

**DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA EN LA
EMPRESA CRYOGAS S.A. DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN DURANTE EL
SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2012.**

**LILIANA ESMERALDA BUELVAS VERGARA
KARINA PAOLA ALTAMAR LUNA
YURIBIA LONDOÑO AGUDELO**

**FUNDACION UNIVERSITARIA MARIA CANO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA PSICOLOGIA
MEDELLIN
2012**

**DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA EN LA
EMPRESA CRYOGAS S.A. DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN DURANTE EL
SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2012.**

**LILIANA ESMERALDA BUELVAS VERGARA
KARINA PAOLA ALTAMAR LUNA
YURIBIA LONDOÑO AGUDELO**

**Estudio monográfico presentado como requisito parcial para optar el título
de PSICOLOGA**

**Asesor
DIEGO LEON FLOREZ CORREA**

**FUNDACION UNIVERSITARIA MARIA CANO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA PSICOLOGIA
MEDELLIN
2012**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Medellín, Octubre de 2012

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos especialmente a Los Docente de la Fundación Universitaria María Cano, por ser más que unos docentes, unos maestros y una guía en nuestro proceso de formación como profesionales. A la empresa Cryogas S.A por darnos la oportunidad de aplicar este proyecto en tan prestigiosa compañía. Al personal del área de recursos humanos, por brindarnos tanta confianza y apoyo.

DEDICATORIA

A nuestros Padres y compañeros del proyecto de los que siempre recibo tanto apoyo, y quienes siempre tuvieron una voz de aliento para seguir en el camino y en la búsqueda de este gran logro.

RESUMEN ANALITICO EJECUTIVO - RAE

Título: Diagnóstico de la comunicación organizacional interna en la empresa Cryogas S.A. de la ciudad de Medellín durante el segundo semestre del año 2012.

Autores: Liliana Esmeralda Buelvas Vergara, Karina Paola Altamar Luna y Yuribia Londoño Agudelo

Fecha: Octubre 26 2012

Tipo de imprenta: Procesador de palabras Word 2010, imprenta Arial 12.

Nivel de circulación: Restringida

Acceso al documento: Fundación Universitaria María Cano, Liliana Esmeralda Buelvas Vergara, Karina Paola Altamar Luna, Yuribia Londoño Agudelo y Cryogas S.A.

Línea de Investigación y Sublínea: Desarrollo organizacional – comunicación organizacional

Palabras claves: Comunicación organizacional, comunicación asertiva comunicación interna y barreras de la comunicación.

Descripción del estudio: Para medir la comunicación organizacional interna en la compañía se aplico un cuestionario a una parte de los empleados de la empresa

Cryogas, el instrumento se elaboró para ser respondido de forma anónima y el encuestador debe hacer insistencia de este punto con el fin de lograr el mayor número de participación y de veracidad en las respuestas.

Contenido del documento: Este trabajos se hizo en la empresa Cryogas empresa comercializadora y distribuidora de productos de gases industriales medicinales y artificiales, basado en la comunicación interna de la compañía, con esta investigación se pretende profundizar en la implementación de estrategias para el buen funcionamiento de la comunicación interna, se aborda temas como comunicación organizacional, comunicación interna, diagnostico de la comunicación, canales de comunicación y comunicación asertiva. Con el objetivo de aplicar un instrumento (cuestionario) y proponer estrategias de comunicación para un optimo funcionamiento.

Metodología: este documento se fundamenta en una investigación de tipo descriptivo, el método utilizado es deductivo ya que se pretende pasar de lo general a lo particular, enfocado en un estudio cuantitativo con un diseño no experimental.

Conclusiones: La empresa brindó la información necesaria para el desarrollo del trabajo y dispuso de los espacios necesarios para llevar a cabo las actividades programadas.

Podemos concluir que la comunicación interna contribuye a optimizar la interacción entre todas las personas que intervienen en la organización, potencializando el sentido de pertenencia y alineación con los objetivos gerenciales.

La medición de la comunicación organizacional hace que las empresas conozcan que las percepciones de la comunicación de los empleados y los jefes acerca

de las variables que más inciden en su comportamiento, lo que se refleja en su desempeño, es decir que permite saber cómo esas percepciones y/o representaciones hacen que los individuos se comporten o reaccionen de una determinada manera.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
RESUMEN ANALITICO EJECUTIVO	I
INTRODUCCION	13
1. TITULO	15
2. MARCO CONTEXTUAL	16
2.2 Reseña Histórica	16
2.3 Portafolio de productos y servicios	19
2.4 Ubicación geográfica	21
3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	23
3.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	23
3.2 ANTECEDENTES DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	23
4. DIAGNÓSTICO CONTEXTUAL	25
5. OBJETIVOS.....	26
5.1 OBJETIVO GENERAL	26
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	26
6. JUSTIFICACIÓN.....	27
7. POBLACIÓN BENEFICIADA	28
8. MARCO METODOLÓGICO	30
8.1 Tipo de investigación	30
8.2 Método.....	30
8.3 Enfoque.....	30
8.4 Diseño.....	30
8.5 FUENTES DE INFORMACIÓN	30
8.5.1 Fuentes de información primaria.....	30
8.5.2 Fuentes de información secundaria	31
8.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	31
8.6.1 Procedimientos	31
9. ASPECTOS LEGALES	32
10. MARCO TEÓRICO	35

10.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	35
10.2 COMUNICACIÓN INTERNA.....	36
10.3 DIAGNOSTICO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	39
10.4 CANALES DE COMUNICACIÓN	41
10.5 COMUNICACIÓN ASERTIVA	44
10.5.1 Dirección de la comunicación	44
10.5.2 Descendente	44
10.5.3 Ascendente	44
10.5.4 Dimensión lateral	45
10.5.5 Barreras de la comunicación.....	45
11.1 Instrumento de medición.....	46
11.2 Evaluación de comunicación organizacional.....	46
11.3 Análisis y tabulación de la información	47
11.4 Estrategias de comunicación organizacional en la empresa Cryogas	56
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	62

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1 organigrama de la empresa Cryogas.....	18

LISTA DE GRAFICOS

	pág.
Grafica 1 Porcentaje pregunta numero 1.....	46
Grafica 2 Porcentaje pregunta numero 2.....	46
Grafica 3 Porcentaje pregunta numero 3.....	47
Grafica 4 Porcentaje pregunta numero 4.....	48
Grafica 5 Porcentaje pregunta numero 5.....	48
Grafica 6 Porcentaje pregunta numero 6.....	49
Grafica 7 Porcentaje pregunta numero 7.....	49
Grafica 8 Porcentaje pregunta numero 8.....	50
Grafica 9 Porcentaje pregunta numero 9.....	51
Grafica 10 Porcentaje pregunta numero 10.....	51
Grafica 11 Porcentaje pregunta numero 11.....	52
Grafica 12 Porcentaje pregunta numero 12.....	52
Grafica 13 Porcentaje pregunta numero 13.....	53
Grafica 14 Porcentaje pregunta numero 14.....	54

INTRODUCCION

Las organizaciones de hoy han hecho de su capital humano, el recurso más importante con el que cuentan, incluso por encima de los activos físicos y financieros, esto constituye la base de la competitividad actual de cualquier organización pues básicamente se podría decir que las competencias organizacionales (aptitudes y actitudes) son los aspectos fundamentales que debe tener un trabajador de cualquier organización. En este cambio actual de los mercados, donde son más globales y competitivos, el medio exige un personal altamente calificado que pueda encajar en esa búsqueda del éxito y el reconocimiento que toda organización espera obtener valiéndose de su recurso humano; por ende actualmente las relaciones de jerarquías son sustituidas por grupos de trabajo con mayor responsabilidad y empoderamiento. Por esto nos damos cuenta que la comunicación organizacional se ha transformado en parte fundamental dentro de las empresas, el comunicarse es algo fundamental para las personas esta ayuda a que las relaciones interpersonales en cualquier contexto tengan como soporte básico procesos de comunicación. la comunicación organizacional es la encargada de analizar estos procesos ya que de estos dependen fenómenos importantes y a través de esta se puede mejorar la productividad y el ambiente laboral.

La comunicación es importante en las relaciones interpersonales en los seres humanos porque son concentraciones sociales productivas de carácter cooperativo o colaborativo con esto se pretende demostrar los procesos asertivos en la cual se debe dar la comunicación en todas las áreas de la empresa Cryogas.

Las preocupaciones más importantes dentro de las organizaciones es conocer cuáles son los factores que generan un proceso de comunicación, del cual el personal no se sienta satisfecho y esto se vea reflejado en una baja productividad,

basado que la finalidad de este proyecto sea lograr una solución óptima para que la organización cumpla con la meta propuesta.

El objetivo principal del presente trabajo es presentar un análisis de la comunicación en la empresa Cryogas en la que se mide la comunicación para conocer el grado de satisfacción de los empleados dando a conocer un estudio empleado percibido dentro de la organización y a partir de estos datos buscar que el personal se sienta conforme con lo planteado y a la vez esto se vea reflejado en el mejoramiento continuo para la empresa Cryogas.

1. TITULO

DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA EN LA EMPRESA CRYOGAS S.A. DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2012.

