros



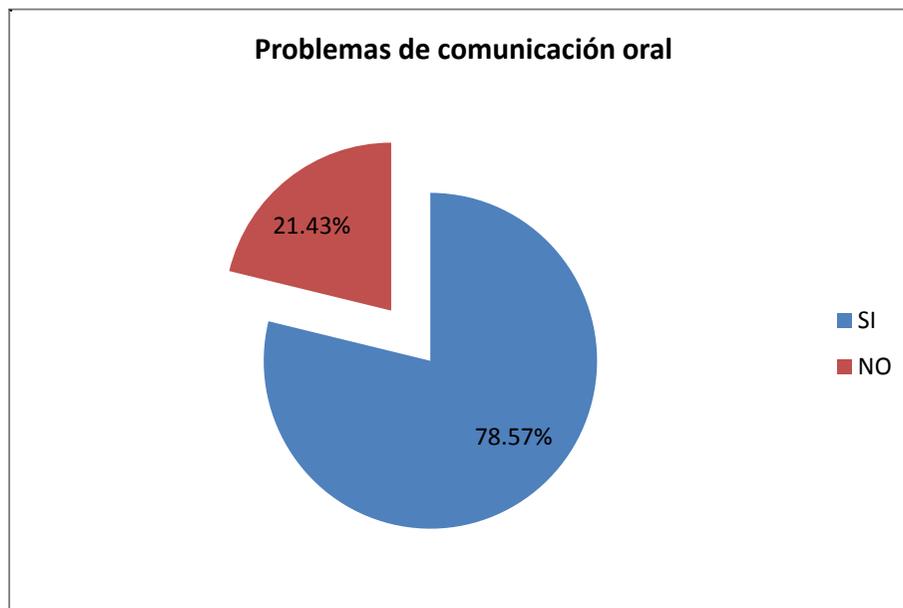
ANÁLISIS: Las formas principales para comunicarse los empleados de la Sucursal del Banco consideran que es la personal con un 63.88%, luego con un 36.12% consideran que el teléfono, para comunicarse de forma oral.

PREGUNTA Nº 5: ¿Qué medio de comunicación oral prefiere para comunicarse con sus jefes?											
OBJETIVO: Conocer cuales son los canales de comunicación preferido para comunicarse con sus jefes.											
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promo-tores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
PERSONALMENTE	1	10	3	1	3	1	4	2	1	26	76.47%
TELÉFONO	0	0	2	0	2	1	3	0	0	8	23.53%
INTERCOMUNICADOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	1	10	5	1	5	2	8	2	1	34	100%



ANÁLISIS: Dependiendo del grado de confianza o relación que se tenga con cada persona, es así como las personas preferimos comunicarnos, es por ello que con el fin de evitar malos entendidos y generar una retroalimentación inmediata los empleados prefieren comunicarse personalmente con sus jefes con un 76.47%, quedando en segundo lugar el teléfono con un 23.53%.

PREGUNTA N° 6: ¿Ha tenido problemas al utilizar la comunicación oral?												
OBJETIVO: Conocer la cantidad de empleados de la organización que han enfrentado problemas de comunicación oral.												
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFI- CACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
		Gerente	Promo- tores	Ate. al cliente	Superv isor ventas	Cajeros	Recepcio nista	Cobros	Vigilante	Ordenan za	FX	%
SI		1	7	3	1	2	1	5	1	1	22	78.57%
NO		0	3	1	0	1	0	0	1	0	6	21.43%
TOTALES		1	10	4	1	3	1	5	2	1	28	100%



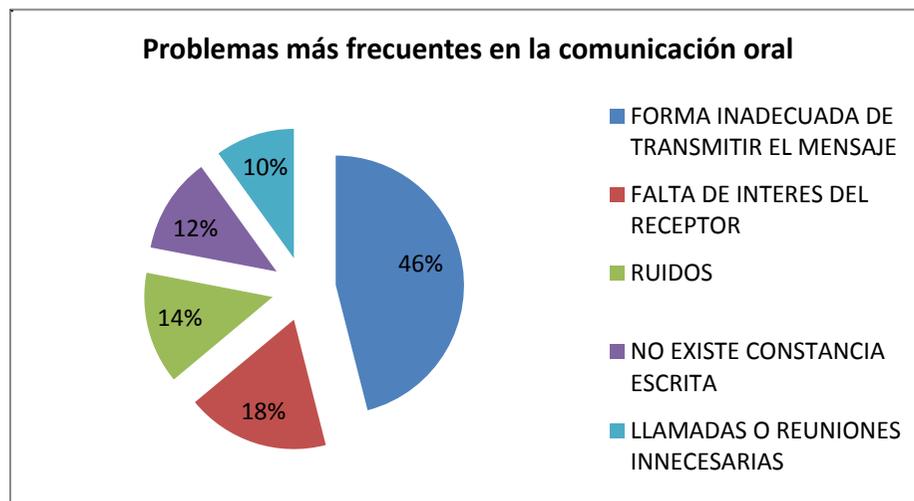
ANÁLISIS: Un importante 78.57% de los empleados encuestados aseguran haber tenido problemas de comunicación oral, las personas que han manifestado problemas de comunicación oral es el 21.43%.

PREGUNTA Nº 7: ¿Con quién ha tenido problemas de comunicación oral?												
OBJETIVO: Conocer si los empleados del banco han tenido más inconvenientes con sus compañeros de trabajo o con sus jefes.												
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFI- CACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
		Gerente	Promo- tores	Ate. al cliente	Superv isor ventas	Cajero s	Recepci onista	Cobros	Vigilante	Ordenan za	FX	%
COMPAÑEROS		1	9	2	1	2	1	5	0	1	22	52.38%
JEFES		1	5	3	1	1	1	3	1	0	16	38.1%
OTROS		0	2	1	0	0	0	0	1	0	4	9.52%
TOTALES		2	16	6	2	3	2	8	2	1	42	100%



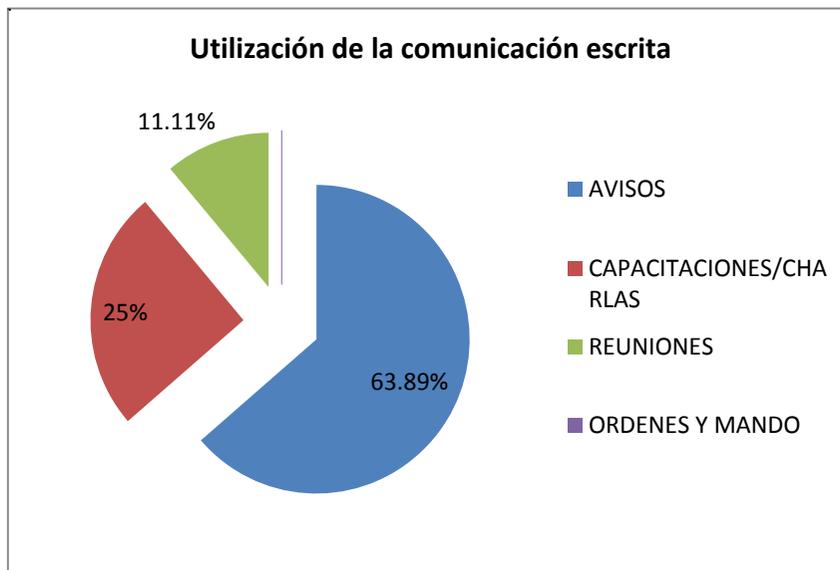
ANÁLISIS: Los empleados de la Sucursal han manifestado haber tenido problema con un compañeros de trabajo en un 52.38%, seguido de un 38.14% con los jefes de cada uno de estos y en último lugar consideran que con otras personas ajenas a la institución tales como proveedores, clientes, etc.

PREGUNTA Nº 8: ¿Cuáles han sido los principales problemas que ha enfrentado con la comunicación oral?											
OBJETIVO: Conocer los problemas más frecuentes durante el desarrollo de la comunicación oral.											
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
Forma inadecuada de transmitir el mensaje	1	8	3	0	3	1	5	1	1	23	46%
Falta de interés del receptor	1	3	1	1	2	0	1	0	0	9	18%
Ruidos	0	2	0	1	0	0	2	1	1	7	14%
No existe constancia	1	1	0	0	0	1	3	0	0	6	12%
Llamadas innecesarias	0	0	1	0	1	1	0	0	2	5	10%
TOTALES	3	14	5	2	6	3	11	2	4	50	100%



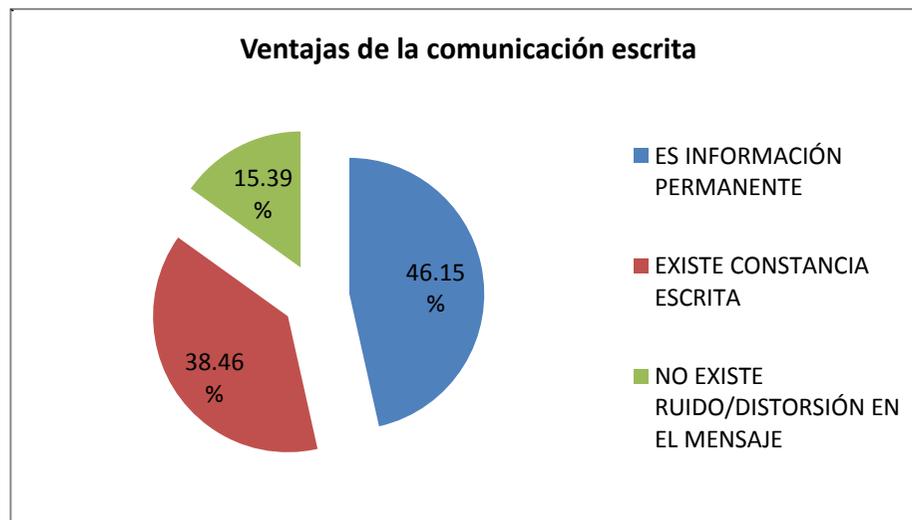
ANÁLISIS: Tal y como se puede observar en el cuadro el 46% de los empleados consideran que la forma inadecuada de transmitir el mensaje es el principal problema de comunicación oral, luego la falta de interés de los receptores con un 18%, además en los niveles más bajos se encuentran las llamadas innecesarias que se generan dentro de la empresa con un 10%.

