



**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

**“IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL DESARROLLO
LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA COLABORADORA
DE MOVISTAR, COBRA, DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2013 -2014”**

PRESENTADO POR:

GERSON REYNALDO SEMINARIO TRELLES

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PIURA – PERÚ

2014

DEDICADA A;

A Dios, a mis padres, a mis sobrinos
y a mi mejor amigo, Javier

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la sabiduría y la fuerza en los momentos más difíciles de mi vida universitaria. Por otro lado, debo agradecer de manera especial al Mgtr. John Marlon García Cango por instruirme en el presente proyecto de investigación, brindándome conocimientos y consejos, los cuales me sirvieron de manera satisfactoria, en la ejecución del fenómeno de estudio. Además agradecer a la Mgtr. Carmen Palacios Arrunátegui, metodóloga del curso, por todos los conocimientos brindados durante la duración del curso, mostrando paciencia y tolerancia en la revisión de mi proyecto de investigación.

INDICE

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
INTRODUCCION	
RESUMEN	
CAPITULO I	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
2.1. PROBLEMA GENERAL	13
2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	13
3. OBJETIVOS DEL PROBLEMA	13
3.1. OBJETIVO GENERAL	13
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	13
4. HIPOTESIS DE INVESTIGACION	14
4.1. Hipótesis general	14
4.2. Hipótesis secundaria	14
5. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	15
5.1. Variable independiente	15
5.2. Variable dependiente	15
Categorías de investigación	16
Indicadores de la investigación	17
Limitaciones de la investigación	19
Factibilidad de la investigación	20

Importancia de la investigación	21
CAPITULO II MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	23
Antecedentes de la investigación	23
Bases teóricas	25
3. Definiciones de términos básicos	29
3.1. Repercusión de las relaciones publicas en las empresas	29
3.1.1. Importancia de la comunicación organizacional	29
3.1.2. Desarrollo de la comunicación interpersonal en las empresas	32
3.1.3. Contribución de los trabajadores en el desarrollo empresarial	35
3.1.4. La identidad institucional	38
3.2. Factores importantes para que el trabajador se desarrolle laboralmente	40
3.2.1. Objetivos de la satisfacción del trabajador en su organización	40
3.2.2. El clima laboral	42
3.2.3. Beneficios de la organización interna en la empresa	45
3.2.4 Caracterización de una organización formal	48
3.3. Importancia de las relaciones publicas para el desarrollo laboral de los trabajadores	51
3.3.1. La comunicación organizacional como factor influyente en la satisfacción laboral del trabajador	51
3.3.2 La comunicación interpersonal y su repercusión como actividad humana en el clima laboral	54
3.3.3. La contribución del trabajador y su influencia en la gestión de la organización interna	56
3.3.4. Identidad institucional como elemento esencial para estructurar una excelente organización formal	57

Capitulo III Marco metodológico de la investigación	58
1. Tipo y nivel de investigación	58
1.1. Tipo de Investigación	58
1.2. Nivel de investigación	58
1.3. Diseño de la investigación	58
2. Población y muestra de investigación	59
2.1. Población de la investigación	59
2.2. Muestra de Investigación	60
3. Recolección de datos	61
3.1. Técnicas de investigación	61
3.2. Instrumentos de investigación	62
3.3. Confiabilidad de la Investigación	63
4. Análisis de los resultados obtenidos	209
5. Prueba de Hipótesis	217
Conclusiones	374
Recomendaciones	376
Fuentes de Información	378
Anexos	380

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es realizada para determinar cómo las Relaciones Públicas influyen en el desarrollo laboral de los trabajadores que laboran en la empresa colaboradora de Movistar Cobra, de la ciudad de Piura.

Si bien es cierto las Relaciones Públicas son un tema que actualmente está siendo estudiado en la organización de las empresas, según lo establece el autor Sam Black en su libreo “ABC, de las Relaciones Públicas”, en donde la define como el esfuerzo planificado y sostenido para establecer y mantener la buena voluntad y la comprensión mutua entre una organización y su público tanto interno como externo.

Esta ciencia de la Comunicación es muy importante para que el trabajador se desarrolle de manera afectiva, pues éstas trabajan en íntima relación con el departamento de personal, para buscar y retener a un equipo satisfecho con una buena calidad. Las Relaciones Humanas, imagen corporativa, nivel de desempeño y la estructura organizacional son las cuatro dimensiones que ayudan a contrastar esta investigación.

La tesis que les presento, cuenta con tres capítulos. Primero consiste en la descripción de la realidad problemática, donde los problemas que enmarcan la investigación junto a sus respectivos objetivos tanto general y específicos en los cuales se muestra también la hipótesis, categorías, indicadores, limitaciones, factibilidad, importancia y variables de mi fenómeno a estudiar.

El marco teórico se encuentra estructurado en el segundo capítulo, el cual está formado por los antecedentes, bases teóricas y la definición de los términos básicos.

En el tercer capítulo establezco el marco metodológico de la investigación en donde se determina el tipo y nivel de investigación, diseño de la investigación, población y muestra, además de la recolección de datos, las técnicas, instrumentos, confiabilidad, análisis e interpretación de resultados, prueba de hipótesis, conclusiones, recomendaciones, fuentes de información, anexos, matriz de consistencia, encuestas, cuestionarios y entrevistas.

RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “Importancia de las Relaciones Públicas en el desarrollo laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar COBRA de la ciudad de Piura, año 2013 - 2014” se ha ejecutado dentro del curso de Seminario de Tesis con el objetivo de determinar cómo las Relaciones Públicas influyen en el desarrollo laboral de los trabajadores de la ya nombrada entidad.

Además de diagnosticar como esta importante rama de la Comunicación repercute en la satisfacción laboral, ambiente laboral, organización interna y organización formal de la empresa cobra.

En este estudio mis variables son las Relaciones Públicas (variable independiente) y el Desarrollo Laboral (variable dependiente), aspectos fundamentales para medir la comunicación interna que se practica tanto de manera ascendente como descendente en la organización y cómo se encuentra estructurada un mal o buen clima laboral.

Por otro lado, he establecido como dimensiones a las Relaciones Humanas e imagen corporativa, dos pilares de la Comunicación que llevan al éxito de la organización de las cuales desprende la Comunicación Organizacional, interpersonal, la contribución del trabajador e identidad corporativa, con el fin de reforzar a las Relaciones Públicas, las cuales cumplen una función importante dentro de la organización.

Además, el nivel de desempeño y la estructura organizacional son también dimensiones las cuales ayudarán a medir qué tan motivados se encuentran los empleados. Estos dos aspectos nos llevan a la satisfacción laboral, ambiente laboral, organización interna y organización formal, fuertes actividades que ayudan a una organización a alcanzar el éxito.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente trabajo de investigación se desarrolla con el objetivo de conocer la crisis empresarial por la que atraviesa la empresa “Cobra”, pues debido a la falta de actividades motivacionales de interacción, se presenta la división laboral que es provocada por la jerarquización, logrando que los trabajadores realicen sus actividades a presión y no se sientan cómodos dentro de su institución.

De ésta manera, dicho problema se posiciona en el mundo laboral con más potencia, puesto que muchas empresas, las cuales se encuentran en nuestra ciudad esquivan la necesidad de contar con un departamento de Relaciones Públicas para poder interactuar de manera afectiva no sólo con el público externo sino también con el interno para brindar un mejor producto o servicio.

Recordemos que los trabajadores son la empresa, pues ellos se encargan de realizar el producto o brindar el servicio que será calificado por el cliente, por tanto, su comodidad depende del trato y la motivación que se les brinde por su labor.

En este caso, mi objetivo apunta a comprobar cómo las Relaciones Públicas influyen en el desarrollo laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra de la ciudad de Piura, ubicada en la AV. Fortunato Chirichigno, urbanización San Eduardo sin número, la cual cuenta con 131 trabajadores y es dirigida por el gerente general, Daniel Ferreira.

Dicha empresa tiene como misión Servir como contratistas o como promotores a pequeños y grandes clientes, propietarios y/o entidades concesionarias en todo el mundo para crear y operar infraestructuras industriales que sean competitivas y duraderas con los mejores productos, procesos y tecnologías, equipos humanos motivados y, si se requiere, atrayendo los recursos necesarios para realizar el mejor proyecto.

Por otro, su visión se enmarca, en ser un referente mundial en infraestructuras industriales que dé a sus clientes servicios de alta calidad a través de equipos locales capaces de crear y compartir valores económicos y sociales en la comunidad.

Sin embargo, su visión se muestra muy enigmática por la negatividad del funcionamiento del departamento de Relaciones Públicas, dejando de lado una infinidad de oportunidades que son necesarias en el factor humano de una empresa.

Aunque se torne absurdo, esta ciencia permite la realización de una estructura motivacional, pues con su buen funcionamiento todos los miembros podrán gozar de la oportunidad de ascender de puesto por su desenvolvimiento y tiempo de labor, se le podrá otorgar premios los cuales no tienen que ser necesariamente económicos.

Por otro lado, ayudará a potenciar la actitud y aptitud personal e individual, proyectando de esta manera un compromiso único y eficaz lo cual se forjará en el bienestar familiar, reduciendo de esta manera la preocupación del personal, otorgando también reconocimientos y agasajos por su excelencia laboral, haciendo sentir al trabajador como un miembro importante en el equipo.

Dichas afirmaciones las establecí a través de un estudio realizado en el lugar y tras conversaciones con sus participantes, pues muchos de ellos presentaban quejas que en realidad dificultan la comunicación de manera vertical y diagonal.

Además, al área de Relaciones Públicas no se le presta el debido interés para lograr el verdadero posicionamiento y éxito de la organización, caso lamentable que se vive hoy en día en organizaciones de prestigio. Pues mientras los líderes de la organización no trabajen con un estilo uniforme, no se podrá establecer las Relaciones Humanas y el área de Relaciones Públicas desaparecerá.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

2.1. Problema general

¿De qué manera las Relaciones Públicas influyen en el desarrollo laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar “Cobra”, de la ciudad de Piura, año 2013-2014?

2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera las Relaciones Públicas influyen en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, de la ciudad de Piura año 2013-2014?
- ¿De qué manera las Relaciones Públicas influyen en el ambiente laboral de los trabajadores de la empresa colaborado de Movistar Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013-2014?
- ¿Cómo las Relaciones Públicas influyen en la organización interna de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013-2014?
- ¿Cómo las Relaciones Públicas influyen en la organización formal de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013-2014?

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar cómo las Relaciones Públicas influyen en el desarrollo laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar cómo las Relaciones Públicas influyen en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar, “Cobra”, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.

- Identificar cómo las Relaciones Públicas influyen en el ambiente laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar, “Cobra”, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.
- Diagnosticar cómo las Relaciones Públicas influyen en la organización interna de la empresa colaboradora de Movistar, “Cobra”, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.
- Identificar cómo las Relaciones Públicas influyen en la organización formal de la empresa colaboradora de Movistar, “Cobra”, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.

4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Las Relaciones Públicas influyen positivamente en el desarrollo laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.

4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Las Relaciones Públicas influyen positivamente en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra.
- Las Relaciones Públicas influyen positivamente en el ambiente laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.
- Las Relaciones Públicas influyen en un 100% en la organización interna de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra.
- Las Relaciones Públicas influyen en un 90% en la organización formal de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.

5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Variable independiente

Relaciones Públicas

- **Definición conceptual:**
Son las actividades de toda industria, unión, corporación, profesión y mantenimiento de unas relaciones sanas y productivas con ciertos sectores determinados de público, tales como clientes, empleados o accionistas a fin de adaptarse al medio ambiente de éstos y justificar su existencia ante la sociedad (Cutlip & Center, 1964).
- **Definición operacional**
Es una ciencia de la comunicación que ayuda a establecer una íntima relación entre los clientes proveedores y el personal para la solución de problemas manteniendo la confianza con el conjunto de públicos de la empresa.