2. MARCO CONTEXTUAL

2.1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.2 RESEÑA HISTÓRICA

Cryogas S.A, con más de 60 años de experiencia en Colombia, es ahora una compañía filial del Grupo Empresarial Chileno INDURA, el cual ocupa la primera participación en el mercado de gases y soldaduras en Chile, y cuenta con operaciones directas en México, Ecuador, Perú y Argentina, además de una red que cubre a toda la región latinoamericana y Norteamérica.

Cryogas S.A en Colombia ofrece un amplio portafolio de gases industriales, mezclas, gases medicinales y científicos, productos y equipos para soldadura, discos abrasivos, elementos de seguridad para el soldador y completos servicios de asistencia técnica y soporte comercial en todo el país.

Nuestros Ingenieros están entrenados para diseñar, instalar, iniciar y verificar los sistemas de suministro de gases que se requieran en nuevos desarrollos, y capacitar a nuestros clientes en la operación de estos sistemas y en los procedimientos de seguridad. La calidad de nuestros productos y servicios se encuentra certificada bajo la norma ISO 9001:2008, en las unidades básicas de manufactura, garantizando así la homogeneidad y cumplimiento de los estándares internacionales.

Cryogas S.A cuenta con dos modernas plantas de producción de gases del aire, situadas en Barbosa (Antioquia) y Sibaté (Cundinamarca), con Certificación NTC ISO 14001-2004. Y una planta de Dióxido de Carbono (CO₂), con una capacidad

de producción de 22 toneladas por día, que alimenta diversos tanques de almacenamiento instalados en diferentes ciudades del país, para el suministro a granel en tanques criogénicos y en forma gaseosa en cilindros, todas con certificación de Buenas Prácticas de Manufactura.

La capacidad de distribución de la Compañía es de 110.000 galones y la continuará incrementando de acuerdo con las necesidades del mercado. La capacidad neta de producción es de 233 toneladas por día de gases del aire, complementada con almacenamiento en plantas, de 450.000 galones y más de 300.000 galones instalados en nuestros clientes.

Cryogas S.A cuenta con una amplia y capacitada fuerza de ventas y ha abierto las puertas en más de 24 puntos de venta directos en las diferentes ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali, Urabá, Pasto, Barranquilla, Cartagena, Montería, Pereira, Manizales, Bucaramanga, Barrancabermeja, Duitama, Cúcuta, Ibagué, Neiva y Villavicencio.

Para dar soporte directo a nuestra infraestructura, Cryogas S.A cuenta con CRYOLÍNEA, el Centro Integral de Servicio al Cliente que atiende las 24 horas, todos los días del año, donde los clientes pueden solicitar sus pedidos y hacer seguimiento de éstos, recibir asesoría técnica y comercial, solicitar información sobre sus estados de cuenta, solucionar sus inquietudes y reclamos, comprar directamente nuestros productos, entre otros, y el cual se encuentra certificado bajo la norma ISO 9001:2008.

Cryogas S.A es una compañía siempre dispuesta a conocer y responder a las necesidades individuales de cada cliente, para convertirnos así en sus socios y asesores y poderles entregar un servicio óptimo y de excelente calidad.

Misión

“Somos una corporación internacional que entrega soluciones tecnológicas integrales, principalmente asociadas al uso de gases y soldaduras, y para la seguridad de las personas. Somos un eje de desarrollo para otras industrias y el sector salud, a través de la innovación y generación de valor hacia nuestros clientes y trabajadores. Nos focalizamos en la eficiencia y la rentabilidad que asegure nuestro crecimiento y posicionamiento en los países donde operamos”.

Visión

“Ser líderes en el mercado latinoamericano en la entrega de soluciones tecnológicas integrales a otras industrias y el sector salud, principalmente con gases, soldaduras y seguridad industrial”.

Valores Corporativos

- Eficacia
- Superación
- Confiabilidad
- Ética
- Compromiso

Sistema Integrado de Gestión

El Sistema Integrado de Gestión de Cryogas S.A cubre las áreas de seguridad, salud, ambiente y calidad y está certificado en ISO 9001 versión 2008 (Sistema de Gestión de la Calidad) e ISO 14001 versión 2004 (Sistema de Gestión Ambiental) según aprobación del ICONTEC en los siguientes procesos:

Planta Barbosa: Sistema Integrado de Gestión para la producción y comercialización de oxígeno líquido (O₂), argón crudo líquido (Ar), nitrógeno líquido y gaseoso (N₂) y dióxido de carbono líquido (CO₂) para uso industrial y medicinal. Producción, llenado y comercialización de acetileno; llenado y

comercialización de amoniaco; preparación, llenado y comercialización de agua amoniacal.

Planta Sibate: Sistema de Gestión de la Calidad para producción y comercialización de oxígeno, argón y nitrógeno líquido. Producción y llenado de gases de especiales, puros, mezclados, corrientes y/o certificados.

Estación de Llenado Sabaneta: Sistema de Gestión de la Calidad para las operaciones de llenado, comercialización y distribución de gases medicinales e industriales desarrolladas en la estación de llenado Sabaneta.

Cryolinea: Sistema de Gestión de la Calidad para la atención y manejo de pedidos, inquietudes y reclamos de clientes, cobro de cartera, ventas y asesoría comercial vía telefónica a clientes desde el Centro de Servicio al Cliente “Cryolinea”.

Soluciones de Ingeniería en Clientes: Sistema Integrado de Gestión para mantenimiento e instalación tanques estacionarios, tanqueros, manifolds, equipos médicos y equipos de medición y control en clientes y estaciones de llenado.

Distribución: Sistema de Integrado de Gestión para la distribución de CO₂, oxígeno, nitrógeno, amoniaco y argón crudo en estado líquido desde la planta Barbosa.

Cryogas S.A cuenta con Certificación INVIMA, según el modelo de Buenas Prácticas de Manufactura, para sus 12 estaciones de llenado, certificación indispensable para la fabricación de gases medicinales.

2.3 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Productos

Abrasivos

- Discos de corte y desbaste
- Discos de fibra- fibrodiscos
- Gratas
- Pliegos de lija

Elementos de Protección

- Protección a la vista
- Protectores faciales
- Protección de cabeza
- Protección de manos
- Ropa de trabajo

Equipos y Máquinas

- Compresores
- Equipos de oxicorte
- Equipos médicos para casa/hospitalarios
- Máquinas para soldar

Gases Industriales

- Acero al carbono
- Acero inoxidable
- Acetileno
- Aluminio
- Amoniaco anhidro
- Argón
- Cryocort
- Dióxido de carbono
- Festigas
- GLP
- Hidrogeno

- Mezclas para soldadura
- Nitrógeno
- Oxígeno

Medicinales

- Aire
- Dióxido de carbono
- Helio
- Nitrógeno
- Óxido Nitroso
- Oxígeno gaseoso/líquido

Soldaduras

- Alambres
- Electrodo
- Fundentes
- Grafitos
- Varillas

Servicios

Asistencia técnica básica, en el manejo, almacenamiento, uso del producto y normas de seguridad, sin costo adicional. - Arriendo de cilindros. - Capacitación en manejo seguro de gases y equipos. - Proyectos e instalaciones: diseño, fabricación, montaje y puesta en marcha de sistemas de suministros de gases. Evaluación de procesos en corte y soldadura, y mejoras en la productividad. Capacitación y servicio técnico.

2.4 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Dirección: Carrera. 50 No. 52 – 50 Piso 10 Edificio Unión Plaza.

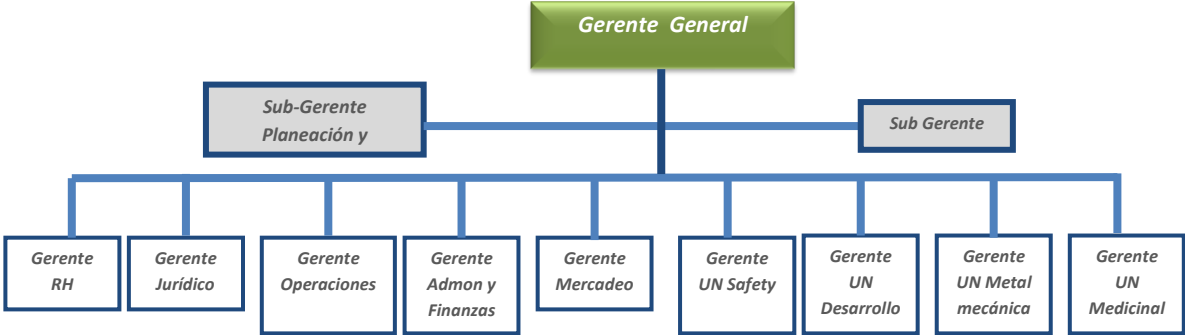
Teléfono: 514 5050

Fax: 511 42 29

Página Web: www.cryogas.com.co

ORGANIGRAMA

Figura 1. Organigrama Empresa Cryogas



3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

3.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Dado que la comunicación en las organizaciones es de vital importancia para el cumplimiento eficaz de sus objetivos y que este es un medio que en conjunto, permite el desarrollo de sus integrantes para enfrentar los retos y necesidades de una organización, igualmente los mecanismos de comunicación deben estar debidamente estructurados para que la información sea difundida de manera clara y oportuna, teniendo en cuenta que las organizaciones funcionan por medio de la comunicación y que el desarrollo de la misma depende de esto.

