



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA COMO HERRAMIENTA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS GRANDES EMPRESAS DEL DMQ

Titulación - Agosto 2023



Mera Sebastián
Quimbiulco Karol

Marco Teórico



Fuentes primarias

- Encuesta



Fuentes secundarias

- Análisis del entorno
- Teorías
- Conceptos
- Referencial



Análisis del Entorno



Económico

El Fondo Monetario Internacional (FMI) afirma que el Ecuador crecerá a razón de un **2,9%** encontrándose así en entre los tres países que más crecerán en Latinoamérica

Tecnológico

Internet, correo electrónico además de otras herramientas de comunicaciones, está transformando la concepción de la **comunicación corporativa**.

Cultural

El entorno cultural en Ecuador es **diverso y dinámico**, y está relacionado con una serie de factores que dan forma a las actitudes, valores y comportamientos de su población

Teorías de Cultura

Cultura Clan

Se orienta hacia el desarrollo individual, a relevancia del **líder como mentor**

Cultura Adhocrática

Valora la **flexibilidad**, la creatividad, la iniciativa y la autogestión.

Cultura Jerárquica

Busca la estabilidad, el control y cumplimiento de normas.

Cultura Mercado

Se orienta hacia la mejora de la **productividad** y la competitividad





Cultura Organizacional

La cultura organizacional se entiende como un sistema de **valores compartidos** y creencias que interactúan con los empleados de una organización y guían su comportamiento. Robbins y Judge (2009)

Comunicación Corporativa

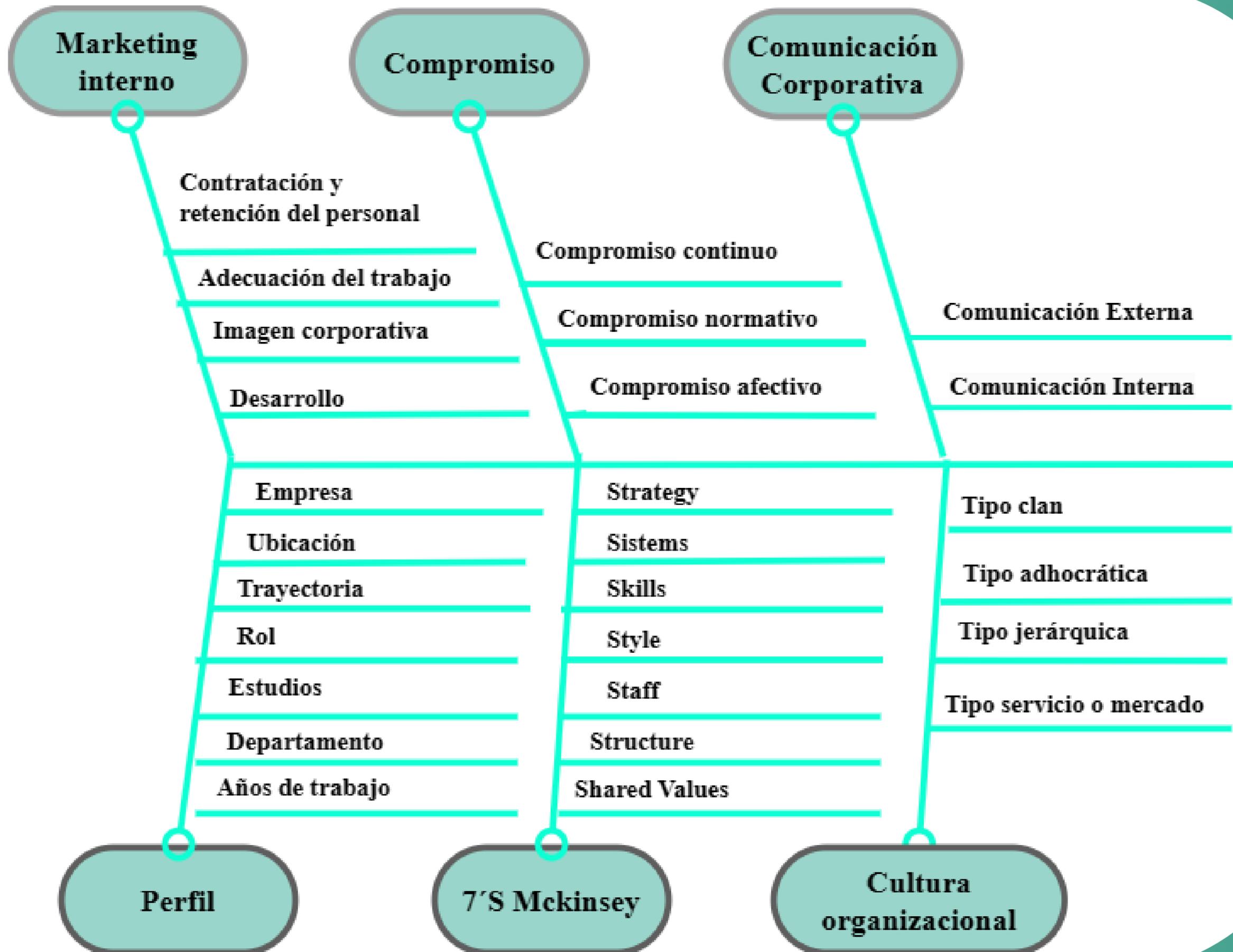
Es un instrumento que gestiona la comunicación en todas sus formas tanto **internas como externas** que son conscientemente utilizadas, están armonizadas de tal forma que se crea una base favorable con **relación de los stakeholders**. (Buenaño et al., 2017, p. 526).