5.2. Variable dependiente

Desarrollo Laboral

- **Definición conceptual**
Mastretta (2006) refiere que es el esfuerzo de una actividad la cual ayuda a interpretar nuestro papel en un puesto de trabajo de forma manual o intelectual logrando el éxito del producto o servicio, para obtener méritos.
- **Definición operacional**
Es el proceso de evolución de una actividad que produce un efecto positivo en el trabajador para beneficio de la empresa.

6. CATEGORÍAS DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. RELACIONES HUMANAS (RR.HH.)

Ramal (2000) refiere que es el nombre dado al conjunto de interacciones que se da en los individuos de una sociedad, la cual tiene grados de órdenes jerárquicos. Las relaciones humanas se basan principalmente en los vínculos existentes entre los miembros de la sociedad.

6.2. IMAGEN INSTITUCIONAL

Es la imagen que la empresa como entidad articula en las personas. Suele llamarse también imagen corporativa o de empresa. La imagen institucional engloba y supera a las anteriores, puesto que, una acción u omisión de cualquier organización contribuye a la conformación de una buena o mala imagen institucional. (Muñoz, 2010, p.165).

6.3. NIVEL DE DESEMPEÑO

Velázquez (2006) afirma.

Se denomina desempeño al grado de desenvoltura que una entidad cualquiera tiene con respecto a un fin esperado.

Así, por ejemplo, un trabajador puede tener buen o mal desempeño en función de su laboriosidad, una empresa puede tener buen o mal desempeño según la calidad de servicios que brinda en función de sus costos, una máquina tendrá un nivel de desempeño según los resultados obtenidos para la que fue creada, un estado tendrá un desempeño determinado según la concreción de las políticas que haya establecido quien esté en el gobierno, etc. (p.119).

6.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Robinson (2005) refiere que es la estructura organizacional, es la coordinación de una serie de partes o elementos dispuestos en un cierto orden y con determinadas relaciones entre ellos. Ordenación que ha de ser relativamente duradera. La estructura de la organización es la suma total de los modos en que ésta divide su trabajo en distintas tareas y los mecanismos a través de los cuales consigue la coordinación entre ellas. Se trata de un modelo relativamente estable de la organización que no puede identificarse totalmente con ella.

7. INDICADORES DE LA INVESTIGACIÓN

7.1. Indicadores de la variable independiente.

- **La comunicación interna y externa**

La comunicación externa es un proceso que consiste en vincular información de la empresa hacia un determinado conjunto de la Opinión Pública con el fin de mantener una buena relación la cual tiene como finalidad mostrar a la empresa como una institución que informa dando a conocer su producto o servicio. La comunicación interna establece relación entre los miembros dentro de una organización para compartir ideas, opiniones y características. (Muñoz, 2010, p.162)

- **La comunicación Interpersonal**

Chiavenato (1996) afirma: “La comunicación interpersonal o comunicación cara a cara es aquella que permite negociar al individuo con las personas de su entorno para poder tomar nuevas decisiones o compartir opiniones. Es decir, se realiza entre de trabajador a trabajador” (p.66).

- **Contribución del trabajador**

Se define como la colaboración y participación del trabajador para lograr excelentes resultados en la organización los cuales ayudan a mejorar su imagen y servicio. Mostrando fidelidad y responsabilidad en las labores. (Chiavenato, 1996, p.49)

- **Identidad Institucional**

Es el sentimiento de pertenecer a la organización, definiéndose también como la admiración y el orgullo que ésta representa en el Individuo, demostrándolo con los conocimientos que tienen los integrantes sobre su organización (la visión y misión características etc.).(Muñoz, 2010, p.163)

7.2. Indicadores de la variable dependiente

- **Satisfacción laboral**

Es el grado de conformidad de la persona respecto a su actividad de trabajo. Se desarrolla siendo premiada por la organización, con remuneraciones y premios, logrando un mayor compromiso del trabajador con sus tareas y mayor motivación para su camino. (Chiavenato, 1996, p.49)

- **Ambiente laboral**

Marañón (2008) refiere que el ambiente laboral es el medio humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influyendo en la satisfacción, comodidad y productividad del trabajador.

- **Organización Interna**

Robinson (2005) refiere que es la estructura o plan que permite observar de manera ordenada las diversas áreas de la organización, esta desempeña un papel informativo y debe ser fácil de entender y sencillo de utilizar.

- **Organización Formal**

Es la configuración intencional que se hace de las diferentes tareas y responsabilidades de cada área de la empresa, fijando su estructura de manera que se logren los fines establecidos por las empresas, tendiendo como objetivo ordenar y coordinar todas las actividades. La organización formal logra que los distintos empleados dediquen su tiempo a la ejecución de sus tareas y no a competir entre ellos para poder subir de puesto. (Robinson, 1985, p.400)

8. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

En el desarrollo de esta investigación se pueden presentar una serie de dificultades como:

La falta de ubicación de literatura especializada, la cual es necesaria para fundamentar el porqué de mi investigación y poder plasmar un marco teórico correctamente estructurado.

El cambio de gerente es uno de los problemas que he logrado superar para la ejecución de mi estudio, pues el nuevo gerente se negaba rotundamente a otorgarme el permiso correspondiente para ingresar a la empresa y aplicar entrevistas o encuestas.

Otro de los problemas que se me puede presentar es la falta de participación de los clientes potenciales por diversos motivos de desconfianza que son lógicamente aceptados. Sin embargo, me valdré de mi desenvolvimiento para poder convencerlos.

Por otro lado, encontrar profesionales preparados y especializados en el área de Relaciones Públicas pues en Piura, la mayoría de casos son los comunicadores sociales quienes ejercen esta labor.

El desinterés de los trabajadores por querer colaborar con la empresa pues piensan que dicho estudio es para evaluarlos y proceder a establecer despidos. Por ello, la aplicación de mis instrumentos debe ser obligatoriamente directa.

9. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es realizada para demostrar que hoy en día las Relaciones Públicas son un factor fundamental que toda empresa debe tomar en cuenta, sobre todo si es una organización ubicada en nuestra región, recordemos que Piura es un mercado virgen que debemos explotar de manera formal pues conforme la ciudad crece el mercado aumenta de manera acelerada.

Todo esto se refleja en el poco interés que tienen las organizaciones para estructurar una correcta comunicación interna, dejando de lado la satisfacción que el líder debe sembrar en el trabajador para que este contribuya de manera desinteresada en el desarrollo de la organización. Estos aspectos han logrado derribar grandes organizaciones llevándolas a la quiebra definitiva.

Por otro lado, la investigación denominada “Importancia de las Relaciones Públicas en el desarrollo laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra, de la ciudad de Piura”, la elegí para que los altos mandos de la empresa analicen y vean que tan comunicados están con sus trabajadores y cuán efectivo es la estrategia que ellos están empleando para relacionarse con su grupo.

Todo este fenómeno a estudiar se enmarca desde la perspectiva que ignoran los líderes de la empresa Cobra, pues trabajan una comunicación de manera lineal y no descendente, creando un clima laboral

desintegrador que perjudica el posicionamiento de la organización en su público objetivo.

Además la motivación que se les brinda no son justas por su tiempo y desempeño laboral, lo cual lleva a una falta de identidad corporativa de los empleados, no respetando sus funciones establecidas en su organismo formal y estructura (organización interna).

Por ello, pretendo comprobar que las Relaciones Públicas es una rama indispensable que debe estar presente en la organización para la creación de planes y estrategias que ayuden al desenvolvimiento laboral de sus integrantes.

Logrando de este modo la interacción del líder de la organización y el trato uniforme que éste debe tener con sus empleados, para brindar un servicio incomparable y de calidad en nuestra región. De esta manera la empresa

Colaboradora de Movistar Cobra tendrá empleados fieles totalmente identificados que no solo se preocupen por el aspecto económico, sino, por el organizacional personal.

Estableciendo una transparente comunicación interpersonal libre de chismes y rumores, en donde los encargados del área organizacional establezcan actividades dinámicas de interacción, haciendo que sus empleados se sientan útiles e importantes, en donde el gerente comunique a estos todos los pormenores ya sean positivos y negativos que atraviese la organización.

10. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es importante para agilizar el desarrollo de las actividades de los trabajadores por medio de la oficina de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar Cobra. Pues, ésta requiere urgentemente que sus trabajadores se sientan identificados con la organización para lograr derribar las barreras que la competencia les presenta.

Para ello, se busca atraer a los clientes y mantener a un público interno fiel a la solución de problemas que la empresa presenta. Además, fidelizar también a los líderes de la organización para que contribuyan al trabajo en equipo y mejoren la productividad de su servicio.

Si bien es cierto esto aporta de manera significativa a la empresa pues ayuda a establecer una comunicación diagonal, descendente y ascendente el cual estructura un canal de transmisión de información mediante diversos diagnósticos y planificaciones participativos, con el fin de hacer más dinámica la interacción de los empleados con los grandes mandos

Por otro lado, afirmo que es de vital importancia la investigación puesta en marcha ya que es necesario que esta organización por ser una empresa que trabaja directamente con su público, mantenga profesionales eficientes los cuales se muestren con total transparencia a la población.

Con el fin de satisfacer las necesidades y establecer una información completa y puntual sobre el servicio que éstos vienen realizando. Además contribuye al respeto de las bonificaciones asignadas a su staff por los triunfos que éstos realicen en la empresa.

Para cultivar energía en la personalidad de cada trabajador formando en él, una conducta adecuada y voluntaria con los conocimientos necesarios los cuales provengan de las buenas experiencias, otorgando la seguridad y la planificación del conjunto de acciones prevista las cuales se pretendan realizar en un futuro.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Antecedentes en el Extranjero

- En el año 2008 Dayana Carolina Cortés Held realizó la tesis titulada “Aproximación a las relaciones Públicas en Colombia como disciplina”, dicha investigación fue ejecutada en la universidad Javeriana, de Bogotá. Para obtener el título de comunicadora social con énfasis en comunicación organizacional. La autora concluyó que las Relaciones Públicas en Colombia son una disciplina que, debido al entorno cambiante producto de la globalización resulta escenario perfecto para lograr crear organizaciones más comprometidas con sus públicos y públicos más satisfechos con sus organizaciones.
- La tesis titulada “Función de las Relaciones Públicas internas en la empresa Hotelera. Caso: Hoteles Gala, Las brisas y camino Real Zaashila en Bahías de Huatulco, OAX , fue realizada por María Julieta Barrón Argumedo en la Universidad del Mar –Campus Huatulco para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, en el año 2008. La autora concluyó que las Relaciones Públicas , son una rama que permiten incrementar la imagen positiva de la organización tanto a nivel interno entre empleados como a nivel externo con los diferentes públicos dispuestos a adquirir sus servicios.
- En la Escuela Superior de Comercio y Administración “Santo Tomás”, los alumnos Michelle Alejandra Arreguín Lozano, Leticia Ivón Centeno Díaz, Elda Gonzales Arellano, Luis Miguel Linaldi Cruz, Sandra Berenice Ruiz Fernández, realizaron en el año 2008 la tesis titulada “Plan de Relaciones Públicas internas para la Empresa de logística y comercio Internacional”, para obtener el título de Licenciado en Relaciones Comerciales. En dicha investigación los autores concluyeron que el plan de Relaciones Públicas para el grupo FH se basa en tácticas que están dirigidas a las necesidades de pertenecer a algo, dignidad mejoramiento del personal, poder creador, de estima y de autorrealización personal.

Antecedentes en el Perú

- En el año 2009 Juana Carolina Comparach Mulvey, realizó la tesis titulada “Creación de un departamento de Relaciones Públicas para una empresa petrolera, caso Petrotech peruana S.A. Para obtener el título de bachiller en Ciencias de la Comunicación. Dicha investigación fue realizada en la Universidad de Piura. En este estudio la autora concluyó que PetroTech, es una empresa que inicia una nueva etapa, en la cual se desarrollará sus actividades de rutina, con la diferencia de que su nivel de comunicación organizacional será de mejor calidad para prevenir y fortalecer la unidad y eficacia de sus trabajadores en tres niveles:
Estratégico, táctico y operativo.