Es por esto que con esta investigación se pretende profundizar en la implementación de estrategias para el buen funcionamiento de la comunicación de la empresa Cryogas y llevar a un mejor desempeño de sus funciones. Una de las razones principales de la comunicación es desarrollar la visión común. En la empresa Cryogas, la comunicación fluye ocasionalmente de forma ascendente y descendente. Sin embargo, no se ha realizado un estudio que confirme si se realiza de manera clara, eficaz y eficiente y si los canales utilizados son los adecuados, puesto que en ocasiones es distorsionada. Es por ello que para la buena gestión empresarial tiene que existir una comunicación fluida, dado que la comunicación es un elemento imprescindible y por lo tanto, un proceso digno de estudiarse para analizar si se está llevando a cabo de forma eficaz o si de lo contrario, no está desarrollándose de la manera adecuada, y posteriormente, de esa manera llegar a detectar problemas para plantear soluciones.

3.2 ANTECEDENTES DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

CRYOGAS, tiene como meta, ser líderes en el mercado Latinoamericano en la entrega de soluciones tecnológicas integrales a otras industrias y el sector salud,

principalmente en gases, soldaduras y seguridad industrial. Para lograr este objetivo se requiere el posicionamiento de una cultura propicia para el cambio y el desarrollo, se necesita que todos los colaboradores empiecen a pensar globalmente, a prepararse y adquirir o reforzar nuevas habilidades y conocimientos que le permitan asumir retos y adaptarse a la dinámica del entorno. Gente CRYOGAS es la iniciativa que busca responder a esta necesidad, posicionando valores, hábitos, comportamientos, competencias, iniciativas, proyectos y focos estratégicos, que caractericen el actuar e incluso el sentir de una persona que trabaje en CRYOGAS, características que ratificarán que el recurso humano es el principal factor diferenciador de la Organización. Es de esta manera que Cryogas requiere para su organización canales de comunicación asertiva que conlleven a la compañía a crear estamentos mas establecidos puesto en ocasiones es demasiado distorsionada o no se cumplen los parámetros estipulados por la organización.

4. DIAGNÓSTICO CONTEXTUAL

La empresa Cryogas es una empresa distribuidora y comercializadora de gases medicinales, industriales y artificiales, la cual necesita que la comunicación sea adecuada para una buena gestión empresarial. Se han identificado que en algunas áreas existen flujos de comunicación reconocidos y establecidos, además se cuenta con un soporte estructural para el control de estos flujos de forma periódica, pero se sabe que no siempre se cumple con agilidad a través de la estructura corporativa, es por ello que se necesita trabajar más en su comunicación, dado que se tiene como objetivo apoyar la estrategia, proporcionando coherencia e integración entre objetivos, planes y acciones de la dirección y gestión de la imagen y de la información, es primordial alcanzar a ser un referente informativo, Integrar las áreas de la compañía, alinear esfuerzos corporativos, asegurar que la información llegue a las filiales y distritos, dar reconocimiento a los colaboradores a través de la información, acompañar las áreas, los procesos, los proyectos en los que se afecte la cultura organizacional y que requieran la participación de los colaboradores con información oportuna, retroalimentar sobre procesos y proyectos intervenidos que la requieran y sobre la información enviada, gestión de cultura organizacional todas las acciones de comunicación interna están encaminadas a ellos.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar diagnóstico del estado actual de la comunicación organizacional interna en la empresa Cryogas S.A. de la ciudad de Medellín durante el segundo semestre del año 2012, mediante la aplicación de un instrumento de medición que permita identificar estrategias de intervención.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir un instrumento que permita diagnosticar el estado de la comunicación organizacional en la empresa Cryogas.
- Aplicar el instrumento de medición.
- Tabular y analizar la información obtenida en la medición.
- Proponer estrategias de comunicación organizacional en la empresa Cryogas.

6. JUSTIFICACIÓN

La comunicación es esencial en cualquier campo de interacción humana. Por medio de la comunicación ya sea oral o escrita podemos transmitir y compartir conocimientos, conceptos, sentimientos, ideas, emociones, y estados de ánimo, entre otros. La comunicación es la única actividad que todo el mundo comparte.

Los beneficios de la comunicación son demasiados como para poder enumerarlos, ya que mejoran todos los aspectos de la vida, tanto los personales como lo profesional. La capacidad para comunicar es vital para el éxito de cualquier empeño.

En la presente década se ha podido evidenciar lamentablemente que la mayoría de empresas, a pesar de trabajar con empeño vemos que la falta de motivación, honestidad, asertividad, confianza, y la comunicación no son evidentes al momento de determinar e interactuar conjuntamente, debido a la presencia de otros factores que han incidido en el desarrollo de las mismas como el caso de la tecnología que ha reducido la posibilidad de que predomine de manera más eficaz aspectos connacionales en la parte de relaciones interpersonales. Es el momento donde es necesario buscar una alternativa que permitan un buen desempeño y así poder mejorar los resultados dentro de una empresa.

Este trabajo está dirigido no sólo a los empleados si no todos a la empresa en general ya que la convivencia se da con todos lo que hacen parte de esta, con el fin de mejorar las relaciones interpersonales.

A su vez la elaboración de este trabajo va con el fin que una buena comunicación dentro de una empresa se evita demasiados problemas entre jefes y compañeros , o una convivencia más armónica en los puestos de trabajo.

7. POBLACIÓN BENEFICIADA

La población beneficiada con el proyecto son estrictamente los empleados de la ciudad de Medellín que se encuentran distribuidos de la siguiente manera.

OFICINA PRINCIPAL

Gerencia administración financiera: 43 empleados
Gerencia de operaciones: 11 empleados
Gerencia desarrollo comercial: 6 empleados
Gerencia general: 6 empleados
Gerencia jurídica: 1 empleado
Gerencia mercadeo: 28 empleados
Gerencia recursos humanos: 6 empleados
Gerencias comerciales: 2 empleados
Gerencia legal: 1 empleado
Sub gerencia: 4 empleados
Subgerencia de proyecto diamante y crea: 2 empleados
Contraloría: 2 empleados

Total: 120 empleados

BARBOSA

Gerencia de operaciones: 16 empleados
Gerencia comercial: 1 empleado

Total: 17 empleados

SABANETA

Gerencia comercial: 38 empleados

Gerencia desarrollo comercial: 1 empleado

Gerencia de operaciones: 1 empleado

Total: 40 empleados

Total empleados en la ciudad de Medellín 177

8. MARCO METODOLÓGICO

8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación está enmarcada dentro de un tipo descriptivo ya que como resultado final se describirá el estado de diagnosticara la comunicación organizacional de la empresa Cryogas.

8.2 MÉTODO

El método utilizado es deductivo ya que se pretende pasar de lo general a lo particular mediante instrumentos que permitan identificar la comunicación organizacional dentro de la empresa Cryogas.

8.3 ENFOQUE

El enfoque es cuantitativo ya que busca mediante la aplicación de un instrumento utilizar la recolección de datos numéricos y análisis de los mismos en la cual se podrá dar respuesta a la pregunta investigativa.

8.4 DISEÑO

El diseño es no experimental, pues en el transcurso de la investigación no habrá manipulación intencionada de variables, solo se observarán fenómenos para posterior a ello realizar un análisis de estos.

8.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

8.5.1 FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA

En primera instancia se establece un contacto con la encargada del área de recursos humanos quien suministra toda información correspondiente sobre la comunicación que se maneja al interior de la empresa.

8.5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

Las fuentes secundarias son: libros y sitios de internet relacionados con la temática a investigar.

8.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

8.6.1 PROCEDIMIENTOS

La información será recolectada haciendo uso de fuentes primarias y secundarias. Teniendo en cuenta elementos como encuestas, entrevistas que nos arrojaran información para el diagnóstico de la comunicación dentro de la empresa Cryogas.

9. ASPECTOS LEGALES

Resolución numero 2646 de 2008

Por la cual se establecen disposiciones y se definen responsabilidades para la identificación, evaluación, prevención, intervención y monitoreo permanente de la exposición a factores de riesgo psicosocial en el trabajo y para la determinación del origen de las patologías causadas por el estrés ocupacional.

El Ministro de la Protección Social, en ejercicio de sus facultades legales, en especial de las que le confiere el artículo 83 de la Ley 9ª de 1979 y el numeral 12 del artículo 2º del Decreto-ley 205 de 2003.¹

Artículo 6º. Factores psicosociales intralaborales que deben evaluar los empleadores. La evaluación de los factores psicosociales del trabajo comprende la identificación tanto de los factores de riesgo como de los factores protectores, con el fin de establecer acciones de promoción de la salud y prevención de la enfermedad en la población trabajadora.

Características de la organización del trabajo: Contempla las formas de comunicación, la tecnología, la modalidad de organización del trabajo y las demandas cualitativas y cuantitativas de la labor.

Características del grupo social de trabajo: Comprende el clima de relaciones, la cohesión y la calidad de las interacciones, así como el trabajo en equipo.

¹El Ministro de la Protección Social, Resolución 2646 de 2008. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=31607>. Consultado el 14 de octubre 2012

Condiciones de la tarea: Incluyen las demandas de carga mental (velocidad, complejidad, atención, minuciosidad, variedad y apremio de tiempo); el contenido mismo de la tarea que se define a través del nivel de responsabilidad directo (por bienes, por la seguridad de otros, por información confidencial, por vida y salud de otros, por dirección y por resultados); las demandas emocionales (por atención de clientes); especificación de los sistemas de control y definición de roles.