PREGUNTA Nº 9: ¿Cuándo utiliza la comunicación escrita?											
OBJETIVO: Conocer en que ocasiones los empleados utilizan la comunicación escrita.											
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
AVISOS	1	4	4	1	4	1	5	2	1	23	63.89%
CAPACITACIONES/CHARLA	1	2	2	1	2	0	1	0	0	9	25%
REUNIONES	1	0	1	0	1	1	0	0	0	4	11.11%
ORDENES Y MANDOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	3	6	7	2	7	2	6	2	1	36	100%



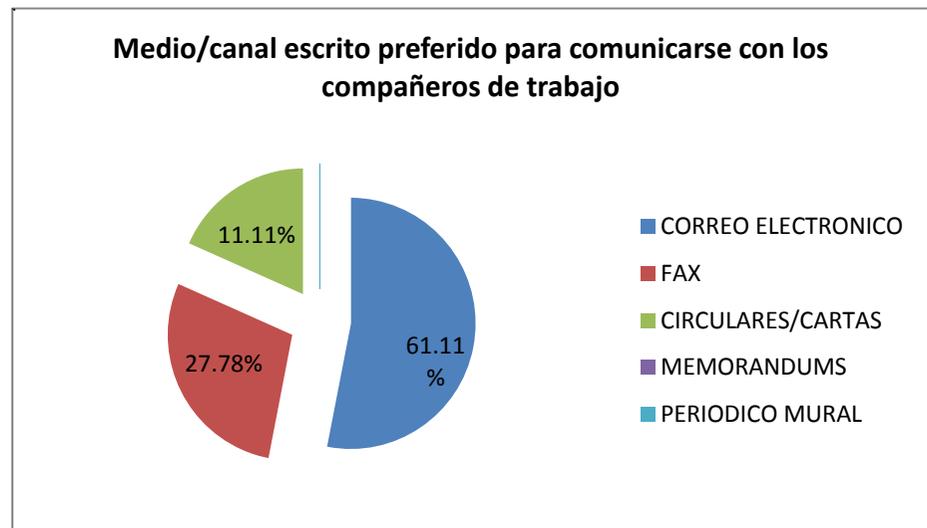
ANÁLISIS: La comunicación escrita generada dentro de los empleados en la institución es en un 63.89% para generar avisos de carácter informal, luego un 25% lo utiliza para recibir capacitaciones/charlas, como un material de apoyo, es importante destacar que es este caso no se generan ordenes o mandos ya que se encuentran dentro de una misma área jerárquica.

PREGUNTA Nº 10: ¿Qué ventajas les proporciona la comunicación escrita?												
OBJETIVO: Identificar las ventajas que se obtienen al utilizar la comunicación escrita de acuerdo a los empleados investigados.												
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
		Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
ES INFORMACIÓN PERMANENTE		1	7	3	1	2	0	4	0	0	18	46.15%
EXISTE CONSTANCIA ESCRITA		1	4	2	1	1	1	2	2	1	15	38.46%
NO EXISTE RUIDO/DISTORSIÓN EN EL MENSAJE		0	2	1	1	1	0	1	0	0	6	15.39%
TOTALES		2	13	6	3	4	1	7	2	1	39	100%



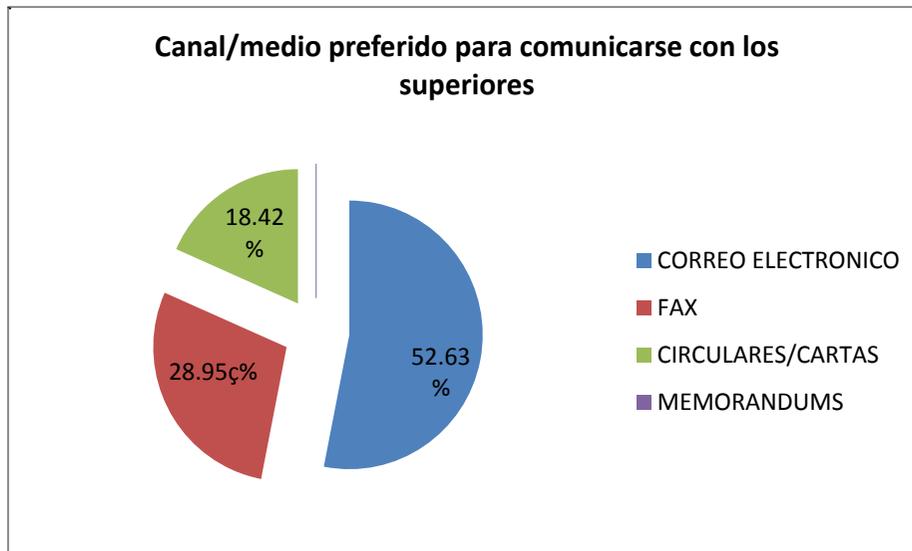
ANÁLISIS: El 46.15% de los empleados encuestados consideran que uno de los aspectos más importantes de la comunicación escrita es la información permanente, luego la existencia de una constancia escrita y en último lugar con un 15.39% que no existe ruidos o distorsiones en el mensaje.

PREGUNTA N. 11: ¿Qué medio/canal prefiere para comunicarse de forma escrita con sus compañeros de trabajo?												
OBJETIVO: Determinar cual de los medios de comunicación escrita prefiere para compañeros de trabajo.												
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFI- CACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
		Gerente	Promo- tores	Ate. al cliente	Superv isor ventas	Cajero s	Recepcio nista	Cobros	Vigilante	Ordenan za	FX	%
CORREO ELECTRONICO		1	9	4	1	3	1	3	0	0	22	61.11%
FAX		1	2	2	1	1	1	2	0	0	10	27.78%
CIRCULARES/CARTAS		0	1	0	0	0	0	0	2	1	4	11.11%
BOLETINES		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
MEMORANDUMS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES		2	12	6	2	4	2	5	2	1	36	100%



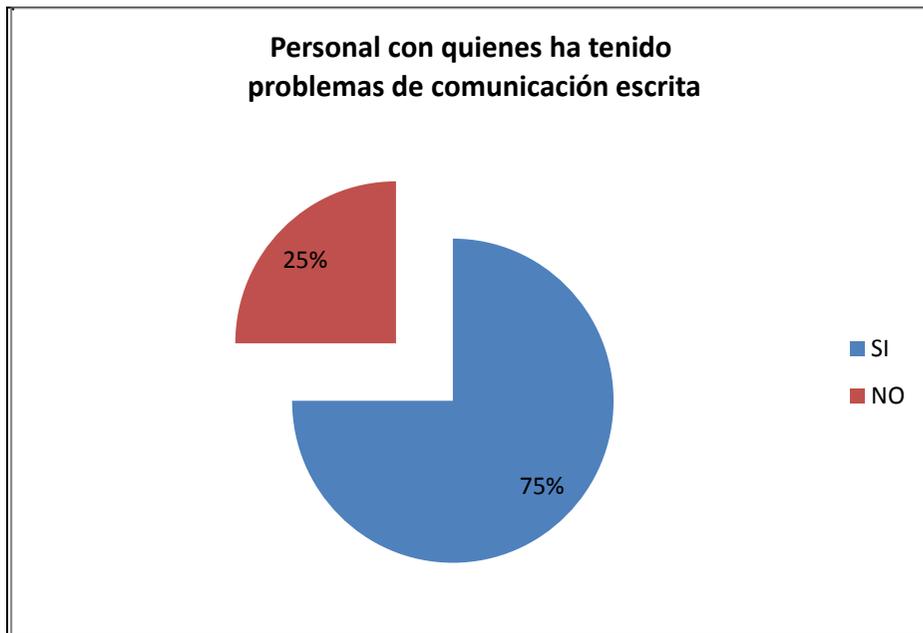
ANÁLISIS: Los medios y/o canales que los empleados prefieren utilizar para comunicarse de forma escrita es el correo electrónico con un 40.90%, a pesar que no cuentan con la cantidad suficiente de equipo para cada uno de los empleados, luego se encuentra el fax con el 34.1% y el último lugar se encuentra el periódico mural con un 2.28% debido a que es considerado uno de los medios a los cuales no se les brinda una mayor atención.

PREGUNTA N° 12¿Qué medio/canal prefiere para comunicarse de forma escrita con sus superiores?											
OBJETIVO: Determinar cual de los medios de comunicación escrita prefieren los empleados para comunicarse con sus superiores.											
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
CORREO ELECTRONICO	1	7	3	1	3	1	4	0	0	20	52.63%
FAX	0	3	2	0	2	1	3	0	0	11	28.95%
CIRCULARES/CARTAS	1	3	0	1	0	0	0	1	1	7	18.42%
MEMORANDUMS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	2	13	5	2	5	2	7	1	1	38	100%



ANÁLISIS: De acuerdo a los empleados la forma escrita que más prefieren para comunicarse con sus superiores es el correo electrónico con un 52.63%, luego el fax con un 28.95% de los encuestados y quedando en el último lugar las cartas con un 18.42%.

PREGUNTA N° 13: ¿Ha tenido problemas al utilizar la comunicación escrita?												
OBJETIVO: Determinar si han existido problemas con la utilización de la comunicación escrita.												
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFI- CACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
		Gerente	Promo- tores	Ate. al cliente	Supervi- sor ventas	Cajeros	Recepcio- nista	Cobros	Vigilante	Ordenan- za	FX	%
SI		1	8	3	1	2	1	5	0	0	21	75%
NO		0	2	1	0	1	0	0	2	1	7	25%
TOTALES		1	10	4	1	3	1	5	1	1	28	100%



ANÁLISIS: De acuerdo a la investigación realizada el 75% de los empleados encuestados aseguran haber tenido problemas con la comunicación escrita, el 25% restante aseguran no haber tenido inconvenientes con la comunicación escrita, reflejando que es un medio de comunicación muy seguro, que se puede revisar cuidadosamente antes de entregarlo o ser enviado.