Antecedentes locales:

- En la universidad de Piura, Renato Gamero ejecutó la tesis titulada “Aproximación a la confianza como bien interno de las Relaciones Públicas” del año 2013”. Para obtener el grado de Licenciado en Comunicación. El autor concluyó que las decisiones que se toman en las empresas se entrelazan e influyen mutuamente; para establecer diversos resultados los cuales determinarán la generación de confianza en el cliente, acortando la brecha existente entre ambas partes a través de una buena aplicación de las Relaciones Públicas.
- Luis Miguel Absi, realizó en la universidad de Piura una tesis titulada “Clínica Angloamericana: análisis y propuesta de plan de comunicación institucional en el sector salud” Para optar el título de Licenciado en Comunicación, en año 2013 .En dicha investigación el autor concluyó que la creación de un Departamento de Comunicación dentro de la referida clínica, la cual incluirá a las áreas de Marketing, Comunicación Interna y al Departamento de Prensa permitirá potenciar las capacidades que tiene cada profesional en su rubro con la finalidad de reforzar el mensaje externo.

2. BASES TEÓRICAS

A. TEORÍA DE LOS EFECTOS

La teoría de los efectos fue realizada en el año de 1948 por el científico político Norteamericano Harold Laswell quién dentro de las teorías de la comunicación de masas, destaca por ser uno de los primeros en investigar seriamente el efecto que provocan los medios electorales.

Esta teoría se publicó a través de un modelo básicamente descriptivo cuya finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los cuales podrían responder cinco interrogantes

- ¿Quién dice?
- ¿Qué dice?
- ¿A quién?
- ¿Con qué efecto?



Son las preguntas que se hizo Lasswell y según las cuales pueden desarrollarse una forma apropiada para describir un acto de comunicación, siendo así, estos interrogantes que los permiten enfocar diferentes tipos de estudio comunicativo. Es preciso recordar, también, que para Lasswell la comunicación es intencional y con un fin; que los procesos de comunicación de masas son asimétricos entre un emisor activo y una masa pasiva.

Por otro lado cabe recalcar que a esta teoría cuenta con diferentes denominaciones como modelo, fórmula, teoría, o paradigma, según el autor haga el análisis y la exposición.

Moragas dice que, el paradigma de Lasswell, más que la causa, es el síntoma de una etapa y una tendencia de la investigación sobre la comunicación de masas que centra su atención en los efectos reflejando la tendencia generalizada de la sociología de la comunicación de masas a sobrevalorar la influencia de las técnicas sobre el público, un público que no tiene otra función en el proceso comunicativo que ser el receptor pasivo de un mensaje que, necesariamente, y frente a su impotencia, conseguirá los efectos previstos.

El modelo parte de las propuestas de la aguja hipodérmica y se convierte en su contraposición. Esta teoría pretende interrogar en su modo de explicar; o por lo menos buscar una explicación. Su reflexión sobre la comunicación, acusada de concentrarse en los efectos es, a la vez, una reflexión amplia que abre caminos hacia el desarrollo de la investigación en comunicación.

La presente teoría se enfoca en mi investigación pues nos habla sobre la búsqueda de explicaciones pasivas de un mensaje, concentrándose ciegamente en los resultados que este causará en su masa. En mi caso el gerente con el fin de motivar a sus empleados causando la contribución de su staff de trabajadores.

Por otro lado, la Teoría de los Efectos se da sólo en grupos pequeños y es que donde se pretende describir de manera profunda los problemas que evitan que se estructure una comunicación eficaz la cual brinde resultados favorables para la sociedad y las masas internas.

Además, aporta grandes conocimientos a la presente investigación pues nos muestra qué persona y cómo ésta debe administrar un mensaje, el cual para que no establezcan rumores debe saber a quién se dirige y ser consciente de cómo esto repercutirá en el comportamiento y satisfacción del trabajador.

B. TEORÍA DE LA “X” y la “Y”

La teoría X y Y fue creada por Douglas McGregor, considerado una de las figuras más ilustres de la escuela administrativa de las Relaciones Humanas con gran auge en la mitad del siglo pasado, en su obra "El lado humano de las organizaciones", creando así dos formas de pensamiento a los cuales denominó teoría X y teoría Y.

Los directivos de la primera consideran a sus subordinados como animales de trabajo que sólo se mueven ante el yugo o la amenaza, mientras que los directivos de la segunda se basan en el principio de que la gente quiere y necesita trabajar.

Es así como Douglas McGregor creó estas dos maneras excluyentes de percibir el comportamiento humano, adoptado por los gerentes para motivar a los empleados y obtener una alta productividad, siendo no una consecuencia de la naturaleza del hombre, sino una consecuencia de la naturaleza de las organizaciones industriales en su política y gestión.

Para la realización de este estudio, se analizó el comportamiento del personal dentro de las organizaciones, obteniendo como resultado los siguientes puntos.

TEORÍA X

- En esta teoría Douglas nos expone que a los seres humanos por término medio no les gusta trabajar y la Dirección debe motivarlos o forzarlos a ello. Considerando así que los trabajadores son como los caballos: si no se les espuelea no trabajan. La gente necesita que la fuercen, controlen, dirijan y amenacen con castigos para que se esfuercen por conseguir los objetivos de la empresa.

- Por otro lado, plantea que el ser humano común prefiere que lo dirijan quiere rehusar responsabilidades, tiene relativamente poca ambición y desea más que nada su seguridad.
- También concluye que la gente trabaja por temor al despido, permaneciendo inmadura, dependiendo siempre del jefe y resistiéndose al cambio.

TEORÍA Y

- La teoría Y fue creada como una antítesis de la antes expuesta, en ésta Douglas Mc Gregor indica que los trabajadores se comprometen con los objetivos empresariales en la medida que se les recompense por sus logros, la mejor recompensa es la satisfacción del ego y puede ser originada por el esfuerzo hecho para conseguir los objetivos de la organización.
- Además plantea que el trabajo es natural y agradable para el ser humano, especialmente si puede usar sus talentos, como la imaginación y la creatividad en él.
Los trabajadores se comprometen con los objetivos empresariales en la medida que se les recompense por sus logros, la mejor recompensa es la satisfacción del ego y puede ser originada por el esfuerzo hecho para conseguir los objetivos de la organización.
- Por último, nos aclara que el control externo y la amenaza de castigo no son los únicos medios de encauzar el esfuerzo humano hacia los objetivos de la organización. El hombre debe dirigirse y controlarse a sí mismo en servicio de las metas.

La teoría X y Y planteada anteriormente se orienta de manera muy clara a mi tema de investigación, puesto que nos muestra dos formas usuales que los líderes utilizan en las empresas para dirigir al personal, claro está una más antigua que otra y con más proyección en el éxito empresarial.

Es por ello que aportará grandes conocimientos a mi fenómeno de estudio debido a que muestra como personas que laboran en un campo tan importante que maneja directamente al personal como lo son las RELACIONES PÚBLICAS deben actuar para lograr el interés de este.

Por otro lado se relaciona coherentemente con la TEORÍA DE LOS EFECTOS reforzando su estructura analítica y defendiendo la misma postura en cuanto al campo laboral y humano, cuyo objetivo se basa en buscar la satisfacción para la integración y la buena comunicación.

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

3.1. Repercusión de las Relaciones Públicas en las Empresas.

3.1.1. Importancia de la Comunicación Organizacional

Si bien es cierto, la comunicación en la empresa moderna, es un elemento integrador del sistema el cual funciona como el eje para coordinar las actividades de los individuos conforme a las reglas que estipulan la consecución de sus objetivos, convirtiéndose en un papel importante para el desarrollo y éxito organizacional.

Además debemos tener en cuenta el acto elemental de la Comunicación que se desprende desde una correcta transferencia entre el emisor y receptor, a través de un canal físico, de un cierto número de signos extraídos de un repertorio y ensamblados en una secuencia llamada mensaje.

Todo esto con el fin de crear una interacción, comprensión, planeación y decisión grupal pero no individual que nos lleve a resolver con facilidad problemas los cuales obstruyan el desarrollo de la producción o el buen servicio de nuestra organización. Tengamos presente que la comunicación entre los miembros de una empresa es fundamental para poder estructurar una imagen atractiva y competitiva.

Pues las buenas relaciones con la comunidad y el público en general comienzan con los trabajadores de la empresa, no afuera. Claro está que ninguna compañía puede tener buenas relaciones con la comunidad si su personal no está informado debidamente acerca de las realizaciones empresariales.

La comunicación más frecuente desde el punto de vista interno es descendente, pues, intentará potenciar el trabajo en equipo, el profesionalismo, el cumplimiento de las normas y la motivación general.

Por otro lado, es preciso recalcar que la comunicación con el personal debe ser expresada en términos que resulten familiares y compatibles con su educación y experiencia, evitando colocar al personal en un plano inferior cuando se le habla. Debemos saber que la información debe ser oportuna y debe llegar con gran rapidez cuando hay que exponer hechos a los trabajadores.

Canfield (1952) estipula: "Las relaciones con el personal ganan la comprensión y la buena voluntad de los empleados por medio de la comunicación de informaciones acerca de la compañía y sus políticas, prácticas e intenciones"(p.80).

Tal información pone a disposición del personal los datos concernientes a los asuntos de la compañía en los cuales tiene particular interés, tales como ocupación, condiciones de trabajo y beneficios. Además proporciona la oportunidad de que los trabajadores a su vez puedan expresar su opinión acerca de las prácticas y políticas de la empresa.

Por ello, podemos asegurar que la Comunicación Organizacional es de suma importancia para diversos fines los cuales nos exponen que las organizaciones son personas, las organizaciones son grupos y las organizaciones son organizaciones, dirigidas por los gerentes que administran personas, dirigen grupos y empresas.

Estos líderes deben estar capacitados en su totalidad para poder encaminar a su staff de colaboradores sin abusar del poder o beneficios que su puesto les confiere.

Los líderes de las nuevas empresas deben de borrar la imagen de un gerente molesto, injusto e incomprensible, éstos tienen la difícil tarea de hacer recordar con hechos a sus trabajadores que los gerentes son personas, miembros de grupo, miembros de empresas y sobre todo que también se equivocan y muchas veces necesitan ayuda de sus trabajadores para dar solución a una interrogante ya sea física o mental.

Con ello, se cumplirá el deseo de que los individuos trabajen por objetivos comunes respetando jerarquías y la división de niveles, todo esto conllevará a formar un comportamiento asertivo para conocer tanto nuestros derechos y necesidades como los de la otra persona con respeto mutuo manteniendo la calma en situaciones difíciles, utilizando un lenguaje adecuado y seguro que transmita sinceridad, seguridad y respeto.

Es por eso, que, la Comunicación Empresarial es la piedra angular que sostiene la producción que va a permitir cumplir la determinada misión que identifica a la organización y permitirá el funcionamiento de un sistema de doble curso. Todo lo anterior, repercutirá en la comunicación externa la cual se dirige a personas que están fuera de la organización como clientes, empleados potenciales, empresas asesoras, empresas financieras, la competencia y público en general. Este tipo de comunicación es utilizada por la organización para establecer contacto, transmitir imagen, informaciones para dar a conocer diversos productos y servicios.

El objetivo de la comunicación externa es convencer, persuadir y motivar a los futuros consumidores a través de la conversación

cara a cara, teléfono, cartas y buzón de sugerencias, entrando en contacto con la organización.

Tengamos en cuenta que los clientes son quienes evalúan el trabajo empresarial y el desenvolvimiento del trabajador. Esto llevará a demostrar que tan importante es la comunicación organizacional, pues los problemas que suceden en la institución, se reflejan en el trabajador, afectando la productividad, aceptación y decisión del consumidor.

Es decir, no existe una buena comunicación externa sin una buena política de comunicación interna. Vale recalcar que la comunicación externa se ampara de las relaciones humanas la cual evita los malos tratos hacia los empleados.

Marston (1981) afirma: “Cuando el cliente que ha tenido malas relaciones con una compañía a la cual le compró un automóvil promueve el negocio de los competidores a través de sus quejas públicas”(p.23).