Definición del Problema



Diagrama de Ishikawa





La comunicación corporativa como herramienta para el fortalecimiento de la cultura organizacional en las grandes empresas del DMQ

Objetivo General

Analizar la comunicación corporativa efectiva como herramienta para fortalecer la cultura organizacional en las empresas grandes del Distrito Metropolitano de Quito, a fin de mejorar el clima laboral, fomentar el trabajo en equipo y aumentar la productividad de los empleados

Objetivos específicos



Diagnóstico externo



Realizar análisis correlacionales entre variables



Diseñar una propuesta con el fin de mejorar y fortalecer la cultura organizacional



Marco Referencial

Comunicación Organizacional
(Interna y externa) como
alternativa para el mejoramiento
de entidades públicas

Lobato (2018)

- Confianza generada por la comunicación organizacional
- Opiniones y puntos de vista
- Motivación al personal
- Cumplimiento de metas misionales

Plan de comunicación interna para
fortalecer la cultura organizacional de
la asociación de bancos del Perú

Montero (2020)

- Comunicación clara y directa
- Jefes tienen resistencia a entregar mensaje o retroalimentación
- Cultura autoritaria o jerárquica orientada a resultados
- Promover la motivación y comunicación interna



Gestión de comunicación
corporativa: consideraciones para
el abordaje de su estudio y práctica

*Apolo, Báezm Pauker, Pasquel
(2017)*

- Comunicación corporativa para desarrollar estrategias
- Identidad, imagen, reputación corporativa
- Gestión de la comunicación con stakeholders da un resultado de éxito o fracaso

Diseño de la Investigación



Tipo de Investigación



Cálculo de la muestra



Diseño del Cuestionario



Análisis y procesamiento de datos



Tipo de Investigación



Enfoque Cuantitativo

Descriptiva: Recopilar información cuantificable

Correlacional: Explora la relación de las variables de estudio.



Diseño No Experimental

No se realizará ninguna alteración en las variables en ningún momento tan solo describir y caracterizar los eventos o fenómenos.



Corte Transversal

Se realiza en un momento específico en el tiempo

Muestra y POE

La población muestra de este estudio son los mandos medios y altos y los departamentos de recursos humanos de las grandes empresas del DMQ.