PREGUNTA N° 14: Si ha tenido problemas. ¿Con quién ha tenido problemas de comunicación escrita?												
OBJETIVO: Conocer las personas con las que se han generado problemas de comunicación escrita dentro de la empresa.												
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFI- CACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
		Gerente	Promo- tores	Ate. al cliente	Supervi sor ventas	Cajeros	Recepcio nista	Cobros	Vigilante	Ordenan za	FX	%
COMPAÑEROS		1	6	3	1	2	1	3	0	0	17	47.22%
JEFES		0	5	3	1	1	0	3	0	0	12	33.33%
NO HA TENIDO PROBLEMA		0	2	2	0	2	0	0	2	1	7	19.45%
TOTALES		1	13	8	2	2	1	6	2	1	36	100%



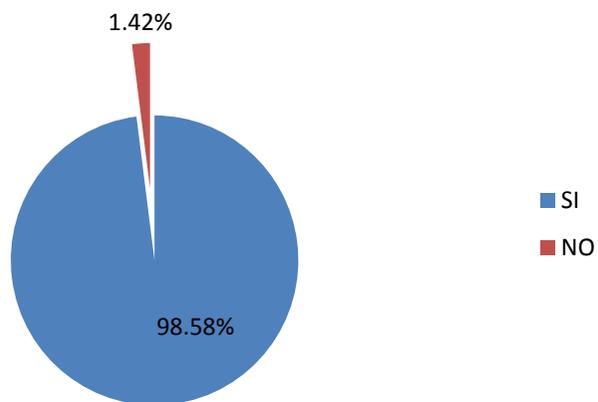
ANÁLISIS: Los empleados de la Sucursal aseguran que el 47.22% de los problemas generados han sido con compañeros de trabajo, en segundo lugar están los jefes y en el último con el 19.45% aseguran que no han tenido problemas.

PREGUNTA N° 15: ¿Tiene usted un formato de comunicación definido para memorándums, circulares, cartas, boletines, periódico mural, correo electrónico y fax?

OBJETIVO: Conocer si los empleados del banco poseen formato definidos para comunicarse de forma escrita.

DATOS DE CLASIFICACIÓN	G. LOCAL		DEPARTAMENTO VENTAS				DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO				DEPTO. FINANCIERO		DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO				TOTALES							
	Gerente		Promotores		Ate. al cliente		Supervisor ventas		Cajeros		Recepcionista		Cobros		Vigilante		Orden.		FX		SI		NO	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FX	FX	%	FX	%	
MEMORANDUMS	1	0	0	10	0	4	0	1	0	3	1	0	0	5	0	2	0	1	28	2	1.42	26	18.58%	
CIRCULARES/CARTAS	0	1	0	10	0	4	0	1	0	3	0	1	0	5	0	2	0	1	28	0	0%	28	20%	
BOLETINES	0	1	0	10	0	4	0	1	0	3	0	1	0	5	0	2	0	1	28	0	0%	28	20%	
PERIODICO MURAL	0	1	0	10	0	4	0	1	0	3	0	1	0	5	0	2	0	1	28	0	0%	28	20%	
CORREO ELECTRONICO	0	1	0	10	0	4	0	1	0	3	0	1	0	5	0	2	0	1	28	0	0%	28	20%	
TOTALES	5		50		20		5		15		5		25		10		5		140	2	1.42%	138	98.58%	

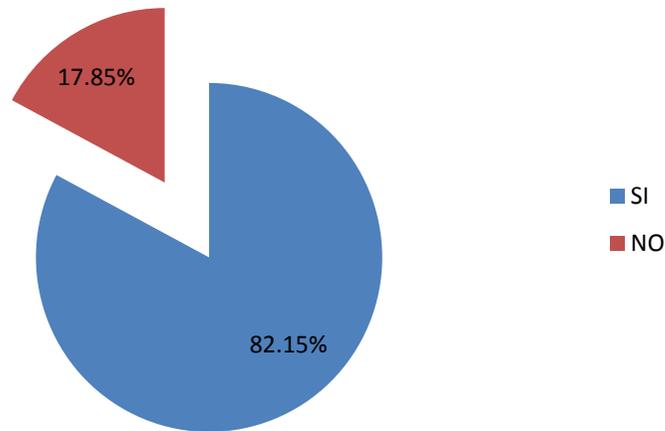
Utilización de formatos de comunicación escrita



ANÁLISIS: Como se puede observar claramente en la el 98.58% de los empleados no tienen un formato definido para comunicarse de forma escrita, lo cual ha generado inconvenientes al momento de llevar a cabo la comunicación. El 1.42% restante asegura que si tienen un formato definido pero únicamente para la utilización de el memorándum.

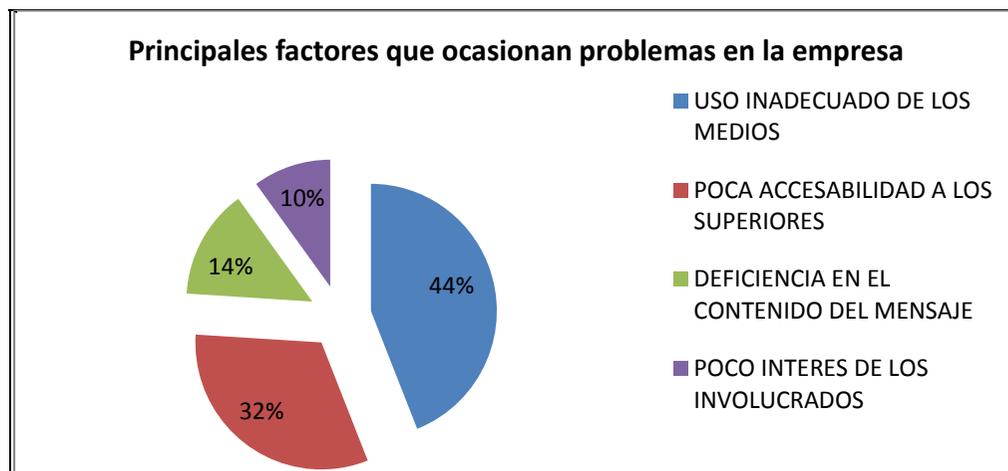
PREGUNTA N .16 : ¿Considera que existen problemas de comunicación en la empresa?												
OBJETIVO: Determinar si existen o no problemas de comunicación dentro de la empresa de acuerdo a los empleados.												
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFI- CACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
		Gerente	Promo- tores	Ate. al cliente	Supervi sor ventas	Cajeros	Recepcio nista	Cobros	Vigilante	Ordenan za	FX	%
SI		1	8	3	1	2	1	5	1	1	23	82.15%
NO		0	2	1	0	1	0	0	1	0	5	17.85%
TOTALES		1	10	4	1	3	1	5	2	1	28	100%

Existencia de problemas de comunicación



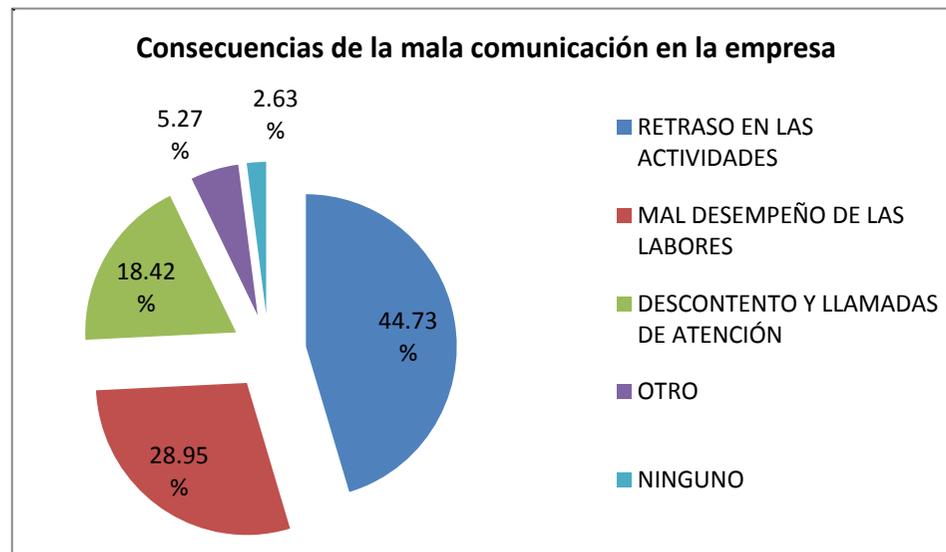
ANÁLISIS: De acuerdo a los empleados el 82.15% considera que si existen problemas de comunicación en la empresa. Como segundo lugar el 17.85% asegura que no existen problemas de comunicación interna, a pesar que no tienen un Manual definido para llevar a cabo cada una de las actividades comunicacionales.

PREGUNTA N. 17: A su criterio. ¿Cuáles son los principales factores que ocasionan problemas de comunicación en la empresa?											
OBJETIVO: Determinar los principales factores que ocasionan problemas de comunicación en la empresa.											
DATOS DE CLASIFICACIÓN ALTERNATIVAS RESPUESTAS	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
USO INADECUADO DE LOS MEDIOS/CANALES	1	9	3	0	3	1	4	0	1	22	44%
POCA ACCESIBILIDAD A LOS SUPERIORES	0	6	0	1	2	1	3	2	1	16	32%
DEFICIENCIA EN EL CONTENIDO DEL MENSAJE	0	3	0	0	1	0	1	2	0	7	14%
POCO INTERES DE LOS INVOLUCRADOS	1	1	2	0	0	0	1	0	0	5	10%
TOTALES	2	19	5	1	6	2	9	4	2	50	100%



ANÁLISIS: Los empleados consideran que el principal factor por el cual se ocasionan problemas es el uso inadecuado de los medios /canales de comunicación establecidos en la empresa, con un 44%, en segundo lugar se encuentra la poca accesibilidad a los superiores con el 32%, y en uno de los últimos lugares con el 10% que consideran que existe muy poco interés de los involucrados.