Como podemos observar existe interacción entre los públicos internos y externos, sin embargo, la máxima diferencia entre un público interno y externo es que las personas como los empleados o accionistas que están conectadas con una organización tienen cierto interés en ella, mientras que para el mundo exterior cada compañía es sólo otra organización, a menos que se encuentre la manera de despertar interés en el consumidor.

3.1.2. Desarrollo de la comunicación interpersonal en las empresas

Chiavenato (1996) afirma:

“La comunicación interpersonal constituye el área más importante cuando se estudian las interacciones humanas y los métodos de aprendizaje del cambio de comportamiento o de la influencia en el comportamiento de las personas”.(P.66).

Este tipo de comunicación es indispensable para aclarar problemas empresariales y personales, ya sea con el jefe de la empresa o algún colega que se encuentre dentro del mismo departamento. En esta área el individuo puede hacer mucho para mejorar su eficacia logrando un ambiente transparente y libre de rumores.

Pues, en esta área de la comunicación se presentan los mayores conflictos y malentendidos entre dos personas, entre miembros de un grupo y en la organización como sistema.

Por ende, el trabajador debe tener clara su posición profesional y personal, respetando el desarrollo de sus compañeros de trabajo; de lo contrario la empresa decaerá en su producción y aceptación.

El desarrollo de la comunicación interpersonal en las empresas es de suma importancia para la institución, porque en ella se establece una estrecha relación entre la motivación y percepción, funcionando como un proceso complejo, que puede parecer oscuro, subjetivo, pero en realidad es un proceso en gran parte cualitativo.

Por lo consiguiente, sin ellos los empleados no conocen qué hacer, no pueden hacer las coordinaciones con sus compañeros de trabajo y los directivos no reciben información dificultando la instrucción.

De esta manera, la percepción se define como un medio a través del cual una persona forma un conjunto de ideas acerca de otra, con el fin de comprender el sentido de la buena interacción (Chiavenato, 1996).

En la comunicación interpersonal encontramos una codificación que se manifiesta como una percepción selectiva, la cual actúa como defensa y bloquea la información no deseada o que no es importante. Pues cada persona crea su propio sistema de conceptos para interpretar su ambiente externo e interno organizando sus múltiples experiencias cotidianas.

Es indispensable que por medio de este tipo de comunicación los subordinados mantengan informado a su superior sobre sus relaciones con otros departamentos.

Si bien es cierto el desarrollo de la comunicación interpersonal debe ser de carácter funcional, es decir, fluida, clara, fiel, transparente, y contribuir a la satisfacción y al crecimiento personal. Por otro lado, el gerente debe tener cuidado en permitir que se construya la comunicación interpersonal informal, la cual distorsiona, contradice, crea conflictos y no permite el desarrollo personal ni de la organización.

Debemos tener en cuenta que en la comunicación interpersonal existen dos leyes, a las cuales el líder debe darle mucho énfasis para su correcto desarrollo en la organización, la primera nos expone que: lo que dice A no llega como lo pensó o estableció, porque B de inmediato lo decepcionó como lo entendió. En la segunda, nos muestra que si B comete un error en la interpretación del mensaje, es A quien toma toda la responsabilidad.

Por ende, el manejo de la comunicación interpersonal es fundamental para favorecer el desarrollo de la sensibilidad de las personas, para abrir nuevos y grandes campos en el mercado que perciban la buena interacción que existe en los trabajadores de la organización.

Cabe recalcar que también se puede desarrollar dentro de la organización una comunicación interpersonal no verbal, la cual se establece por medio de gestos, el movimiento del cuerpo, la mirada y los cinco sentidos, pero no es recomendable su utilización.

1.2.1 Los procesos de comunicación interpersonales

La comunicación interpersonal posee dos procesos de desarrollo los cuales crean la igualdad o la diferencia; éstos pueden ser:

- ✓ **Simétricos:** Cuando intercambian criterios, opiniones, puntos de vista, dudas entre sí, entre las personas que poseen igual cargo, jerarquía o status.

- ✓ **Complementarios:** Cuando se intercambian criterios, puntos de vistas entre las personas con diferentes status, cargo.

1.2.2 Factores que inciden en la comunicación interpersonal en las organizaciones.

Entre los factores que inciden en la comunicación interpersonal encontramos:

- ✓ **Canales formales de comunicación:** Están definidos por la autoridad y abarcan dentro y fuera de la organización.
- ✓ **Canales informales de comunicación:** Están definidos, son los canales informales de comunicación por las relaciones afectivas, y de simpatía que se produce entre ellos, independientemente del cargo o la posición que ocupen.
- ✓ **Estructura de autoridad:** Las diferencias de poder, de posición, status en la organización determinan quiénes podrán comunicarse entre sí.

3.1.3. Contribución de los trabajadores en el desarrollo empresarial

Los trabajadores constituyen una pieza importante dentro de la organización, pues éstos son aquellos que realizan el producto o brindan un determinado servicio, siendo reconocidos como un verdadero tesoro empresarial.

Es así como por medio de la seguridad y confianza, el empleado se sentirá orgulloso de ser parte integrante de la empresa, logrando aspectos fundamentales los cuales serán percibidos por el cliente satisfecho. De esta manera, el trabajador se desarrollará laboralmente no sólo por un sueldo fijo, sino por lograr una excelente cultura corporativa.

Por otro lado, el personal tendrá mayor interés por saber la historia de su organización actual, el conocimiento de los productos es decir cómo se fabrican y dónde se consumen, información sobre los planes empresariales especialmente las nuevas políticas que pueden afectar a él mismo como a sus compañeros de trabajo, los beneficios y las pérdidas.

Todo lo mencionado en el párrafo anterior, son diversos aspectos que repercuten en el progreso de la organización y es de suma importancia que el empleado los tenga en cuenta para ayudar a su institución, brindando una imagen a los clientes de cultura y profesionalismo lo cual llevará a la confianza y seguridad que toda empresa desea tener.

Pero, todo esto va de la mano con la motivación pues todo comportamiento tiene su causa y ésta responde a una actividad afectiva aumentando la fuerza dinámica la cual persiste en el comportamiento. La contribución que el trabajador otorga a su institución se define como los pagos que le realiza a su centro de labor por agradecimiento y/o aprecio, como: El trabajo, esfuerzo, dedicación, puntualidad, asiduidad, esmero, elogios, etc.

Muchas de las empresas siguen existiendo con una gran solvencia y eficacia, acomodando el ajuste recíproco entre individuos y organizaciones.

Para que el trabajador contribuya positivamente en la organización no debe laborar bajo presión, pues esto conlleva al estrés.

Orellana (2007) expone: “El Mobbing que es un hostigamiento psicológico en el trabajo en la que una persona o grupo de personas ejercen una violencia psicológica de forma sistemática” (p.129).

Si bien es cierto el trabajador en la organización significa: Esfuerzo, actividad, obra hecha o por hacer que busca interpretar un buen papel en su puesto de trabajo, es considerado uno de los factores de producción quién participa, desarrolla y realiza una actividad sin ninguna conveniencia.

Para que el trabajador pueda ayudar en el desarrollo de la empresa debe tener en cuenta diversos aspectos:

Que el trabajo es su maestro, es decir es la experiencia de aprender a aprender a través del trabajo en nuestra profesión u oficio.

Que el trabajo es autoestima, es la actitud de amarse a uno mismo a través del trabajo, esto nos proporciona seguridad, poder experto, sabiduría e independencia psíquica para crear.

El trabajo es un reto: Es un desafío constante para hacer bien las cosas. Estimula nuestra capacidad competitiva y nos pone en contacto con otros seres humanos.

El trabajo nos da identidad: Es un sentido de identidad personal con nuestras actividades laborales.

El trabajo es servicio: Es la capacidad de ser útil sirviendo a otros, es esforzarse en trabajos manuales e intelectuales para servir al cliente.

El trabajo es comunicación: Es la oportunidad de comprender a otros que trabajan y ser comprendido por otros que trabajan, es la oportunidad de expresarnos en nuestras actividades laborales.

El trabajo es integración: Es la capacidad de obtener y articular los elementos humanos y materiales que requieren las organizaciones para funcionar de forma efectiva.

El trabajo es un sentido de dignidad: Es una forma de mostrarse íntegro, ético, honesto y responsable, al ocuparse en actividades productivas. (Velázquez, 2006, p.38)

Si bien es cierto la contribución del trabajador en el desarrollo empresarial se mide por el grado en el que se proporciona el comportamiento interactivo del empleado para lograr la satisfacción de las necesidades de la empresa.

El ser humano, hace que la empresa se mueva teniendo como objetivo lograr cambios en su entorno interno y externo, evitando que el individuo entre en conflicto por algún favor o pedido extra que le solicite el líder de la organización.

Otra forma de contribuir en la mejora de la empresa es saber cuál es la misión y visión de su organización, dos puntos importantes que todo trabajador debe tener muy claro para apuntar a la meta que se quiere llegar.

Todo esto debe ser apreciado por la alta dirección para el debido reconocimiento público empresarial.

3.1.4 La Identidad Institucional

La identidad institucional es la percepción del conjunto de atributos propios de toda comunicación institucional que el mercado, la sociedad y el trabajador en su conjunto tienen de la empresa para familiarizarse con ella, la cual es fruto de diversos factores históricos, de creación y ampliación, además de estrategias desarrolladas a través de la comunicación.

Por consiguiente, es muy importante y a la vez muy difícil en nuestra actualidad lograr que especialmente el trabajador se identifique en un cien por ciento con la institución, debido a que muchas de las organizaciones han dejado de lado la interacción con sus empleados y la oportunidad de confiabilidad que se les brinda.

Tengamos en cuenta que identificarse significa no sólo saber las reglas de la empresa, sino, sentirse la empresa, expresar su personalidad en ella, valorar el nombre y los colores de la organización, para realizar una imagen viva y activa la cual debe ser estimulada y proyectada en los diversos lugares sociales.

No olvidemos que, la identificación que se tenga con la organización es una de las clave para el éxito empresarial y fundamental para la segmentación de mercado y la acumulación de nuestro público

objetivo, dicha imagen será única y exclusivamente enviada por los mismos trabajadores.

De esta manera, el público recibe información de la organización proveniente de diversas fuentes como son: La misma organización, su conducta, su acción comunicativa y también las provenientes del entorno

Recordemos que la primera impresión es lo que siempre cuenta en una empresa, desde el uniforme que utilizan hasta su manera de expresarse, incluso cuando terminan sus labores. Porque una institución tiene gran impacto sobre la satisfacción que el cliente pueda tener con el producto o servicio.

Es preciso recalcar que la identidad, es el sentimiento de pertenencia a la organización y de ser un elemento importante y valioso dentro de un grupo de trabajo, en general es la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización.

Por tanto, los individuos realizan una actividad simplificadora entre la nueva información y la ya existente otorgando a la empresa en la que laboran, características o atributos por medio de las cuales se reconocerán. Si bien es cierto, todo esto se incorpora en la memoria de las personas con facilidad las cuales son recuperadas cuando el individuo las necesita para reconocer, identificar y diferenciar a una organización respecto a otra.

Estos sistemas significativos son por lo tanto estructuras mentales cognitivas con las cuales el público interno y externo, diferencia a las organizaciones, es decir éstas deben de proyectar su mejor imagen, factor imprescindible para el éxito de la empresa. Un trabajador que no se identifica con la empresa, es un trabajador forzado a su labor.

3.2. Factores importantes para que el trabajador se desarrolle laboralmente.

3. 2.1. Objetivos de la satisfacción del trabajador en su organización

Si bien es cierto, hoy en día existen una serie de factores que ayudan a que el trabajador realice sus labores de manera práctica y eficaz, pues por medio de la satisfacción la cual se define como la función de diversas actividades desafiantes y estimulantes, permiten la realización de una serie de necesidades para su comodidad laboral, dependiendo de la naturaleza de la motivación.

Para lograr una proporción favorable de satisfacción se debe realizar un análisis en donde nos preguntemos qué necesidades queremos satisfacer, como segundo paso a seguir está la facilitación, en donde se tomarán medidas para realizar la satisfacción de dichas necesidades.