Estrés laboral

El concepto de estrés fue introducido por primera vez en el ámbito de la salud en el año 1926 por Hans Selye. En la actualidad, es uno de los términos más utilizados. Todos hablamos de estrés. Selye, definió el estrés, como la respuesta general del organismo ante cualquier estímulo estresor o situación estresante.

El término estrés, partió de un concepto físico haciendo referencia a una fuerza o peso que produce diferentes grados de tensión o deformación en distintos materiales. Selye no hace referencia al estímulo (peso o fuerza), sino a la respuesta del organismo a éste. Utiliza el término estrés para describir la suma de cambios inespecíficos del organismo en respuesta a un estímulo o situación estimular (1956).²

Mi opinión personal en términos generales el estrés es una respuesta automática, permite que la persona pueda determinar una inactividad de exposición ante una situación por que ataca todos los órganos del sistema humano llevándolo a una crisis de conmoción de rabia ante algún estímulo .

El ser humano como tal desde psicología es impredecible ante alguna situación ya que reacciona de forma sensible respecto a lo que es su personalidad.

² El estrés laboral: Causas, efectos en la empresa contemporánea actual y formas de prevenirlo. <http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento/causas-efectos-del-estres-laboral-como-prevenirlo.htm>. Consultado el 13 de octubre de 2012

El estrés genera muchas características permite que la persona le afecte en lo personal, familiar, laboral y en lo social , tenemos los siguientes características situacionales :

- Se genera un cambio o una situación nueva.
- Suele haber falta de información.
- Incertidumbre. No se puede predecir lo que va a ocurrir.
- Ambigüedad: cuanto más ambigua sea la situación, mayor poder estresante generará.
- La inminencia del cambio puede generar todavía más estrés.
- En general, se tienen habilidades para manejar las nuevas situaciones.
- Se producen alteraciones de las condiciones biológicas del organismo que nos obligan a trabajar más intensamente para volver al estado de equilibrio.
- Duración de la situación de estrés. Cuanto más tiempo dure una situación nueva, mayor es el desgaste del organismo.

10. MARCO TEÓRICO

10.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

A lo largo de la historia, la humanidad ha presentado una misma necesidad, comunicarse. Esto ha estimulado a infinidad de autores durante la época contemporánea, a abordar el tema de la comunicación, propiciando la derivación de un sin número de ramas y propuestas que a su vez se combina con otras ciencias y disciplinas. El análisis, de esta clase de comunicación se centra en el diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las variables complejas que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar la interrelación e interacción entre sus miembros, y así fortalecer y mejorar la identidad y desempeño de las instituciones.

La comunicación Organizacional tiene varias definiciones pero en sentido general todas se refieren alrededor del mismo aspecto. Según Herald Goldhaber es “el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes”.³ Andrade de San Miguel por su parte la define “como el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre esta y su medio”.⁴

Dado a las definiciones anteriores y otras emitidas al respecto por estudiosos del tema, se contribuyen que la comunicación organizacional es un conjunto de técnicas y actividades que llevan a la realización dinámica y efectiva en los flujos de mensajes que se producen al interior de una organización, así como entre sus miembros y su medio conllevan varios propósitos inmersos por ejemplo: influir en

³ Herald Goldhaber. Citado por Fernández, Carlos (1997). La Comunicación en las organizaciones. México: Trillas. <http://www.eumed.net/rev/cccsc/20/cbfp.html>. (Consultado 24 septiembre de 2012)

⁴ IBID, <http://www.eumed.net/rev/cccsc/20/cbfp.html>. (Consultado 24 septiembre de 2012)

las opiniones, intervenir en las aptitudes y actitudes de los empleados, mediar en los procesos internos y externos de la organización.

Es decir, la comunicación es producida para dar a conocer a otros emociones, sentimientos, formas de pensar, etc. A través de ciertos símbolos, signos y palabras que permitan que las demás personas reciban y entiendan el mensaje que se ha enviado. Así, comunicar no solo significa enviar información o un mensaje, si no hacer que esta sea común entre las persona involucradas en el proceso, lo que se llama comunicación eficaz.

La comunicación organizacional abordada por Gerald Goldhaber es “un flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes”.⁵ (Goldhaber en Homs, también añade que es el estudio de este flujo de mensajes de las organizaciones.

Por su parte Homs, refiere que la comunicación organizacional “es una actividad que tiene como objetivo la creación y mantenimiento de una imagen positiva a través del trabajo planificado y sistematizado de difusión de información”.⁶

Es decir, la comunicación organizacional no solo es el flujo de información, los mensajes o la imagen positiva sino también la discusión y solución de los problemas dentro de la empresa para tener un beneficio.

10.2 COMUNICACIÓN INTERNA

El estudio de la comunicación interna centra su interés en los procesos y subprocesos por medio de los que se procuran que los miembros de la organización cumplan las tareas encomendadas y en cómo los canales de información la facilitan, de acuerdo con los objetivos propuestos para el grupo.

⁵ Comunicación organizacional. http://www.umar.mx_HX/UMAR_HUATULCO/html. (consultado 23 septiembre 2012)

⁶ *Ibíd.*, http://www.umar.mx_HX/UMAR_HUATULCO/html. (consultado 23 septiembre 2012)

Es necesario hacer énfasis en que la empresa tiene su estructura limitada lo que permite que los flujos de comunicación internos sean más dinámicos, directos y continuos, lo que favorece explotar los recursos comunicacionales internos mucho más intensamente y con niveles de eficacia mayores.

Antonio La Casa afirma que “la comunicación interna se basa en el estudio de los flujos comunicacionales internos de una empresa. Su conocimiento permite comprender la estructura organizativa de la empresa y adecuar las herramientas e instrumentos necesarios propiciados por la direccionalidad. Podemos distinguir tres tipos de comunicación interna: la horizontal, la transversal y la vertical, esta última, a su vez, puede ser descendente o ascendente”.⁷

Es de esta manera que un adecuado funcionamiento de la comunicación dentro de la empresa puede contribuir si es orientado estratégicamente, a modificar la cultura organizacional en beneficio de los resultados de la organización, dado a la calidad de esta comunicación depende que el compromiso laboral de la empresa desarrolle el trabajo en grupo y el valor de las comunicaciones formales e informales, se mantenga en contacto, desarrolle confianza, brinde ayuda y comparta una visión fortalecida al sentimiento de pertenencia como forma de crear relaciones dentro y fuera de la organización.

La comunicación hace posible que la gente se organice, defina sus objetivos, ejecute sus tareas, comparta sus ideas, tome decisiones, resuelva problemas y genere cambios. Al mismo tiempo, la comunicación hace posible que se genere un ambiente donde los individuos se sientan valorados como personas.

⁷ La casa Antonio. Citado por Fernández, Carlos (1997). La Comunicación en las organizaciones. México: Trillas. <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/cbfp.html>. (Consultado 24 septiembre de 2012)

Según Kreps⁸ la comunicación interna se puede definir como el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas. Ha de ser fluida, implicarte, motivarte, estimulante y eficaz en sí misma. Debe obedecer a una cultura y a una identidad. Y estar orientada a la calidad en función del cliente. Sus funciones y objetivos deben estar incluidos dentro del plan estratégico de la compañía y debe ser gestionada al mismo nivel que el resto de políticas estratégicas de la organización. Esta comunicación representa un elemento fundamental que es indispensable para la integración y la interacción del recurso humano en torno a la conceptualización del contexto que va enmarcado las organizaciones, permitiendo una necesaria vinculación con la operación de las estrategias establecidas que van enmarcadas en un referencial de un plan y una visión a seguir que se verá el logro cuando el objetivo de la meta sea cumplido.

Joan Costa⁹ considera que el problema central en las relaciones dentro de una empresa es la comunicación. Porque es difícil ser escuchados por los colaboradores si éstos, a su vez, no están convencidos de que efectivamente se los escucha también a ellos. Esto es válido igualmente para los públicos externos, y no sólo para los públicos integrados por los distintos segmentos de consumidores, sino también en un sentido más amplio, por la ciudadanía en general.

La comunicación es mucho más compleja de lo que pensamos, pero en muchas de las ocasiones funciona dependiendo del círculo en que las personas se interrelacionen, todo el tiempo estamos recibiendo mensajes del ambiente y de las personas que nos rodean. En una simple conversación estamos recibiendo información mucho más allá de lo que se está diciendo lo que nos permite tomar

⁸ La comunicación interna, herramienta estratégica de gestión para la empresa. Citado en documento Morales Serrano Francisca. <http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>. consultado 16 de octubre 2012

⁹ *Ibíd.*

decisiones y discriminar información de manera inmediata, el error es caer en las preocupaciones y el acierto sería buscar una retroalimentación fuerte, haciendo uso de ella para ser más claros y objetivos con lo que se quiere transmitir.

Kreps,¹⁰ afirma que las organizaciones empresariales se consideran fruto de una realidad formal y otra informal en su funcionamiento cotidiano. Esta realidad genera en La Comunicación Interna, los correspondientes canales de comunicación formales “también llamados canales oficiales informales”, que debemos reconocer y distinguir. Estos canales de comunicación son “complementarios y sustituibles”. Las diferentes fuentes de comunicación le dan herramientas al hombre para que interactúe con los demás llevando así un canal de comunicación que será transmitido por diferentes vías que ayudaran a que la causa de una comunicación mal difundida no ayude a que esta sea explícita y clara generando una comunicación que se vea idealizada solo en parámetros conceptuales mas no en el contexto que se está dando.

