

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO**

**TEMA:**

**Análisis de la incidencia de la comunicación interna en la satisfacción  
laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la  
ciudad de Guayaquil**

**AUTORES:**

**Márquez Arias Mayra Alejandra**

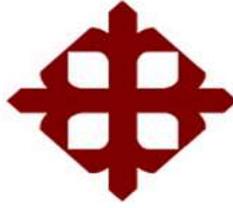
**Previo a la obtención del grado Académico de:  
MAGÍSTER EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO**

**TUTOR:**

**Ing. Rodríguez Bustos Andrea Johanna Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2023**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la **Ingeniera Comercial, Mayra Alejandra, Márquez Arias**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Gestión del Talento Humano.

**DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Ing. Andrea Johanna, Rodríguez Bustos, Mgs.**

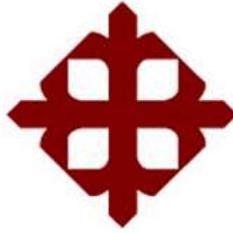
**REVISOR**

**Ing. Freddy Camacho Ph.D.**

**DIRECTORA DEL PROGRAMA**

**Ing. Zoila Bustos Goya, Mgs.**

**Guayaquil, a los 15 días del mes de agosto del año 2023**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRIA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Mayra Alejandra del autor**

**DECLARO QUE:**

El Proyecto de Investigación *Análisis de la incidencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil* previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Gestión del Talento Humano**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

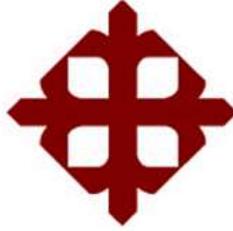
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del artículo profesional de alto nivel del Grado Académico en mención.

**Guayaquil, a los 15 días del mes de agosto del año 2023**

**EL AUTOR**

---

**Mayra Alejandra Márquez Arias**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRIA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Mayra Alejandra Márquez Arias

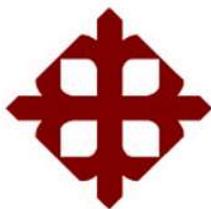
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación *Análisis de la incidencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil***, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi/nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 15 días del mes de agosto del año 2023**

**EL AUTOR**

---

**Mayra Alejandra Márquez Arias**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**INFORME DE URKUND**



**Document Information**

Analyzed document	FORMATO PROYECTO DE INVESTIGACION REVISION 5.docx (D172460786)
Submitted	2023-07-30 15:42:00
Submitted by	
Submitter email	Mayra.Marquez@general.com.ec
Similarity	0%
Analysis address	andrea.rodriguez06.ucsg@analysis.orkund.com

**ANDREA  
JOHANNA  
RODRIGUE  
Z BUSTOS** Firmado digitalmente por ANDREA JOHANNA RODRIGUEZ BUSTOS Fecha: 2023.07.30 20:49:59 -05'00'

**TEMA: Análisis de la incidencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil.**

**MAESTRANTE: Mayra Alejandra Márquez Arias**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO, II COHORTE, PARALELO B**

**ELABORADO POR:**

**Ing. Andrea Johanna Rodríguez Bustos Mgs.  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION**

## **AGRADECIMIENTO**

*En primer lugar, quiero agradecer a Dios porque sin su guía no hubiese logrado llegar hasta aquí, me demostró que con mucho sacrificio se consigue lo que uno tanto anhela.*

*Gracias a mi esposo Robert Carrillo por su apoyo determinante, motivación, ayuda solidaria y amorosa; de igual manera a mis padres Marcos Márquez y Soraya Arias; a mi suegra Pilar Carvajal por su colaboración constante en todo momento. También quiero agradecer de manera especial mi abuelita Chela, a mi tía Gaby porque fueron mis manos y ojos cuidando de mi hijo en mis largos días de estudio. Gracias infinitas a mi mejor amiga y comadre Rosa Goyburo por su tiempo, guía y ayuda en este proyecto.*

*Gracias a mi bebé mi Robert Junior por su inocente paciencia que supo entender que mamá estaba “ocupada” y a pesar de lo duro que fue el camino tuve manos que no me dejaron sola nunca.*

*Agradezco en especial a mi Líder de área Mariuxi Salvatierra por darme total apertura aportando con su conocimiento e ideas para poder realizar este proyecto que inicio con una pequeña de idea de mejorar el clima laboral y se convirtió en una gran campaña de Beneficios para los colaboradores de la compañía.*

*Este proyecto es el inicio de una campaña de Beneficios que va a seguir creciendo, y como lo dije un día hace cuatro años yo ya encontré mi vocación mi lugar en un trabajo porque me gusta trabajar en pro del personal mi área es y será Recursos Humanos.*

**Mayra Alejandra Márquez Arias**

## **DEDICATORIA**

*Dedico este proyecto con mucho cariño y amor a mi hijo Robert Carrillo Márquez porque él es la luz de mis días, su sonrisa es mi impulso y motivación para seguir creciendo y no desmayar, él es mi fortaleza para salir adelante y buscar siempre su bienestar. A mí compañero de vida Robert Carrillo porque este es un logro compartido, aunque pasamos por momentos difíciles siempre ha estado a mi lado sin importar lo duró que sea el camino Los Amo con mi vida.*

*A mis padres, hermanas, abuelita, tía y suegra este logro es parte de ellos ya que me han acompañado a lo largo de estos años y gracias a sus enseñanzas y valores logre alcanzar una meta más.*

*Este trabajo también se lo quiero dedicar a mis sobrinos Damián y Amelia que son muy especiales en mi vida porque espero un día ver unos grandes profesionales y quiero que sepan que siempre deben luchar por lo que quieren en la vida y no desistir.*

*Este proyecto va dedicado a todos los colaboradores de mi empresa esto es para ustedes porque fueron mi motivación para pensar en mejorar el bienestar de ustedes.*

**Mayra Alejandra Márquez Arias**

## INDICE GENERAL

RESUMEN .....	XIV
INTRODUCCIÓN.....	2
ANTECEDENTES .....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
JUSTIFICACIÓN.....	7
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	8
HIPÓTESIS .....	8
VARIABLES DE LA HIPÓTESIS .....	8
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
OBJETIVO GENERAL .....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	9
DELIMITACIÓN DEL PROYECTO .....	9
LIMITACIÓN DEL PROYECTO.....	10
CAPÍTULO I.....	11
1. MARCO CONCEPTUAL .....	11
TIPOS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL .....	13
¿QUÉ ES EL CLIMA LABORAL EN LA ORGANIZACIÓN?.....	16
¿QUÉ FACTORES AFECTAN AL CLIMA LABORAL? .....	16
¿QUÉ ES EL CLIMA LABORAL? .....	17
CULTURA ORGANIZACIONAL: DEFINICIÓN .....	20

1.1. MARCO TEÓRICO .....	20
TEORÍA DE MASLOW: DEFINICIÓN .....	21
TEORÍA DE MANUEL CASTELLS .....	22
1.2. MARCO REFERENCIAL .....	23
1.3. MARCO LEGAL .....	24
CAPÍTULO II.....	26
2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	26
2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	26
2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	27
2.3 RECOLECCIÓN DE DATOS.....	27
2.4 DATOS SECUNDARIOS .....	28
2.5 DATOS PRIMARIOS .....	28
ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
ENCUESTAS Y RESULTADOS .....	30
CAPÍTULO III .....	55
3. PROPUESTA .....	55
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES .....	64
REFERENCIAS .....	65
ANEXO 1 .....	72
COMUNICADOS INTERNOS DE CAMPAÑA DE BENEFICIOS.....	72

ANEXO 2 .....	74
APROBACIÓN DE USO DE INSTRUMENTO.....	74

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Características del Clima Laboral.....	19
<b>Tabla 2</b> Alcance Metodológico.....	29
<b>Tabla 3</b> Actividades Para Elaborar En La Propuesta.....	57
<b>Tabla 4</b> Proveedores Club de Beneficios.....	60
<b>Tabla 5</b> Propuestas Internas de Recursos Humanos .....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Pirámide de Maslow.....	21
<b>Figura 2</b> Teoría De La Comunicación de Manuel Castells .....	22
<b>Figura 3</b> Variables para la Ejecución de las Encuestas .....	30
<b>Figura 4</b> Resultado de Encuesta, Pregunta Nro. 1.....	31
<b>Figura 5</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 2.....	32
<b>Figura 6</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 3.....	33
<b>Figura 7</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 4.....	34
<b>Figura 8</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 5.....	35
<b>Figura 9</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 6.....	36
<b>Figura 10</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 7.....	37
<b>Figura 11</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 8.....	38
<b>Figura 12</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 9.....	39
<b>Figura 13</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 10.....	40
<b>Figura 14</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 11.....	41
<b>Figura 15</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 12.....	42
<b>Figura 16</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 13.....	43
<b>Figura 17</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 14.....	44
<b>Figura 18</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 15.....	45
<b>Figura 19</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 16.....	46
<b>Figura 20</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 17.....	47
<b>Figura 21</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 18.....	48
<b>Figura 22</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 19.....	49
<b>Figura 23</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 20.....	50

<b>Figura 24</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 21.....	51
<b>Figura 25</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 22.....	52
<b>Figura 26</b> Resultado de encuesta, pregunta Nro. 23.....	53
<b>Figura 27</b> Beneficios de la Investigación .....	56
<b>Figura 28</b> Evaluación de la Propuesta .....	58
<b>Figura 29</b> Índice de la Propuesta .....	59
<b>Figura 30</b> Plan del Mes De la Salud .....	59

## **RESUMEN**

El clima organizacional a raíz de la pandemia está siendo priorizado ante cualquier situación. De no hacerlo, es probable que las empresas sufran porque los colaboradores tienen dudas, incertidumbre y además se agrega los problemas del país. Por otra parte, la comunicación de la compañía a nivel general está atravesando un momento de constantes cambios ya que la tecnología está siendo priorizada ante cualquier situación, de tal forma que ayuda a simplificar procesos en donde ya no es necesario hacer uso de algunas herramientas que habitualmente se usaban para diversas actividades en las compañías lo que ha ayudado a mejorar en cierta manera las habilidades y competencias de algunos de los colaboradores de la compañía de seguros. Se propone investigar el impacto de la incidencia de la comunicación interna y el clima laboral en la organización y, finalmente evaluar cómo influye en la satisfacción laboral, buscando la mejora en los canales de comunicación para efectivizar el cumplimiento de los objetivos.

**Palabras Claves: Clima organizacional, objetivos, satisfacción laboral.**

## **ABSTRACT**

The organizational climate because of the pandemic is being prioritized in any situation. If not, it is likely that companies suffer because employees have doubts, uncertainty and also the problems of the country. On the other hand, the communication of the company at a general level is going through a moment of constant changes since technology is being prioritized in any situation, in such a way that it helps to simplify processes where it is no longer necessary to use some tools that They were usually used for various activities in the companies, which has helped to improve in a certain way the skills and competencies of some of the employees of the insurance company in Guayaquil. It is proposed to investigate the impact of the incidence of internal communication and the work environment in the organization and, finally, to evaluate how it influences job satisfaction, seeking improvement in communication channels to achieve compliance with the objectives.

**Keywords:** Organizational climate, targets, job satisfaction

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se enfoca en el análisis de la incidencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil, donde se evidencia una falta de comunicación interna entre las distintas áreas de trabajo que produce afectaciones en el desarrollo de los equipos y crecimiento del personal, así como también repercute en la ejecución de los procesos manejados por los departamentos e inclusive impacta en rotación del personal. Este estudio se realiza con la finalidad de diseñar un plan de mejoras que permitan incrementar el desempeño de los colaboradores de la compañía y mejorar el ambiente laboral manteniendo el sentido de pertenencia.

En el presente trabajo de investigación se evaluarán las teorías de comunicación interna y su relación con la satisfacción laboral, en donde se podrá identificar la importancia de la transparencia en la comunicación entre líderes y equipos de trabajo no sólo como un medio de recepción y envío de mensajes, sino como un medio para fomentar el desarrollo de la compañía. Finalmente, el objetivo de este trabajo de investigación tiene como fin crear la necesidad de los colaboradores de establecerse, tener sentido de pertenencia y empezar a ser competentes en el mercado de seguros porque los mismos colaboradores profesan en lema de la compañía.

En los primeros capítulos se ofrece un overview de las referencias y definiciones utilizadas para esta investigación proponiendo una comprensión para los lectores sobre clima laboral, sus bondades y desventajas, asimismo para el clima organizaciones y algunos porcentajes importantes que hablan de la compañía que autorizó esta publicación.

En los siguientes capítulos se muestra todo el trabajo ejecutado en la compañía y con los colaboradores para crear sentido de pertenencia, evitar frustración y mejorar la comunicación en todo sentido, lineal, vertical, entre pares y desde todos los niveles organizacionales.

El resultado final de este documento es lograr los objetivos planteados para la compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil desde el área de Recursos Humanos, marcar un precedente y en los siguientes años ir mejorando sustentable y armoniosamente la compañía.

## ANTECEDENTES

La empresa aseguradora objeto de estudio es una de las más importantes del país, que cuenta con 83 años en el mercado asegurador nacional, brindando servicios de calidad a sus distintos clientes externos, pero el nivel de comunicación interna tiene deficiencias que están teniendo repercusiones en la satisfacción de los colaboradores y en las actividades de los distintos departamentos y equipos de trabajo de la compañía que afectan a su crecimiento, desarrollo organizacional y cumplimiento de estrategia.

La aseguradora cuenta con mucha trayectoria y antigüedad en el mercado asegurador y a nivel internacional, aterrizando un poco la situación a nivel de país en el Ecuador la organización cuenta con 110 empleados tres sucursales.

La compañía a noviembre del 2022 tiene el 12% de rotación laboral debido a los múltiples cambios que ha generado el introducir una nueva dirección gerencial, lamentablemente se da cada 3 años y es necesario tener la solución para los siguientes 3 años y no reiniciar la compañía, más bien enfocarla y tenerla lista para los cambios.

En junio del 2021 se realizó una encuesta de pulso a los colaboradores para medir la satisfacción laboral, esta valoración arrojó resultados desfavorables con oportunidades de mejora en el clima laboral y la comunicación en todos los niveles de la organización. En julio del 2022 se realiza otra encuesta de pulso con una disminución en comparación de los resultados del 2021 por lo que el área de Recursos Humanos decide armar un plan de valor al colaborador buscando beneficios monetarios y no monetarios. Se investigó la metodología de beneficios que se levantó hace aproximadamente diez años atrás para reformarlas, actualizarlas y volverlas a gestionar.

## **Planteamiento del Problema**

Actualmente se ha identificado una problemática a nivel general en la compañía en lo referente a la comunicación dentro de la organización ya que es notorio el hecho de que el personal está comprometido solo con su trabajo de manera individual, causando atrasos en los procesos del equipo y otros departamentos. Los equipos según Chiavenato (2009) son un conjunto de individuos con un objetivo en común, en donde actúan de forma conjunta para el logro de las metas planteadas teniendo una fuerte interconexión e intercambio de ideas. Algo que no describe a los colaboradores de la compañía objeto de estudio, ya que actúan como grupo no como equipo.

A simple vista estas falencias dentro de la compañía están causando serios problemas ya que obstaculizan el cumplimiento de las metas y objetivos de otras áreas lo que arrastra consigo un problema para toda la empresa, la comunicación es uno de los factores más importantes dentro de cualquier organización.

Para llevar a cabo este estudio lo ideal es considerar todos los aspectos que conllevan la falta de comunicación entre las áreas, buscando una estrategia que no solo ayude a mejorar este aspecto sino otros aspectos para desarrollar el potencial de cada uno de los colaboradores de la compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil

Parte de la comunicación interna es inculcar la cultura de la compañía crear un hábito donde la gente se sienta identificada con cada uno de los valores organizacionales, es importante tener en cuenta que la mejor manera de tener a un equipo motivado es manejando una buena comunicación es por ello por lo que se debe mantener informados a los colaboradores es la mejor manera de hacerlo sentir partícipes de todo lo que sucede.

Las personas pasan la mayor parte del tiempo en sus lugares de trabajo por lo que se debe proporcionar al personal un ambiente estable y cómodo no solo hablando del entorno físico sino también de la parte afectiva y emocional del colaborador, debe existir una buena relación entre jefes y colaboradores ya que esto va a contribuir a la productividad y eficiencia.

Para que la compañía pueda lograr metas es importante que exista una buena comunicación interna y brindar estabilidad por medio de la satisfacción laboral, si las empresas no cuentan con ello se retrasarán las planificaciones, existirá mayor cantidad de inconformidades con el cliente externo, bajo rendimiento del cliente interno, son muchos los aspectos negativos que se desencadenarían es por ello que la relación entre satisfacción y comunicación son la mejor alternativa para lograr un personal activo y satisfecho.

