

COMUNICACIÓN INTERNA EN PRODUBANCO

RESUMEN

El Proyecto de Diagnóstico de la Comunicación Interna en Produbanco tuvo como fin identificar el estado actual de la comunicación interna, así como los canales y medios más adecuados para llegar a los colaboradores, por lo cual se definió realizar una investigación de mercado con enfoque descriptivo, mediante la aplicación de una encuesta dirigida a una muestra representativa del personal.

Algunas de las conclusiones obtenidas evidencian que los colaboradores si tienen conocimiento de temas esenciales de la empresa como son: la normativa de código de Ética y el Reglamento Interno de Trabajo, procedimientos, y, las funciones referidas a su cargo. Así mismo, presentan oportunidades para reforzar la imagen del área hacia los colaboradores, para que no relacionen la gestión de la misma únicamente con temas operativos de servicios de nómina y relacionados con la salud, sino con los otros que presta.

Se identifican los canales y herramientas de comunicación preferidos por los colaboradores y aquellos de menor aceptación. Los resultados otorgan información sobre el grado de satisfacción de los colaboradores respecto de la comunicación recibida, la que se ubica en niveles de “satisfecho” y “poco satisfecho”. Finalmente, el nivel de satisfacción sobre los servicios otorgados por los colaboradores fue de 4 sobre 5 que equivale al 44% del total de la muestra, y, de 3 sobre 5, que representa el 18%.

Estos resultados permitieron definir estrategias con el fin de mejorar la calidad de la información y los canales de comunicación hacia los diferentes segmentos de la Organización con sus respectivos planes de acción e indicadores de medición. La evaluación financiera permite concluir que un proceso de comunicación bien manejado incide positivamente en los resultados e imagen de la Organización.