10.3 DIAGNOSTICO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Se puede definir al diagnóstico como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un tiempo dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir.

El diagnóstico no es un fin en sí mismo, sino que es el primer paso esencial para perfeccionar el funcionamiento comunicacional de la organización se examinan y mejoran los sistemas y prácticas de la comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles y también las producciones comunicacionales

¹⁰ Ibid.

de una organización es de esta manera que para poder llevar a cabo con éxito un diagnóstico organizacional se deben cumplir algunos requisitos básicos.

1. Antes de iniciar el proceso de diagnóstico es indispensable contar con la intención de cambio y el compromiso.
2. se debe dar amplias facilidades al consultor (interno o externo) para la obtención de información y no entorpecer el proceso de diagnóstico.
3. El consultor manejará la información que se obtenga del proceso en forma absolutamente confidencial.
4. También debe proporcionar retroalimentación acerca de los resultados del diagnóstico a las fuentes de las que se obtuvo la información.
5. El éxito o fracaso del diagnóstico depende en gran medida del cliente y del cumplimiento de los acuerdos que haga con el consultor.¹¹

Igualmente la realización del diagnóstico incluye la comunicación interna como la externa, por lo que Daniel Prieto considera que es “Una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientadas a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer fortalezas y debilidades a retomar en la planificación; acciones destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivo en el grupo, la comunidad o la institución.”¹²

¹¹ B Mesa Adriana. El Diagnóstico Organizacional; elementos, métodos y técnicas, México, 2009.<http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/diagnostico.html> (consultado: 24 septiembre de 2012).

¹² Prieto Daniel. Citado por Fernández, Carlos (1997). La Comunicación en las organizaciones. México: Trillas. <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/cbfp.html>. (Consultado 24 septiembre de 2012).

En la actualidad los constantes cambios, la expansión de los mercados, la globalización, la calidad y la competitividad son algunos de los mayores retos que deben enfrentar las empresas, según comenta Mónica Valle

(2003) en su artículo La comunicación Organizacional de cara al siglo XXI. Ante estos retos, las empresas son cada vez más conscientes de la importancia de la comunicación como herramienta estratégica, poniendo a la comunicación organizacional como uno de los temas de interés, es de tal manera que la Comunicación se debe plantear como adjetivo y herramienta de las relaciones empresariales, en donde tanto trabajadores como empresarios actúen como emisores y receptores, en busca de un bien común que es la comunidad labora.

Pero los métodos y prácticas de la comunicación de una organización, como sucede con todas las actividades humanas, son susceptibles de desestabilización cuando no se tiene establecido un sistema permanente de evaluación y mejoramiento, y es en la búsqueda de una respuesta a esta necesidad que surge la comunicación organizacional.

Es por ello la importancia del diagnostico organizacional que tiene como propósito examinar y mejorar los sistemas y practicas de comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles.

10.4 CANALES DE COMUNICACIÓN

La comunicación en las organizaciones es una de las herramientas más importantes para lograr la productividad y motivación del personal. Es el medio a través del cual los integrantes conocen y difunden su trabajo, cuando el personal está al tanto de las herramientas de comunicación que la organización les otorga, se facilita el flujo de información. No es suficiente implementar canales de comunicación, la clave está en que el personal pueda utilizarlos de manera responsable y eficaz, no sólo para estar debidamente informados de lo que

acontece en el lugar donde se desempeñan, sino también como parte de un clima laboral que contribuye a su propio desarrollo personal y profesional.

La falta de escucha, la mala elaboración del mensaje al momento de reclamar sus derechos, el uso de canales inadecuados para transportar el mensaje, la desviada interpretación del mensaje, y la dificultad para reconocer y respetar el trabajo y la opinión de otros, son las causas principales de la incorrecta comunicación entre las personas formando los más grandes conflictos.

La comunicación es una realidad humana que no se puede evitar, por lo que cada día se debe cuidar y cultivar, ya que es un proceso de organización continua, irreversible, ligada estrechamente al contexto en que ocurre, la que puede dejar marcada profundas huellas en el tiempo y en el espacio mismo.

La comunicación independientemente de su función debe concebirse como un proceso o flujo, el cual, puede estar representado por un modelo de comunicación, que incluye sus componentes o elementos. Al respecto Chiavenato (1998), Plantea los siguientes elementos de la comunicación:

Emisor o fuente: persona, cosa o proceso que emite un mensaje para alguien, es decir, hacia un destinatario. En él se distinguen factores que influyen al grupo en la fidelidad de su mensaje, ellos son:

Habilidad comunicativa: se refiere a la capacidad analítica de la fuente para conocer sus propósitos y a su capacidad para codificar los mensajes que expresen su intención. Se destaca particularmente el dominio del lenguaje, la habilidad verbal de la fuente para hablar y escribir.

Actitud: la fidelidad de la comunicación se ve afectada por tres tipos de actitudes que presenta la fuente; la actitud hacia sí mismo o auto percepción; la actitud

Conocimiento: se refiere al nivel de conocimiento que posee la fuente tanto al tema de su mensaje como al proceso de comunicación en sí mismo. Este conocimiento afectaría la conducta de comunicación, de manera tal, que a mayor nivel de conocimiento, mayor será la fidelidad.

Sistema sociocultural: se refiere a la ubicación de la fuente en su contexto social y en la cultura determinada. Esta posición condicionara los roles que desempeña su expectativa. Todo ello incide en la forma en que la fuente se comunica.

Mensaje: es la forma física en la cual el emisor codifica la información y los factores del mensaje que influyen en la fidelidad de la comunicación son:

Código: es el conjunto de símbolos que pueden ser estructurados de manera que posean significados.

Contenido: son todas las afirmaciones hechas, las conclusiones derivadas, los comentarios. La forma que elige la fuente para disponer las afirmaciones de un mensaje constituye la estructura del contenido.

Tratamiento: corresponde a las decisiones que toma la fuente al seleccionar y estructurar el código y el contenido de una manera determinada.

Canal: es definido como los sentidos a través de los cuales un decodificador receptor puede percibir el mensaje transmitido por la fuente en codificadora.

Receptor: es el equipo situado entre el canal y el destino. Se debe reconocer al receptor como el eslabón más importante del proceso de comunicación, para lograr su efectividad, ya que él se encarga de descodificar el mensaje para hacerlo comprensible al destino o emisor.¹³

¹³ Chiavenato Idalberto. Administración de recursos humanos, V edición, editorial: Mac Gruw- Hill pág 93.

En resumen, la comunicación es un proceso que incluye personas; quienes transmiten un mensaje mediante sistemas de señales, que usando un canal; llegan a otra persona denominada receptor, este último indica por medio de respuestas sobre la manera como ha recibido la información. Para ello los mensajes deben cumplir con las siguientes características: completos, explícitos, precisos, directos, coincidente en lo verbal y no verbal y susceptibles de requerir aclaración.

10.5 COMUNICACIÓN ASERTIVA

Se fortalece como en ser claro, contundente y directo haciendo entender al máximo nuestro mensaje de una forma clara con lo cual aumenta las expectativas de que el mensaje sea entendido y aceptado. Una buena comunicación asertiva permite una gran importancia en nuestras vidas y marca la diferencia en la vida de las personas.

10.5.1 DIRECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN

10.5.2 DESCENDENTE

Se refiere a la comunicación que fluye de un nivel del grupo u organización a uno que se encuentra más bajo. Por ejemplo se da en el caso de un supervisor de planta que se comunica con un obrero que se encuentra a su cargo, es empleada por los gerentes y líderes para asignar metas, informar a sus empleados, brindar datos o información, indicar los problemas que se estén presentando, proporcionar retroalimentación sobre el desempeño, dar indicaciones.

10.5.3 ASCENDENTE

Fluye dirigido hacia un nivel superior de la organización o grupo, es empleado para brindar retroalimentación a los niveles superiores, dar a conocer los

problemas que se estén presentando etc. De igual manera permite a las personas que se encuentren en el nivel superior, mantenerse informados acerca de cómo se sienten los Empleados en su puestos de trabajo, en sus relaciones con sus compañeros, y en general con la organización en su totalidad.

10.5.4 DIMENSIÓN LATERAL

Se da cuando la comunicación se realiza entre los miembros de grupos o equipos que se encuentran en el mismo nivel. Las comunicaciones horizontales a menudo se requieren para ahorrar tiempo y para facilitar la coordinación. Estas relaciones laterales bien pueden ser estimuladas de manera formal, o informalmente.