La satisfacción puede ser ejecutada por medio de diversos métodos empresariales que llevan al trabajador a actuar de manera positiva logrando mayor rentabilidad, brindando buenas remuneraciones por su buen desempeño laboral, reconocimiento por los logros obtenidos, seguros de vida, etc.

Por otro lado, es importante que la dirección comprenda los puntos de vista de los trabajadores sobre asuntos concernientes a su labor, su persona, la empresa y sus políticas para así cumplir con el empleado a través del respeto de sus opiniones.

Es importante también que el empresario muestre confianza a su empleado, pues ésta es el mayor patrimonio de toda institución, de tal forma que el líder muestre interés auténtico y no simulado por los asuntos del empleado, considerando la atención los deseos y temores expresados por los trabajadores.

Para que el trabajador se siente satisfecho con su institución el jefe debe de buscar remediar los problemas del empleado, ello no

implica que haya de actuarse temerariamente, ni que se dé algo por nada.

Lo que se quiere decir con esto es que siempre que los asuntos de empleados o miembros no se atiendan debidamente habrá que dar nuevas formas de política personal de esta manera se exigirá una acción positiva por parte del empresario.

Otro punto muy importante en este contexto, es el realizar una corriente de información sincera y libre entre la gerencia y el empleado, empleando los recursos de la organización y otros instrumentos auxiliares, todo esto para fortalecer la personalidad laboral del trabajador.

Esta posición y función requiere que se reconozca para valorar la importancia del trabajo de cada persona logrando que el empleado trabaje eficazmente.

La empresa debe ejecutar diversos elementos que se establecen en la comunicación para obtener a su público interno satisfecho, los gerentes pueden realizar retiros los cuáles constan en llevar a su grupo de trabajo a un lugar tranquilo rompiendo departamentos individualizados, además enviar mensajes de aliento el primer y último día de labor.

Un trabajador satisfecho es un trabajador preparado el cuál construirá un equilibrio organizacional en donde refleje el éxito de la empresa y así ésta remunerare o sus empleados con incentivos adecuados y los motiva a seguir contribuyendo con la organización.

En muchos de los casos existen empresas realizan un trampolín con los individuos que desarrollan carreras dentro de la organización, brindándoles las facilidades para que sus empleados desarrollen personalmente.

De tal manera, se obtendrán trabajadores optimistas con una correcta disciplina de lealtad, ética e interés el cual lo llevará

analizar lo que la empresa necesita para que mejore su proporción.

3.2.2 El clima Laboral

“Si bien es cierto desde nuestra antigüedad, el hombre es considerado un animal social porque posee tendencia a la vida en sociedad permitiendo su participación en reuniones multigrupales, viviendo de este modo en organizaciones y ambientes que son cada día más complejos y dinámicos para su desarrollo”(Chiavenato,1996,p.44).

Es así como el clima laboral se refiere al ambiente existente entre los miembros de la organización, los cuáles están estrechamente ligados a la motivación e indica de manera específica las propiedades motivacionales del ambiente organizacional, es decir, aquellos aspectos de la organización que desencadenan una buena o mala relación entre los miembros.

Si bien es cierto hablar de clima organizacional no es solo hablar de la adaptación a su entorno sino hablar de la satisfacción de diversas necesidades como seguridad, estima, conocimiento y sobre todo de autorrealización. Ésta última es la más importante ya que los trabajadores deben de aprender a realizarse como personas y profesionales estableciendo una relación positiva entre los integrantes de la empresa.

Es imposible desempeñarse profesionalmente en un ambiente lleno de envidia y rumores pues aunque parezca mentira todos estos factores llegan a convertirse en un obstáculo en la vida laboral. Muchas veces esto sucede cuando el clima laboral tiende a disminuir sobreviviendo estados de depresión, desinterés, apatía, descontento hasta llegar a estados de agresividad, agitación, inconformidad. En consecuencia puede decirse que el clima laboral influye en el estado motivacional de las personas y viceversa.

Para lograr un clima laboral adecuado debemos tener en cuenta tres características: Sentirse bien consigo mismo, sentirse bien con respecto a los demás y ser capaz de enfrentar por sí mismos las exigencias de la vida.

Este factor importante para el desarrollo de las organizaciones es una cualidad o propiedad que perciben o experimentan los miembros de una empresa, es decir, funciona negativamente como una enfermedad la cual genera conflictos entre diversas partes por la falta de coordinación y comunicación.

Lamentablemente existen empresas en las cuales sus trabajadores sienten recelo por algún cargo o desempeño que el jefe otorga a una persona o un grupo de personas. Sin embargo, nadie se da cuenta que éste es el problema que muchas veces ha llevado a la ruina a diversas organizaciones por el simple hecho de no ponerle atención.

Hoy en día, la realidad de las empresas se basa en no contar con un departamento de Relaciones Públicas que ayuden a solucionar este tipo de conflicto y generen un agradable clima laboral, en donde se aprenda a trabajar en grupo.

Aunque el clima laboral es algo intangible pues no se ve, ni se toca; tiene existencia real que afecta todo lo que sucede dentro de la organización.

Por ende, cuando hablamos de clima nos referimos a la atmósfera psicológica social que rodea el ambiente de trabajo, el conjunto de percepciones que tienen los trabajadores acerca de las condiciones del ambiente de trabajo y es la resultante de las emociones, sentimientos y actitudes que surgen en las comunicaciones e interacciones de los integrantes de una organización. (Orellana, 2007, p.266).

El clima laboral puede mejorar y deteriorar las actitudes y las motivaciones personales, por ejemplo: Cuando aumenta la motivación, mejora el clima organizacional, puesto que hay ganas de trabajar, y cuando ésta baja el clima se deteriora con ella. Causando frustración, pesimismo y poca disposición para laborar.

El ambiente laboral o igualmente llamado clima organizacional es una variable independiente y a la vez interviniente las cuales se traducen en las conductas ya sean positivas y negativas.

Aunque muchas de las empresas no le tomen la mayor importancia a este aspecto de la comunicación y organización, es importante saber que ayuda para lograr una política estable combinada con suficiente capacidad de almacenamiento, que se constituye una alternativa inviable para el desarrollo.

2.2.1 Características del clima laboral

El clima laboral goza de diversas series también llamadas características las cuales confortan este medio de satisfacción para el trabajador, entre ellas destacan siete características que resumen y captan la esencia de la cultura:

- a) Innovación y toma de riesgos: Se define como el grado en el cual se alienta a los empleados a ser innovadores y a correr riesgos.
- b) Atención al detalle: Surge cuando los empleados demuestran precisión, análisis y atención al detalle.
- c) Orientación a los resultados: En este ítem las empresas se enfocan en los resultados, en el lugar de las técnicas y procesos utilizados para lograr estos resultados.
- d) Orientación al equipo: Es el grado en que las decisiones de la gerencia toman en cuenta el efecto de los resultados en la gente dentro de la organización

- e) Energía: Es una característica importante en el ambiente de trabajo pues los empleados no son pasivos y se vuelven emprendedores y competidores.
- f) Estabilidad: El grado que las actividades organizacionales prefieren mantener, para no contrastar la instancia del crecimiento.

3.2.2 Diseño del ambiente del Trabajo

El diseñar un ambiente de trabajo factible es sumamente fácil, pues toda actividad se realizará con comodidad personal y física, para ello se consideran los siguientes aspectos.

- a) Condiciones ambientales: El empleado necesita estar en un lugar con una buena temperatura, humedad, ventilación, iluminación, ruido, vibraciones, limpieza, color y sobre todo disposición de equipos.
- b) Distribución: En un buen espacio y de los elementos componentes del trabajo es decir, mesas, sillas, fajas, equipos de seguridad y protección, máquinas, instrumentos, herramientas, tableros de control etc.
- c) Factores organizativos: Aquí se habla de la igualdad de turnos, salarios, relaciones jerárquicas, procesos y cadenas de producción, líneas de trabajo.
- d) Máquinas: Es decir riesgos, diseño de controles, tamaño, complejidad de operación.
- e) Hombre: Todos los integrantes de un departamento deben estar capacitados y contar con el conocimiento adecuado para que no obstruyan el trabajo de los demás y así esforzarse todos por igual.

3.2.3. Beneficios de la organización interna en la empresa

Toda empresa está constituida por diversos departamentos donde se distinguen diferentes niveles según la dimensión y el ámbito de la empresa que sirva para la supervisión de sus empleados, los cuales puedan ser controlados.

Por otro lado, se define como la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa, flexible y adaptable, es decir, que puede ser modificada.

Por ejemplo: Si la empresa es pequeña y tiene pocos empleados podrá ser dirigida por un solo jefe, por ende si la empresa va creciendo, van aumentando mandos intermedios, con el fin de establecer el orden y centrar a los trabajadores para que reconozcan a sus líderes.

El contar con un organigrama va a depender de la seriedad de la organización por querer mantenerse en el mercado, y ayudar a establecer canales de comunicación en todos los sentidos.

Además, por medio del departamento de relaciones públicas se podrá verificar si los niveles establecidos son los correctos para el funcionamiento de la empresa. Si bien es cierto la estructura de este organigrama se puede plantear de manera vertical y horizontal.

La primera, se establece para comunicarnos con los individuos que se encuentran dentro de una misma jerarquización, y la segunda funciona para comunicarnos entre mandos de control.

2.3.1 TIPOS DE ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Muchas son las formas en la que una organización puede establecer el diseño de su estructuración u organización interna, por ello aquí se plantean las más importantes.

- a) Estructura jerárquica o lineal, donde los poderes se concentran en el mando supremo, que se delegan conforme van decreciendo, este tipo de estructura es muy utilizada por más PYME
- b) Estructura Funcional: Creado para superar la estabilidad de una jerarquía pura y su incapacidad a las crecientes exigencias de especialización. Se caracteriza porque los individuos que se

encuentran en la parte inferior del organigrama no reciben órdenes del jefe mayor, sino de varios jefes diferentes.

- c) Estructura Mixta o jerárquica funcional. Nos habla sobre la distinción entre jefes con autoridad, los cuáles deben ser oídos antes de tomar alguna decisión, en este caso es el jefe quién recibe información de su empleado.

Todo esto surge para hacer que los hombres comunes hagan cosas no comunes, es un factor fundamental que este organigrama se encuentre ubicado en lugares estratégicos para que todos los miembros de la organización lo observen y lo respeten.

La empresa va a permitir crear un ambiente de responsabilidad y respeto regidos a un sistema de control en cada departamento. Dichas áreas tienen una serie de funciones, las cuáles son:

- a) Función de dirección, este departamento tiene como objetivo planificar, organizar y coordinar diversas actividades que influyen en la empresa.
- b) Función de administración, aquí se realiza la facturación, los planes de comunicación etc.
- c) Función financiera: Sobresale las inversiones, presupuestos, seguros
- d) Función de producción: Se establece el control de calidad, métodos y tiempos, esta función se caracteriza por tener un staff de I+D
- e) Función comercial: Se establece la administración comercial y el equipo de ventas, este departamento es fundamental porque informa sobre las ganancias o pérdidas de la empresa
- f) Función de marketing: Surge el diseño de estrategias y diversas tareas técnicas las cuáles nos ayudan a segmentar el mercado.
- g) Función de personal y de recursos humanos: Se establecen las relaciones laborales, la seguridad, contratación y supervisión del personal.
- h) Función de I + D: Comprende las funciones de investigación y desarrollo de las nuevas técnicas y productos.

En conclusión, podemos definir que la organización interna es el orden básico de toda institución, que nos muestra la relación que tienen los diversos departamentos para el desarrollo interno y externo de la organización.

3.2.4. CARACTERÍSTICAS DE UNA ORGANIZACIÓN FORMAL

El término de estructura formal se refiere a un sistema explícito de normas y reglas que gobiernan el comportamiento, las metas, los potenciales y las responsabilidades de los individuos que funcionan dentro de una organización en particular, en dónde se requiere que la gente trabaje en conjunto.(Robinson,1985,p.400).

Ésta se basa y tiene como características principales a la racionalidad y disciplina, la primera entra al organigrama porque la propia existencia de esta carta implica que el empleado debe tener presente lo que su área le compete para poder ejecutarla sin error.