PREGUNTA N. 18: ¿Qué consecuencias ha experimentado al no tener una buena comunicación en la empresa?											
OBJETIVO: Conocer las consecuencias que cada empleados ha experimentado al no desarrollar una buena comunicación interna.											
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
RETRASO EN LAS ACTIVIDADES	0	5	3	1	2	1	4	0	1	17	44.73%
MAL DESEMPEÑO DE LAS LABORES	1	4	2	0	1	0	2	1	0	11	28.95%
DESCONTENTO Y LLAMADAS DE ATENCIÓN	1	2	1	1	1	0	1	0	0	7	18.42%
OTRO	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2	5.27%
NINGUNO	0	0	0	0	0	0	0	1		1	2.63%
TOTALES	2	12	6	2	4	2	7	2	1	38	100%

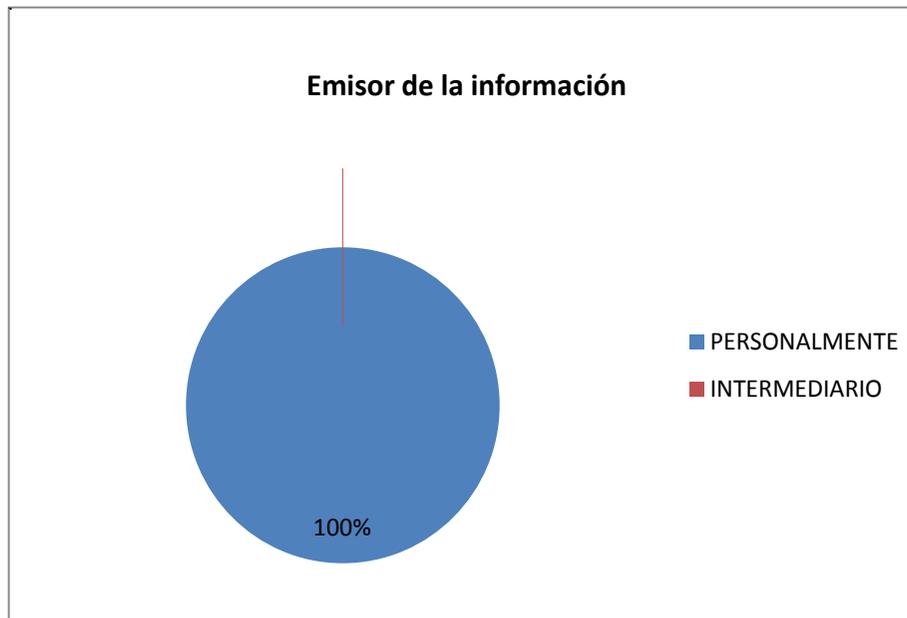


ANÁLISIS: Algunas de las principales consecuencias al no tener una buena comunicación en la empresa, es el retraso de actividades de acuerdo a los empleados con un 44.73%, en segundo lugar el mal desempeño de labores y un 28.95% aseguran que no existen consecuencias debido a la mala comunicación en la empresa.

PREGUNTA N. 19: ¿Es usted quien emite la información o existe un intermediario (secretarias, voceros, etc.)?

OBJETIVO: Conocer como se desarrolla el proceso de comunicación. Si es a través de intermediario o personal, ya que es un factor que podría modificar la información.

DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promotores	Ate. al cliente	Supervisor ventas	Cajeros	Recepcionista	Cobros	Vigilante	Ordenanza	FX	%
PERSONALMENTE	1	10	4	1	3	1	5	2	1	28	100%
INTERMEDIARIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	1	10	4	1	3	1	5	2	1	28	100%



ANÁLISIS: Todos los empleados emiten de forma personal la información, es decir no existen secretarias o voceros, por medio de los cuales se pueda generar una variación en el mensaje a transmitir, o cual indica que el emisor es el único responsable de la información, sin pasar por los intermediarios.

PREGUNTA N° 20 : ¿Le interesa conocer más sobre aspectos básicos de comunicación interna?

OBJETIVO: Determinar el grado de interés por conocer aspectos básicos de comunicación interna. A fin de contribuir con la eficiencia de la comunicación interna.

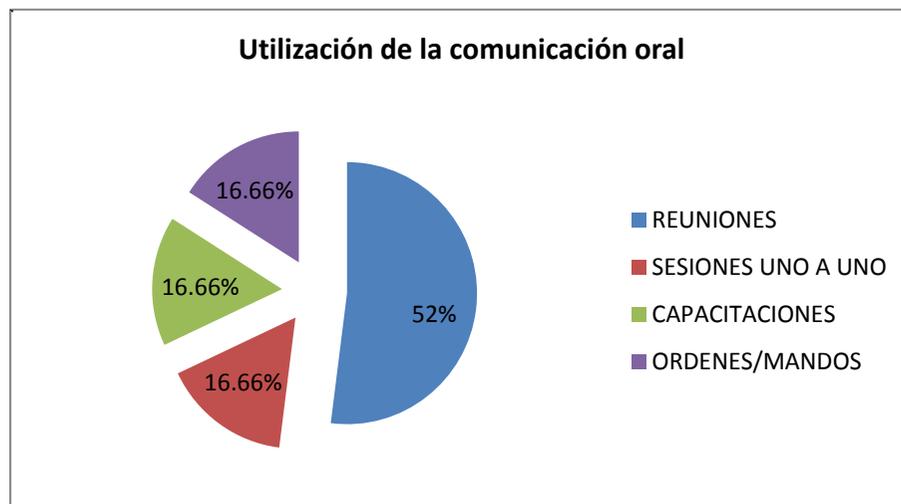
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFI- CACIÓN	GERENTE LOCAL	DEPARTAMENTO VENTAS			DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO		DEPTO. FINANCIERO	DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO		TOTALES	
	Gerente	Promo- tores	Ate. al cliente	Supervi sor ventas	Cajeros	Recepcio nista	Cobros	Vigilante	Ordenan za	FX	%	
SI	1	10	4	1	3	1	5	2	1	28	100%	
NO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	
TOTALES	1	10	4	1	3	1	5	2	1	28	100%	



ANÁLISIS: el 100% de los empleados de la institución desean conocer más acerca de la comunicación institucional y como desarrollarla de una forma adecuado, lo cual es una gran ventaja, por que se encuentran en la disposición de aprender sobre la comunicación

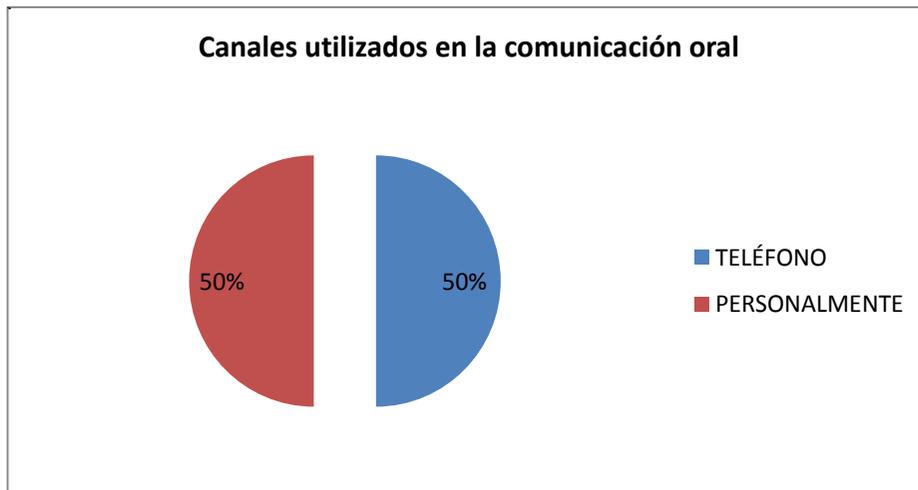
INVESTIGACIÓN REALIZADA A LOS JEFES DE ÁREAS DEL BANCO DE LOS TRABAJADORES SALVADOREÑOS

PREGUNTA Nº 1: ¿Cuándo utiliza la comunicación oral?								
OBJETIVO: Determinar las circunstancias en las cuales los jefes de cada departamento utilizan la comunicación oral, dentro de la empresa.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
REUNIONES	1	1	1	1	1	1	6	52%
SESIONES UNO A UNO CHARLAS	1	1	0	0	0	0	2	16.66%
CAPACITACIONES	0	1	1	0	0	0	2	16.66%
ORDENES/MANDOS	0	1	0	0	1	0	2	16.66%
TOTALES	2	4	2	1	2	1	12	100%



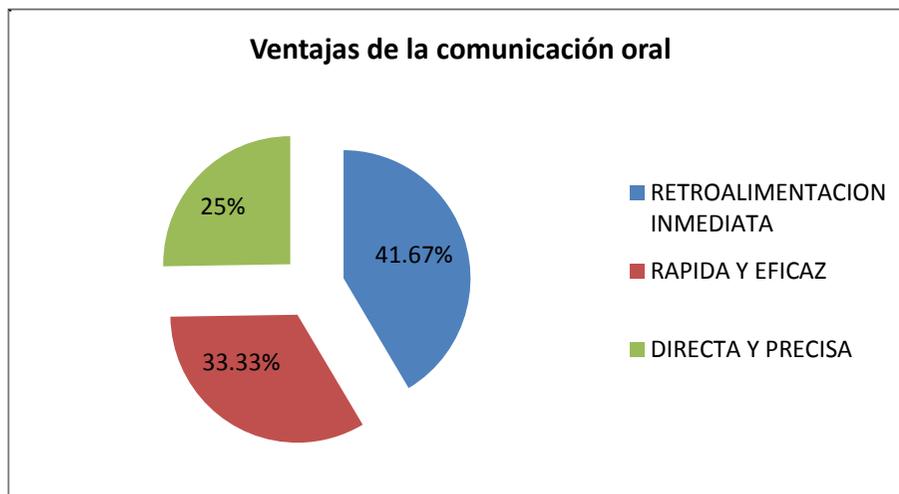
ANALISIS: De acuerdo a los jefes de cada una de las áreas de la organización, la comunicación oral se utiliza principalmente en las reuniones con un 52%, y los siguientes son las sesiones uno a uno, las capacitaciones y ordenes/mandos con un 16.66% cada uno de ellos.