10.5.5 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Para que la comunicación en una empresa funcione correctamente hay que superar multitud de ciertas barreras que impiden un buen correcto funcionamiento laboral. Entre el las tenemos que existen en la comunicación:

Ambientales, verbales, interpersonales, semánticas, barreras físicas, fisiológicas, psicológicas, barreras administrativas

11. RESULTADOS

11.1 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Para medir la comunicación organizacional interna en la compañía se aplicó un cuestionario a una parte de los empleados de la empresa Cryogas, mediante los valores de cada enunciado del cuestionario se determinó la escala totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, parcialmente de acuerdo, totalmente de acuerdo en las preguntas de la 1 a la 11, en la pregunta 12 y 14 se valora el grado de interés siendo 1 el mínimo puntaje y 5 el máximo y en la 13 se establece mediante la variable lo utiliza poco, le da un uso adecuado, lo usan en exceso. Con este instrumento se midió la comunicación interna en la compañía las fuentes más utilizadas, las menos utilizadas y las falencias encontradas al momento de transmitir la información.¹⁴

11.2 EVALUACIÓN DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El instrumento se elaboró para ser respondido de forma anónima y el encuestador debe hacer insistencia de este punto con el fin de lograr el mayor número de participación y de veracidad en las respuestas.

El proceso para evaluar la comunicación en la empresa consistió en que los empleados respondieran un cuestionario de 14 preguntas dándole unos ítems y porcentaje para así darnos cuenta la viabilidad de la comunicación interna en la empresa Cryogas.

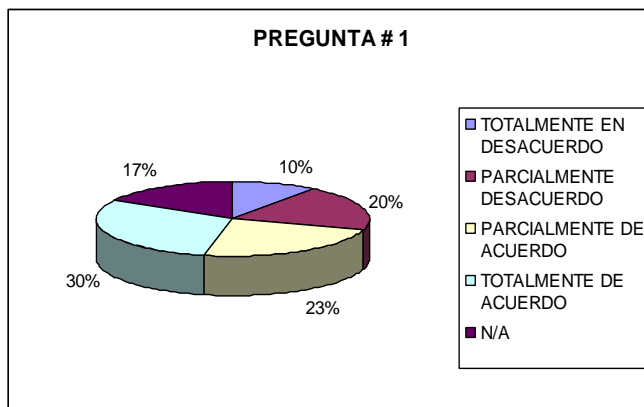
¹⁴ Para ver el instrumento de medición véase el anexo 1: **CUESTIONARIO DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL**

Los resultados arrojados en el transcurso de la realización de la encuesta fueron variables ya que se puede concluir por las respuestas dadas y por el porcentaje obtenido con la disponibilidad de los empleados, que la comunicación interna dentro de la organización es factible y se posee un buen canal de comunicación aunque faltan algunas para que tanto el jefe como los empleados, tengan una información que se dé y se bien trasmitida, resaltando la importancia que es un medio por el cual entre mejor uso se le de la comunicación será mejor valorada y mejor codificada.

11.3 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

PREGUNTA 1

Mi Jefe Directo me ha explicado claramente las funciones de mi puesto y mis límites de responsabilidades.



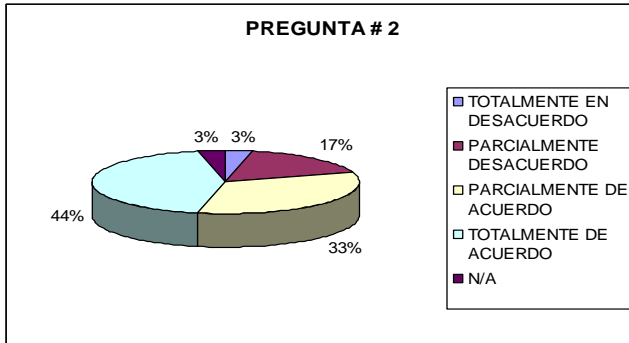
Grafica 1.

ANALISIS

Se puede evidenciar que tan solo un 30% los jefes les han explicado las funciones a sus empleados, porcentaje que es bajo para tan importante labor en la compañía pues este depende claramente de los objetivos a cumplir de cada empleado.

PREGUNTA 2

Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo.



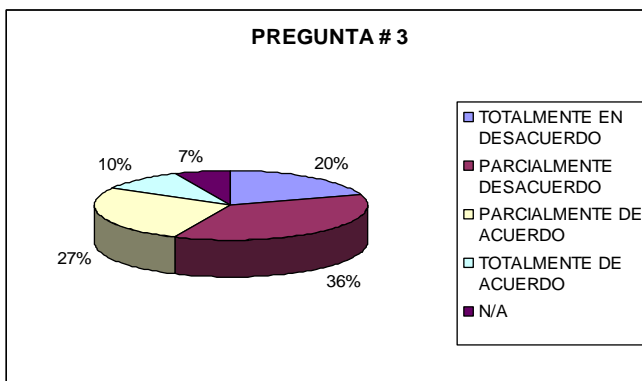
Grafica 2.

ANALISIS

De acuerdo con los resultados obtenidos se evidencia que un 44% de los empleados tiene conocimiento sobre los canales de comunicación implementados en la empresa Cryogas. Lo que nos indica que si bien los trabajadores presentan buena información sobre las herramientas se debe implementar un plan para que todos los empleados estén enterados de todas las herramientas de información.

PREGUNTA 3

Me parece que la forma de comunicación a través de email es efectiva.



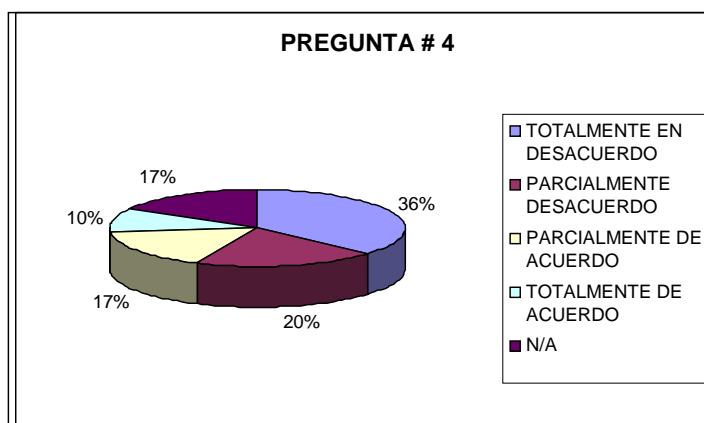
Grafica 3.

ANALISIS

Según la muestra el 36% y el 20% de los encuestados manifiestan estar en desacuerdo en la comunicación efectiva a través de email, cifra realmente preocupante puesto que es el canal de comunicación más utilizado.

PREGUNTA 4

La información que recibo siempre, es a través de rumores o canales informales de comunicación



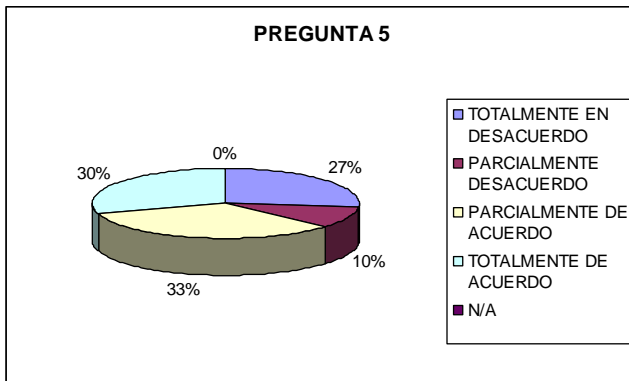
Grafica 4.

ANALISIS

En este grafico se puede evidenciar que la comunicación no es transmitida por rumores con un 36% y 17% igualmente es preocupante ya que con un 17% y 10% los empleados reciban información utilizando los canales inadecuados para recibir información relevante de la organización.

PREGUNTA 5

Recibo “en forma oportuna” la información que requiero para mi trabajo.



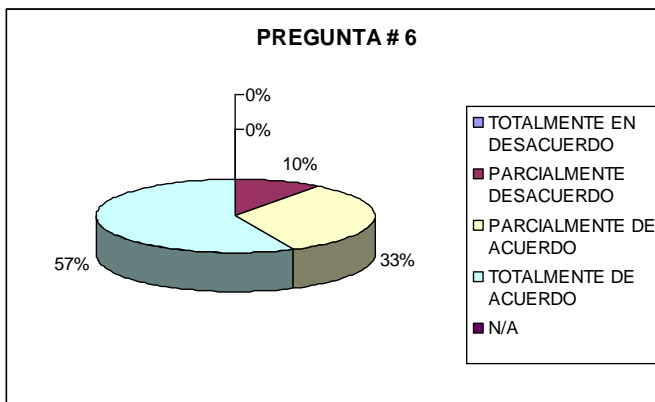
Grafica 5.

ANALISIS

Se puede apreciar que los empleados consideran que si reciben información para realizar con eficiencia su trabajo, lo cual parece verse favorecido, a pesar del bajo porcentaje que se obtuvo en la inducción del jefe inmediato.

PREGUNTA 6

La información que recibo es útil e importante para el desarrollo de mis actividades.



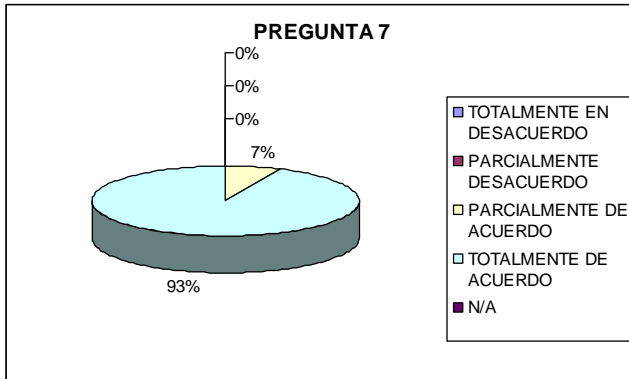
Grafica 6.