Por otro lado, la existencia de la disciplina en este contexto se origina debido a que personas distintas tiene papeles diferentes que cumplir como función de las labores que se les asigna en la organización. También podría aparecer porque cualquier individuo pueda tener varios papeles que se superponen.

Con esto, podemos exponer que toda organización debe contar con su organigrama formal, en donde establezca específicamente su misión en cada área, para ello debe ser hecha por los líderes de la empresa, los cuales especifiquen los puntos que éstos quieren trabajar.

Además, existen diversas características secundarias que se relacionan con la estructura formal como: La división del trabajo, que es una de las tipologías más obvias de una organización para el orden del desarrollo laboral, evitando estrés y presión.

Si bien es cierto el dividir el trabajo es básico porque nos permite la integración de los diversos departamentos logrando un funcionamiento armonioso.

La delegación de autoridad es otra de las características a tener en cuenta pues ella está relacionada con la división del trabajo, recordemos que no puede existir un sistema de división de trabajo sin la delegación de una autoridad.

En este sistema se muestra la jerarquización que tiene cada organización y la responsabilidad de que tiene un individuo con otro.

Luego, encontramos las comunicaciones bien dirigidas en donde ilustra con mayor claridad las dos características principales como son la racionalidad y la disciplina. Pues si bien es cierto cada organigrama formal muestra un sistema de comunicaciones generalmente conocidas como “canales”.

Es aquí en donde surgen muchas discrepancias entre lo “real y lo ideal” la cual nos explica que una persona debe saber a quién comunicar el mensaje en caso de algún problema. Sin embargo lamentablemente muchas empresas ignoran la verdadera razón del organigrama.

La coordinación es la cuarta propiedad del concepto de la estructura formal, en donde más allá de la especialización que muestran las estructuras empresariales, se necesita contar con un campo de coordinación para que los propósitos establecidos puedan funcionar.

Esta área del organigrama tiene como función pesar las decisiones de los subordinados, resolviendo conflictos que son inevitables cuando se reúnen varias personas.

Muchas veces dentro de todas estas características ocurre la llamada “Pasar la pelota” que se establece cuando el directivo quiere hacer

parecer que en su departamento todo marcha bien, aún a costa de los demás.

Tengamos presente que el establecer un organigrama formal no significa competir entre departamentos, mostrarse superior unos de otros, o estar pendiente de cuánto han desarrollado los departamentos vecinos. Si no se trata de brindarle a la empresa un orden el cual evite discusiones y contrariedades.

El que un trabajador se encuentre en un área que está ubicada en la parte inferior del gráfico no quiere decir que tiene menor importancia, Es necesario que el trabajador establezca su personalidad y profesionalismo para actuar con humildad y moralidad.

En este organigrama se debe identificar de manera clara los canales formales de comunicaciones dentro de la organización dándole al individuo una idea de cómo fluye la información y las comunicaciones de arriba hacia abajo.

Por otro lado, enfatiza la razón, la eficiencia, el arreglo lógico de sus funciones, las órdenes por escrito, el comportamiento orientado al trabajo y la atención. Con ello, el gerente espera obtener más que la suma de los esfuerzos individuales

El líder debe tener en claro cuáles son las actividades que va a administrar y quiénes son las personas que lo van a ayudar, asignando a una personal calificado y potencialmente desarrollable. Conjuntamente comunica a sus trabajadores de las actividades que se espera desempeñen.

Cada trabajador debe tener el gráfico en el que estipule no sólo lo que su departamento va a desempeñar si no la de todas las áreas que constituyen la empresa. Debe estar ubicado en un lugar accesible y a la vista de todos al momento de ingresar o salir de sus labores.

Esta estructura que beneficia a la organización debe ser supervisada por el gerente, para que de ese modo no se distorsionen las labores ni se malinterpreten los puestos. Es recomendable realizar la supervisión un día de la semana sin previo aviso a los empleados.

3.3. Importancia de las Relaciones Públicas para el desarrollo laboral de los trabajadores.

3.3.1 La comunicación Organizacional como factor influyente en la satisfacción laboral del trabajador.

La comunicación organizacional se define como proceso mediante el cual la empresa o institución transmite una información tanto interna como externa, con la finalidad de crear una imagen positiva y un clima laboral confortable el cual surge por la comodidad del trabajador.

Este estilo de comunicación pretende establecer buenas relaciones entre los individuos de la empresa, es decir, de gerente a trabajador y de empleado a empleado pues las relaciones que se deben dar entre estos miembros se establecen gracias a la comunicación.

Por medio de la comunicación organizacional el gerente puede conectarse pasivamente con su staff para poder brindarles las oportunidades de crecimiento y así incentivarlos a seguir dentro de su familia institucional.

Para ello, el gerente debe buscar buenas y justas remuneraciones, las cuáles vayan acorde con lo que realice su trabajador en la organización para mejorar la productividad, claro está con una comunicación efectiva.

Si bien es cierto su influencia en la satisfacción del trabajador es inevitable pues conforme se establezcan muros de contingencia que permitan el desarrollo de estrategias que incentiven al grupo de trabajo, puede asegurar que no habrá queja alguna.

El trabajador busca satisfacción porque éste se siente conectado de manera productiva con la organización, en dónde desarrolla sus habilidades y muestra un complejo interés en ella.

La comunicación dentro de la empresa debe abordar diversos aspectos que ayuden a la interacción y al buen comportamiento del trabajador, en donde el gerente debe resolver las siguientes interrogantes ¿Qué buscan mis trabajadores? ¿Cómo logro su buen desempeño?

La respuesta a dichas preguntas está sólo en el buen proceso de la comunicación pues mediante ésta el gerente podrá enterarse sobre lo que le molesta a los trabajadores, de tal manera planteará estrategias para salvar a su público interno productivo.

Muchas de las veces los talleres realizados por la gerencia son un sistema comunicativo indirecto en el que se percibe la inseguridad de los integrantes. Es recomendable, que el jefe se muestre como todo trabajador y aleje la imagen autoritaria que sólo frustra el desempeño laboral.

Este personaje guía de la institución debe realizar la importante actividad de relacionarse con el personal y de examinar la opinión de los empleados y así se sientan importantes para el desarrollo empresarial.

El reconocimiento es uno de los incentivos que el trabajador siempre quiere lograr, cuando ha realizado un hecho que aporta en su ámbito de trabajo, esto lo hará sentir satisfecho y orgulloso de su capacidad, sin dejar de ver la realidad.

Sin embargo, vale recalcar que el dinero no lo es todo pero suele formar parte de la base de cualquier relación laboral, pues nunca está demás premiar la entrega y constancia con dinero, bonos, promociones exclusivas o invitaciones a eventos.

En este contexto debemos tener en cuenta que las relaciones públicas son parte fundamental dentro de la comunicación organizacional para poder trabajar en íntima relación con el departamento de personal, buscando y reteniendo a individuos satisfechos y de alta calidad.

A mayor satisfacción laboral, mayor compromiso del trabajador con sus tareas y mayor motivación, ésta última participa en casi todos los métodos de comunicación. Es por ello, que el gerente debe tener en cuenta una serie de consejos que ayuden a su grupo a tener una elevada satisfacción laboral:

El líder debe contratar a las personas adecuadas para cada puesto, el objetivo de este punto es lograr obtener un personal selecto que no se frustre ante los fallos y que sea capaz de levantarse y aprender de sus errores. Esto se estipula con el fin de que el trabajador no decaiga en su satisfacción.

Otro de los aspectos es el crear lazos con los trabajadores, punto importante donde es necesario que el trabajador sienta que no es correcto optar por la individualidad sin importar la antigüedad de un empleado, de esta manera hacerlo partícipe de las novedades y agradecerle por su esfuerzo, ayudándolo a superar sus problemas laborales.

Con ello, la comunicación establecerá consensos de interacción como, entrevistas, cuestionarios, encuestas donde se mida cuán satisfecho se encuentra el trabajador y demostrar al trabajador que su esfuerzo es tenido en cuenta.

De tal manera, la moral de los empleados aumentará por medio de la introducción de premios para concursos de diversos departamentos o secciones, entre diferentes ramas y sucursales. Por otro, lado el personal agradece estar estrechamente involucrado en las decisiones corporativas, creando un sentimiento generalizado en

dónde la gerencia se sienta satisfecha con su labor (Sam Black, 1993).

3.3.2 La comunicación interpersonal y su repercusión como actividad humana en el clima laboral

Es un hecho que la comunicación interpersonal es una actividad humana que está íntimamente relacionada con el clima laboral, actuando desde una perspectiva de interacción con la finalidad de establecer y llegar a entender un mensaje, forjando la cohesión de grupos de trabajo.

Por su parte en el clima laboral, se generan las actitudes las cuáles se pueden ver favorecidas y/o afectadas por lo que pueda suceder al interior de la organización, todo depende del tipo de recepción con la que cuente el emisor o receptor.

Tengamos presente que si entre trabajadores sabemos comunicarnos y transmitir el mensaje sin levantar dudas, el clima será agradable y les permitirá desarrollarse con más confianza y objetividad en su labor.

Además, es tarea del empleado comunicar a su líder, de manera pacífica aquellos rumores que pueden afectar la integridad de un trabajador y arrastrar con ello la imagen empresarial.

El clima laboral está relacionado con el saber hacer de los líderes, con los comportamientos de las personas, con su manera de laborar y relacionarse con la organización

En este proceso, el gerente debe saber cómo y cuándo establecer juntas, convocar a reuniones, y realizar retiros para informar a sus trabajadores sobre el crecimiento o la crisis de su organización. Con esto el empleado se sentirá confortado y útil, estableciendo un buen comportamiento en su lugar de trabajo.

Por tanto, si la comunicación cara a cara no está muy bien planteada, el clima laboral puede perjudicarse a través de la percepción de las condiciones de su entorno basándose en exigencias físicas de la tarea,

exigencias mentales de la tarea, exigencias emocionales y proceso de trabajo.

Cuando hablamos de exigencias físicas nos referimos a la presión que ponen los directivos de la organización para que el trabajador realice su labor. Las exigencias mentales permiten que el trabajador se encuentre atento al comportamiento del cliente, el importe de la compra, cargo del importe, muchas veces no le alcanza el tiempo para realizar todas estas funciones , generando discusiones con el gerente por el mal rendimiento de su labor.

No lo olvidemos las exigencias emocionales las cuáles afectan a nuestros sentimientos sobre todo cuando requieren de nuestra capacidad para entender la situación de otras personas.

Esto nos demuestra una vez más que la comunicación es un elemento que ayuda a evitar cualquier clase de discusión y logra realizar un buen plan de trabajo, mostrando el futuro de la organización y su seguridad etc.

Es por ello, que el clima organizacional se convierte en un esfuerzo planeado que abarca todo el conjunto de trabajo desde arriba para aumentar la eficiencia y salud.

En esta instancia el líder debe evitar convertirse en una persona de la que sólo los individuos han oído hablar pero que de alguna manera no parece real, pues impide la comunicación al aumentar la distancia interpersonal y hacer que la gente tenga más temor de sus patrones ausentes.

Hoy en día tanto los gerentes y trabajadores en todos los niveles de la compañía sufren de la sobre carga de información, dejando de lado la comodidad que necesita un trabajador, esto se debe a que no se ha estructurado ni respetado el plan del trabajador dentro del medio de comunicación (relaciones humanas). (Aprix, 1986, p.31).

Lo que se quiere es establecer una comunicación interpersonal proactiva el cual hará que la organización parezca un universo racional dentro de la vida

laboral del empleado con un cierto significado. Las organizaciones son únicas y son ellas las que establecen como trabajar su comunicación interpersonal y la creación de su cultura y métodos de acción.

3.3.3 La Contribución del trabajador y su influencia en la gestión de la organización interna

El trabajador, es el factor indispensable en la organización, el cual tiene la capacidad para resolver problemas, brindar soluciones y analizar su entorno de trabajo, si bien es cierto contribuye un pilar fundamental para establecer departamentos que la institución requiere.