PREGUNTA N° 2: ¿Cuáles son los medios/canales que utiliza para comunicarse oralmente?								
OBJETIVO: Conocer los canales de comunicación de forma oral que utilizan los jefes a fin de conocer el de mayor utilidad.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
ALTERNATIVAS RESPUESTAS								
TELÉFONO	1	1	1	1	1	1	6	50%
PERSONALMENTE	1	1	1	1	1	1	6	50%
TOTALES	2	2	2	2	2	2	12	100%



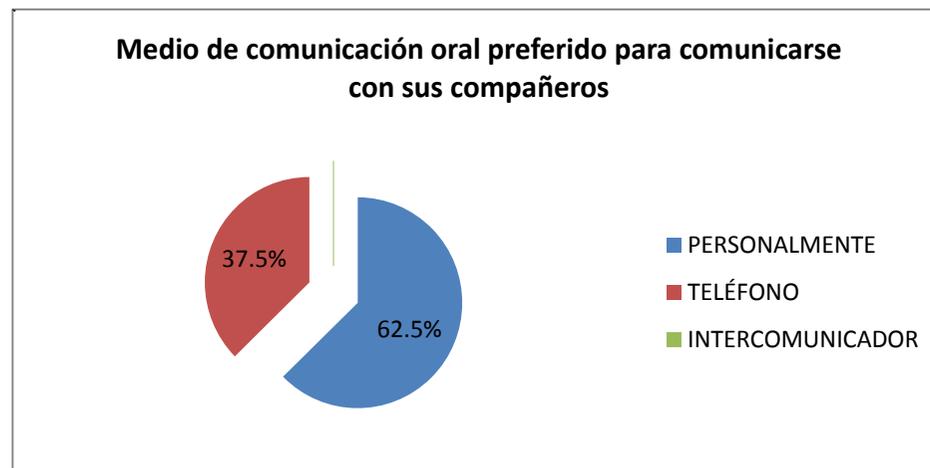
ANALISIS: Los jefes de la empresa utilizan de igual manera el teléfono y la forma personal para comunicarse dentro de la organización.

PREGUNTA Nº 3: ¿Qué ventajas le proporciona la comunicación oral?								
OBJETIVO: Determinar las ventajas que representa el uso de la comunicación oral de acuerdo a los jefes.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
ALTERNATIVAS RESPUESTAS								
RETROALIMENTACIÓN INMEDIATA	1	1	1	1	1	0	5	41.67%
RAPIDA Y EFICAZ	0	1	1	0	1	1	4	33.33%
DIRECTA Y PRECISA	0	0	1	1	1	0	3	25%
TOTALES	1	2	3	2	3	1	12	100%



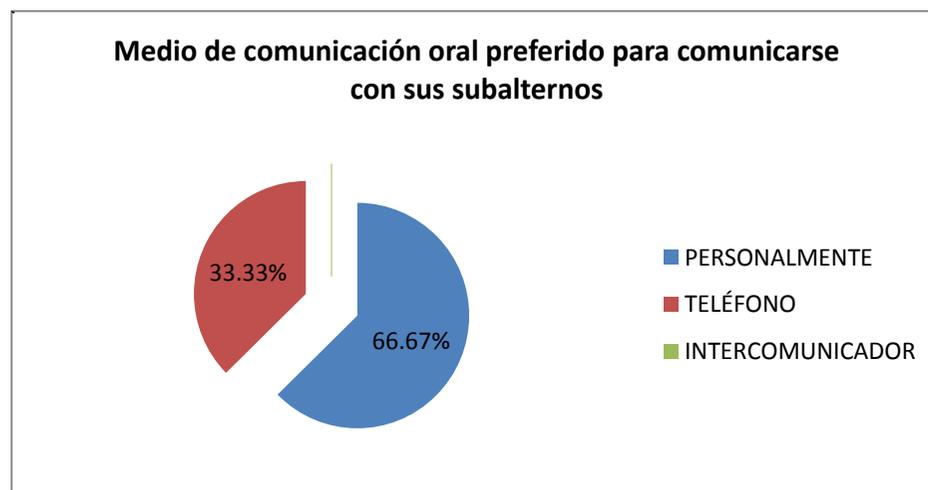
ANALISIS: La principal ventaja de que acuerdo al grupo de jefes investigados genera la comunicación oral es la rapidez de la retroalimentación con un 41.67%, también como segundo lugar haciendo énfasis en la rapidez de la misma con un 33.33% y finalmente con un 25% la precisión que la comunicación oral aporta.

PREGUNTA N° 4: ¿Qué canales de comunicación oral prefiere para comunicarse con sus compañeros de trabajo?								
OBJETIVO: Conocer los canales por los cuales los jefes prefieren mantener comunicación con sus compañeros.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
PERSONALMENTE	0	1	1	1	1	1	5	62.5%
TELÉFONO	1	1	1	0	0	0	3	37.5%
INTERCOMUNICADOR	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	1	2	2	1	1	1	8	100%



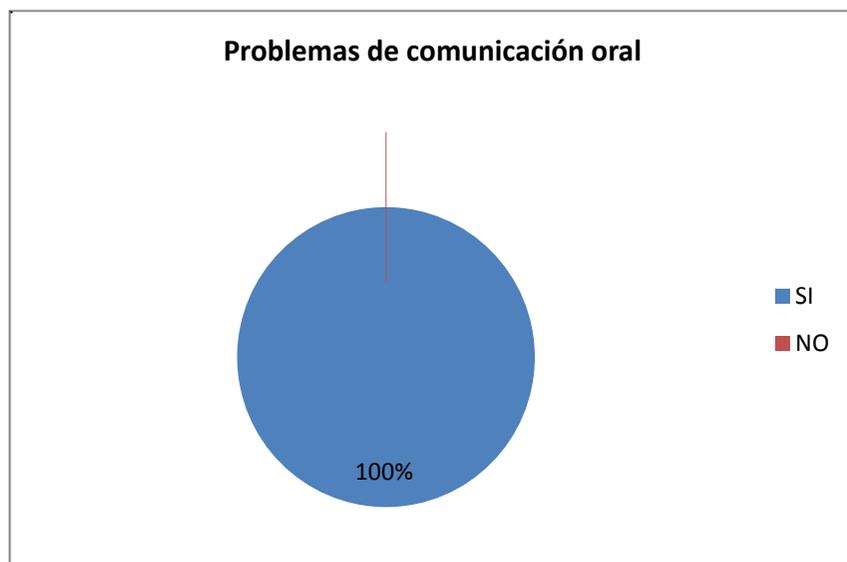
ANALISIS: Claramente podemos observar que para comunicarse oralmente prefieren la forma personal con un 62.5% y en segundo lugar el teléfono con un importante 37.5%.

PREGUNTA Nº 5: ¿Qué canal de comunicación oral prefiere para comunicarse con sus subalternos?								
OBJETIVO: Determinar en qué canal de comunicación oral prefieren los jefes transmitir los mensajes a sus subalternos.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							ALTERNATIVAS RESPUESTAS	FX
PERSONALMENTE	1	1	1	1	1	1	6	66.67%
TELÉFONO	1	0	1	0	0	1	3	33.33%
INTERCOMUNICADOR	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	2	1	2	1	1	2	9	100%



ANALISIS: Al igual que para comunicarse con sus compañeros los jefes prefiere comunicarse personalmente con sus subalternos siendo este dato arrojado con un 66.67% y en segundo lugar el teléfono con un 33.33%.

PREGUNTA N° 6: ¿Ha tenido problemas al utilizar la comunicación oral?								
OBJETIVO: Identificar si los dirigentes del Banco de los Trabajadores Salvadoreños han tenido problemas al comunicarse oralmente.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
ALTERNATIVAS RESPUESTAS								
SI	1	1	1	1	1	1	6	100%
NO	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	1	1	1	1	1	1	6	100%



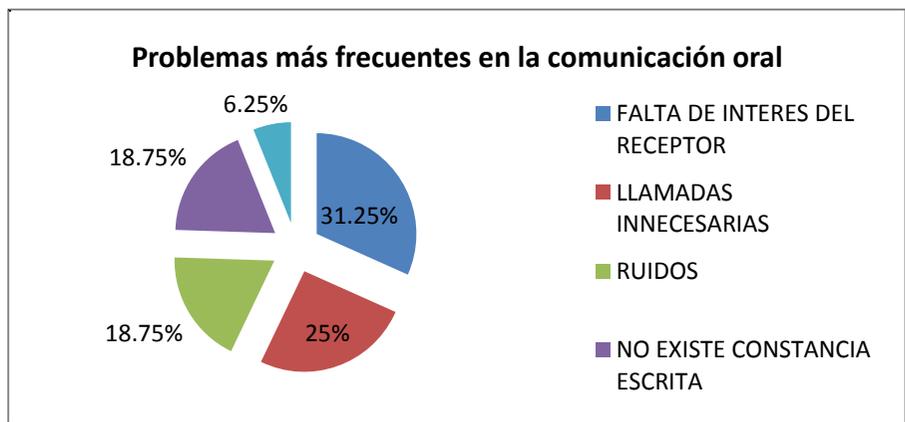
ANALISIS: Todos los jefes de las áreas de la empresa aseguran haber tenido por lo menos en una ocasión problemas por medio de la comunicación oral.