Muestra

$$n = \frac{NZ^2 pq}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$

$$n = \frac{1116 * (1,96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 * (1116 - 1) + (1,96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{115348}{403}$$

$$n = 285,97$$

Muestreo estratificado
Aleatorio simple

286



Diseño del cuestionario

Comunicación
Corporativa



Cultura
organizacional



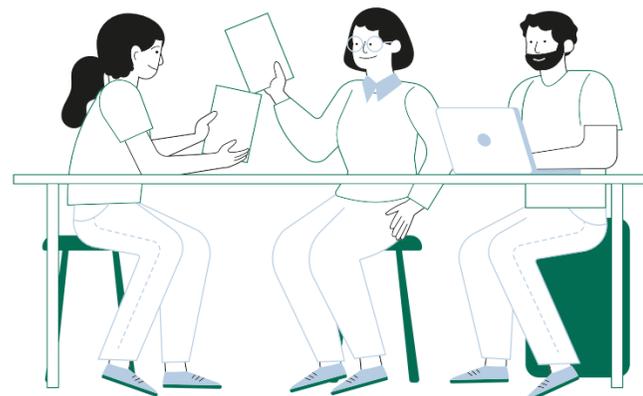
Compromiso



Marketing interno



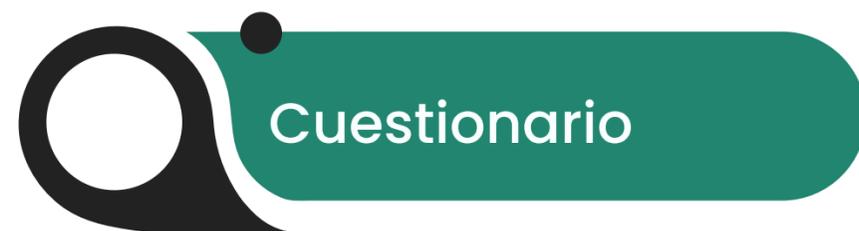
7's Mckinsey



Perfil



Diseño del cuestionario



Validación expertos

- PhD. Eddy Castillo
- Ing. Stalin Pazmiño
- Ing. María Hinojosa

Comunicación corporativa como herramienta para el fortalecimiento de la cultura organizacional

Saludos cordiales, la presente encuesta es parte de un estudio de tesis por parte de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE" cuyos fines son académicos.

El objetivo de esta encuesta es identificar cómo la comunicación corporativa influye en la cultura organizacional en las empresas del Distrito Metropolitano de Quito, para lo cual solicitamos por favor nos ayude respondiendo la encuesta de la forma más honesta posible. La encuesta le tomará 5 minutos en responder.

Recordamos al encuestado que no hay preguntas incorrectas y sus respuestas serán tratadas totalmente de forma confidencial.

Análisis y proceso de datos



Codificación

Escalas de medición:

- Nominales
- Ordinales

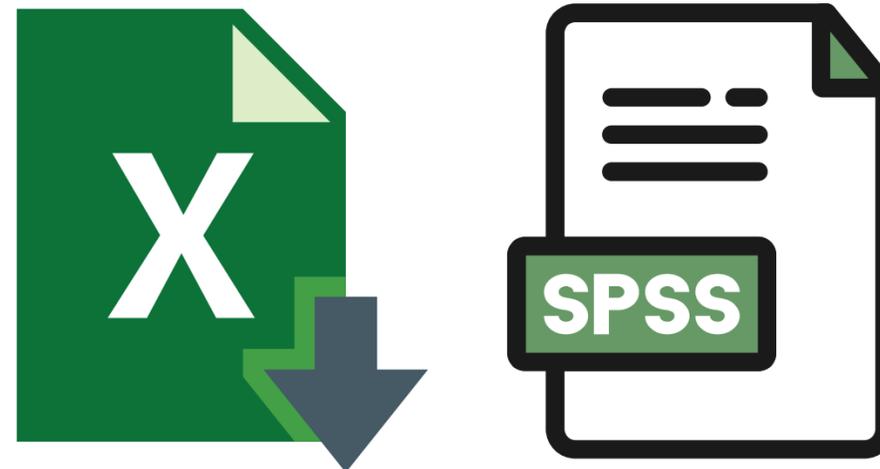
Codificación numérica

1 = Totalmente Desacuerdo
2 = En Desacuerdo
3 = Indiferente
4 = De acuerdo
5 = Totalmente de acuerdo



Tabulación

Para realizar los análisis



**Programas
informático**

Resultados

- ✓ Exploratorio
- ✓ Tablas Cruzadas
- ✓ Pruebas no paramétricas



Exploratorio

Cultura Jerárquica

Busca la estabilidad, el control y cumplimiento de normas.