La satisfacción laboral es necesaria para generar un ambiente en el que los colaboradores se sientan a gusto en sus puestos de trabajo no solo en el entorno físico si no también su estado de ánimo de esa manera se generará un constante cambio en el comportamiento de los colaboradores.

Pamela Peña, de la empresa Chubb Seguros en una conferencia demostró que, implementando estos beneficios, los colaboradores son fieles a la organización, se sienten motivados y disfrutan trabajar con los retos que se van presentando. Ellos actualmente tienen una cuponera para almuerzos, seguro privado, descuentos en sillas ergonómicas para el home office y siente un compromiso aún más fuerte en la gestión de sus actividades del día a día.

Estefanía Carballo, de la empresa Hispana en una conversación abierta indicó que esto no poseía su organización y creaba un ambiente de desinterés hacia los

colaboradores. Por lo que, con esta información queda demostrada la importancia de implementar beneficios de entretenimiento y ocio para los colaboradores.

## **Justificación**

Esta investigación contribuye a mejorar la comunicación interna de la compañía aseguradora objeto de estudio y su mejora en sus procesos internos de crecimiento y desarrollo del talento humano en sus diferentes áreas. La comunicación en las organizaciones es esencial para cualquier proceso de desarrollo de la empresa, los modelos de comunicación representan también la cultura organizacional; que son el conjunto de distintas características de la organización que la forman. Restrepo (1995).

En el 2012 se implementaron beneficios para colaboradores y fue un año particularmente satisfactorio para la compañía, en el tiempo con cambios de colaboradores clave para la organización se dejó de usar esta buena práctica y fue generando un ambiente hostil.

Dentro de este estudio se pretende satisfacer no solo a los usuarios internos, ya que, al mejorar el ambiente interno, mejora el ambiente externo y por ende crea fidelidad que impacta las utilidades de la organización.

Por ende, su importancia en los distintos procesos de toma de decisiones y el empleo de estrategias de trabajo adecuadas para el incremento de la productividad de los empleados. El manejo de una comunicación adecuada permite la generación de un ambiente de trabajo adecuado donde los colaboradores pueden trabajar de mejor manera.

Una de las oportunidades que surgirán de la mejora en los procesos de comunicación organizacional de la empresa, es una mejor interacción y relación entre

los distintos equipos de trabajo de la compañía, que permitiría un mejor desempeño y resultados en el cumplimiento de sus metas. Para la eficacia del trabajo en equipo debe existir una muy buena comunicación, es importante que los jefes dialoguen y transmitan confianza a sus equipos para que todos participen y expongan sus ideas para así lograr mantener un ambiente estable Balmon (2015). Esta gestión mejoraría los índices de productividad de los colaboradores, como también tener un mejor nivel de satisfacción laboral, ya que la comunicación es la base del desarrollo de toda empresa y el manejo de esta, es el reflejo del trabajo de sus líderes y directivos de la empresa.

### **Preguntas de Investigación**

- ¿Cuáles son las teorías relevantes en cuanto a comunicación interna y satisfacción laboral?
- ¿Cuál es la relación que existe entre comunicación interna y satisfacción laboral a nivel nacional o internacional?
- ¿Cómo influye la comunicación interna en la satisfacción laboral de los colaboradores de la compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil, de acuerdo con los resultados arrojados?
- ¿Cuáles son los elementos para considerar para diseñar un plan que permita mejorar la comunicación interna en la satisfacción laboral personal de la aseguradora objeto de estudio?

### **Hipótesis**

La comunicación interna incide en la satisfacción laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil

### **VARIABLES DE LA HIPÓTESIS**

Comunicación Interna

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo General**

Analizar la incidencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar el marco conceptual, teórico y referencial de la comunicación interna y la satisfacción laboral basado en la compañía Aseguradora objeto de estudio.
- Determinar la relación que existe entre comunicación interna y satisfacción laboral a nivel nacional en una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil.
- Analizar los resultados de las encuestas realizadas a los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil acerca de clima laboral.
- Proponer estrategias para mejorar la comunicación interna del personal y el clima laboral.

### **Delimitación del Proyecto**

- Área: Recursos Humanos
- Aspecto: Todas las Áreas
- Lugar: Ecuador
- Tiempo Límite: diciembre 2022 – septiembre 2023
- Población: 110 Colaboradores de las 4 sucursales a nivel nacional
- Tema: Análisis de la incidencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil.

## **Limitación del Proyecto**

Dentro de las limitaciones de este proyecto de tesis encontramos las siguientes:

- Una falta de datos ya que no todos los colaboradores lograron contestar la encuesta.
- Falta de presupuesto para abarcar todo el plan.
- Restricciones sobre el uso de datos como nombre e imagen de la compañía.
- Restricciones en la aplicación de la totalidad del plan por parte de altos directivos.

# CAPÍTULO I

## 1. Marco conceptual

Acerca de este apartado, se explicará brevemente según conceptos globales, teorías comprobadas y referencias de otros estudios de investigación la información para conseguir el objetivo de este estudio que consiste en la mejora del clima organización para tener resultados positivos en la satisfacción laboral.

“La palabra comunicación proviene del latín “*communicatio, -ōnis*” que significa común. De allí que comunicar significa transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.” Real Academia Española (2021). La comunicación es el medio más antiguo de interacción y aprendizaje de los seres humanos a lo largo de la historia. Este proceso ha ido evolucionando a lo largo del tiempo y se ha ido adaptando acorde a los distintos tipos de interacción humana existente.

Según Chiavenato (2011) definió como “La transferencia de información o de significado de una persona a otra.” Se puede decir que es un proceso en el cuál existe una transferencia de información y significados de una persona a otra. Es una acción y procesos necesarios para que puedan funcionar adecuadamente las relaciones humanas, por ende, las organizaciones no existen ni operan sin comunicación; la misma forma parte de una red que integra y coordina todas sus partes, ya que por medio de este proceso y red se realizan los distintos procesos que caracterizan a una organización.

Al considerar a la comunicación como un factor trascendental e imprescindible dentro de las organizaciones para el desarrollo del comportamiento organizacional, de los grupos, equipos y personas; hace que cumpla algunas funciones básicas como lo indica Chiavenato (2009)

Control: La comunicación en general en todas las organizaciones posee un componente para controlar las actividades y forma de estar de las personas, grupos y/o equipos. Es indispensable tener conocimiento y control de las actividades de los colaboradores.

Motivación: La comunicación es la iniciativa de la motivación la persona define sus objetivos a alcanzar. La motivación y automotivación mejor la calidad de trabajo, las metas los resultados que se deben alcanzar para poder llevar el trabajo a una ejecución superior. Por sobre todo se debe mantener el trabajo en equipo y la confianza para que se puedan obtener los resultados.

Expresión de emociones: La comunicación permite que las personas expresen emociones y sentimientos y a su vez se puedan concretar, optimizar las funciones, llegar a acuerdos y poder mantener el equilibrio y el clima laboral.

Es importante mencionar que expresar las emociones tiene una particularidad para la empresa, básicamente les ayuda a mejorar.

Información: La comunicación facilita la transmisión de los mensajes, los acuerdos y la toma de decisiones. Con frecuencia la información no llega correctamente porque no se transmite por los canales normales, es decir se transmiten por teléfono, correos electrónicos, es importante tener un acercamiento frente a frente con el colaborador para que lo necesario sea transmitido correctamente.

Cada una de las funciones nombradas con anterioridad son de vital importancia dentro de las organizaciones; y las mismas se pueden presentar de una en una o varias a la vez, en las personas, grupos y en la organización.

## **Tipos de Comunicación Organizacional**

La comunicación organizacional que es vital en todas las compañías puede clasificarse de la siguiente manera según varios autores:

### **Comunicación Direccional:**

Indica que la información debe ser clara y directa pero que asimismo puede darse en varias direcciones, entre varias personas y entre varios parámetros, así como también de la siguiente manera:

**Descendente:** Es el tipo de comunicación basada en directrices siendo una de las más importantes ya que las jefaturas deben transmitir a los colaboradores todo tipo de información. Es una de las más importantes ya que es parte de lo que las Jefaturas desean transmitir a los colaboradores ya sean las directrices o las actividades que deben realizar. Esta comunicación está plasmada en políticas, evaluaciones de desempeño, manuales de funciones y se debe seguir al pie de la letra. En este punto no hay opción a la discusión ya que son lineamientos establecidos en el tiempo.

**Ascendente:** Este tipo de comunicación se da cuando hay de por medio proyectos y se da desde los colaboradores a los mandos altos permitiendo el desarrollo de habilidades de los colaboradores. Es lo contrario a la descendente se da desde los empleados a los mandos altos puede darse con proyectos o actividades en las que se dé la participación de ambos, también se puede dar por medio de encuestas donde el colaborador expone sus criterios y sentimientos hacia sus superiores.

Esta forma de comunicación es de las más importantes y apoya a la organización a identificar puntos clave para la mejora continua.

**Horizontal:** Es la comunicación más rápida al momento de tomar decisiones dejando a un lado la participación de otros mandos. Como es la dimensión de la línea se

maneja de tal manera que la comunicación sea entre los mismos mandos, es la más rápida y la mayoría de las veces se maneja de manera más espontánea. Asimismo, tiene sus desventajas puesto que no pide opinión ni hacia arriba ni hacia abajo y podría pasarse de imponer lineamientos en los que los colaboradores y otros mandos pudieron participar.

**Comunicación Interna:** Fomenta el dialogo entre todos los miembros de la compañía.

Puede ser formal o informal entre todos los miembros de la compañía creando un ambiente habitable mostrando a los colaboradores más sobre las actividades de la compañía fomentando el diálogo y el intercambio de opiniones en toda la organización.

**Comunicación Externa:** Es aquella comunicación que se mantiene con los clientes externos. Como su nombre lo indica es aquella comunicación que incluye a clientes, proveedores, socios, competidores, entidades regulatorias gubernamentales, es decir a todos los stakeholders para fines decisivos en la organización.

**Comunicación Formal:** Es la manera de manifestarse por medio de comunicados masivos permitiendo que exista una formalidad que asegure que el mensaje llegue de manera cuidadosa.

**Comunicación Informal:** Se da a diario entre varios individuos sin mucho formalismo. Además, es aquella que se da a diario entre uno o más miembros de la organización manejándose en un ambiente común sin mucho formalismo. Así como se mencionó en la investigación. (QuestionPro, 2021)

Según manifiestan (Tuñez & Costa, 2014)“la comunicación es un área de actividad fundamental en la estrategia de la empresa. A través de la comunicación, las

compañías transmiten con mayor eficacia sus estrategias y fortalecen, por tanto, su capacidad competitiva” (Vera & Cera p. 17, 2018). Por tanto, es una actividad vinculada directamente a la imagen de la organización y a su competitividad, como también es un proceso clave para el manejo del trabajo en equipo y la distribución de actividades, que son necesarias para un correcto funcionamiento de los distintos procesos internos y externos de la organización.

Según Guillén (2000), la comunicación es algo imprescindible en el ámbito laboral, tanto en la persona como individuo, como también en la misma organización. Esto debido a que los mismos mantienen una relación de intercambio de intereses, en la que la persona realiza una actividad laboral para el cumplimiento de las expectativas de la organización y la empresa es la que facilita los medios para que los colaboradores trabajen, como también es la encargada de motivar y facilitar el desarrollo de sus integrantes.

Si se quiere lograr desarrollar el talento humano en las organizaciones, es necesario contar con un equipo multidisciplinario, interdisciplinario e incluso transdisciplinario idóneo, en el que formen parte profesionales que cumplan con un perfil adecuado, que sea consciente de cómo manejar la comunicación y cooperación en los equipos de trabajo adecuado para el correcto desarrollo de las metas establecidas.

Según (Perez, 2019) en un Blog indica que la comunicación es la estrategia perfecta para la gestión del talento humano acotando que ha ido evolucionando de manera constante mejorando los canales de comunicación con nuevos medios tecnológicos facilitando la manera de poder encontrarnos en donde sea que estemos, siendo un reto para el área de talento humano más aun en una aseguradora multinacional que maneja varias sucursales dentro del país, por lo que el área de recursos humanos se

ve en la obligación de acoplarse a las nuevas tecnologías para mantener una comunicación con cada una de las áreas de las tres sucursales. Recurso Humanos juega un papel muy importante dentro de la comunicación es uno de los canales principales para que esta tenga éxito.

El desarrollo social está mediado por el estilo y el tipo de comunicación que tenga la organización en su interior. Si los niveles, medios, y la forma de comunicación es clara, concisa y correctamente orientada, esto garantiza que se trabaje de mejor manera, de forma sostenible y clara, puesto que “la comunicación organizacional es aquella que dentro de un sistema económico, político, social o cultural se da a la tarea de rescatar la contribución activa de todas las personas que lo integran operativa y tangencialmente” (Rebeil Corella, María Antonieta, 1998:159).

### **¿Qué es el Clima laboral en la organización?**

El clima laboral es el medio en el cual los colaboradores llevan a cabo sus labores, conviven y realizan actividades personales y profesionales. Este clima este guiado inclusive por la forma en la que las distintas áreas conviven y gestionan sus actividades incluyendo empatía, trabajo en equipo, confianza, ejecución superior de actividades, actitudes y aptitudes, entre otros.

### **¿Qué factores afectan al clima laboral?**

Entre los factores que afectan al clima laboral y la capacidad de medir dicho clima, la principal dificultad se encuentra en que este clima depende mucho de las expectativas, intereses y percepción que tenga el empleado sobre la empresa.

Así pues, dado que la percepción y las expectativas son difícilmente medibles, se señalan una serie de variables que ayudan a realizar una aproximación sobre qué factores afectan a dicho entorno, a dicho clima.

Así, podemos destacar entre esos factores variables como las que mostramos a continuación:

### **¿Qué es el clima laboral?**

Se plantea el significado de clima laboral tomando en consideración diferentes definiciones que se muestran a continuación:

Se considera como el ambiente físico y emocional que permite a los colaboradores desarrollarse en sus trabajos siendo principal indicador de su rendimiento, por ello es importante mantener un buen ambiente con el fin de lograr objetivos. (Morales, 2020)

De acuerdo con (Champagnat, 2020) el clima laboral está conformado por diversas variables que van a influir en la imagen que tiene un colaborador de su lugar de trabajo y en el desarrollo profesional por lo que a mayor motivación y mejor ambiente el rendimiento de un colaborador es favorable

Según (Bordas, 2016) el clima laboral se refiere al “contexto de trabajo, caracterizado por un conjunto de aspectos tangibles e intangibles que están presentes de forma relativamente estable en una determinada organización, y que afecta a las actitudes de motivación de sus miembros.”

Esta definición puede ser percibida por los colaboradores y por tanto puede ser medida por el área de Recursos Humanos a través de un estudio de percepciones y descripciones que podrán darle la información más valiosa para tomar decisiones sobre

ambiente y clima laboral. El clima laboral puede variar todo el tiempo, esto depende de la motivación, la disposición y el interés de los colaboradores y de los líderes de todas las áreas. Más aún del director general que es quien debe ser el primer ejemplo de líder en la compañía.

En base a lo antes mencionado el clima laboral es un entorno en el que no solo intervienen aquello que el empleador debe proporcionar al colaborador para que su estabilidad este equilibrada si no también en como el colaborador maneja sus emociones y como desarrolla sus habilidades en el entorno laboral, es un trabajo en conjunto en donde ambas partes deben trabajar por su beneficio.

A continuación, seguido de las definiciones se muestran las más importantes características del clima laboral que para el buen desempeño de los colaborados debe priorizarse considerando lo siguiente:

**Tabla 1**

*Características del Clima Laboral*

<b>Características</b>	<b>Definición</b>
<b>Ambiente positivo:</b>	Las empresas deben tener buenas prácticas en base a sus valores, misión y visión, y brindar un espacio de trabajo positivo.
<b>Comunicación libre:</b>	Mantener la comunicación y el interés por sus opiniones da seguridad a los colaboradores.
<b>Ambiente positivo:</b>	Es importante lograr un ambiente estable para que el colaborador se sienta reconocido para que aumente la motivación y la productividad.
<b>Formación:</b>	Proporcionar a los colaboradores cursos, charlas, capacitaciones y demás herramientas que refuerce sus conocimientos y se alinea a nuevos cambios tecnológicos.
<b>Liderazgo:</b>	Los buenos líderes son guías para sus trabajadores y se preocupan por mantener un positivo.
<b>Trabajo en equipo:</b>	Se debe fomentar la participación de manera activa de todos los miembros del equipo asegurando el apoyo de cada uno de ellos dentro de las actividades de la compañía.
<b>Equilibrio vida privada-trabajo:</b>	Un clima positivo hace que el trabajo no interrumpa la vida familiar del colaborador y que haya un equilibrio entre estos.

*Nota.* Esta tabla muestra las principales características del clima laboral y sus significados.