ANALISIS

El 90% de los encuestados coincidieron en la claridad, e importancia de la información recibida y su alineación con las actividades que realiza a diario, sin embargo un 10% de la población no estuvieron de acuerdo, lo cual constituye una buena oportunidad de revisar y orientar la información entregada.

PREGUNTA 7

Mis compañeros y yo sabemos quién es nuestro jefe directo.



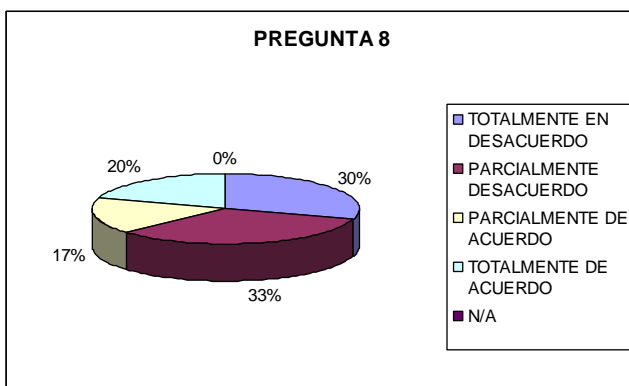
Grafica 7.

ANALISIS

Se tienen un 93% de la población con un conocimiento claro de quien es la persona que lidera el equipo , sin embargo se debe trabajar en el 7% restante dado que para obtener una efectividad en el alcance de los objetivos se debe tener claridad en el liderazgo del grupo de trabajo.

PREGUNTA 8

Existe comunicación entre mis compañeros de trabajo que permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales.



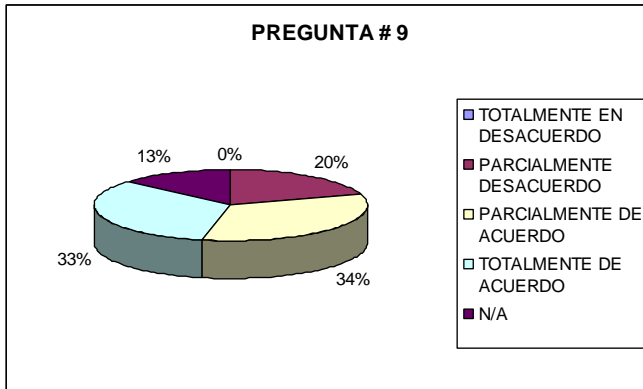
Grafica 8.

ANALISIS

Se observa una gran oportunidad para mejorar la comunicación del grupo de trabajo (30% y 33% de la población). No poseen buenas relaciones. Lo cual contribuye para mejorar y alcanzar las metas u objetivos de una forma más rápida y eficaz.

PREGUNTA 9

Existen oportunidades para dar a conocer mis ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de mi área de trabajo.



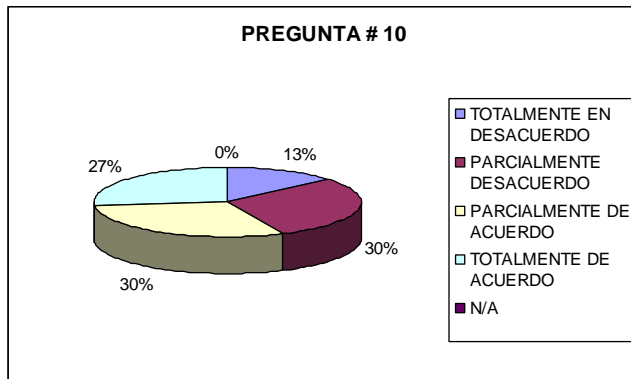
Grafica 9.

ANALISIS

El 67% de la población encuestada cree que si existe un ambiente propicio para aportar ideas que favorezcan a la empresa, el benchmarking entre áreas y la comunicación que de ella se derive podrá aportar en el alcance de las metas.

PREGUNTA 10

Para tomar decisiones importantes se ha tomado en cuenta mi opinión, ideas o sugerencias



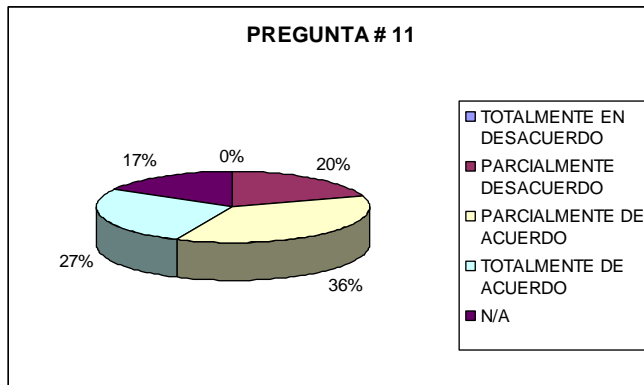
Grafica 10.

ANALISIS

Se observa un 43% de la población inconformes con la falta de participación en las ideas o sugerencias que aporten en el alcance de los objetivos, esta oportunidad debe aprovecharla la compañía para hacer partícipe a todo su grupo de trabajo en el logro de las metas.

PREGUNTA 11

Existe un sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización (jefe-colaborador, colaborador-jefe)



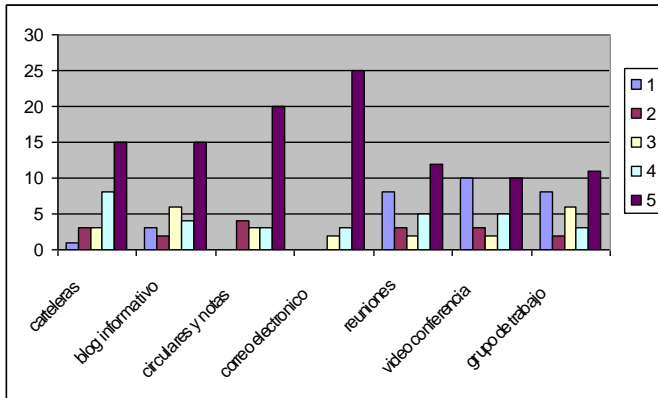
Grafica 11.

ANALISIS

Se observa que el porcentaje para dar respuesta a la pregunta la mayoría de los empleados estuvieron parcialmente de acuerdo es decir que si hay un sistema de comunicación de doble vía dentro de la empresa

PREGUNTA 12

Valora del 1 al 5 siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima el grado de interés que tienen para usted las siguientes herramientas de comunicación



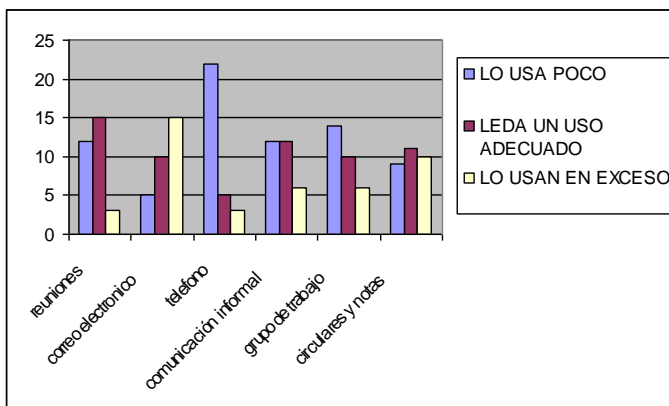
Grafica 12.

ANALISIS

Según los resultados obtenidos para los empleados el canal de comunicación que tiene más grado de interés es el correo electrónico, seguido de circulares y notas y el que menos interés tiene para ellos es la video conferencia, descartando factores importantes como son las reuniones y trabajo en equipo.

PREGUNTA 13

Cómo utiliza su jefe los siguientes canales de comunicación?



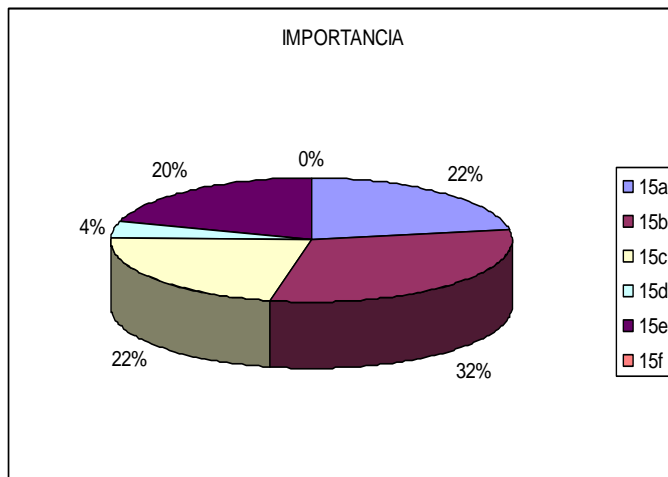
Grafica 13.

ANALISIS

Al observar la grafica nos damos cuenta que el canal de comunicación más usado por el jefe es el correo electrónico, usando poco el teléfono y el canal con un uso adecuado son las reuniones.

PREGUNTA 14

Se encuentra con algunos de los siguientes obstáculos al momento de trasladar la información que se necesita a su jefe o compañeros (marca todos los que procedan)



Grafica 14.

ANALISIS

De acuerdo con los resultados obtenidos se encuentra con un 32% que uno de los obstáculos más grande al momento de trasladar la información es el exceso de la misma, la cual impide con un 22% se encuentra ausencia en un procedimiento definido y falta de definición en las decisiones.