Cultura Jerárquica

Trayectoria

Más de 40 años de experiencia

Reputación

La consideran buena



Ubicación

Norte y Sur

Comunicación Externa

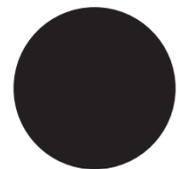
Redes Sociales e Email

Comunicación Interna

Email y Servicios de Mensajería

Analisis de Fiabilidad

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de Elementos
.942	35



El análisis de fiabilidad nos indica que la escala es confiable

Tablas cruzadas

Encontrar relación entre dos o más variables categóricas



Transparencia y comunicación efectiva vs la colaboración y trabajo en equipo.



Productividad y competitividad para el logro de objetivos vs la comunicación interna



Los empleados suman sus esfuerzos para lograr la supervivencia vs Se motiva al personal por su trabajo y sus logros



Tablas cruzadas

Transparencia y comunicación efectiva vs la colaboración y trabajo en equipo

Tabla cruzada 6. Se fomenta la transparencia y la comunicación efectiva en todos los niveles jerárquicos * Se fomenta la colaboración y el trabajo en equipo como un valor fundamental en esta empresa

		Se fomenta la colaboración y el trabajo en equipo como un valor fundamental en esta empresa				
		Totalmente Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Se fomenta la transparencia y la comunicación efectiva en todos los niveles jerárquicos	Totalmente Desacuerdo	33.3%	16.7%	0.0%	16.7%	33.3%
	En Desacuerdo	25.9%	11.1%	22.2%	25.9%	14.8%
	Indiferente	1.8%	8.8%	17.5%	43.9%	28.1%
	De acuerdo	2.3%	1.5%	9.0%	53.4%	33.8%
	Totalmente de acuerdo	0.0%	0.0%	4.1%	35.6%	60.3%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en porcentaje sobre la transparencia, la comunicación efectiva y la colaboración, trabajo en equipo.

Tablas cruzadas

Productividad y competitividad para el logro de objetivos vs la comunicación interna

Tabla cruzada 9. La empresa busca mejoras en productividad y competitividad, enfatizan en el logro de objetivos ambiciosos y la competitividad externa * Considera que la comunicación interna de la empresa con los empleados es:

		Considera que la comunicación interna de la empresa con los empleados es:				
		Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Muy Buena
La empresa busca mejoras en productividad y competitividad, enfatizan en el logro de objetivos ambiciosos y la competitividad externa	Totalmente Desacuerdo	7.7%	7.7%	53.8%	15.4%	15.4%
	En Desacuerdo	18.8%	31.3%	12.5%	25.0%	12.5%
	Indiferente	3.7%	11.1%	25.9%	40.7%	18.5%
	De acuerdo	.9%	1.7%	12.8%	52.1%	32.5%
	Totalmente de acuerdo	1.6%	1.6%	14.6%	38.2%	43.9%

Tablas cruzadas

Los empleados suman sus esfuerzos para lograr la supervivencia vs Se motiva al personal por su trabajo y sus logros

Tabla cruzada 15. Los empleados suman sus esfuerzos para garantizar la supervivencia de la empresa y tienen un gran deseo de permanecer en ella * Se motiva al personal por su trabajo y sus logros