**Fuente:** (PsicoSmart, s.f.)

**Elaborado por:** Mayra Márquez

## **Cultura Organizacional: Definición**

Para (Fernandez & C., 1997) se considera cultura organizacional porque está conformado por un conjunto de significados con referencia a la organización que la identifica a la empresa y que sienta las bases de sus procesos y objetivos, es por eso por lo que toda compañía debe desarrollar su propia cultura organizacional como parte de su imagen.

### **1.1.Marco teórico**

El propósito de esta sección es identificar los modelos y seleccionar los autores que aporten al trabajo de investigación que se está elaborando, siendo coordinados con los conceptos a aplicarse, además teniendo en cuenta que la selección del autor debe ser apropiada y basada en los siguientes capítulos de este trabajo de investigación. Para este trabajo de investigación, además se explicará teóricamente los conceptos básicos de marketing y sus competencias las cuales se usaran para explicar y ejecutar planes de acción.

Al revisar varios autores, se determina que se tomará como referencia el libro “El plan de recursos humanos en la práctica” que se levantó en el año 2010 por María Jose Saenz, este libro nos servirá como base para el plan de recursos humanos y encuestas que posteriormente se desarrollará.

Es importante mencionar que la empresa que se toma para el presente estudio es una empresa ya constituida y con varios años en el mercado, por lo tanto, hay que tener una mirada específica a la gestión de empresas de servicio y para esto, la referencia seleccionada pertenece a Javier Reynoso con su libro “Administración de servicios” elaborado en el 2004. Finalmente, el libro “gestión y dirección de empresas” elaborado en el 2006, por su enfoque a la industria se utilizará también como referencia. En el

transcurso de este desarrollo se mencionarán otros autores de los cuales alguna definición será útil para este proyecto de investigación.

### **Teoría de Maslow: Definición**

La pirámide de Maslow es una teoría de motivación que muestra lo que promueve el comportamiento humano y consta de 5 niveles ordenados de manera jerárquica en base a las necesidades de los individuos.

### **Figura 1**

*Pirámide de Maslow*



**Nota.** La teoría de Maslow indica las necesidades de los humanos a través de una pirámide en un orden jerárquico.

**Fuente:** Pirámide de Maslow

**Elaborado por:** Mayra Márquez

Las necesidades biológicas son las más básicas como lo es comer, dormir etc., en el segundo nivel están las necesidades de seguridad aquellas que buscan estabilidad del entorno en el que vivimos. Las necesidades sociales ocupan el tercer nivel estas implican el sentimiento de pertenencia con amigos y familiares, en el cuarto nivel

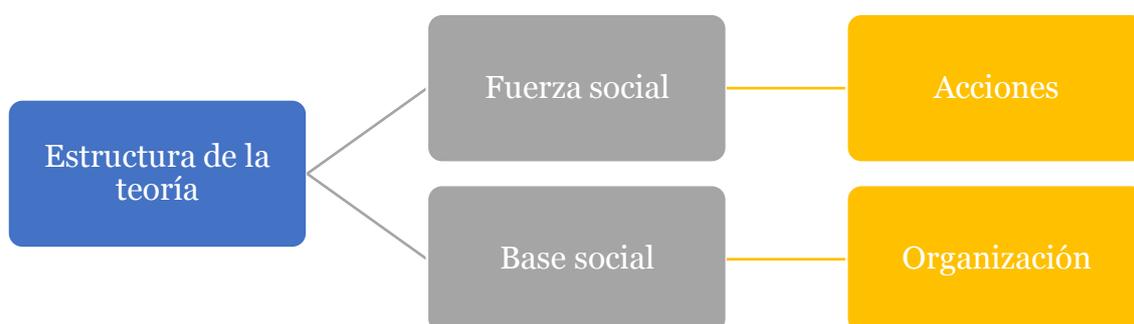
corresponde a las necesidades de reconocimiento que están relacionadas con la confianza en sí mismo y los logros a alcanzar, por último, tenemos las necesidades de autorrealización cuando ya se alcanza el máximo nivel de desarrollo. (Palomo, 2008)

La teoría de Maslow habla sobre las necesidades de los seres humanos, anclando este estudio con el día a día recalcamos que las personas pasan la mayor parte del tiempo en sus lugares de trabajo por lo que es importante que las empresas se preocupen de que las necesidades de sus trabajadores sean cubiertas preocupándose por el bienestar físico y mental de las personas que forman parte de la organización.

### **Teoría de Manuel Castells**

#### ***Figura 2***

*Teoría De La Comunicación de Manuel Castells*



**Nota.** La teoría de la comunicación de Manuel Castells denota más un significado de comunicación anclado a la tecnología.

**Fuente:**

**Elaborado por:** Mayra Márquez

La teoría de Castells sostiene que los modelos de desarrollo que no son formales han conducido un nuevo tipo de economía, creando nuevos modelos empresariales, en consecuencia, hay nuevas estructuras sociales. Al parecer esta estructura es compatible con todos los medios de comunicación.

La fuerza y la base social de esta metodología indica es en el tiempo se ha empezado a unificar la sociedad para crear estructuras de comunicación y que sean compatibles con todos los tipos de personas. Ejercer la fuerza y tener una base sólida para avanzar e influir. Finalmente, la teoría de la comunicación se une para relacionar el intercambio de información, si bien la comunicación se compone de teorías del pasado se va actualizando constantemente por factores externos y la cultura. La aptitud y la actitud se sirven de interacción para complementar a todos los seres no importante el idioma que sea.

## **1.2.Marco Referencial**

Dentro de este capítulo se hará referencia a otros estudios que tengan relación en la incidencia de la comunicación interna y el clima laboral se validará desde otros estudios el manejo de estas variables en otras compañías.

### **Estudio Internacional**

En un estudio realizado por Rosa y Sanchez (2017) en Michoacán México titulado: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACION CON LA SATISFACCION LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA NACIONAL, EN URUPAN, MICHOACAN, con el objetivo conocer la relación entre comunicación organizacional con satisfacción laboral de los trabajadores de La Nacional se trabaja con una muestra de 60 colaboradores. Para este estudio se utiliza el Modelo de Weisbord.

En cuanto a la medición de comunicación organizacional 10 colaboradores se encuentran por encima del puntaje T60 ubicando en un grado alto al 16.6%, grado medio 75% y grado bajo 8,3% de acuerdo con estos resultados la empresa refleja resultados positivos en cuanto a comunicación organizacional.

Para la medición de la satisfacción laboral intrínseca lo que dio como resultado que un 8,33% están por encima del puntaje T6, el 68,33% en nivel normal y un 23,33% en un nivel bajo. Los resultados en cuanto a satisfacción laboral de puntaje extrínseco arrojan un 6,6% en grado alto, 58,3% grado normal y 35% en nivel bajo.

Lo que indica que los empleados se identifican con la satisfacción intrínseca, siendo estos los resultados los colaboradores se sienten a gusto refiriéndose a que se encuentran de acuerdo con sus responsabilidades en el trabajo.

### **1.3.Marco legal**

Acerca de este apartado, se revisa que en un acuerdo de Ministerio de Salud Pública en el artículo 3 se indica lo siguiente:

Expedir el reglamento de promoción de la salud en el trabajo bajo el artículo 3 las siguientes definiciones:

Actividad Física: movimiento del cuerpo que requiere mucha energía.

Agente de exposición: Se encuentra los agentes físicos, químicos y biológicos.

Alimentación saludable: Proporciona los alimentos que el cuerpo humano necesita para mantener la salud.

Ambiente de trabajo saludable: los directivos deben proteger la salud, seguridad y bienestar de los colaboradores.

Centros de trabajo: Es el sitio al cual acuden los trabajadores durante su jornada laboral.

Condiciones de salud: Son aquellas que afectan el organismo y que imposibilita a la persona y produce inactividad física.

Factores de riesgo para la salud: Son las características que pueden provocar enfermedades. Encontramos factor de riesgo ergonómico y factor de riesgo psicosocial.

Lactancia materna: Es la forma más saludable de aportar nutrientes a los niños pequeños.

Prácticas de vida saludable: Actividades que permiten mantener el cuerpo y la mente en buen estado.

Promoción de la salud en el trabajo: Es el proceso de capacitar a los trabajadores para que se controle la salud y mejorarla.

Promoción de la salud mental: Busca el bienestar de la salud mental de los colaboradores por medio de la delegación en la toma decisiones y el crecimiento integral en el ámbito educativo y económico.

## CAPÍTULO II

### 2. Método de investigación

En esta sección se mostrará la información correspondiente a la recopilación de datos importantes para este análisis, asimismo se expondrán los gráficos de qué y con quiénes se levantará información importante para la gestión. La aseguradora objeto de estudio es una multinacional conformada por muchos países y cuentan con un cuestionario de base donde constan alrededor de 100 preguntas para que cada uno de los países pueda tomar o seleccionar las que sean convenientes dependiendo de la situación a evaluar.

Este proyecto de investigación se basa en una metodología cualitativa, de tipo transversal ya que analiza datos variables y se realiza una entrevista de manera individual por medio de una encuesta a cada uno de los colaboradores de la compañía de seguros ubicada al norte de Guayaquil.

A continuación, se muestran las actividades metodológicas a realizar para evaluar los resultados de las encuestas realizadas.

#### 2.1 Tipo de Investigación

De acuerdo con lo revisado se procede hacer un alcance de los diferentes tipos de investigación existentes, detallaremos cada uno de ellos:

- Correlacional: Busca obtener una relación entre dos o más variables
- Exploratorio: Busca indagar un tema del cual se tiene muchas dudas
- Descriptivo: Recopilan datos de un problema para luego medir y analizar los resultados.
- Explicativo: Busca responder por causas externas y da respuesta aquello.

Para este proyecto que se llevará a cabo en una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil, se realizará una investigación descriptiva ya que se indagará sobre los resultados de los perfiles de los colaboradores de la compañía de seguros, es correlacional porque busca establecer una relación entre clima laboral y comunicación, es exploratorio porque buscará familiarizarse con personas externas a la compañía con las cuales se pactarán convenios adicional que se investigará nuevas estrategias para la mejora y estabilidad de los colaboradores.

## **2.2 Diseño de Investigación**

El enfoque de esta investigación según el nivel de medición es cualitativo ya que busca obtener resultados en base al comportamiento de los colaboradores

Se realizo el levantamiento de definiciones y se ha llevado a cabo de manera inicial el plan de estrategias estipulado en los objetivos de este proyecto ya que al ser un proyecto que se viene trabajando desde el año 2022 se ha podido ir implementando varias actividades.

Puede anclarse con una investigación no experimental ya que se espera ver el comportamiento de los colaboradores de la aseguradora objeto de estudio en base a las diversas actividades se podrá observar si existe o no algún malestar que perjudique la estabilidad emocional de cada persona.

## **2.3 Recolección de datos**

Para el cumplimiento de los objetivos de este estudio, es necesario recopilar información importante de fuentes primarias y secundarias proporcionando datos internos y externos de la organización del estudio, este se realizará para los diferentes

equipos de la organización y se espera conseguir información verídica que avale la propuesta planteada en este estudio de investigación.

#### **2.4 Datos secundarios**

Los datos secundarios que se recolectaran corresponden a fuentes internas y externas como se mencionaba en la sección anterior, esta información es variable e incluye tendencias del entorno y factores en ocasiones ajenos a la organización. Según Perez Franco (2010), para los datos secundarios será necesario recurrir a sitios web, entes gubernamentales, artículos periodísticos y revistas para ejecutar un estudio descriptivo y cualitativo sobre la conducta del mercado de seguros.

Por otra parte, los datos secundarios también se deben tomar de la empresa, asimismo para conocer sus tendencias y variaciones en el transcurso del tiempo, el objetivo es conocer la realidad situacional de la empresa. Asimismo, se obtendrá información de registros contables no sensibles, registros de ventas, tipos de clientes, niveles de reserva y costos que hoy por hoy tiene la compañía para de esta forma identificar si tendremos acogida y por ende poder otorgar estos beneficios por lo que económicamente implicaría para la empresa.

#### **2.5 Datos primarios**

Para la recolección de estos datos se debe tener entrevistas con quienes ejecutan las acciones tomadas en la compañía acerca de aspectos particulares del negocio, se debe tomar de muestra el antes de pandemia y el después de pandemia, en este sentido la revisión también cualitativa a través de la exploración.

Las entrevistas deben estar correctamente enfocadas a obtener información pertinente para el levantamiento de los planes que genere recursos humanos y de esta manera ejecutar las propuestas que se plantearan en los siguientes capítulos de este estudio de investigación.

### **Alcance de la investigación**

Acerca del alcance la investigación, se mostrará en la siguiente tabla la descripción del alcance metodológico:

**Tabla 2**

*Alcance Metodológico*

<b>Metodología</b>	Cualitativa
<b>Tipo de investigación</b>	Transversal
<b>Técnica</b>	Entrevista en profundidad a cada colaborador.
<b>Instrumento</b>	Encuesta
<b>Población</b>	110 colaboradores
<b>Criterio muestral</b>	Toda la población Todos los colaboradores.
<b>Muestra</b>	94* colaboradores

*Nota.* Se resume el alcance de la investigación del proyecto.

**Fuente:** Empresa Aseguradora

**Elaborado por:** Mayra Márquez

\*La muestra se requería por el total de la población, sin embargo, solo el 85% de la población realizó la encuesta y sobre este se ejecutará el análisis y las observaciones.

## Variables

Las variables que se tomaron en consideración para la ejecución de este estudio de investigación son las siguientes:

### Figura 3

*Variables para la Ejecución de las Encuestas*



**Nota.** Métodos utilizados para la socialización de la encuesta a realizar.

**Fuente:**

**Elaborado por:** Mayra Márquez

## Encuestas y resultados

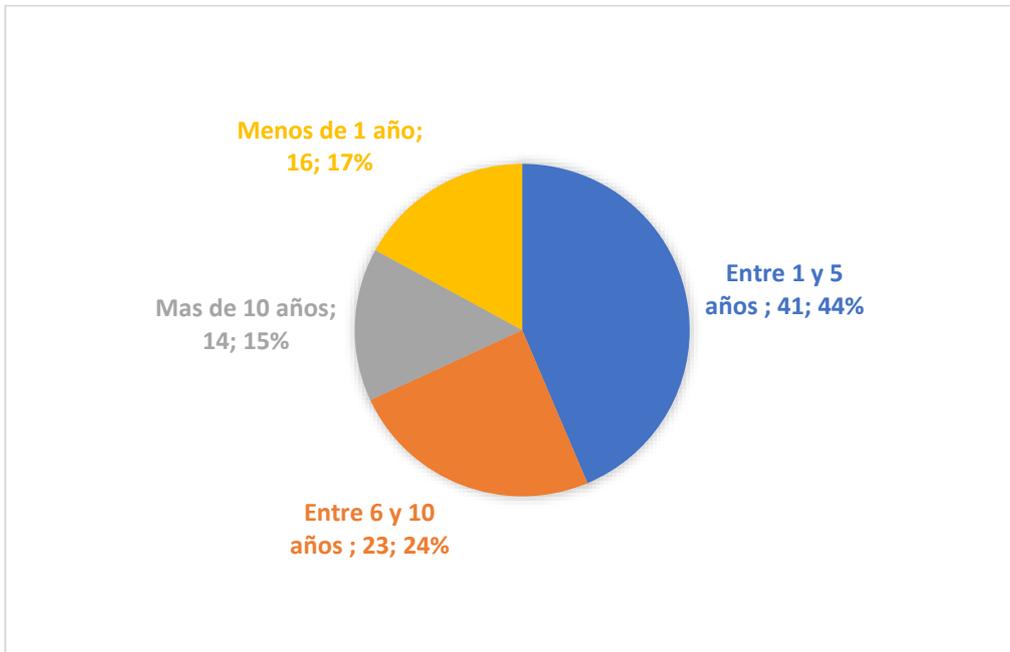
Acerca de este apartado de encuestas y resultados, se propone la presentación de las preguntas del instrumento junto con los resultados para poder obtener una visión general de lo que quiere la compañía.

Por lo anterior, se muestran los resultados en porcentaje por cada opción de respuesta que se ejecutó en la compañía:

## Figura 4

Resultado de Encuesta, Pregunta Nro. 1.