11.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA CRYOGAS.

ESTRATEGIA	RESPONSABLE	RECURSOS	TIEMPO DE EJECUSIÓN
-Ejecutar un plan de información para que todos los empleados de la empresa estén enterados de los diferentes medios de comunicación y que puedan ser utilizados de la mejor manera y así no se enteren de los procesos importantes de la compañía por medio de rumores.	Área comunicaciones	Volantes	1 semana
Establecer talleres internos que incentivan la participación y la gestión del conocimiento del equipo de trabajo y de esta manera tener en cuenta las ideas y	Cada área de trabajo	Salas de video conferencia	1 mes

sugerencias de cada empleado.			
Siendo el medio de comunicación el email más utilizado en la compañía se deberá realizar una campaña para concientizar a todos los empleados, que este por lo tanto debe de ser un medio efectivo que permita no solo la comunicación entre empleado jefe si no un medio de trabajo efectivo.	Área de comunicaciones		1 semana
-Propiciar espacios formales e informales de interacción que vinculen a todos los sujetos que componen la organización, que ayuden a establecer y mantener entre los miembros relaciones	Recursos humanos		1 semana

interpersonales cordiales.			
-Realizar un empalme en el proceso de inducción con el jefe inmediato a todos los empleados de la empresa y de esta manera asegurar que los empleados estén seguros de sus funciones límites y responsabilidades	Cada jefe de área	Salas de video conferencia	1 semana

CONCLUSIONES

- Es importante resaltar que la gerencia de una organización influye por medio de su liderazgo en el aumento de la productividad y eficiencia empresarial particularmente facilitando la comunicación asertiva y el trabajo en equipo al interior de su empresa; Así mismo esta se ve la capacidad de amparar a sus empleados comprometidos con la misión y visión que llevaran a conseguir el logro de los objetivos.
- La empresa brindó la información necesaria para el desarrollo del trabajo y dispuso de los espacios necesarios para llevar a cabo las actividades programadas.
- Podemos concluir que la comunicación interna contribuye a optimizar la interacción entre todas las personas que intervienen en la organización, potencializando el sentido de pertenencia y alineación con los objetivos gerenciales.
- Es importante hacer mención que la empresa de este subsector acepte la importancia que tiene la comunicación para el buen desempeño de todas las funciones de la empresa.
- No solamente la parte operativa ,pues un grupo de encuestados de empleados manifiestan que no están de acuerdo que los mensajes sean por correo electrónico ,y por email lo que significa que esa prevalencia podría perjudicar en la comunicación entre los empleados como jefes. Se puede crear y promover que la comunicación debe mejorar para el clima organizacional.
- Desde el punto de vista la gestión de la comunicación se justifica como un instrumento de la productividad, es decir como un elemento auxiliar para que los empleados de la empresa puedan desempeñarse adecuadamente.

RECOMENDACIONES

- Para lograr que la comunicación organizacional sea estructurada e idónea bajo los parámetros que se dan en este proyecto se recomienda aprovechar los recursos humanos con los que cuenta la organización y darle un mayor valor a la comunicación interpersonal ya que esta ayuda al mejoramiento del clima de la empresa.
- Se recomienda potencializar el área de recursos humanos de la empresa Cryogas para el bienestar físico, emocional y laboral de los empleados, incluyendo el mejoramiento de la comunicación del personal a nivel de los deferentes procesos a seguir para que este sea viable y se demuestre el mejoramiento del debido proceso.
- Se recomienda buscar estrategias idóneas para que los empleados tengan una base de información consistente, en cual sea una base de datos referente a la comunicación, para que a través de esta los empleados tengan un acceso más fácil para que se despejen los interrogantes.
- Resaltar la importancia de los talleres didácticos como parte fundamental de capacitación, para los empleados ya que por medio de estos la información llegara a cada miembro de la empresa y así se facilitara un resultado optimo de las metas trazadas.
- Como el email es el medio más usado dentro de la compañía se recomienda hacer un uso adecuado de este medio, generando estrategias que busquen concientizar a los empleados la viabilidad y aprovechamiento de este, como parte de fundamental de la comunicación dentro de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Valle Mónica, La Comunicación Organizacional de Cara al Siglo XXI. Docente de la Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/mvalle.html>. (Consultado: 4 octubre 2012).

- B Mesa Adriana. El Diagnóstico Organizacional; elementos, métodos y técnicas. México 2009. <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/diagnostico.html> (consultado: 24 septiembre de 2012).

- El estrés laboral: Causas, efectos en la empresa contemporánea actual y formas de prevenirlo. <http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento/causas-efectos-del-estres-laboral-como-prevenirlo.htm>. Consultado el 13 de octubre de 2012.

- El Ministro de la Protección Social, Resolución 002646 de 2008. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=31607>. Consultado el 14 de octubre 2012.

- El estrés laboral: Causas, efectos en la empresa contemporánea actual y formas de prevenirlo. <http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento/causas-efectos-del-estres-laboral-como-prevenirlo.htm>. Consultado el 13 de octubre de 2012.

- Fernández, Carlos (1997). La Comunicación en las organizaciones. México: Trillas. <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/cbfp.html>. (Consultado 24 septiembre de 2012).

-IBID, <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/cbfp.html>. (Consultado 24 septiembre de 2012).

- comunicación interpersonal.
<http://www.conninpyme.org/pdf/comunicacioninterpersonalycomunicacioninterpersonal.pdf>. (Consultado 8 octubre 17 2012).

-Comunicación organizacional. http://www.umar.mx_HX/UMAR_HUATULCO/html. (Consultado 23 septiembre 2012).

-Redes de comunicación canales y medios.
http://www.institutoblestgana.cl/virtuales/com_organiz/Unidad3/contenido3.htm.
Consultado 14 de octubre de 2012.

-Cuestionario comunicación organización.
<http://es.scribd.com/doc/77756551/Cuestionario-Comunicacion-Organizacional>.
Consultado 16 de octubre de 2012.

- Barreras de la comunicación. <http://www.slideshare.net/hannacasso/barreras-de-comunicacion-8567588>. (Consultado 17 octubre 2012).

- Chiavenato Idalberto. Administración de recursos humanos, V edición, editorial: Mac Gruw- Hill, pág. 93.

- Amorós, E. Comportamiento Organizacional: En Busca del Desarrollo De Ventajas Competitivas. Escuela de Economía USAT. 2007.Lambayeque, Perú. pag 27.

ANEXOS

ANEXO 1

CUESTIONARIO DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL

El propósito de este Cuestionario es encontrar áreas de oportunidad que nos permitan mejorar la comunicación dentro de la organización. Recuerda que las respuestas son opiniones basadas en tu experiencia de trabajo, por lo tanto no hay respuestas correctas ni incorrectas lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca la respuesta que mejor describa tu opinión.

La escala utilizada es del 1 totalmente en desacuerdo, 2 parcialmente desacuerdos, 3 parcialmente de acuerdo, 4 totalmente de acuerdo).

Tienes la opción de elegir N/A (no aplica) en los casos que así lo consideres.

Datos: Edad: _____ Hombre _____ Mujer _____ Tiempo que trabajas en la empresa: _____ Área de trabajo: _____

No	preguntas	1	2	3	4	N/A
1	Mi Jefe Directo me ha explicado claramente las funciones de mi puesto y mis límites de responsabilidades.					
2	Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo.					

3	Me parece que la forma de comunicación a través de mail es efectiva.					
4	La información que recibo siempre, es a través de rumores o canales informales de comunicación.					
5	Recibo “en forma oportuna” la información que requiero para mi trabajo.					
6	La información que recibo es útil e importante para el desarrollo de mis actividades.					
7	Mis compañeros y yo sabemos quién es nuestro jefe directo.					
8	Existen oportunidades para dar a conocer mis ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de mi área de trabajo.					
9	Existe comunicación entre mis compañeros de trabajo que permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales.					
10	Para tomar decisiones importantes se ha tomado en cuenta mi opinión, ideas o sugerencias.					
11	Existe un sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización (jefe-colaborador, colaborador-jefe)					

12	Valora del 1 al 5 siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima el grado de interés que tienen para usted las siguientes herramientas de comunicación	1	2	3	4	5
a	Carteleras informativas					
b	Blog Informativo					
c	Circulares y notas corporativas					
d	Correo electrónico					
e	Reuniones					

f	Video conferencias					
g	Grupos de trabajo					
13	Cómo utiliza su jefe los siguientes canales de comunicación	Lo utiliza poco	Leda un uso adecuado	Lo usan en exceso		
a	reuniones					
b	Correo electrónico					
c	teléfono					
d	Comunicación informal					
e	Grupo de trabajo					
f	Circulares, notas, comunicaciones.					
14	Se encuentra con algunos de los siguientes obstáculos al momento de trasladar la información que se necesita a su jefe o compañeros (marca todos los que procedan)					
a	Ausencia de un procedimiento definido					
b	Exceso de información a trasladar					
c	Falta de definición en las decisiones					
d	Ausencia de materiales o recursos necesarios					
e	Desconocimiento de los canales idóneos para ello					
f	No encuentro ningún obstáculo					

Fuente: <http://es.scribd.com/doc/77756551/Cuestionario-Comunicacion-Organizacional>.