		Los empleados suman sus esfuerzos para garantizar la supervivencia de la empresa y tienen un gran deseo de permanecer en ella				
		Totalmente Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Se motiva al personal por su trabajo y sus logros	Totalmente Desacuerdo	1,0%	,7%	0,0%	0,0%	0,0%
	En Desacuerdo	1,4%	4,4%	2,7%	1,4%	1,0%
	Indiferente	,3%	1,4%	1,4%	6,1%	2,4%
	De acuerdo	0,0%	,7%	1,0%	19,3%	19,3%
	Totalmente de acuerdo	0,0%	,7%	,3%	6,8%	28,0%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en porcentaje sobre el cumplimiento de las funciones y adaptación vs motivación del personal

Pruebas



Prueba de normalidad



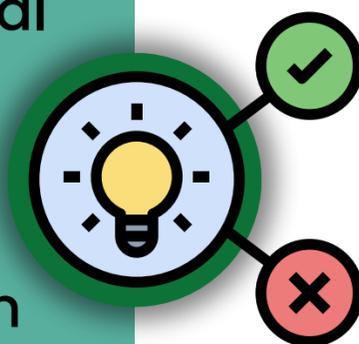
Pruebas no paramétricas

- Correlación de Chi 2
- Correlación Spearman
- Coeficiente de concordancia de Tau de Kendall

Prueba de normalidad

H0 Los datos tienen una distribución normal ($Sig >= 0.05$)

H1 Los datos no tienen una distribución normal ($Sig <= 0.05$)



Chi - cuadrado

Spearman

Tau-c de Kendall

Pruebas de normalidad

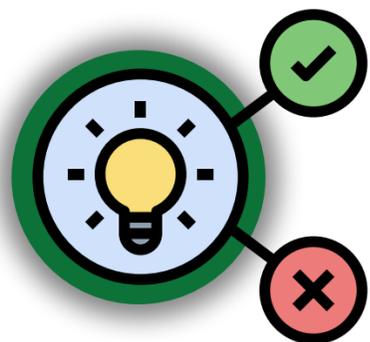
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Los empleados suman sus esfuerzos para garantizar la supervivencia de la empresa y tienen un gran deseo de permanecer en ella	.282	296	.000
El trabajador se siente obligado con la empresa por los beneficios y buen trato que recibe ya que le ha brindado oportunidades de formación	.220	296	.000
El trabajador se mantiene en la empresa debido a la necesidad ya sea por falta de oportunidad laboral o porque ha invertido tiempo	.203	296	.000
Los empleados cumplen las funciones de sus cargos y son capaces de adaptarse y fortalecer la cultura organizacional	.282	296	.000
Se motiva al personal por su trabajo y sus logros	.269	296	.000
Los empleados cumplen sus roles y funciones conforme a su cargo	.282	296	.000

Prueba de chi-cuadrado

H0 La reputación empresarial es independiente a la comunicación externa ($Sig >= 0.05$)

H1 La reputación empresarial es dependiente a la comunicación externa ($Sig >= 0.05$)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	283,272 ^a	16	.000
Razón de verosimilitudes	182.355	16	.000
Asociación lineal por lineal	141.544	1	.000
N de casos válidos	296		



Considera que la comunicación de la empresa con los stakeholders (proveedores, sociedad, gobierno, accionistas, acreedores, clientes) es:



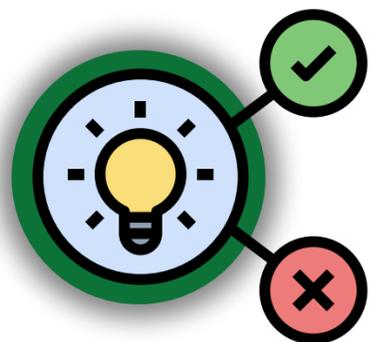
Considera usted que su empresa tiene una reputación:

Prueba de Spearman

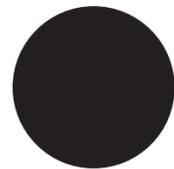
H0 El cumplimiento de funciones y la capacidad de adaptarse es independiente a la motivación personal

H1 El cumplimiento de funciones y la capacidad de adaptarse es dependiente a la motivación personal