### 1. ¿Cuánto tiempo tienes en la compañía?



**Fuente:** Empresa Aseguradora

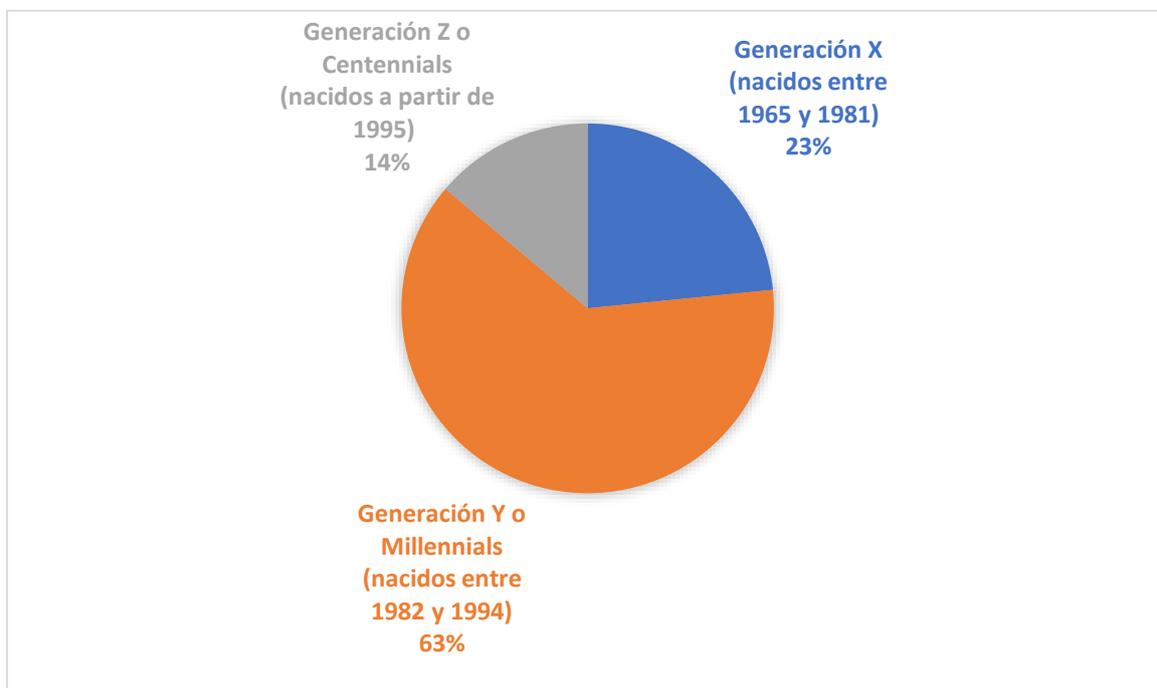
**Elaborado por:** Mayra Márquez

De la cantidad de colaboradores que se encuentran en la compañía, el 41% de los colaboradores tiene entre 1 y 5 años en la organización, en segundo lugar, con un 24% esta los colaboradores de entre 6 y 10 años, en tercer lugar, tenemos colaboradores de menos de un año y finalmente, tenemos un 15% de colaboradores que tienen más de 10 años en la compañía, esto quiere decir que hay estabilidad en la organización y, al implementar estas mejoras se puede mantener ese 17% que va en crecimiento.

**Figura 5**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 2.*

**2. ¿Qué generación eres?**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

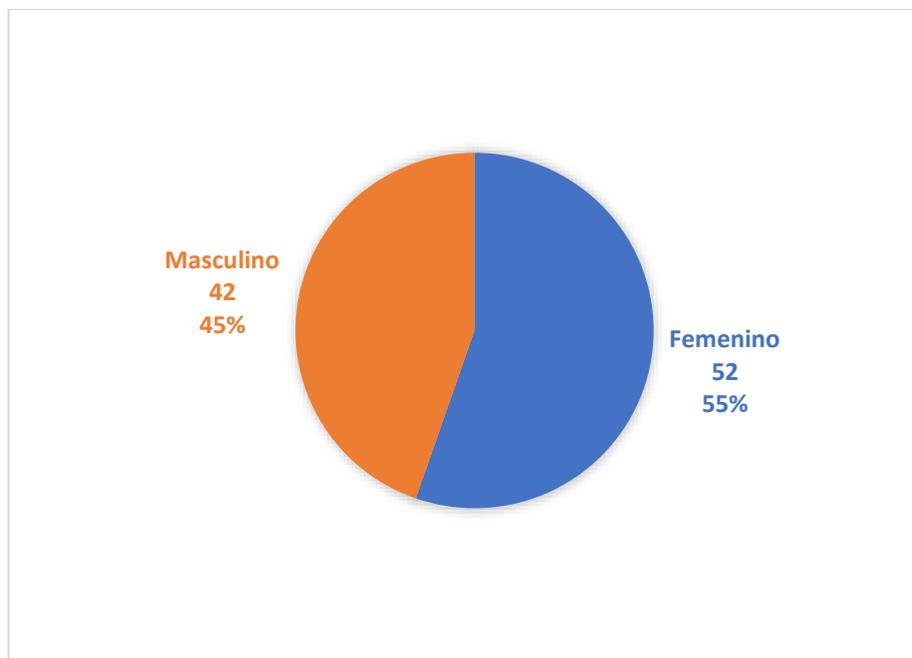
**Elaborado por:** Mayra Márquez

Se visualiza que el 63% de encuestados corresponden a colaboradores millenials, seguido de un 23% por la generación X y por último con un 14% la generación centennials son la población más joven.

## Figura 6

Resultado de encuesta, pregunta Nro. 3.

### 3. ¿Qué género eres?



**Fuente:** Empresa Aseguradora

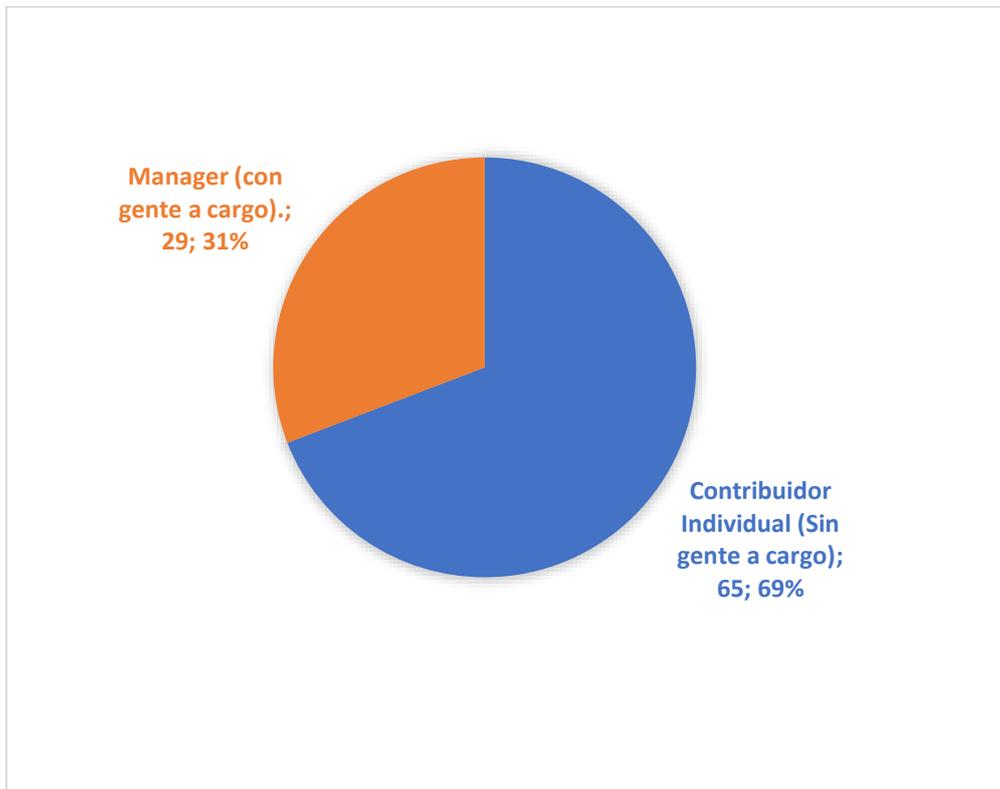
**Elaborado por:** Mayra Márquez

En este gráfico se puede apreciar que la mayor cantidad de población de la compañía es de género femenino con un total de 55% y en cuanto al género masculino ocupa un 42% de la población.

**Figura 7**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 4.*

**4. ¿Eres manager o, no?**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 69% de colaboradores de la aseguradora objeto de estudio está dentro del grupo de contribuidores individuales que no tienen personal a cargo y el 31% es parte del grupo de Líderes que tienen personal a cargo.

**Figura 8**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 5.*

**5. ¿En qué sucursal trabajas físicamente?**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

**Elaborado por:** Mayra Márquez

De los encuestados a nivel nacional se dividen de la siguiente manera en Guayaquil su matriz principal con 63 colaboradores, en Quito contestaron la encuesta 21 colaboradores, en Cuenca 9 colaboradores y por último en Manta se registra solo 1 colaborador ya que es una sucursal nueva.

## Figura 9

Resultado de encuesta, pregunta Nro. 6

### 6. Creo firmemente en las metas y objetivos de mi empresa.



**Fuente:** Empresa Aseguradora

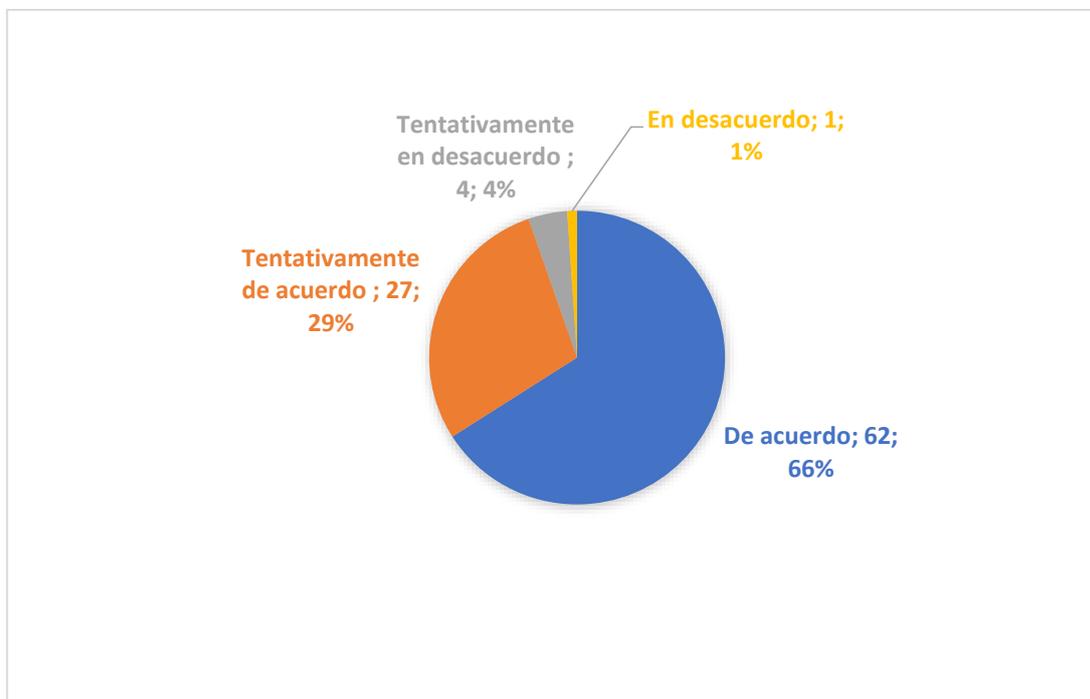
**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 82% de la compañía cree en las metas y esta alineado a los objetivos de la compañía, con un 14% encontramos al personal esta tentativamente de acuerdo, y con un 4% quienes no están de acuerdo con las metas ni objetivos de la compañía es decir que este pequeño grupo es una oportunidad de mejora.

## Figura 10

Resultado de encuesta, pregunta Nro. 7.

### 7. Soy capaz de mantener el nivel de energía que necesito durante toda la jornada laboral.



**Fuente:** Empresa Aseguradora

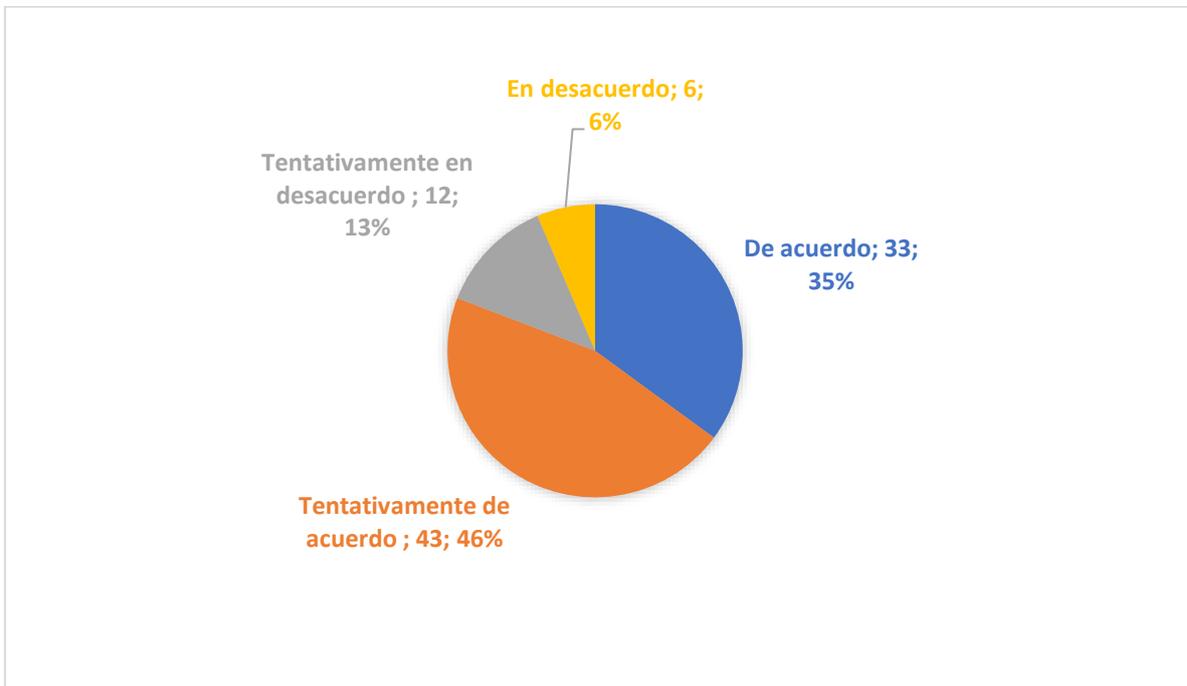
**Elaborado por:** Mayra Márquez

En cuanto al estado de ánimo y energía en la jornada de trabajo los encuestados contestaron de la siguiente manera. Un 66% se mantiene con energías durante su jornada, un 29% tentativamente de acuerdo, 4% tentativamente en desacuerdo y por último con 1% se encuentra en desacuerdo es decir que su energía no se mantiene durante toda la jornada laboral.

**Figura 11**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 8.*

**8. En mi empresa, actuamos rápidamente para resolver los problemas.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

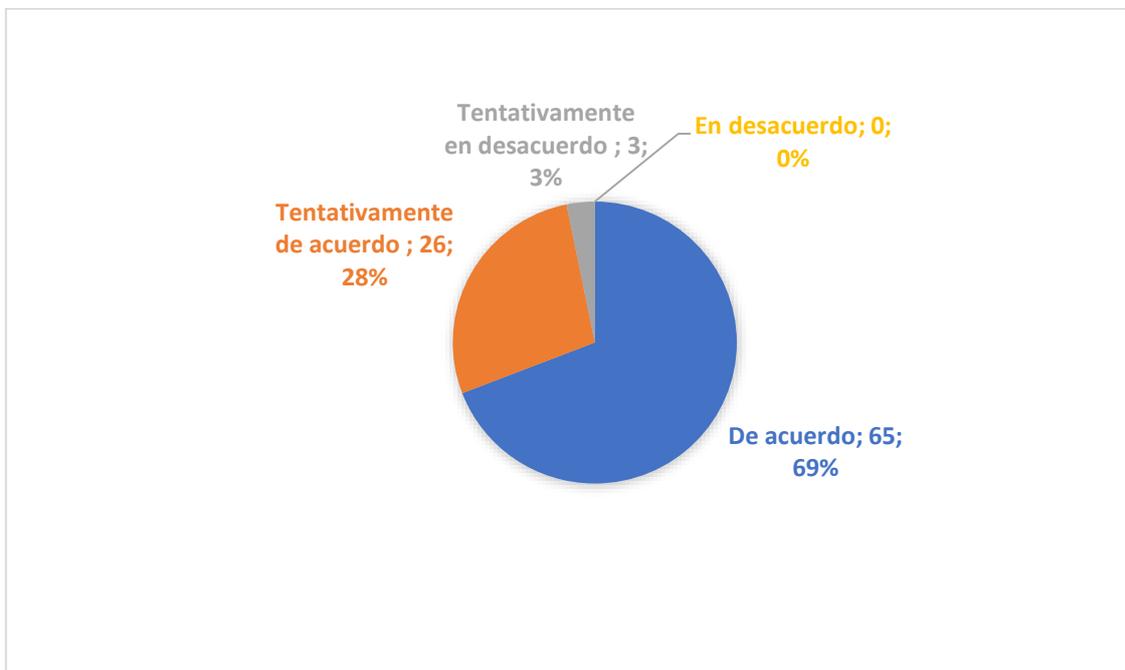
**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 46% de los encuestados indicaron que en la aseguradora del norte de la ciudad de Guayaquil se actúa de manera rápida el momento de resolver problemas, un 35% indicó que está de acuerdo. El 13% de encuestados indica estar tentativamente en desacuerdo y por último con un 6% en desacuerdo estos 2 últimos grupos indican que en su empresa no actúan con rapidez para resolver problemas.