PREGUNTA Nº 7: ¿Con quién ha tenido problemas de comunicación oral?								
OBJETIVO: Conocer con quienes han tenido los jefes de la organización problemas de comunicación oral.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
ALTERNATIVAS RESPUESTAS								
COMPAÑEROS DE TRABAJO	1	1	1	1	1	1	6	60%
SUBALTERNOS	1	1	0	1	1	0	4	40%
TOTALES	2	2	1	2	2	1	10	100%



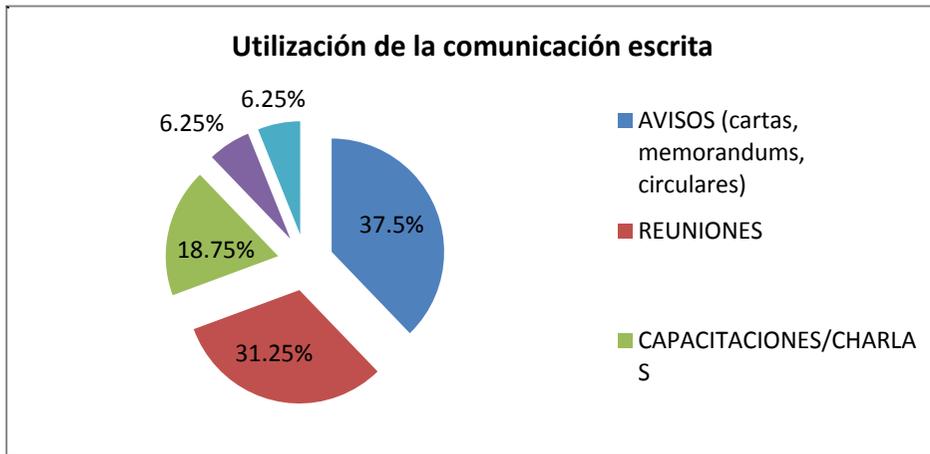
ANALISIS: Como podemos observar claramente en el gráfico el 60% de los jefes han tenido problemas con sus compañeros de trabajo y el 40% asegura que ha tenido problemas con los subalternos.

PREGUNTA Nº 8: ¿Cuáles han sido los principales problemas que ha enfrentado con la comunicación oral?								
OBJETIVO: Identificar los principales problemas que se generan en la utilización en la comunicación oral.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
ALTERNATIVAS RESPUESTAS								
FALTA DE INTERES DEL RECEPTOR	1	1	1	1	1	0	5	31.25%
LLAMADAS INNESARIAS	1	1	0	0	1	1	4	25%
RUIDOS	0	0	1	0	1	1	3	18.75%
NO EXISTE CONSTANCIA ESCRITA	0	1	1	1	0	0	3	18.75%
FORMA INADECUADA DE TRANSMITIR EL MENSAJE	0	0	0	1	0	0	1	6.25%
TOTALES	2	3	3	3	3	2	16	100%



ANALISIS: Los principales problemas que han enfrentando desarrollando la comunicación oral es la falta de interés de los receptores con un 31.25%, luego las llamadas innecesarias con un 25% en uno de los niveles más bajos se encuentra la transmisión de la forma inadecuada del mensaje con un 6.25%.

PREGUNTA Nº 9: ¿Cuándo utiliza la comunicación escrita?								
OBJETIVO: Determinar cuando los jefes hacen uso de la comunicación escrita.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN ALTERNATIVAS RESPUESTAS	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
AVISOS (cartas, memorándums, circulares)	1	1	1	1	1	1	6	37.5%
REUNIONES	1	1	1	0	1	1	5	31.25%
CAPACITACIONES/CHARLAS	1	0	0	1	0	1	3	18.75%
SESIONES UNO A UNO	0	0	1	0	0	0	1	6.25%
ORDENES Y MANDOS	0	0	0	0	1	0	1	6.25%
TOTALES	3	2	3	2	3	3	16	100%



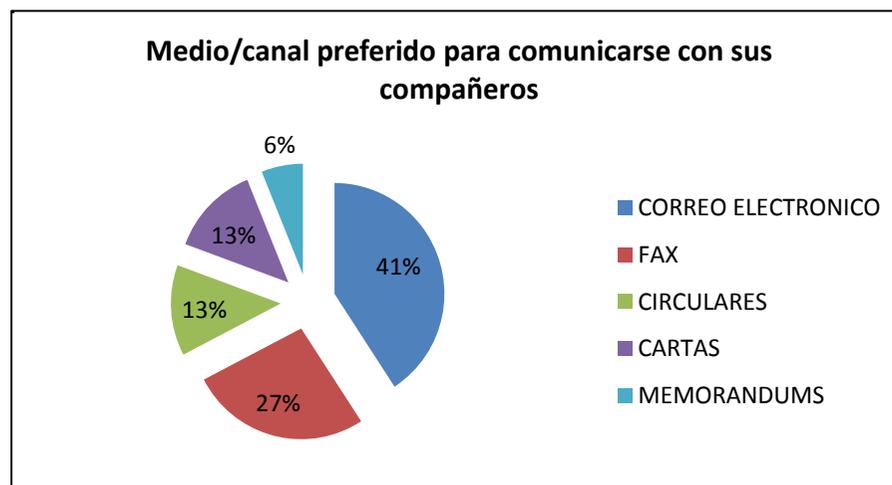
ANALISIS: La comunicación escrita es básica en toda organización es por ello que los jefes de la empresa la utilizan en un 37.5% para emitir cartas, memorándums y circulares, en segundo lugar se encuentran las reuniones como material de apoyo con un importante 31.25% en la última posición se encuentran los ordenes y mandos con un 6.25%.

PREGUNTA Nº 10: ¿Qué ventajas les proporciona la comunicación escrita?								
OBJETIVO: Conocer las ventajas que de acuerdo a los jefes de cada una de las áreas les brinda la utilización de la comunicación escrita.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
NO EXISTE RUIDO/DISTORSIÓN EN EL MENSAJE	1	1	1	1	1	0	5	50%
ES INFORMACIÓN PERMANENTE	1	1	1	0	0	1	4	40%
EXISTE CONSTANCIA DEL MENSAJE	0	0	0	0	1	0	1	10%
TOTALES	2	2	2	1	2	1	10	100%



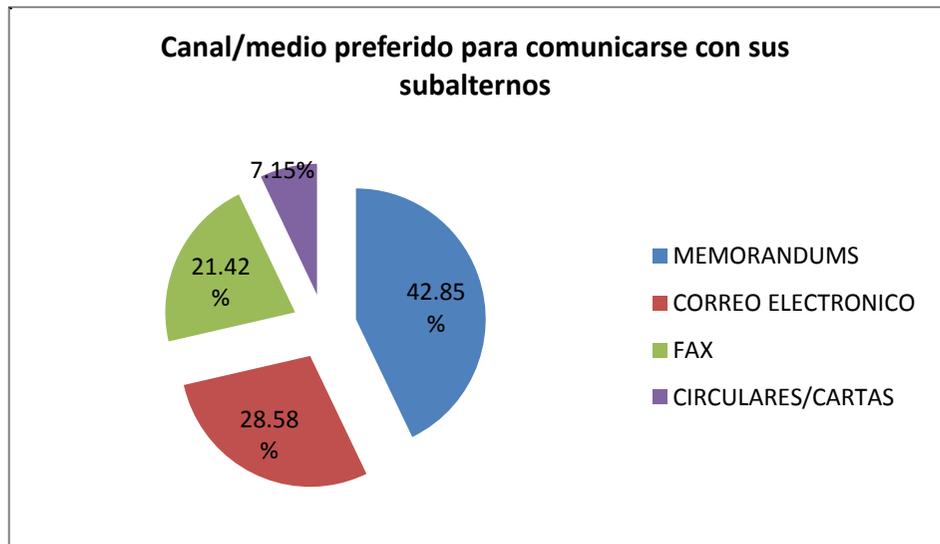
ANALISIS: El 50% de los jefes de la empresa considera que la principal ventaja de la comunicación escrita es que no existe ruidos o interrupciones en su transmisión de igual manera no existe distorsión en el mensaje, en segundo lugar se encuentra que la información es permanente y por último con un 10% la ventaja es que existen constancia del mensaje

PREGUNTA N° 11: ¿Qué medio/canal prefiere para comunicarse de forma escrita con sus compañeros de trabajo?								
OBJETIVO: Determinar cual de los medios/canal de comunicación escrita prefieren los jefes de cada departamento de la empresa para comunicarse con sus compañeros.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN ALTERNATIVAS RESPUESTAS	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
CORREO ELECTRÓNICO	1	1	1	1	1	1	6	40%
FAX	1	1	0	1	1	0	4	26.7%
CIRCULARES	0	1	1	0	0	0	2	13.3%
CARTAS	0	0	1	0	0	1	2	13.3%
MEMORANDUMS	0	0	0	1	0	0	1	6.7%
TOTALES	2	3	3	3	2	2	15	100%



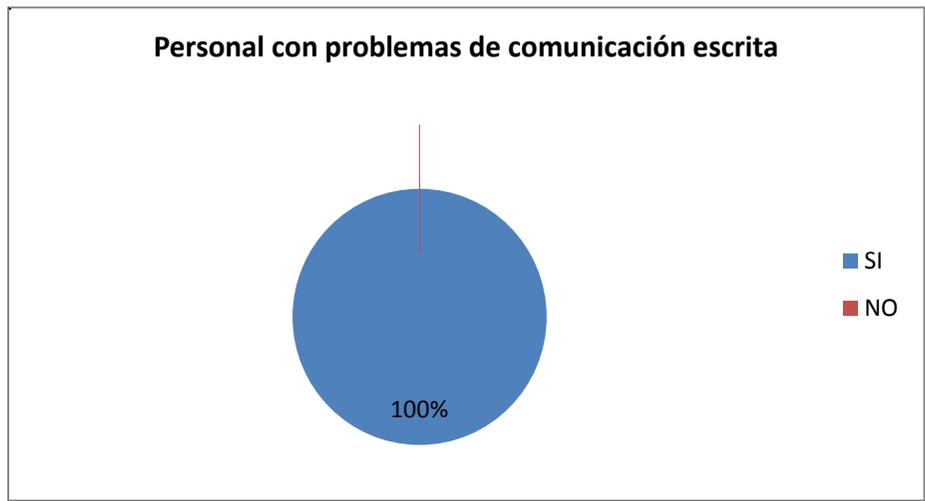
ANALISIS: De acuerdo a los resultados obtenidos el 40% de los jefes utilizan el correo electrónico para comunicarse con sus compañeros de trabajo, en segundo lugar se encuentra el fax con un 26.7, seguido de las circulares, cartas y finalmente los memorándums con el 6.7%.