Prueba de correlación de Rho de Spearman			
	Coeficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Funciones y adaptación - Motivación al personal	,528	.000	296



Los empleados cumplen las funciones de sus cargos y son capaces de adaptarse y fortalecer la cultura organizacional

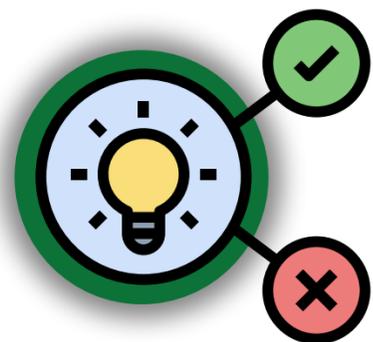


Se motiva al personal por su trabajo y sus logros

Prueba de Tau-c de Kendall

H0 La experiencia excepcional al cliente es independiente a la motivación del personal ($Sig >= 0.05$)

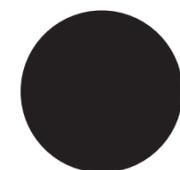
H1 La experiencia excepcional al cliente es dependiente a la motivación del personal ($Sig >= 0.05$)



Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint.a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-c de Kendall	.301	.044	6.831	.000
N de casos válidos		296			

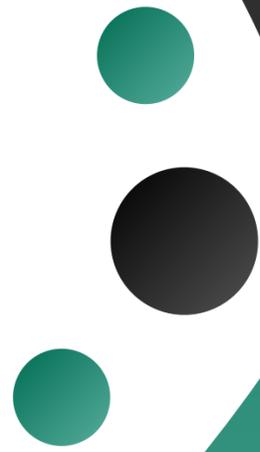


Existe un enfoque constante en brindar una experiencia excepcional al cliente



Se motiva al personal por su trabajo y sus logros

Propuesta de trabajo



Propuesta

PROPUESTA

Estrategias de marketing para implementar la comunicación corporativa como herramienta con el fin de fortalecer la cultura organizacional

OBJETIVO GENERAL

Proponer estrategias y herramientas de comunicación corporativa basados en los factores de cultura organizacional

META

Fortalecer la Cultura Organizacional

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer la cultura organizacional por medio de actividades de comunicación
- Mejorar la comunicación interna en las grandes empresas del Distrito Metropolitano de Quito



Estrategia de campaña
de comunicación
interna y Storytelling

ESTRATEGIA

ACTIVIDAD

- Videos de corta duración con enfoque motivador y compartir internamente.
- Destacar el compromiso, los valores y objetivos de la empresa.
- Conexión emocional y colaboración



RESPONSABLES

- Recursos Humanos
- Marketing

Implementación de Microsoft 365 E3

ESTRATEGIA

ACTIVIDAD

- Implementación de la herramienta de productividad de Microsoft para generar una intranet.
- Viva Goals para comunicar los objetivos y las metas por áreas.

RESPONSABLES

- Departamento de Tecnología
- Recursos Humanos
- Marketing



Evaluación Periódica

ESTRATEGIA

ACTIVIDAD

- Encuestas de satisfacción y retroalimentación para evaluar la comunicación interna
- Socializar resultados
- Mejora continua

RESPONSABLES

- Recursos Humanos
- Marketing



Reconocimiento de logros y cumplimiento de objetivos

ESTRATEGIA

ACTIVIDAD

- Conmemora los éxitos y distinciones obtenidos mediante la organización de encuentros de equipo o mediante comunicados internos

RESPONSABLES

- Recursos Humanos
- Marketing



Realizar programas de capacitación

ESTRATEGIA

ACTIVIDAD

- Programas de premiación con formación y capacitaciones adaptado al cargo que desempeñe el empleado
- Certificado