**Figura 12**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 9.*

**9. Yo tengo un buen entendimiento de la Estrategia de mi compañía.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

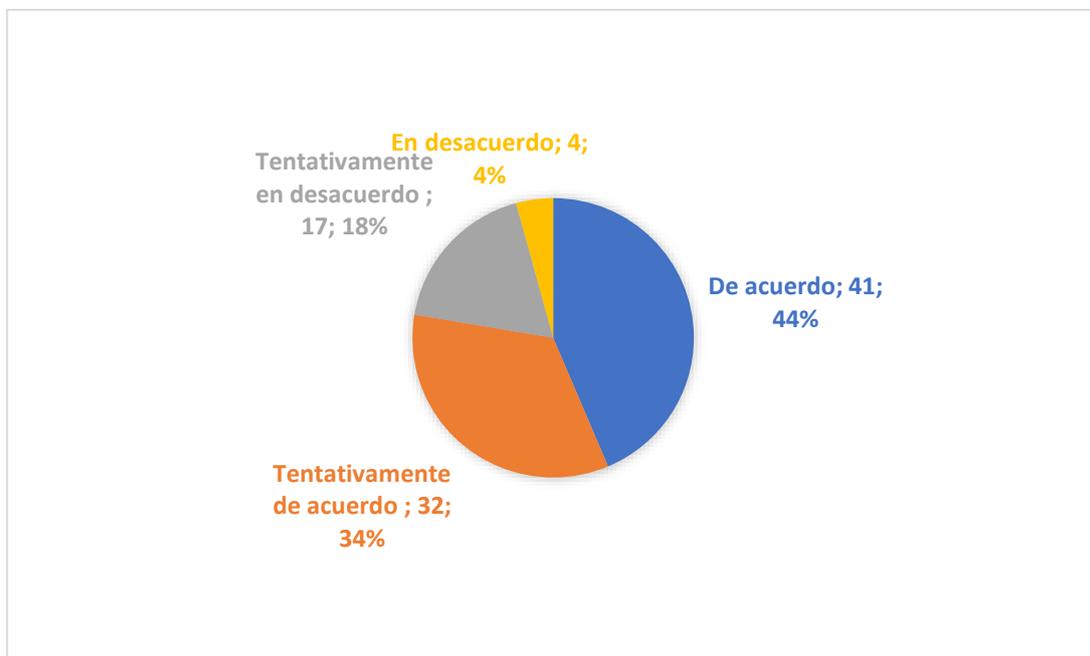
**Elaborado por:** Mayra Márquez

En cuanto a la estrategia de la compañía el 69% de encuestados indica que está al tanto y tiene conocimiento de esta, seguido de un 28% que se encuentra en un nivel intermedio y un 3% que no sabe cuál es la estrategia de la compañía.

**Figura 13**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 10.*

**10. Creo que mi empresa apoya la igualdad de oportunidades para todos los empleados.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

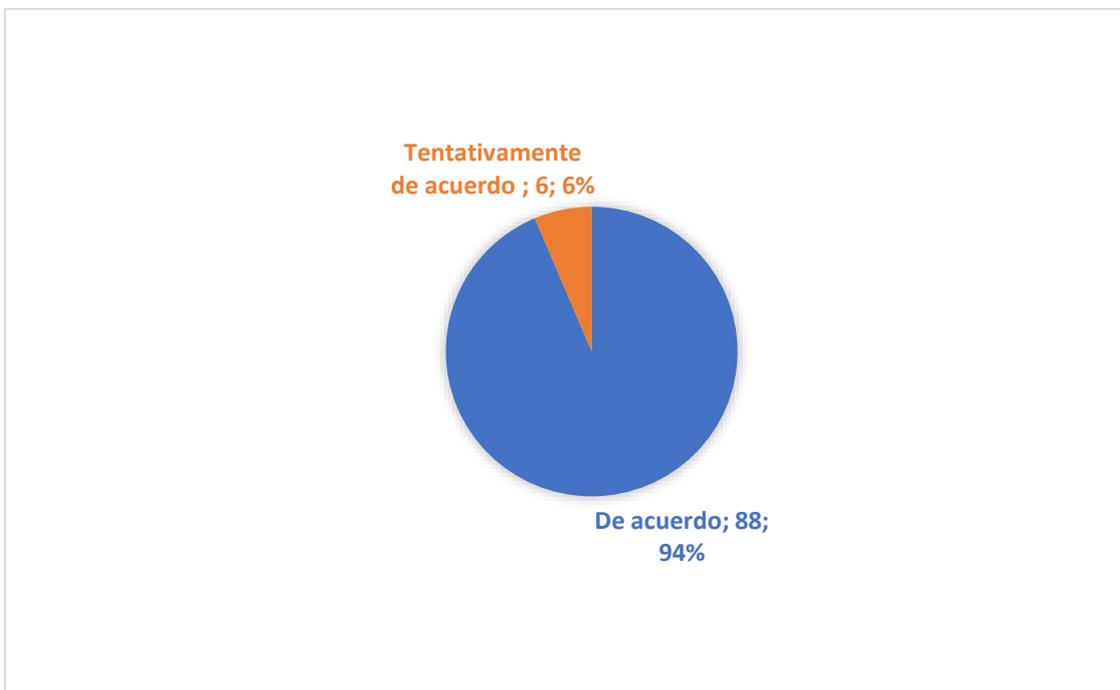
**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 44% de los encuestados opina que la empresa apoya con igualdad de oportunidades a todos los colaboradores, seguido de un 34% que indica estar tentativamente de acuerdo, un 18% que comienza a reflejar un poco de desacuerdo sobre la igualdad de oportunidades y por último un 4% de encuestados que sienten esa desigualdad.

## Figura 14

Resultado de encuesta, pregunta Nro. 11.

### 11. Estoy orgulloso de trabajar en esta Aseguradora.



**Fuente:** Empresa Aseguradora

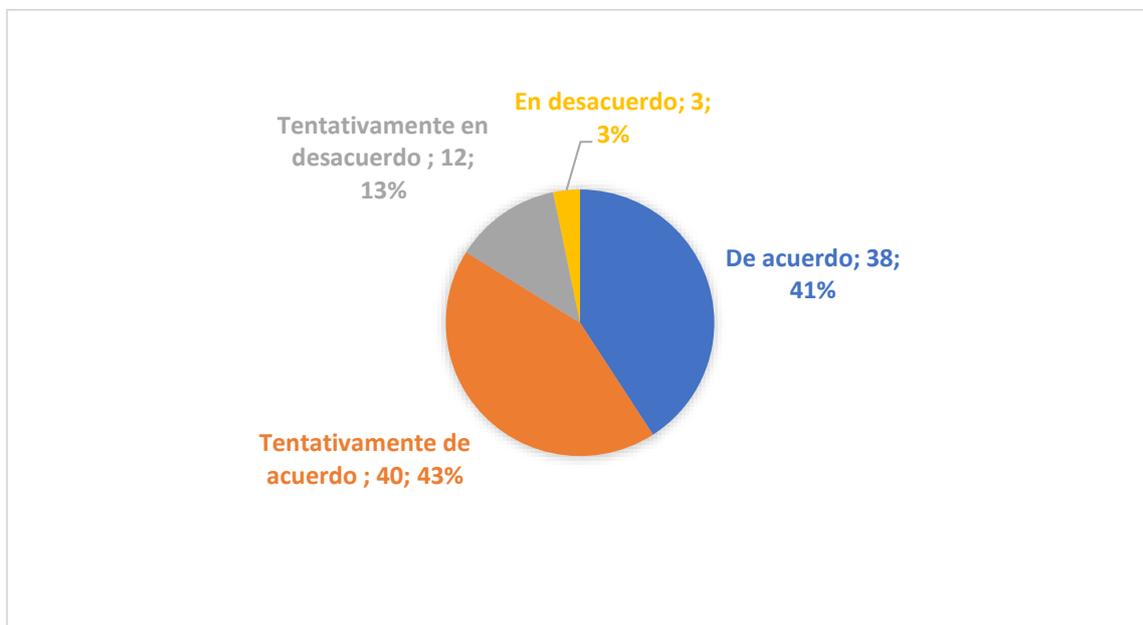
**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 94% de los encuestados se sienten orgullosos de trabajar en la aseguradora esto indica que la mayoría de los colaboradores están contentos de formar parte de este grupo, por otro lado, encontramos un pequeño grupo de un 6% que se encuentra descontento.

**Figura 15**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 12.*

**12. Mi empresa está simplificando eficazmente nuestros procesos para reducir la burocracia.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 43% de los encuestados indicó que la empresa si está simplificando los procesos para reducir la burocracia, seguido de un grupo de un 41% que se encuentra totalmente de acuerdo con la afirmación. También encontramos un grupo de un 13% que opina que la empresa aun cuenta con procesos extensos y por último un pequeño grupo de un 3% que opina que no se ha reducido en nada estos procesos.

**Figura 16**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 13.*

**a. Dispongo de las herramientas que necesito para hacer mi trabajo de forma eficaz.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

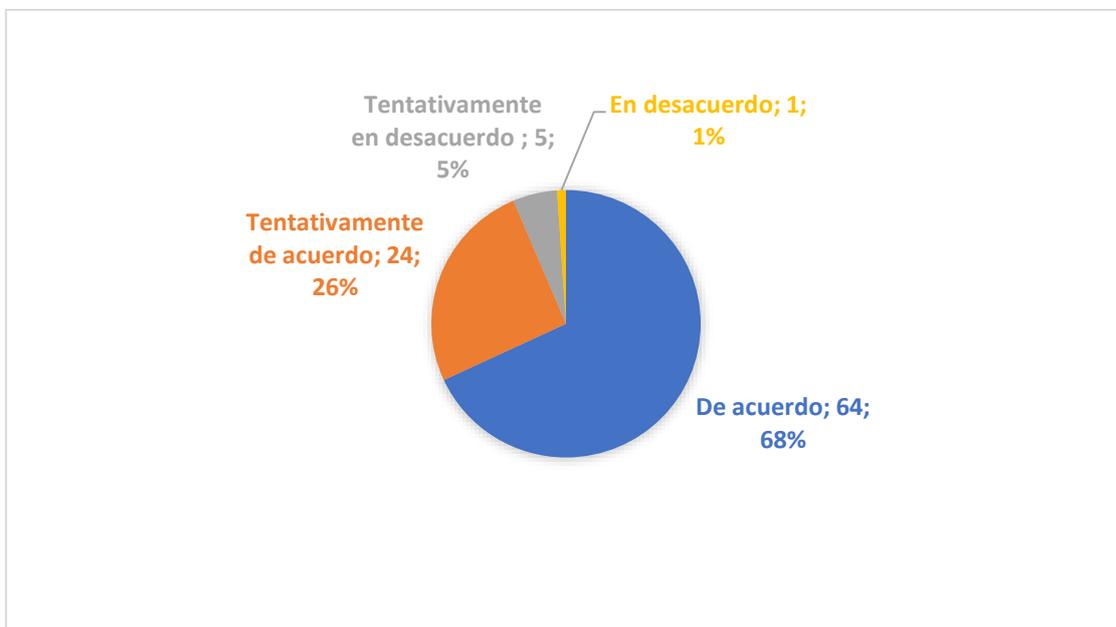
**Elaborado por:** Mayra Márquez

Un 48% de los encuestados indicaron que parcialmente tiene las herramientas necesarias para hacer su trabajo de forma eficaz, seguido por un 44% que indica contar con todo lo necesario para sus actividades. También encontramos un grupo conformado por un 7% que esta tentativamente en desacuerdo es decir que no cuenta con todo lo necesario para su trabajo, seguido de un 1% que definitivamente no tiene las herramientas necesarias su trabajo.

**Figura 17**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 14.*

**13. Creo que el equipo directivo tiene una estrategia empresarial bien formulada.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

**Elaborado por:** Mayra Márquez

En la actualidad se ha permitido conocer mucho sobre la estrategia de la compañía por lo que un 68% de los encuestados afirma estar seguro de que los directivos están desarrollando una buena estrategia, seguido de un 24% que indica estar tentativamente de acuerdo. Por otro lado, el 5% de encuestados no se sienta tan seguro de la estrategia, seguido por un 1% que indica que no se está manejando una buena estrategia con los directivos actuales.

## Figura 18

Resultado de encuesta, pregunta Nro. 15.

### 14. Estoy dispuesto a trabajar más allá de lo necesario para ayudar al éxito de mi empresa.



**Fuente:** Empresa Aseguradora

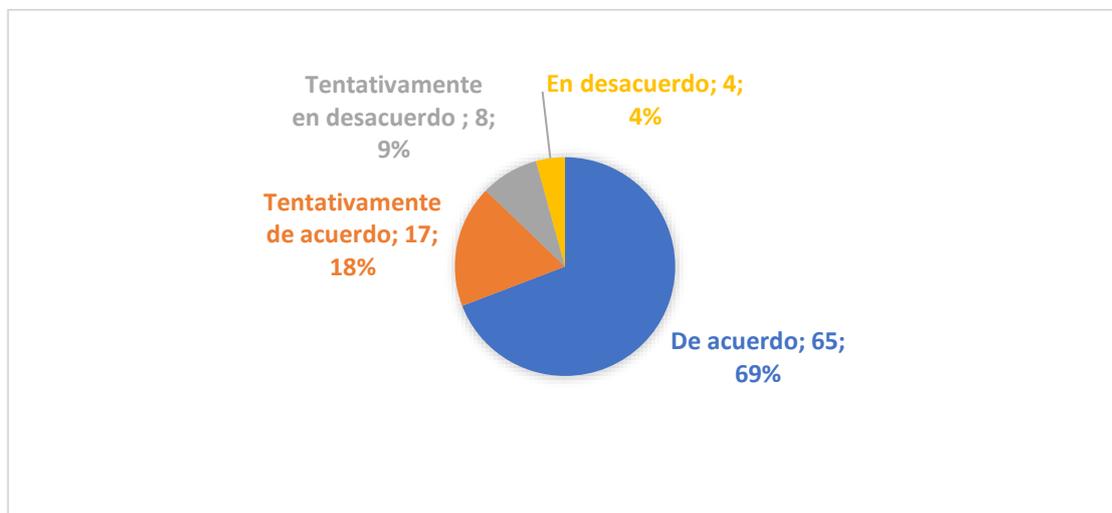
**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 89% de encuestados esta siempre dispuesto a dar más de lo necesario, encontramos un personal totalmente comprometido con la compañía y su éxito y también encontramos un grupo de encuestado de un 11% que también está dispuesto a dar más de lo necesario, pero no en todo momento.

## Figura 19

Resultado de encuesta, pregunta Nro. 16.

### 15. Puedo denunciar los casos de prácticas deshonestas o poco éticas sin temor a represalias.



**Fuente:** Empresa Aseguradora

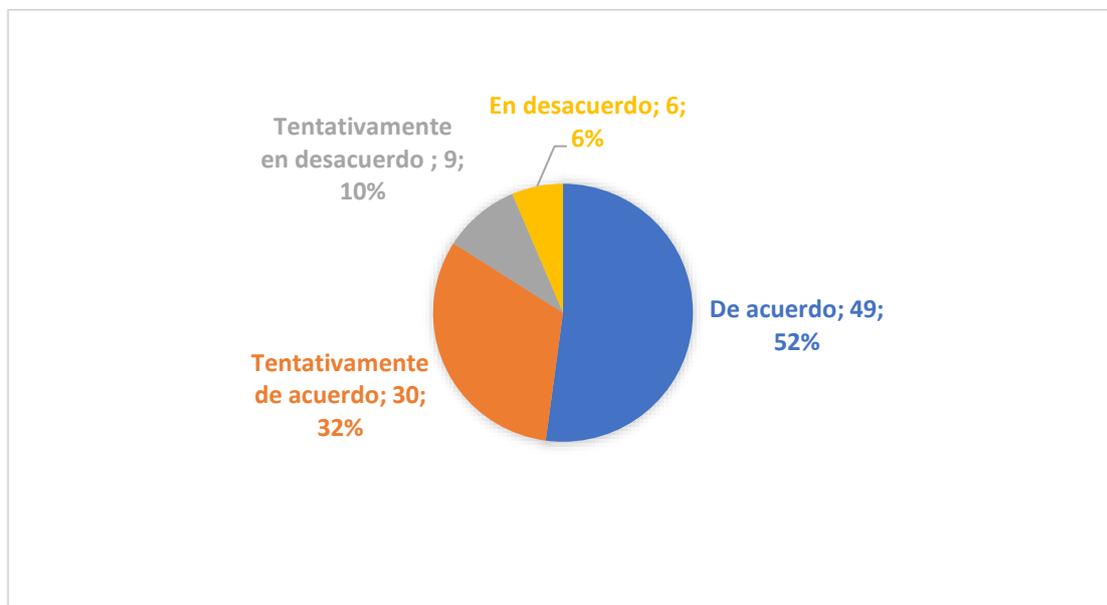
**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 65% de encuestados puede denunciar sin temor cualquier practica deshonestas, también un 18% indica que podría denunciar alguna irregularidad. Un 9% duda de que se pueda hacer denuncias sin que se perjudique y un 4% definitivamente no denunciaría por temor a represalias.