Todo esto surge a través de las necesidades de los gerentes por satisfacer a los trabajadores los cuáles brindan el servicio o producto al público consumidor. El que el trabajador respete la jerarquización de la institución va a depender de cual incentivado y motivado esté.

Por otro lado, debemos estudiar perfectamente a las personas que asumen cargos importantes en la estructura de la empresa .El empleado puede establecer diversas opiniones para mejorar la relación de los sujetos., con el fin de elegir el tipo de gráfico a utilizar.

Si el gerente ha logrado establecer una relación efectiva con su grupo de trabajo es posible que éstos estén enterados de cómo se divide su organización y dar su apreciación crítica acerca de la decisión.

Prevaleciendo el respeto y la admiración de sus superiores evaluando una comunicación ascendente y descendente. Muñoz (2010) expone: “El trabajador es un personal motivado que estará predispuesto en cualquier momento a ayudar” (p.157).

La organización interna más que un gráfico para el empleado debería ser un contrato, es decir, una especie de acuerdo o expectativa que mantenga consigo misma.

Por ende, el trabajador debe informar al jefe de personal si su líder de área está actuando con un correcto dominio del poder, autoritario y poco ético.

De tal manera, se establecerá un estudio para decidir si se renueva dicha gráfico empresarial o no.

3.3.4 Identidad institucional como elemento esencial, para estructurar una excelente organización formal.

Cuando un trabajador está identificado con su empresa, tiende a ganarse la confianza de los grandes directivos, del público y de sus compañeros, cuidando minuciosamente su imagen personal.

La identificación del trabajador se define como el sentimiento de pertenecer a la organización, transformando todo lo negativo que dicen y surge de ella, ésta se considera un elemento esencial al momento de establecer normas que ayuden al desarrollo empresarial.

Dichas normas son planteadas por los directivos de cada departamento, los cuáles establecen una serie de objetivos, que ayudan a mejorar la productividad y relación.

Cuando un trabajador se identifica laboralmente con su institución, tiene la potestad de abogar sobre diversos puntos que se estructuraron en la organización formal y plantear nuevas estrategias, conjuntamente con el representante del grupo.

La correcta creación de una estructura formal se realizará: Por la originalidad, hábitos personales, ética, funciones, objetivos, los cuales serán llevados a la práctica para contrarrestar el crecimiento actual con el pasado.

Tengamos en cuenta que el trabajador debe estar en contacto con los líderes de la empresa para dar razón al cumplimiento de dichos objetivos y así llegar a una organización única, que se define como la coordinación racional de las actividades de un cierto número de personas

De tal manera que se logra una reciprocidad entre el individuo y la organización, para que todos tengan presente cuál es su lugar, qué deben cumplir, cuánto deben ganar y a qué meta deben llegar.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tipo de investigación

La presente investigación titulada “IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL DESARROLLO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA COLABORADORA DE MOVISTAR, COBRA, DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2013 -2014”, es una investigación Básica descriptiva cuantitativa no experimental.

Es básica pues aporta nuevos conocimientos a una ciencia, en este caso a la rama de las Relaciones Públicas las cuáles son base fundamental de toda organización. Además, resulta ser cuantitativo, porque requiere de procedimientos estadísticos para la interpretación de mis resultados al final de la investigación.

Por otro lado, considero que pertenece a las investigaciones no experimentales porque no propongo la creación de ningún departamento en la organización para mejorar las relaciones públicas ya que esta existe.

1.1. Nivel de investigación

El fenómeno de estudio investigado, está dentro de un nivel descriptivo transeccional porque voy a relatar de manera precisa y coherente una realidad, en este caso lo que sucede en la empresa colaboradora de movistar, Cobra.

1.2. Diseño de la investigación

La investigación realizada, está dentro de los diseños CUANTITATIVOS NO EXPERIMENTALES TRANSECCIONALES DESCRIPTIVOS.

Es CUANTITATIVA porque utiliza encuestas y se basa en diversos programas como el Excel y SPSS para poder ingresar los resultados de las

encuestas que les realice a mis unidades de análisis con el fin de llegar a una conclusión objetiva y creíble.

NO EXPERIMENTAL debido a que no se manipularan variables y se analizarán los hechos tal y como ocurren en la realidad de esta prestigiosa organización. TRANSECCIONAL-DESCRITIVO porque estudiaré dicho fenómeno en el momento en que se establece el problema a investigar.

2. POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Población de investigación

En la presente investigación denominada “Importancia de las Relaciones Públicas en el desarrollo laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013 -2014”. La población que enmarca mi problema a estudiar son todos aquellos grupos con diferentes características los cuáles me son útiles para resolver la hipótesis planteada

El primer grupo a estudiar son, todos los trabajadores de la organización, los cuales suman un total de 131 personas, quienes son las unidades esenciales para poder llegar a una conclusión.

Por otro lado contaré con las 2 personas encargadas en el área de Relaciones Públicas, este grupo es necesario pues de ellos parte el problema investigado.

También los 3 expertos, están dentro de mi población escogida, para poder estructurar de manera profesional mis instrumentos y llegar a construir nuevos conocimientos que aporten a las ciencias de la comunicación con total objetividad.

Por último, como una población que requiere mi investigación estudiaré a los 85 clientes potenciales los cuáles me permiten diluir cualquier duda que se presente durante la interpretación de mis resultados finales.

2.2. Muestra de la investigación

Para poder obtener resultados creíbles y coherentes sobre mi fenómeno de estudio, utilizaré cuatro grupos, los cuales se encuentran relacionados y son de vital importancia en el campo de las Relaciones Públicas y el Desarrollo laboral.

Por ello, mi primer grupo consta de una muestra de 131 trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar Cobra de la ciudad de Piura. Dicha cantidad se encuentra dentro de una muestra no probabilística debido que no necesita formula alguna para determinarla .Por otro lado, es censal porque mi población es igual a la muestra en mi fenómeno de estudio.

Como segunda unidad de análisis cuento con un grupo de 2 personas conformado por los integrantes del área de Relaciones Públicas de dicha organización, la cual está dentro de una muestra no probabilística pues son solamente dos personas.

Los tres (3) expertos con los que me contactaré personalmente, son otro de los grupos importantes que no deben faltar dentro de mi investigación pues son de vital ayuda para poder llegar a resolver la hipótesis planteada. Los cuales se encuentran dentro de una muestra no probabilística de expertos

Como último grupo cuento con los 85 clientes potenciales de la empresa Cobra, con los cuales corroboraré dichos resultados planteados por los trabajadores, pues ellos con los que evalúan día a día el trabajo que éstos realizan. Dicho grupo es una muestra No Probabilística Censal porque el número de clientes es reducido e igual a mi población.

3. RECOLECCIÓN DE DATOS.

3.1. Técnicas de investigación

Dentro de la investigación se viene estructurando la técnica de la encuesta, a los 131 trabajadores de la empresa cobra, porque es muy importante debido a que me ayudará diagnosticar el verdadero sentido de la comunicación interna dentro del área de Relaciones Públicas de esta institución. Con ello obtendré un resultado formal y creíble el cuál diagnosticaré de manera coherente y precisa para llegar a una conclusión.

Por otro lado, es un recurso factible y rápido para evitar el letargo y la falta de colaboración que pueda presentar mi unidad de análisis básica en esta investigación.

En las 2 personas que laboran en el área de Relaciones Públicas se ha estructurado una entrevista, recurso de recolección necesaria para poder saber el punto de vista y los conocimientos de los profesionales que manejan la comunicación interna (Relaciones Públicas). Si bien es cierto este recurso es completo y con ello obtendré datos que quizá puedan servir para complementar el fenómeno investigado.

Al igual que a las 2 personas del área de Relaciones Públicas de la empresa Cobra, se viene plasmando una entrevista a los 3 expertos, método de recaudación que servirá en mi investigación para poder recolectar fundamentos teóricos y prácticos que por un lado me permitan estructurar diversos canales de comunicación los cuáles refuercen a la ciencia que se pretenda aportar.

Para los 85 clientes potenciales se está planteando una encuesta, que ayude a evaluar el servicio de los trabajadores de esta organización, con el fin de comprobar que tan perjudicada se encuentra la atención, además servirá como una prueba para demostrar que las Relaciones Públicas se deben estructurar primeramente dentro de la organización la cual se refleja en el ámbito externo.

3.2. Instrumento de investigación

En la investigación titulada “Importancia de las Relaciones Públicas en el Desarrollo Laboral de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013 -2014”, se ha ejecutado diversas técnicas para los grupos que ayudarán a comprobar la hipótesis planteada.

Para ello, en mi primer grupo el cual está constituido por los 131 trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar, Cobra, se plantea como instrumento un cuestionario de preguntas las cuáles son redactadas a través de la información bibliográfica obtenida sobre la investigación y la realidad que se investiga, con el fin de llegar a la verdadera situación que los empleados atraviesan.

En mi segundo grupo se encuentran las 2 personas que lideran el área de Relaciones Públicas, a quiénes se les aplicará como instrumento una Guía de Preguntas las cuáles se enfocarán en probar si aquellas personas ejercen correctamente su función en la organización, además probar qué tan descuidada se encuentra la interacción entre el líder y sus empleados.

Como tercer grupo cuento con los 3 expertos, a los cuáles se les viene construyendo un instrumento realizado a base de una Guía de preguntas, con el fin de que éstos especifiquen los conceptos y conocimientos claves que ayuden a obtener el éxito de la investigación .Además, servirá para conocer nuevas definiciones sobre palabras técnicas relacionadas con las Relaciones Públicas y el Desarrollo Laboral.

El último instrumento a utilizar es también un Cuestionario de Preguntas, las cuáles serán elaboradas para los 85 clientes potenciales, dichas preguntas evaluarán el trabajo de los empleados de la empresa cobra con el fin de corroborar lo que nos dice el área de Relaciones Públicas.

3.3.3. CONFIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación y el recojo de información he utilizado las siguientes técnicas las cuales me han ayudado a comprobar profesionalmente el verdadero símbolo de las relaciones públicas, para ello se redactaron cuatro instrumentos diferentes, los cuales fueron validados por:

El Licenciado en Ciencias de la Comunicación Antonio Infante Azcarate, quien cuenta con el grado académico de magister en Administración y Dirección de Empresas, desempeñándose en la actualidad como docente en el área de las Comunicaciones, dicho profesional calificó mis instrumentos de la siguiente manera:

En la encuesta dirigida a los trabajadores de la empresa colaboradora de movistar cobra indicó que del 100%(36) de los ítems planteados el 85% de las preguntas se encontraban aptas para ser aplicadas al público objetivo, por otro lado un 15% necesitaban ser analizadas para mejorar el fin del resultado de dicha interrogante.

Por consiguiente en la entrevista realizada para los trabajadores del área de Relaciones Públicas de la empresa Cobra, del 100%(24) de los ítems el 90% de las preguntas realizadas eran adecuadas para la investigación, sin embargo el otro 10% exigían ser estudiadas desde el objetivo al que se quiere llegar para poder mejorar su coherencia.

Como tercera técnica se estructuró una entrevista dirigida a los expertos en Relaciones Públicas, en la cual del 100%(23) de las interrogantes planteadas, el 60% apuntaban en una buena dirección para poder obtener información, sin embargo el 40% de las preguntas necesitaban ser analizadas en su estructura y términos.

Por otro lado, se ejecutó una encuesta a los clientes potenciales de la empresa cobra, y del 100% de las preguntas, el 95%(17) eran factibles para su ejecución, sin embargo el 5% de los ítems requerían análisis y revisión.

Como segundo experto involucrado en la investigación se encuentra el licenciado Jhon Marlon García Cango, comunicador social y actualmente docente de la Universidad Alas Peruanas filial Piura, quién cuenta con una gama de conocimientos y experiencias en el campo empresarial y humano., dicho profesional evaluó mis instrumentos de la siguiente manera:

En la encuesta estructurada para los trabajadores de la empresa Cobra, dicho experto indicó que, del 100%(36) de las preguntas ejecutadas, el 90% de las interrogantes se encontraban correctamente redactadas, puesto que permitirán saber el verdadero sentido de las relaciones públicas, sin embargo el 10% necesitaba verificación para asegurar excelentes conclusiones.