RESPONSABLES

- Recursos Humanos
- Marketing

Campañas por Redes Sociales Corporativas

ESTRATEGIA

ACTIVIDAD

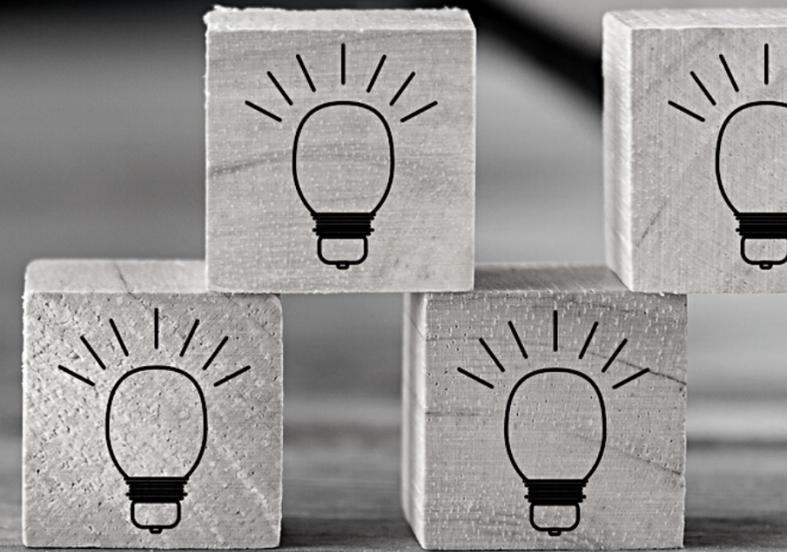
- Fomentar la participación interna de los empleados para que compartan sus experiencias, logros, opiniones, reconocimientos y actividades que se realizan dentro de la empresa



RESPONSABLES

- Recursos Humanos
- Marketing

Conclusiones



Papel de la comunicación

La motivación genera un gran impacto en el sentido de pertenencia de los empleados y productividad



Conexión fuerte entre la calidad de la comunicación interna y externa en la cultura organizacional



COMUNICACIÓN EFECTIVA

Al fluir una comunicación promueve en los empleados un impacto de adaptabilidad y ambiente de trabajo



Es un puente fundamental en las culturas organizacionales dando apertura a la colaboración y compromiso



En las grandes empresas del DMQ

La comunicación clara y transparente contribuye al compromiso, promueve el alineamiento a valores y objetivos



Estructura formal y rígida
Toma de decisiones centralizada
Enfatizando la autoridad, normas, reglamentos y el control

**CULTURA
JERARQUICA**
83.70%

Trabajar en una comunicación interna como herramienta esencial que promueva conexión emocional y efectiva



La comunicación puede fluir de forma clara y efectiva en todos los niveles.
Trasmite la visión y estrategias

Sinergia entre factores

La motivación y el compromiso fortalecen la cultura y contribuyendo a una reputación y un trabajo laboral positivo



Es un engranaje esencial para el funcionamiento de la cultura organizacional



**MOTIVACIONALES
Y
CULTURALES**

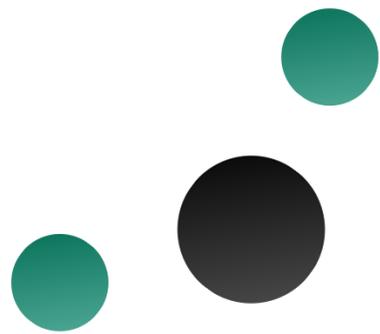
Sentido de pertenencia y compromiso, destacando que una buena comunicación junto a buenas prácticas



Equilibrio entre el trabajo y la vida personal (91%) y la motivación por el trabajo y logros (58.5%) son factores interdependientes



Recomendaciones



Recomendaciones

Realizar un análisis profundo de la cultura organizacional, esto ayudará a comprender sus valores, normas, creencias y comportamientos



Alianza estratégica con la Cámara de Comercio de Quito, para la aplicación y la entrega del proyecto



Se debe establecer objetivos específicos y medibles para tus estrategias de comunicación corporativa.



Incentivar la participación de los empleados en la comunicación corporativa, promover la apertura para recibir retroalimentación.



RECOMENDACIONES



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Gracias

Por su atención