## Figura 20

Resultado de encuesta, pregunta Nro. 17.

### 16. Mi horario de trabajo permite suficiente flexibilidad para satisfacer mis necesidades personales y familiares.



**Fuente:** Empresa Aseguradora

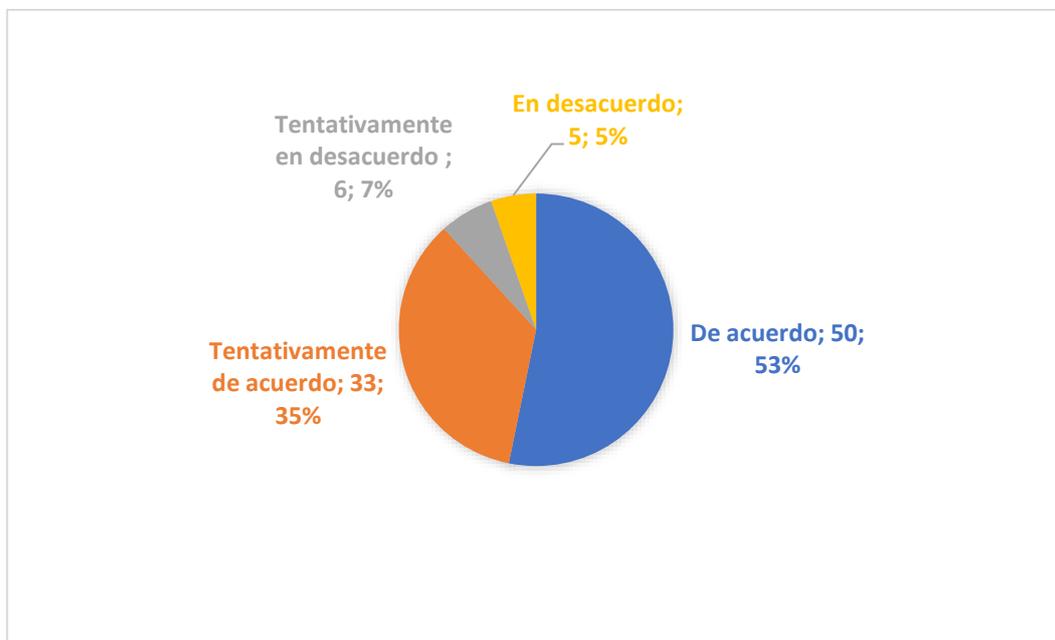
**Elaborado por:** Mayra Márquez

En la aseguradora objeto de estudio se maneja un horario flexible actualmente y 52% de encuestados se siente conforme con su horario de trabajo ya que le permite realizar sus actividades personales y familiares, el 32% también considera que su horario le permite tener su espacio personal. Sin embargo, un 10% de encuestados se ve afectado por actividades que exigen más tiempo de lo normal y un 6% que indica trabajar más de lo necesario.

**Figura 21**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 18.*

**17. Mi empresa me da la oportunidad de adquirir nuevas habilidades para seguir siendo relevante en mi trabajo en el futuro.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

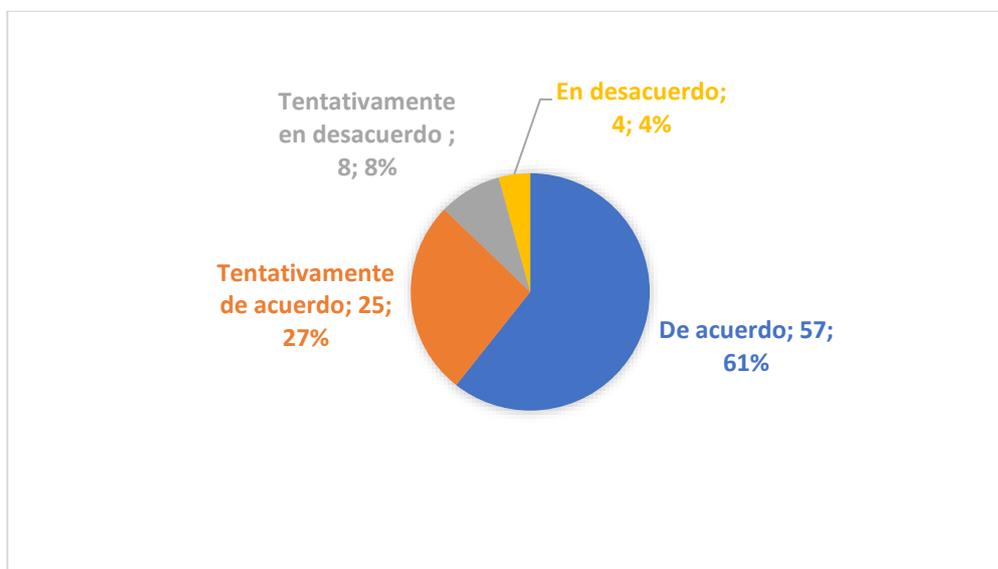
**Elaborado por:** Mayra Márquez

Con un 53% a la cabeza los encuestados se encuentran contentos con los planes de carrera que les esta brindado la compañía, seguido de un 35% que de manera favorable está viendo que la empresa apoya a su crecimiento profesional. El 7% de encuestados no siente el apoyo por parte de la compañía para el desarrollo de sus habilidades y un 5% afirma que la empresa no está dando la oportunidad de crecimiento que se requiere.

**Figura 22**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 19.*

**18. Las condiciones físicas de trabajo en mi oficina son satisfactorias (por ejemplo, espacio para trabajar, espacios de colaboración, sala de reuniones, etc.).**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

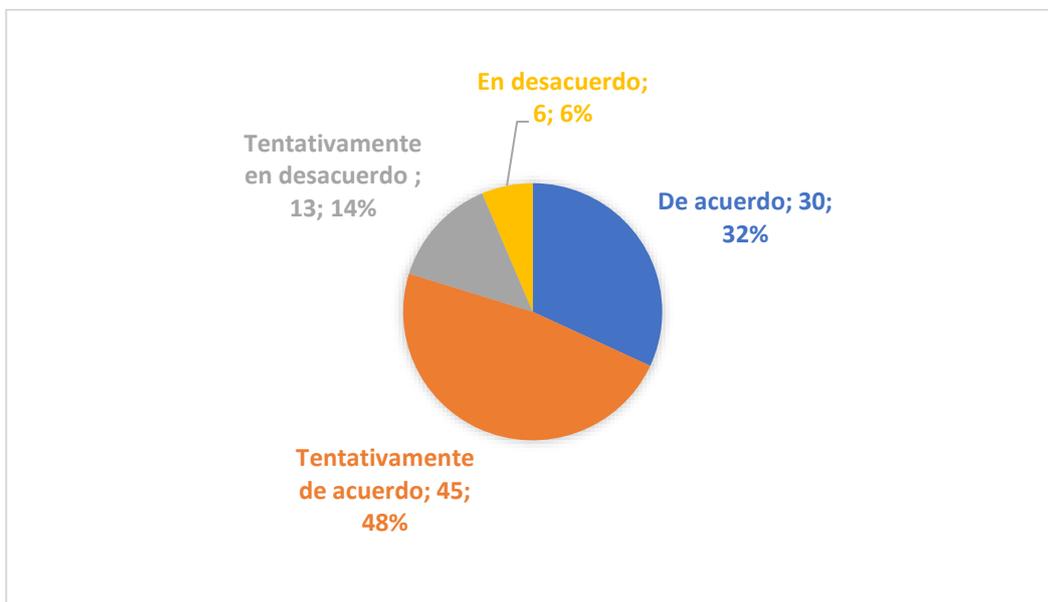
**Elaborado por:** Mayra Márquez

Los encuestados en un grupo conformado por un 61% indicaron estar conformes con su espacio físico de trabajo, seguido de un 27% que tentativamente está de acuerdo. El 8% de encuestados no se siente conforme con su lugar de trabajo y un 4% que definitivamente no está conforme por lo que podría ser perjudicial para el desarrollo de las actividades diarias.

**Figura 23**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 20.*

**19. En mi empresa se requieren demasiadas aprobaciones para las decisiones rutinarias.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

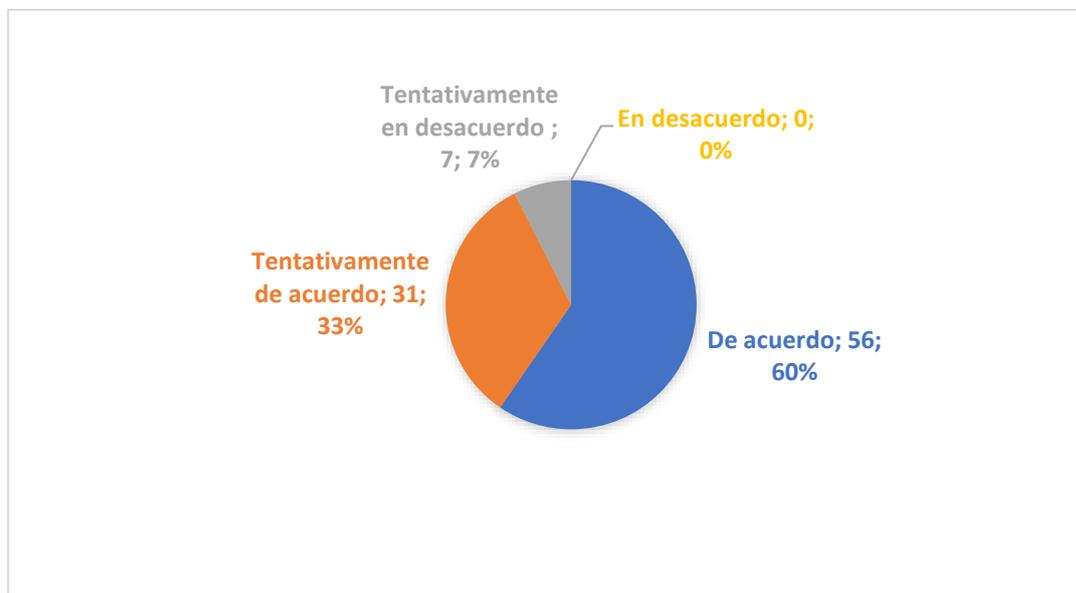
**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 48% de población encuestada indica que si existe demasiada burocracia hasta incluso en cosas que se manejan en el día a día que no tiene un riesgo de daño y que pueden evitarse tantos flujos de aprobación, esto seguido de un 32% que está totalmente de acuerdo con la tramitología engorrosa en actividades rutinarias. Un 14% indica que no hay muchas aprobaciones y por último un 6% afirma que no existen demasiadas aprobaciones.

**Figura 24**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 21.*

**20. Soy consciente de que tengo que mejorar las habilidades necesarias (por ejemplo, habilidades blandas, perspicacia digital, etc.) para ser eficaz.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

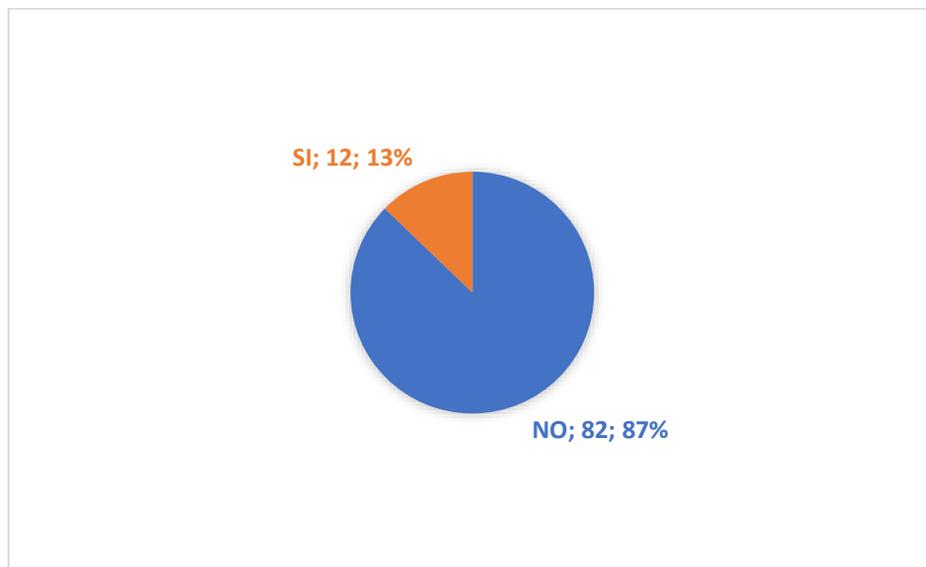
**Elaborado por:** Mayra Márquez

El 60% de los encuestados está en pleno conocimiento de que aún debe desarrollar más habilidades que les permitan ser más ágiles en muchos procesos, seguido por un 33% que piensa relativamente igual y un 7% que indica estar totalmente formado y que no es necesario desarrollar habilidades porque ya trabaja de manera eficiente.

**Figura 25**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 22.*

**21. ¿Está considerando dejar esta empresa?**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

**Elaborado por:** Mayra Márquez

En base a esta pregunta se puede notar que un 87% de los encuestados se encuentra a gusto en la compañía y actualmente no están pensando en dejar la compañía se denota que hay estabilidad en este grupo. Por otro lado, encontramos un 13% de encuestados que actualmente está en búsqueda de otras oportunidades laborales.

**Figura 26**

*Resultado de encuesta, pregunta Nro. 23.*

**22. Mi aseguradora ha puesto en marcha nuevas iniciativas para reforzar mis competencias digitales y difundir una cultura de la innovación en toda la empresa.**



**Fuente:** Empresa Aseguradora

**Elaborado por:** Mayra Márquez

Un 61% de los encuestados está al tanto de las nuevas iniciativas de la compañía y ha notado que en cuanto a tecnología e innovación el cambio es notorio esto seguido de un 36% que opina parcialmente lo mismo. Un 2% no ve esos cambios en cuanto a innovación y el 1% no cree que sus competencias no están ancladas a las iniciativas de tecnología e innovación.

**23. En su opinión, ¿Qué es lo más importante que hay que hacer para mejorar su empresa como lugar de trabajo?**

Top respuestas:

- Pienso que todo está mejorando poco a poco, nos estamos innovando como empresa y eso es muy bueno para el futuro
- En mi opinión mi empresa siempre nos escucha y piensan en nuestro bienestar, creo que cuidar de sus empleados es lo que hace de una empresa una gran familia comprometida en el beneficio de esta, en mi opinión es un excelente lugar de trabajo pues tiene a su personal como una prioridad.
- Actualmente existen excelentes mejoras en la empresa desde mi inicio, siento un ambiente amigable y cordial, por ahora todos los movimientos que estoy observando se verifica buenos procesos y estrategias
- Hoy por hoy la compañía está por un camino hacia la excelencia, estamos trabajando para mejorar los procesos y así llegar hacer un mejor lugar de trabajo, sin embargo, hoy por hoy ya contamos con un buen lugar de trabajo, buen ambiente laboral, las gerencias nos escuchas y se siente el cambio de actitud de la compañía.

**24. En su opinión, ¿Qué es lo más importante que hay que hacer para mejorar su empresa como lugar de trabajo?**

Top de respuestas:

- Capacitación
- Sistemas y tecnologías
- Infraestructura
- Medios de trabajo ergonómico

## CAPÍTULO III

### 3. Propuesta

A continuación, se propone lo siguiente para mejorar el clima laboral, la comunicación y por consiguiente, incrementar el interés de los colaboradores en el cumplimiento de los objetivos de la compañía y de esta manera no solo crear un mejor ambiente sino que también mejore el servicio y la atención al cliente creando de manera indirecta fidelidad con los Asegurados y demás partners.

Esta propuesta consiste en que, con los resultados de las encuestas se puedan ejecutar las mejoras en la organización desde un cupón de descuento para diferentes sponsors, hasta la comunicación diaria dentro de la organización con los colaboradores de las diferentes áreas.