PREGUNTA Nº 12: ¿Qué medio/canal prefiere para comunicarse de forma escrita con sus subalternos?									
OBJETIVO: Determinar cual de los medios/canales de comunicación escrita prefieren para comunicarse con sus subalternos.									
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
								FX	%
MEMORANDUMS		1	1	1	1	1	1	6	42.85%
CORREO ELECTRONICO		1	1	0	1	0	1	4	28.58%
FAX		1	0	1	1	0	0	3	21.42%
CIRCULARES/CARTAS		0	0	0	1	0	0	1	7.15%
TOTALES		3	2	2	4	1	2	14	10%



ANALISIS: Para comunicarse con los subalternos los jefes prefieren hacerlo a través de los memorándums en un 42.85%, seguido del correo electrónico con un 28.58%, luego el fax y finalmente las cartas y circulares con un 7.15%.

PREGUNTA N° 13: ¿Ha tenido problemas al utilizar la comunicación escrita?								
OBJETIVO: Determinar si se dan problemas en la utilización de la comunicación escrita cuando los gerentes de la institución hacen uso de ella.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
ALTERNATIVAS RESPUESTAS								
SI	1	1	1	1	1	1	6	100%
NO	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	1	1	1	1	1	1	6	100%



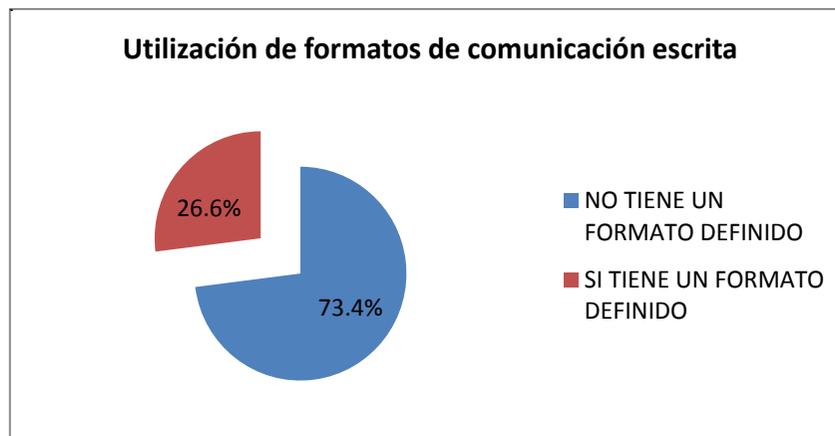
ANALISIS: De acuerdo a los jefes el 100% ha tenido problemas de comunicación escrita, debido a retrasos en el envío, en la recepción del mensaje o perdida del mismo.

PREGUNTA Nº 14: Si ha tenido problemas. ¿Con quién ha tenido problemas de comunicación escrita?								
OBJETIVO: Determinar quienes son las personas de la organización con quienes los jefes han mantenido problemas de comunicación escrita.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							ALTERNATIVAS RESPUESTAS	FX
COMPAÑEROS	1	1	1	1	1	1	6	75%
SUBALTERNOS	0	1	0	1	0	0	2	25%
TOTALES	1	2	1	2	1	1	8	100%



ANALISIS: El 75% asegura que ha tenido problemas de comunicación escrita con sus compañeros de trabajo, el otro 25% ha tenido problemas con los subalternos.

PREGUNTA Nº 15: ¿Tiene usted un formato definido para comunicarse a través de memorándums, circulares, cartas, boletines, periódico mural, correo electrónico?																		
OBJETIVO: Determinar si los jefes de cada una de las áreas poseen formatos de comunicación escrita establecidos.																		
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS		GERENTE ADMINISTRATIVO		GERENTE FINANCIERO		GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD		GERENTE DE RECURSOS HUMANOS		GERENTE DE MANTENIMIENTO		TOTALES					
	ALTERNATIVAS RESPUESTAS												FX	SI		NO		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FX	FX	%	FX
MEMORANDUMS	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	6	5	16.6%	1	3.4%	
CIRUCLARES/CARTAS	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	6	3	10%	3	10%	
BOLETINES	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	6	0	0%	6	20%	
PERIODICO MURAL	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	6	0	0%	6	20%	
CORREO ELECTRONICO	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	6	0	0%	6	20%	
TOTALES	5		5		5		5		5		5		30	8	26.6%	22	73.4	



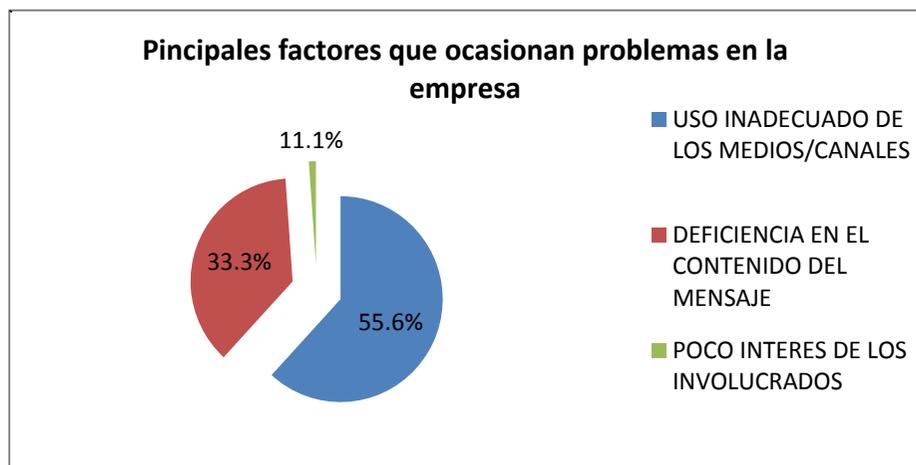
ANÁLISIS: De acuerdo a los jefes encuestado el 73.4% no tiene un formato de comunicación definida para ejercer el proceso de comunicación, el otro 26.6% asegura tener formatos definidos, pero únicamente para el desarrollo de memorándums, circulares y cartas. Siendo este uno de los motivos por los cuales se han generados problemas de comunicación interna.

PREGUNTA Nº 16: ¿Considera que existen problemas de comunicación interna en la empresa?								
OBJETIVO: Conocer si de acuerdo a los jefes de cada una de las áreas la empresa se encuentra con problemas de comunicación interna.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
ALTERNATIVAS RESPUESTAS								
SI	1	1	1	1	1	1	6	100%
NO	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	1	1	1	1	1	1	6	100%



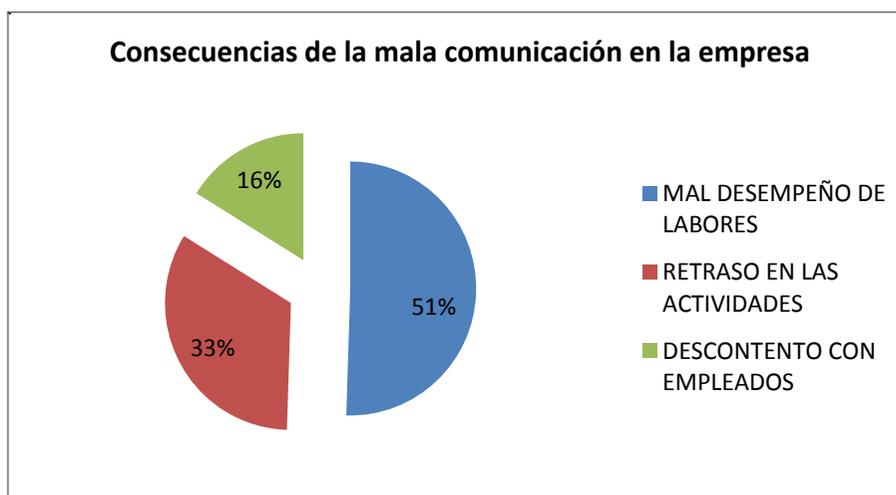
ANALISIS: Como claramente se puede observar en la matriz de datos, todos los jefes de la empresa aseguran que en la empresa existen problemas debida a una mala comunicación, teniendo en cuenta que no existe una estructura organizacional sólida, por medio de la cual los empleados puedan guiarse.

PREGUNTA N° 17: A su criterio. ¿Cuáles son los principales factores que ocasionan problemas de comunicación en la empresa?								
OBJETIVO: Conocer cuales son los principales detonantes de problemas dentro de la empresa.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
ALTERNATIVAS RESPUESTAS								
USO INADECUADO DE LOS MEDIOS/CANALES	1	0	1	1	1	1	5	55.6
DEFICIENCIA EN EL CONTENIDO DEL MENSAJE	1	1	0	1	0	0	3	33.3
POCO INTERES DE LOS INVOLUCRADOS	0	0	0	0	0	1	1	11.1
TOTALES	2	1	1	2	1	2	9	100%



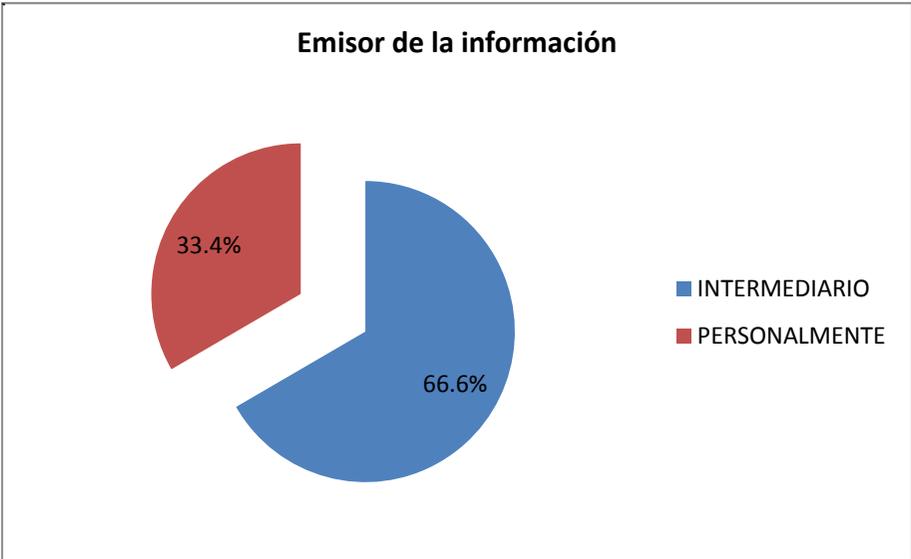
ANALISIS: El 55.6% de los involucrados en la presente investigación consideran que el uso inadecuado de los medios y/o canales de comunicación son los principales factores por los cuales se dan problemas de comunicación interna, seguido de la deficiencia en el contenido del mensaje, y por último con el 11.1% el poco interés de los involucrados, lo cual nos servirá como un indicador para brindar énfasis en la motivación.