Por lo anterior, mediante un cronograma que indica las actividades a ejecutar para conseguir este objetivo, se propone implementar estas actividades.

#### 3.1. Objetivos

Para la compañía es importante contar con equipos proactivos y predispuestos, por lo que consideramos importante recalcar que se busca con este proyecto.

Crear comunicación interna y externa.

Proporcionar seguridad en los colaboradores.

Incrementar el interés del personal en el objetivo de la estrategia de la organización.

Mejorar la productividad.

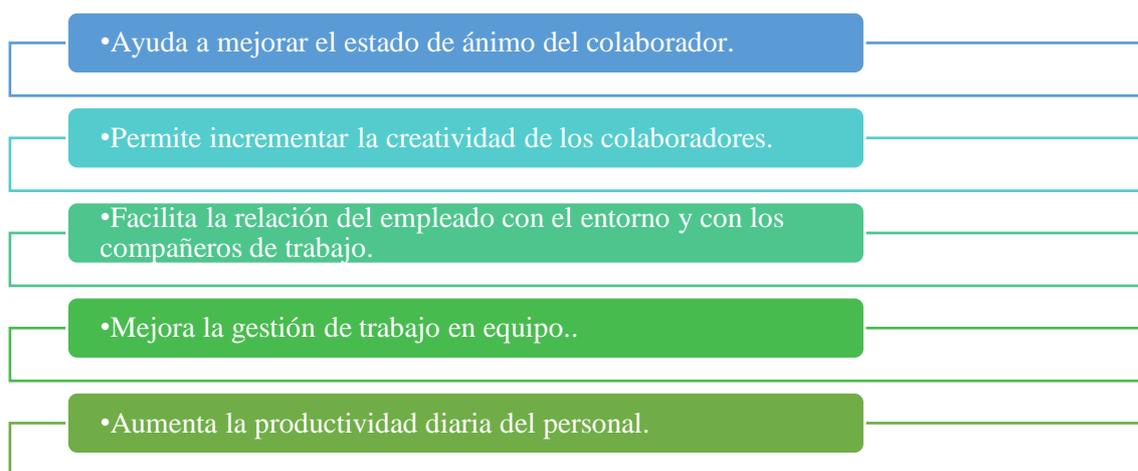
Incrementar participación del colaborador con la familia.

### 3.2. Beneficios

Para este estudio se ha visualizado los múltiples beneficios que posee este estudio de investigación, a continuación, se enlistan estos:

**Figura 27**

*Beneficios de la Investigación*



**Fuente:**

**Elaborado por:** Mayra Márquez

## Plan para implementar los beneficios

**Tabla 3**

*Actividades Para Elaborar En La Propuesta*

EMPRESA ASEGURADORA	Area Responsable:		Recursos Humanos																													
	Nombre del Proyecto:												Campaña de Beneficios																			
MESES	jul-22				ago-22				sep-22				oct-22				nov-22				dic-22				feb-23							
FASES DEL PROYECTO	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Toma de encuesta de pulso al personal.																																
Análisis de resultados de encuesta de pulso.																																
Sesiones Start, Stop and Continue con los departamentos.																																
Elaboración de plan de acción con el equipo de RRHH.																																
Busqueda convenios corporativos.																																
Plan de acción de seguridad y salud ocupacional.																																
Planificación de actividades de salud física y mental.																																
Presentación de propuesta al Exco.																																
Implementación pausas activas																																
Entrega de Mouse Ergonomicos																																
Inicio de campaña saludable																																
Socialización de campaña de beneficios a los colaboradores.																																

**Nota.** Cronograma de actividades de la implementación del plan de estrategias.

**Fuente:**

**Elaborado por:** Mayra Márquez

## Evaluación de la propuesta

**Figura 28**

*Evaluación de la Propuesta*



### **Propuestas Externas**

Se requiere conseguir proveedores externos y convenios que ofrezcan descuentos en diferentes servicios como: alimentación, cine, peluquería, centros médicos, gimnasios, preparación profesional, talleres etc. Para Beneficio de los colaboradores a nivel nacional.



### **Propuestas Internas**

Se quiere implementar beneficios que antiguamente existían en la aseguradora y esto crearía un vínculo más cercano entre familia y trabajo para el colaborador incluyendo en diversos proyectos a la familia.



### **Salud Física y Mental**

Se requiere implementar actividades que permitan mejorar el estado de salud de los colaboradores que haya espacios de recreación deportiva y que esto contribuya a la salud física en cuanto a la salud mental fomentar el desarrollo de habilidades de los colaboradores.

**Nota.** Se proponen propuestas que se trabajarán de manera interna con RRHH, externa con la búsqueda de proveedores que formen parte del club de beneficios y se implementarán más actividades que aporten a la salud y bienestar de los colaboradores.

**Fuente:**

**Elaborado por:** Mayra Márquez

**Beneficios:**

- Al ejecutar esta propuesta mejorará el clima laboral en 20%
- La comunicación entre áreas y horizontalmente según el cronograma mejoró 12%
- El 30% de colaboradores de la aseguradora objeto de estudio tiene familia y al menos 1 hijo, para ellos se promueve lo siguiente que mejorará la relación personal-familiar en un 10%

## Propuesta

**Figura 29**

*Índice de la Propuesta*



**Figura 30**

*Plan del Mes De la Salud*

**ABRIL MES DE LA SALUD**

<b>3 ABRIL   10H00</b>	Charla Salud Bucal y presentación de beneficios	
<b>5 ABRIL   09H00 A 13H00</b> Guayaquil	Valoraciones médicas presenciales. <small>*LRO y CCA por confirmar fecha.</small>	
<b>14 ABRIL   10H00</b>	Charla Salud Mental	
<b>21 ABRIL   10H00</b>	Charla Salud Ocupacional	
<b>28 ABRIL   14H30</b>	PAUSA ACTIVA (Bailoterapia)	

ESTILO DE VIDA SANO Y SEGURO

**Fuente:** Empresa Aseguradora

**Elaborado por:** Mayra Márquez

**Tabla 4***Proveedores Club de Beneficios*

---

<b>Guayaquil</b>	<b>Proveedores Externos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-H&amp;M Dentist</li><li>- Óptica Ferrer</li><li>- HT Fitness Center</li><li>- Dr. Marengo</li><li>- Mi Comisariato<ul style="list-style-type: none"><li>- Supermaxi</li><li>- Sport Planet</li></ul></li><li>- A Fuego Lento Grill</li><li>- Wyndham Garden<ul style="list-style-type: none"><li>- Hotel Marriot</li><li>- Natural Beauty<ul style="list-style-type: none"><li>- FF Styles</li><li>- Moreno's</li><li>- Prime 21</li><li>- IPBF</li></ul></li></ul></li></ul>
<b>Quito</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Centro Odontológico Metropolitano<ul style="list-style-type: none"><li>- AB Gym</li><li>- Mi Comisariato<ul style="list-style-type: none"><li>- Supermaxi</li><li>- Taconazo</li><li>- Sport Planet<ul style="list-style-type: none"><li>- Santana</li></ul></li></ul></li><li>- Wyndham Garden<ul style="list-style-type: none"><li>- IPBF</li><li>- Insurance</li></ul></li><li>- Ohlala Beauty Studio</li></ul></li></ul>
<b>Cuenca</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Global Gym</li><li>- Supermaxi</li><li>- Sport Planet<ul style="list-style-type: none"><li>- Wissen</li></ul></li></ul>

---

**Nota.** Listado por sucursal de proveedores externos y prestadores de servicios que tienen convenio con la aseguradora.

**Tabla 5**

*Propuestas Internas de Recursos Humanos*

<b>GUAYAQUIL</b>	- <b>DAY OFF</b>
<b>QUITO</b>	- <b>FRIENDLY DAYS</b>
<b>CUENCA</b>	- <b>CUMPLEAÑERO DEL MES</b>
<b>MANTA</b>	- <b>TU MEJOR CUENTA</b>
	- <b>JORADAS DEPORTIVAS</b>
	- <b>RECONOCIMIENTOS DE LOGROS</b>

---

**Estilo de vida Sano y Seguro**

<b>GUAYAQUIL</b>	- <b>HEALTHY MONDAY</b>
<b>QUITO</b>	- <b>SEGURIDAD OCUPACIONAL</b>
<b>CUENCA</b>	- <b>SALUD OCUPACIONAL</b>
<b>MANTA</b>	

---

*Nota.* Beneficios no monetarios como reconocimientos, jornadas extracurriculares, capacitaciones a nivel de salud y seguridad ocupacional entre otros

## CONCLUSIONES

La organización ha ido evolucionando en este mundo tan competitivo trayendo consigo una relación empresa y colaborador que debe fortalecerse en el tiempo, la realidad es que el recurso humano es uno de los recursos más importantes de las compañías por lo que es vital invertir en conocimiento para mejorar habilidades blandas y duras y, en beneficios que mejoren el ambiente para que la convivencia sea favorable.

Para el recurso humano se deben considerar varios elementos que son la clave: Capacidades, compromiso y la acción, estos elementos se pueden seguir desarrollando, transformándolos y evaluándolos según las necesidades que tenga la organización en ese momento. La gestión por competencias también es un factor clave para la evaluación de los colaboradores, al identificar esas competencias es más fácil saber en que se debe invertir y en quien, entre ellas están competencias por área, por conocimiento, habilidades duras y blandas, inteligencia y madurez emocional.

Para la aseguradora del norte de la ciudad de Guayaquil, quienes ya cuentan con un plan de capacitaciones, ahora es necesario enfocarse en la estabilidad, ambiente y beneficios tangibles para los colaboradores, es por esto que se han conseguido una lista de proveedores por sucursal para poder ofrecer una gama variada de servicios, que aporten a la inteligencia emocional de los colaboradores y los mantenga en sintonía como colaboradores importantes de la compañía.

Se concluye que al implementar estas mejoras y beneficios para la organización se podrán mejorar los índices que se evaluaron previamente y actualizar los planes que empoderen a los colaboradores y apoyen al ambiente organizacional, esto para reforzar las mediciones y generar sostenibilidad de la compañía en el tiempo con un equipo

multidisciplinario que conoce del negocio, que crea sinergias y empodera a los clientes externos y stakeholders a mantener los negocios.

## RECOMENDACIONES

Para las recomendaciones se detallan a continuación las que beneficiaran mayormente a la compañía, y que se han ido poco a poco socializando y estableciendo según las necesidades de la empresa.

Para esto se indica lo siguiente:

- a. Generar una encuesta anual tipo monitoreo para todos los colaboradores y percibir su sentir posterior a la implementación de estos beneficios. Además de que esta encuesta servirá para evaluar la necesidad de cambiar los beneficios, mantenerlos y con los nuevos, revisar que tipo de proveedores son necesarios con los cambios que se tendrán en el mundo.
- b. Generar un plan para mantener a los proveedores actuales y fidelizarlos con la compañía, estos proveedores deberán en el tiempo ir generando inclusive nuevas promociones para que la Aseguradora pueda ofertar estas actividades a sus colaboradores y estos se mantengan enfocados en el ambiente estable de la organización.
- c. Mantener una visión global de los días en los que se ofertan regalos, premios y bonificaciones para mantenerlo y, en el futuro ir implementando no solo proveedores sino también regalos por días especiales, feriados.

Por lo anterior, se recomienda la implementación del plan propuesto en el capítulo final y de esta manera ir evaluando como se va generando un ambiente distinto que fortalezca la relación de colaboradores, externos y stakeholders.

## Referencias

- Almeida Eleno, A. (2013). *Las ideas del amor de R.J. Sternberg: la teoría triangular y la teoría narrativa del amor*. Obtenido de <https://summa.upsa.es/high.raw?id=0000031322&name=00000001.original.pdf>
- Brian Nicolás, I. (2011). EL AMOR SIGNIFICANTE. *Revista Electrónica de la Facultad de Psicología - UBA*.
- Cuervo Montoya, E. (27 de 02 de 2016). *Exploración del concepto de violencia y sus implicaciones en educación*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n46/0188-7742-polcul-46-00077.pdf>
- Gallo Acosta, J. (2011). *Clínica del deseo y el amor: La clínica psicoanalítica*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7823323>
- Gonzalez Barrientos, M., & Napolitano, S. (2016). *El sueño amoroso y sus lógicas de guerra. Notas psicoanalíticas sobre el amor, el deseo y el odio*. Obtenido de [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-56652016000300006](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652016000300006)
- Gorgas Berges, A. (2015). *Reescritura del amor romántico en la literatura de masas*. Obtenido de <https://www.zaragoza.es/contenidos/sectores/mujer/reescritura-amor.pdf>
- Herrera-Hugo , B. d., Tapia Segarra, J. I., Cárdenas Lata, B. J., & Calderón Bustamante, K. N. (2021). *Violencia intrafamiliar en tiempos de Covid-19: Una mirada actual* . Obtenido de 10.23857/pc.v6i2.2334
- Jiménez Fernández, A. (2021). *MITOS DEL AMOR ROMÁNTICO: PREVENCIÓN E INTERVENCIÓN EN ADOLESCENTES. UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA*. Obtenido de <https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/25201/Jim%C3%A9nez%20Fern%C3%A1ndez%20A.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Lolín Párraga, G. (2021). *Mujeres y violencia de género en el Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena. Una mirada desde el psicoanálisis*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15891/1/T-UCSG-POS-PSCO-77.pdf>
- Safranof, A. (2017). *Violencia psicológica hacia la mujer: ¿cuáles son los factores que aumentan el riesgo de que exista esta forma de maltrato en la pareja?* Obtenido de <https://www.scielosp.org/pdf/scol/2017.v13n4/611-632/es>
- Aguilar, L. (30 de Junio de 2015). *El amor, femenino*. Obtenido de <http://www.revistavirtualia.com/articulos/126/bordes-de-lo-femenino/el-amor-femenino>
- Alejandro Manguia, T. (2021). *VIOLENCIA DE GÉNERO: CAUSAS QUE CONLLEVAN A UNA INDEFENSIÓN APRENDIDA*. Obtenido de

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16831/1/ECFCS-2021-PSC-DE00028.pdf>

- Alicia Saldívar Garduño, R. D. (2015). *Roles de Género y Diversidad: Validación de una Escala en Varios Contextos Culturales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3589/358943649003.pdf>
- Asamblea Nacional República Del Ecuador. (Enero de 2018). *LEY PARA PREVENIR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES*. Obtenido de [https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/ley\\_prevenir\\_y\\_erradicar\\_violencia\\_mujeres.pdf](https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/ley_prevenir_y_erradicar_violencia_mujeres.pdf)
- Bejarano, M. A. (2016). *La investigación cualitativa*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3645/3/document.pdf>
- Bordas, M. d. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Caamaño, V., & Cochia, S. (2011). *El amor según Lacan: “suciamezcolanza” o “división irremediable”*. Obtenido de <https://www.aacademica.org/000-052/723.pdf>
- Cabezas, E. D. (22 de julio de 2016). *ANÁLISIS DE LA PERMANENCIA DE MUJERES EN RELACIONES DE VIOLENCIA PSICOLÓGICA COMO UNA MANIFESTACIÓN SINTOMÁTICA*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12352/DISERTACION%20%93N%20ERIKA%20DANIELA%20S%20C%81NCHEZ%20CABEZAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cabrera Sánchez, J. (Marzo de 2019). *Para una crítica de la violencia en psicoanálisis: de la violencia originaria de la ley a su tramitación trágica*. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/trans/a/sZbvhwMXjYPLtXzXFf6mZy/?format=pdf&lang=es>
- Carmelo Hernández, R., Magro Servet, V., & Cuéllar Otón, J. P. (2014). *EL MALTRATO PSICOLÓGICO. CAUSAS, CONSECUENCIAS Y CRITERIOS JURISPRUDENCIALES. EL PROBLEMA PROBATORIO*. Obtenido de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/46929/1/2014\\_Hernandez-Ramos\\_etal\\_Aequitas.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/46929/1/2014_Hernandez-Ramos_etal_Aequitas.pdf)
- Castelar Caicedo, A. (2018). *La concepción freudiana del amor*. Obtenido de <https://psicologiacultural.org/Pdfs/Trabajos%20de%20grado/Sampson/La%20concepcion%20freudiana%20del%20amor.pdf>
- Castro, D. A. (2016). *Una paradoja freudiana del amor*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/391408728/Dialnet-UnaParadojaFreudianaDelAmor-4647669>
- Champagnat, L. e. (20 de julio de 2020). *gestiopolis.com*. Obtenido de [gestiopolis.com: https://www.gestiopolis.com/clima-laboral](https://www.gestiopolis.com/clima-laboral)

- Chanquin, M. R. (2013). *Violencia contra la mujer: marco teórico y jurídico* . Obtenido de [http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/url/IIJ/cuadren\\_estu126.pdf](http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/url/IIJ/cuadren_estu126.pdf)
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional la dinamica del exito en las organizaciones*. Mexico : McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- CIDH, C. I. (14 de 11 de 2019). *Violencia sexual contra niñas y adolescentes*. Obtenido de <http://www.oas.org/es/cidh/mujeres/factsheets/03.pdf>
- Cooper , V., & Pinto, B. (2008). *ACTITUDES ANTE EL AMOR Y LA TEORÍA DE STERNBERG. UN ESTUDIO CORRELACIONAL EN JOVENES UNIVERSITARIOS DE 18 A 24 AÑOS*. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rap/v6n2/v6n2a4.pdf>
- Córdoba, A.-I., & Rodríguez, E. R. (31 de ENERO de 2020). *AMOR ROMÁNTICO Y VIOLENCIA DE GÉNERO*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.12960/TSH.2020.0005>
- Dal Maso Otano, S. I. (2011). *Una mirada desde el psicoanálisis: lo femenino, el poder y el amor*. Obtenido de <https://www.academica.org/000-052/739.pdf>
- Fernández, A. P. (13 de 10 de 2015). *SOBRE EL MITO DEL AMOR ROMÁNTICO*.
- Fernandez, M., & C., J. (1997). *Eficacia Organizacional Concepto, desarrollo y evaluación*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Fiscalía General del Estado*. (8 de marzo de 2021). Obtenido de <https://twitter.com/FiscaliaEcuador/status/1369042778647375877/photo/1>
- Flores Fonseca, V. M. (08 de Octubre de 2018). *Mecanismos en la construcción del amor romántico*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-94362019000200282](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362019000200282)
- Forbes. (2017). *Naturalización de violencia contra mujeres genera cultura de impunidad*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/naturalizacion-de-violencia-contra-mujeres-genera-cultura-de-impunidad/>
- FREUD, S. (1930). *EL MALESTAR EN LA CULTURA* .
- g, B. e. (Mayo de 2006). La mujer freudiana. «*Homenaje al natalicio de Sigmund Freud*». Medellín : Universidad Nacional de Colombia.
- Gallego, D. C. (2012). *Autonomía e interdependencia*. Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/rh/v10n2/2215-3934-rh-10-02-00099.pdf>
- García Falconi, S., & Olvera Chávez, G. (2020). *El amor romántico, su socialización en familias con adolescentes de Querétaro*. Obtenido de <http://ri.ujat.mx/bitstream/20.500.12107/3301/1/3753-Texto%20del%20art%C3%ADculo-19766-2-10-20200512.pdf>

- García Manjarrés, J. E., & Martínez Franco, D. (1 de JUNIO de 2018). *Reflexiones sobre el amor en Psicoanálisis: una lectura a la enseñanza de Freud y Lacan*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6849779>
- Gómez Perea, L., & Viejo, C. (19 de 02 de 2020). *Mitos del amor romántico y calidad de las relaciones sentimentales adolescentes*. Obtenido de Mitos del amor romántico y calidad de las relaciones sentimentales adolescentes Myths of romantic love and quality of teen's relationships
- Gómez., A. L. (2014). *LA SUBJETIVIDAD FEMENINA O EL DEVENIR MUJER*. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2258/SUBJETIVIDAD%20FEMENINA%20OCTUBRE%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González Camacho, C., Ayllón Trujillo, M., Nuño Gutiérrez, M., Méndez Martínez, S., García Martínez, M., Lucio Blanco., M., . . . Villanueva Naquid, I. (2006). *Diagnóstico Sobre las Causas, Efectos y Expresiones de Violencia Contra las Mujeres en los Hogares de la Microrregión Huasteca Centro del Estado de San Luis Potosí (DICEVIMH)*. Obtenido de <http://cedoc.inmujeres.gob.mx/PAIMEF/SLP/slp01.pdf>
- González, G. C. (Febrero de 2016). *EL AMOR A LO LARGO DE LA HISTORIA*. Obtenido de [https://psiquiatria.com/trabajos/usr\\_1299974717.pdf](https://psiquiatria.com/trabajos/usr_1299974717.pdf)
- Gutiérrez Prieto, M. (2005). *Psicoanálisis y Género. La Subjetividad de las Diferencias entre los Sexos*. Obtenido de <https://docplayer.es/39738612-Convergencia-revista-de-ciencias-sociales-issn-universidad-autonoma-del-estado-de-mexico-mexico.html>
- Hernández, Y. A. (26 de AGOSTO de 2020). *Creencias del amor romántico en adolescentes.*. Obtenido de <https://sinectica.iteso.mx/index.php/SINECTICA/article/view/1095>
- Jaramillo, A. M. (2002). *La tiranía de los ideales. La subjetividad femenina y la violencia intrafamiliar*. Obtenido de [https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/15212/1/Jaramillo%C3%81ngela\\_2002\\_TiraniaSubjetividadViolencia.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/15212/1/Jaramillo%C3%81ngela_2002_TiraniaSubjetividadViolencia.pdf)
- JIMÉNEZ, V. K. (2012). *“EL SÍNDROME DE INDEFENSIÓN APRENDIDA Y SU RELACIÓN CON LOS TRASTORNOS ANSIOSOS Y DEPRESIVOS EN LAS MUJERES VICTIMAS DE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR DEL HOSPITAL PROVINCIAL ISIDRO AYORA, PERIODO 2012”*. . Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6696/1/Cabrera%20Jim%20Valeria%20Katherine%20.pdf>
- Laca Arocena, F. A., & Mejía Ceballos, J. C. (2017). *DEPENDENCIA EMOCIONAL, CONSCIENCIA DEL PRESENTE Y ESTILOS DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE CONFLICTO CON LA PAREJA*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29251161006.pdf>

- Larrosa, M. P. (2018). *Violencia de género: violencia psicológica*. Obtenido de <file:///C:/Users/makina/Downloads/37248-Texto%20del%20art%C3%ADculo-40324-1-10-20111026.pdf>
- Mora Montes , J. (2007). *Comprensión del enamoramiento*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2280124>
- Morales, F. C. (12 de Mayo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/clima-laboral.html>
- Núñez, R. B. (22 de Agosto de 2010). *ALGUNAS PUNTUALIZACIONES SOBRE EL PROBLEMA DE LA VIOLENCIA EN LA INTERVENCIÓN PSICOANALÍTICA. UNA PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83617301006>
- OMS. (2017). *La violencia contra la mujer es omnipresente y devastadora: la sufren una de cada tres mujeres*. Obtenido de <https://www.paho.org/es/temas/violencia-contra-mujer#:~:text=Las%20Naciones%20Unidas%20definen%20la,producen%20en%20la%20vida%20p%C3%ABlica>
- Organizacion Panamerica de la Salud, O. (2021). *COVID-19 y violencia contra la mujer*. Obtenido de [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52034/OPSNMHHMHCovid1920008\\_spa.pdf](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52034/OPSNMHHMHCovid1920008_spa.pdf)
- Palomo, M. T. (2008). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Patricia Gonzalez, A. Y. (2013). *BUENAS PRÁCTICAS EN INTERVENCIÓN SOCIO-SANITARIA DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS*. Obtenido de [https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos\\_digitales/5270/violencia-contra-las-mujeres-quien-calla-otorga5-2.pdf](https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/5270/violencia-contra-las-mujeres-quien-calla-otorga5-2.pdf)
- Payares, M. J. (MAYO de 2019). *DECONSTRUCCIÓN DEL AMOR ROMÁNTICO: MITOS Y NARRATIVAS*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46711/Tesis%20Mari%CC%81a%20Jose%CC%81%20Oliveros%20P.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Pérez, L. A. (2 de 2019). *VIOLENCIA CONTRA LA MUJER Y SUICIDIO FEMENINO*. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/331313245>
- Perez, O. (11 de Septiembre de 2019). *Blog PeopleNext*. Obtenido de Blog PeopleNext: <https://blog.peoplenext.com.mx/la-comunicacion-es-la-estrategia-perfecta-para-la-gestion-del-talento>
- Picanzo, A. R. (2016). *¿Y si la historia no es cómo te la contaron? Exploración sobre el vínculo entre el amor romántico y la violencia en las relaciones de pareja*. Obtenido de

[https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/17962/1/TTS\\_Rodr%C3%ADguezPicanzoAna.pdf](https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/17962/1/TTS_Rodr%C3%ADguezPicanzoAna.pdf)

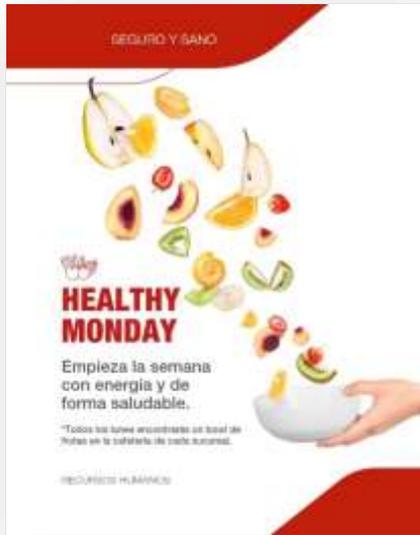
- PINEDA , G. C. (2019). *Estereotipos de género: una aproximación a la violencia de género desde la percepción de los/as jóvenes estudiantes de la Escuela N° 711 Federico Brandsen, 2019*. Obtenido de <https://margen.org/tesis/Pineda.pdf>
- Primicias. (2021). Una mujer ha sido asesinada cada 38 horas en lo que va del año en Ecuador. págs. <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/violencia-mujer-asesinada-horas-ecuador/>.
- PsicoSmart. (s.f.). *PsicoSmart*. Obtenido de PsicoSmart: <https://psicosmart.pro/articulos/articulo-7-caracteristicas-de-un-ambiente-de-trabajo-positivo-75>
- QuestionPro. (2021). Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/comunicacion-organizacional/>
- Quispe, M. B. (2013). ESTILOS DE ENAMORAMIENTO COMO EXPRESIÓN CULTURAL Y ANCESTRAL EN LAS RELACIONES INTERPERSONALES DE LOS JOVENES EN LA ISLA AMANTANI PUNO. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 2-3.
- Rendon Perez, S., & Ruiz Jaramillo , C. (2018). *Reafirmación de la cultura patriarcal y naturalización de la violencia contra la mujer a través de la percepción dualista de la realidad en las mujeres de la Asociación Municipal de Mujeres Unidas por el Progreso de Nechí, Antioquia*. Obtenido de [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/7781/1/TM.PDC\\_RuizJaramilloClaudiaElena\\_2018.pdf](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/7781/1/TM.PDC_RuizJaramilloClaudiaElena_2018.pdf)
- Rocha, B., Avendaño, C., Barrios, M., & Polo, A. (JUNIO de 2017). *Actitudes hacia el amor en relaciones románticas de jóvenes universitarios I*. Obtenido de <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19053/22160159.v8.n16.2017.4596>
- Rodríguez Rincón, P. A., Triviño Cervera, L. N., Reyes Roncancio, J. D., & Bustos Velasco, E. H. (27 de ENERO de 2021). *Construcciones sociales y actitudes hacia el enamoramiento en la adolescencia*. Obtenido de <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1397/1312>
- Rosas, N., & Sánchez, S. (25 de Enero de 2017). *Repositorio Institucional de la UNAM*. Obtenido de Repositorio Institucional de la UNAM: <http://132.248.9.195/ptd2017/mayo/0758922/0758922.pdf>
- Sáez, R. H. (2016). *Los mitos del amor romántico y su relación con la violencia de género*. Obtenido de <https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/239/TFG%20Raquel%20Herrezuelo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salud, O. P. (2022). *Informe mundial sobre a violencia y la salud: resumen*. Obtenido de

[https://www.who.int/violence\\_injury\\_prevention/violence/world\\_report/es/summary\\_es.pdf](https://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/es/summary_es.pdf)

- SAMPSON, A. (2012). *GÉNERO: UNA MIRADA A LA TEORÍA PSICOANALÍTICA*.  
Obtenido de  
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/7860/CB-0472950.pdf;jsessionid=A5A24D60A4F3B552D0F03594A45424C0?sequence=1>
- Sánchez, F. L. (2019). Los afectos sexuales: (3) el enamoramiento. *Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia*, 1-2.
- Tuñez, M., & Costa, C. (2014). *Comunicación corporativa claves y escenarios*. Editorial UOC.
- Urban, J. (2019). *Algunas versiones sobre el amor en la teoría psicoanalítica freudiana*.  
Obtenido de <https://www.aacademica.org/000-111/522>
- Valderrama, L. H. (2019). VIOLENCIA Y PSICOANÁLISIS. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 6-7.
- Victoria, F. P., & Esperanza, B. F. (1 de Enero de 2017). *DEL AMOR ROMÁNTICO A LA VIOLENCIA DE GÉNERO. PARA UNA COEDUCACIÓN*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/567/56726350008.pdf>
- Vieyra Moreno, C. I., Gurrola Peña, G. M., Balcázar Nava, P., Bonilla Muñoz, M. P., & Virseda Heras, J. A. (junio de 2009). *Estado de Salud Mental en Mujeres Víctimas de Violencia Conyugal que acuden a la Procuraduría*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1339/133912613007.pdf>
- Yugueros García, A. J. (2014). *LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES: CONCEPTOS Y CAUSAS*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3221/322132553010.pdf>

# ANEXO 1

## Comunicados Internos de Campaña de Beneficios





## ANEXO 2

### Aprobación de Uso de Instrumento

RV: USO DE ENCUESTA DE PUSLO



vienes ATO 2023 13:34

Iniciar la respuesta a todos con: [Muchas gracias.](#) [Excelente, gracias.](#) [Muchísimas gracias.](#) [Comentarios](#)

Estimada Maru:

Procedí hacer los cambios solicitados en base al tema de Tesis, adjunto documento con la corrección y así mismo solicito de su confirmación para poder usar el instrumento de Investigación en este caso la encuesta de PUSLO realizada para obtener los resultados que en base aquello se realiza este proyecto de mejora con nuestra Campaña e Beneficios.

Quedo al pendiente de sus comentarios.

Saludos

**Mayra Márquez**  
Asesista de Mayra  
M. (+503) 985232234

Departamento de Recursos Humanos

---

RV: USO DE ENCUESTA DE PUSLO



Iniciar la respuesta a todos con: [Muchas gracias.](#) [Excelente, gracias.](#) [Muchísimas gracias.](#) [Comentarios](#)

Señora Maestrante, esta aprobado para uso académico usando un nombre genérico.

Saludos,

**Mariuxi Salvatierra**  
Gerente de Recursos Humanos  
(+593) 0990869469

Departamento de Recursos Humanos  
Aseguradora

---



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo/Nosotros, Mayra Alejandra Márquez Arias, con C.C: # 0930484571 autora del trabajo de titulación: *Análisis de la incidencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil* previo a la obtención del grado de **MAGISTER EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 15 de agosto del 2023

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Márquez Arias Mayra Alejandra**

C.C: 0930484571

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Análisis de la incidencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral de los colaboradores de una compañía de Seguros del norte de la ciudad de Guayaquil		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Márquez Arias, Mayra Alejandra		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Camacho Villagómez, Freddy/Rodriguez Bustos, Andrea		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Gestión del Talento Humano		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Magister en Gestión del Talento Humano		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	15 de agosto del 2023	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	74
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Clima laboral / Comunicación		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Clima organizacional, objetivos, satisfacción laboral.		
<p>El clima organizacional a raíz de la pandemia está siendo priorizado ante cualquier situación. De no hacerlo, es probable que las empresas sufran porque los colaboradores tienen dudas, incertidumbre y además se agrega los problemas del país. Por otra parte, la comunicación de la compañía a nivel general está atravesando un momento de constantes cambios ya que la tecnología está siendo priorizada ante cualquier situación, de tal forma que ayuda a simplificar procesos en donde ya no es necesario hacer uso de algunas herramientas que habitualmente se usaban para diversas actividades en las compañías lo que ha ayudado a mejorar en cierta manera las habilidades y competencias de algunos de los colaboradores de la compañía de seguros. Se propone investigar el impacto de la incidencia de la comunicación interna y el clima laboral en la organización y, finalmente evaluar cómo influye en la satisfacción laboral, buscando la mejora en los canales de comunicación para efectivizar el cumplimiento de los objetivos.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-995382207	E-mail <a href="mailto:mayra.marquez@cu.ucsg.edu.ec">mayra.marquez@cu.ucsg.edu.ec</a> <a href="mailto:/mayrita_0401@hotmail.com">/mayrita_0401@hotmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Bustos Goya, Zoila Rosa		
	<b>Teléfono:</b> +593 99 241 0481		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:zoila.bustos@cu.ucsg.edu.ec">zoila.bustos@cu.ucsg.edu.ec</a>		

**SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

**Nº. DE REGISTRO (en base a datos):**

**Nº. DE CLASIFICACIÓN:**

**DIRECCIÓN URL (tesis en la web):**