PREGUNTA N° 18: ¿Qué consecuencias ha experimentado al no tener una buena comunicación en la empresa?								
OBJETIVO: Conocer las consecuencias al no tener una buena comunicación interna en la organización.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN ALTERNATIVAS RESPUESTAS	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							FX	%
MAL DESEMPEÑO DE LABORES	1	1	1	1	1	1	6	50%
RETRASO EN LAS ACTIVIDADES	1	0	1	1	0	1	4	33.3%
DESCONTENTO CON EMPLEADOS	0	0	1	0	0	1	2	16.7%
TOTALES	2	1	3	2	1	3	12	100%



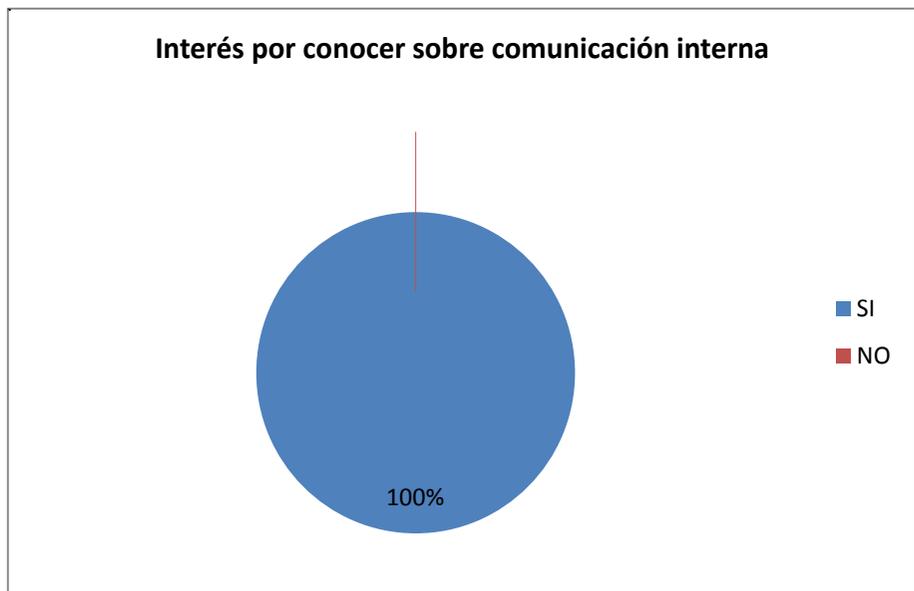
ANALISIS: Como es algo normal en una empresa, cuando se genera una mala comunicación, se obtienen consecuencias negativas para la organización, en el caso del Banco la primera es el mal desempeño de labores con el 50%, seguido por el retraso de actividades con el 33.3% y por último con el 16.7% generando un descontento con los empleados e integrantes de la empresa en general.

PREGUNTA Nº 19: ¿Es usted quién emite la información o existe un intermediario (secretarias, voceros, etc.)?									
OBJETIVO: Conocer si la información que los jefes emiten pasa directamente a el receptor o interviene más de una persona en el proceso de transmisión de la información.									
ALTERNATIVAS RESPUESTAS	DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
								FX	%
INTERMEDIARIO		1	1	1	0	1	0	4	66.6%
PERSONALMENTE		0	0	0	1	0	1	2	33.4%
TOTALES		1	1	1	1	1	1	6	100%



ANALISIS: El 66.6% de los jefes de áreas de la empresa poseen secretarias o voceros a quienes ellos les brindan los mensajes a enviar y son estos quienes los hacen llegar a las áreas o personas correspondiente y el otro 33.4% asegura que la información es emitida de forma personal.

PREGUNTA Nº 20: ¿Le interesa conocer más sobre aspectos básicos de comunicación interna?								
OBJETIVO: Determinar si los jefes de la empresa, muestran interés por aprender e implementar una mejor comunicación en la organización.								
DATOS DE CLASIFICACIÓN	GERENTE DE VENTAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE FINANCIERO	GERENTE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE MANTENIMIENTO	TOTALES	
							ALTERNATIVAS RESPUESTAS	FX
SI	1	1	1	1	1	1	6	100%
NO	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTALES	1	1	1	1	1	1	6	100%



ANALISIS: El 100% de los jefes está interesado en conocer más acerca de la comunicación interna, y se encuentran con deseos de poder implementar todo lo aprendido, para poder obtener un mejor desempeño de labores y un clima organizacional óptimo para desarrollar todas las actividades.

F. CONCLUSIONES

Al final del análisis e interpretación de los datos obtenidos en la presente investigación se concluyó lo siguiente:

1. Conclusiones de los empleados dirigidas al proceso de Comunicación empresarial

- a) El 100% de los empleados considera que la buena comunicación es básica en una organización.
- b) Los integrantes de la organización constantemente entran en confusiones que tienen como consecuencias inestabilidad emocional.
- c) Los empleados consideran que la utilización inadecuada de los canales de comunicación es uno de los principales problemas en la empresa.
- d) Los empleados no cuentan con formatos de comunicación definidos a utilizar para ninguna de las formas de comunicación a utilizar.
- e) El desempeño de las labores se ven afectadas por la mala comunicación.
- f) No existe un organigrama bien estructurado.
- g) Existe exceso de información en muchas ocasiones innecesarias al utilizar el correo electrónico.
- h) Uno de los principales problemas que presentan los empleados la recibir información de forma escrita, es que estos están redactados de una forma deficiente o confusa.

- i) Los empleados no cuentan con ningún formato de comunicación definido.
- j) Los empleados aseguran que al tener comunicación oral con sus jefes o compañeros el principal problema que se ha generado es la forma inadecuada de transmitir los mensajes.
- k) Todos se mostraron optimistas con la propuesta de un Manual de Comunicación Empresarial.
- l) Todos están dispuestos a conocer y aprender sobre comunicación interna, con el fin de desempeñar mejor sus labores y mantener una mejor relación con sus compañeros y jefes.

2. Conclusiones de los jefes dirigidas al proceso de Comunicación Empresarial

- a) En la organización existen problemas de comunicación, debido a la falta de organización en el proceso de comunicación interna.
- b) No se tiene un plan de comunicación interna, por lo que el proceso de comunicación con los subordinados se hace más tardado y también produce malestar tanto en los empleados como entre los compañeros.
- c) Los jefes no cuentan con un formato específico para comunicarse de forma oral y escrita.
- d) En la organización no se le brinda el mantenimiento adecuado a cada uno de los canales de comunicación.
- e) Los jefes al igual que los empleados aseguran que el uso inadecuado de los medios de comunicación genera mayor problema.

- f) Existe un gran interés por parte de los jefes para conocer más sobre comunicación interna, con el fin que se desarrolle un mejor proceso de comunicación.

G. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones realizadas y de acuerdo a los objetivos planteados en la investigación, se recomienda lo siguiente:

- a) Se recomienda la aplicación de un Manual de Comunicación Empresarial.
- b) Diseñar un organigrama de proceso de comunicación, de acuerdo a las necesidades en la empresa.
- c) Establecer claramente el organigrama de jefaturas.
- d) Involucrar a todo el personal en capacitaciones de cómo utilizar los diversos medios de comunicación.
- e) Desarrollar un formato de comunicación de forma oral y escrita.
- f) Respetar los diversos formatos de comunicación que se establezcan.
- g) Un Manual de Comunicación Empresarial, será una herramienta que contribuirá a la mejora de las relaciones interpersonales, organizativas y al desempeño de la planificación de las actividades.
- h) Hacer el uso adecuado de la intranet dentro del ámbito corporativo para mejorar la productividad, reducir costos y mantener los sistemas de información existentes y que a la vez no produzca un exceso de información innecesaria.
- i) Se recomienda establecer las líneas de comunicación que se consideren necesarias, para que los empleados puedan desarrollar y mantener una buena comunicación con sus jefes.

- J) Se recomienda la adopción de un Manual de Comunicación Empresarial.
- k) Mejorar la imagen institucional, y soportes comunicacionales modernos.
- l) Que se desarrolle un organigrama institucional, para conocer a las personas que están a cargo de cada uno de los jefes.
- m) Se recomienda que se realicen capacitaciones de cómo utilizar cada uno de los medios de comunicación.
- n) Se recomienda que se le dé el adecuado mantenimiento técnico a cada uno de los canales de comunicación de la empresa.
- o) Se recomienda mejorar la relación comunicativa entre los miembros de la misma, haciendo uso de estrategias o canales de comunicación, con el propósito de mantener actualizados a jefes de los cambios que se realicen en la empresa, esto con la finalidad de mejorar o reforzar su identidad o imagen corporativa hacia su público interno.
- p) Informar de todo lo relacionado con la evolución de sus ventas, los resultados de sus puestos de trabajo, la introducción de nuevas tecnologías, inauguración de nuevos centros o sucursales y de actividades de patrocinios, etc.
- q) Establecer un canal permanente de comunicación en la empresa, que cumpla con el compromiso de ofrecer contenidos veraces y reales. La continuidad y la veracidad en la información son los dos elementos que constituyen la transparencia informativa. Ella permite ganarse la fiabilidad y la credibilidad de los medios y de la audiencia.

r) Creer y desarrollar así una imagen positiva de la empresa en el seno de su entorno social se ha convertido en uno de los retos de la comunicación en la empresa.

s) El presidente o gerente debe comprometerse en la filosofía y el comportamiento con la noción de que comunicarse con los empleados es esencial para el logro de las metas de la organización.