En la entrevista realizada para los trabajadores del área de relaciones públicas, el experto ya mencionado, estableció que del 100%(24), el 80% de los ítems ayudaron a establecer conocimientos y estudios más profundos de la situación por la que atraviesa la empresa cobra, siendo el 20% de las interrogantes, preguntas que requerían modificación y explicación.

De ésta manera en la siguiente entrevista realizada para los especialistas en el campo de las relaciones públicas, recalcó que del 100%(23) de las preguntas realizadas, el 80% se estaban en perfecto orden de redacción y fin, por lo consiguiente el otro 20% necesitaba de observación y un estudio para poder definir si se modifica o se retiene.

Sin embargo, en la entrevista realizada para los clientes potenciales, el experto concluyó que del 100%(17) de las preguntas planteadas en ésta técnica el 70% ayudaba a obtener conocimientos previos sobre el fenómeno y que el 30% sobrante debía ser evaluado.

Como tercera experta del fenómeno estudiado, cuento con la Licenciada en ciencias de la comunicación Catherine Grace Muñoz Agramonte, quien posee el grado académico en maestría de educación superior e investigación y quien actualmente se desempeña como responsable de la oficina de comunicaciones y promoción de salud (CLAS CATACAOS). Dicha profesional estableció las siguientes evaluaciones.

En la encuesta realizada a los trabajadores de la empresa cobra, concluyó que, del 100%(36) de las interrogantes establecidas, el 40% se encontraban considerablemente correctas para ser aplicadas, por otro lado el 35% de los ítems requerían un profundo análisis, pues no están muy claras, además el 20% de las preguntas ejecutadas establecían un total cambio puesto que no mostraban claridad para lo que se quiere llegar y un 5% fueron retiradas de la técnica aplicada puesto que no muestran coherencia.

De esta manera la experta consideró en la entrevista estructurada para los encargados del área de relaciones públicas de la empresa colaboradora de movistar cobra, que del 100%(24) de las preguntas planteadas un 60% de los ítems estaban listas para ser aplicadas pues cumplen los requisitos adecuados para obtener información, por lo consiguiente un 30% requerían análisis consciente y por ultimo un 10% necesitaban ser modificadas más no retiradas de la técnica empleada.

En la entrevista realizada para los expertos en el campo de las relaciones públicas considera que del 100%(23) de las interrogantes formuladas, el 98 % contaban con una estructura coherente las cuales ayudaban a obtener Información de experiencia acerca del tema, por otro lado el 2% de los ítems fueron retiradas del esquema pues no se encuentra lógica en la redacción.

Por otro lado, se realizó una encuesta a los clientes potenciales de la empresa motivo de estudio, en donde del 100%(17) de las preguntas la experta consideró que el 90% de las interrogantes contaban con una correcta dirección para estipular conceptos claros y precisos, los cuales

ayudaron a comprobar lo que se instaura internamente, así mismo un 10% de ítems requirieron atención y modificación puesto que no se encuentra raciocinio.

Cabe recalcar que las observaciones realizadas por los expertos, fueron corregidas antes de su aplicación, para asegurar la confiabilidad de dicho estudio, brindando de este modo una investigación coherente, precisa y analítica.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS

Para la ejecución del análisis de mis instrumentos de estudio y la recolección de datos para la comprobación de mis hipótesis, utilicé dos encuestas y dos entrevistas las cuáles fueron aplicadas a los trabajadores de la empresa cobra, los clientes potenciales, los encargados del área de relaciones públicas y a los expertos, dichos instrumentos se valieron de técnicas de cuestionario de preguntas y guía de preguntas relacionadas a la disciplina de estudio, las cuales fueron revisadas por expertos en el tema.

Todas las ya nombradas técnicas e instrumento me ayudaron a conocer poco a poco la verdadera situación de la organización de estudio, concluyendo que la encuesta y la entrevista son métodos eficientes para la obtención de resultados que se realiza de manera rápida y eficaz.

Además utilicé el SPSS, programa el cual me ayudó notablemente en la realización de mis resultados y en el desarrollo de mis gráficos y cuadros estadísticos con la finalidad de obtener efectos favorables y confiables. Por lo consiguiente, poder realizar mi comprobación de hipótesis con seguridad y total tranquilidad.

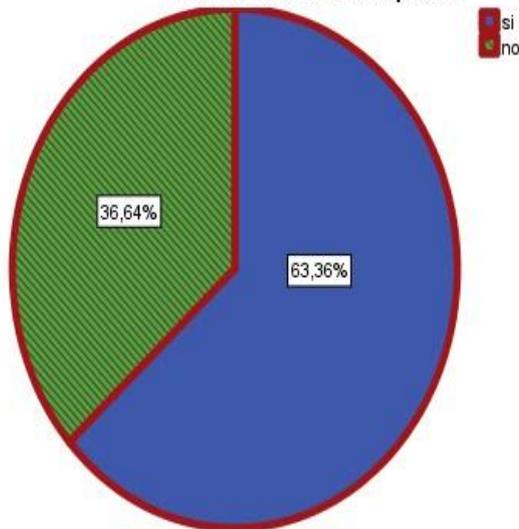
Análisis de los resultados

Tabla 1: La comunicación entre el gerente y sus trabajadores

**¿El gerente escucha sus opiniones con respeto, cuando
Usted las expone?**

	Frecuencia a	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	83	63,4	63,4	63,4
No	48	36,6	36,6	100,0
Total	131	100,0	100,0	

**¿El gerente escucha sus opiniones con respeto,
cuando usted las expone?**



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de los trabajadores encuestados, el 63,36 % consideran que el gerente sí escucha sus opiniones, mientras que el 36,64% Manifiestan que no son escuchados.

- Interpretación

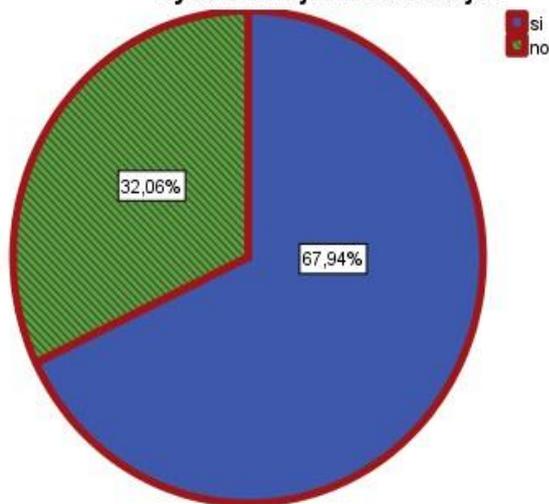
Los resultados reflejan que la relación entre los trabajadores y el gerente es regular pues existe un importante grupo de personas que se encuentran insatisfechas en la comunicación para lograr un excelente servicio, pues si bien es cierto este obstáculo dificulta el desenvolvimiento laboral y crea cierta desconfianza la cual se posiciona rápidamente en el ambiente de la organización , sintiéndose rechazados por el líder de ésta, optando de una u otra forma comportamientos y acciones negativas

Tabla 2: La comunicación y su influencia en el trabajo

¿La comunicación que se establece en la empresa, ayuda a mejorar su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Si	89	67,9	67,9	67,9
No	42	32,1	32,1	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La comunicación que se establece en la empresa, ayuda a mejorar su trabajo?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de mi población de trabajo encuestada, el 67,94% manifiesta que la comunicación establecida en la organización ayuda indudablemente a mejorar su labor. Por

otro lado, el 32,06% expone que la comunicación establecida en la empresa no ayuda con la mejora del trabajo.

- Interpretación

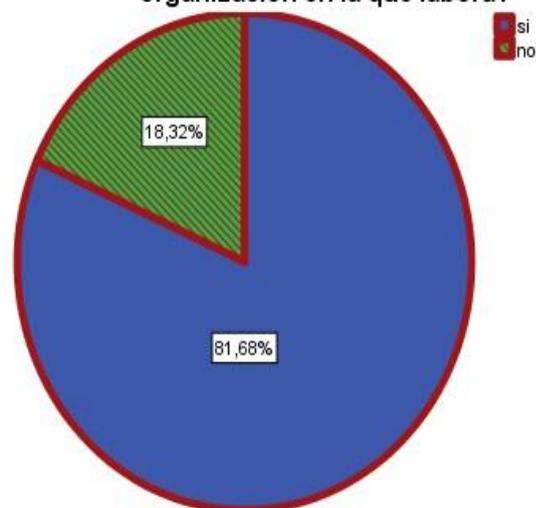
El total de los resultados obtenidos revelan que el grado de comunicación establecida o practicada en la organización es regular al momento de ayudar a mejorar su labor, pues lamentablemente se encuentra una gran cantidad de colaboradores los cuáles no se sienten satisfechos con la forma de comunicación que se desarrolla en la organización, dificultando la práctica de esta importante rama de relación, por lo cuál toda organización debe de emprender su éxito, porque con ella logrará que sus colaboradores puedan sentirse identificados y aprender a entablar soluciones, estrategias y métodos los cuáles repercutan en el crecimiento empresarial y profesional.

Tabla 3: Importancia del reglamento organizacional en el trabajador

Usted como trabajador ¿Conoce el reglamento de la organización en la que labora?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	107	81,7	81,7	81,7
Válidos no	24	18,3	18,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Usted como trabajador ¿Conoce el reglamento de la organización en la que labora?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 81,68% del total de mi población establecida consideran que sí conocen el reglamento de su casa de trabajo. Por otro lado, el 18,32% de los trabajadores confiesan que desconocen el reglamento de la organización en la que laboran.

- Interpretación

Como podemos observar, el grafico anterior nos expone el total de los resultados de mi población; el cual nos muestra que la mayor parte de los colaboradores de la empresa cobra son conscientes cuán importante es conocer el reglamento de la organización pues ayuda a prevenir diversos inconvenientes los cuales lleven a perjudicar la imagen de la institución y su honra como profesionales. Sin embargo, existe una pequeña cantidad de colaboradores que no conocen el reglamento de su casa de labor afectando el desarrollo de la organización y mostrando desinterés laboral en el logro de la excelencia en la identificación institucional pues esto se debe a la falta de preparación con la que éstos pueden contar.

Tabla 4: El trabajador y su responsabilidad laboral

¿Respetan las leyes y normas asignadas en la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	124	94,7	94,7	94,7
no	7	5,3	5,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de mi población encuestada el 94,66% manifestaron que sí respetan las leyes y normas asignadas por la organización en la que laboran; mientras que el 5,34% de los trabajadores confiesan que no respetan las leyes y normas asignadas por la organización.

- Interpretación

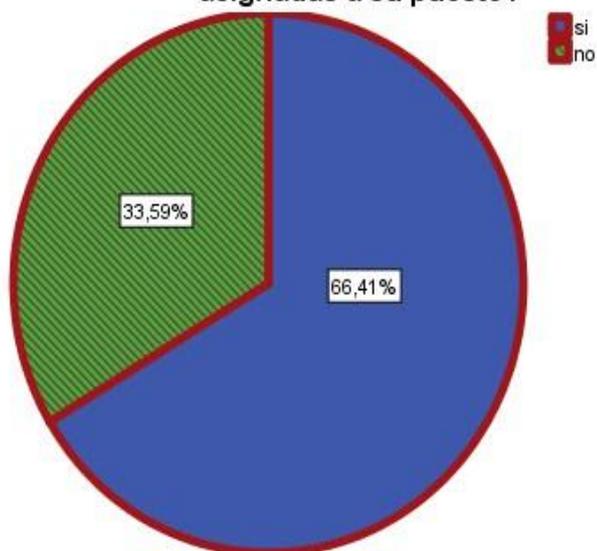
Los resultados obtenidos en el presente ítem muestra que existe una considerable cantidad de trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar Cobra que respetan las leyes y normas asignadas en la organización, por ende se puede deducir que estos toman conciencia de lo que deben y no deben realizar dentro y fuera de la empresa, con el fin de cuidar la reputación organizacional para establecer buena relación con sus clientes potenciales y generales, aumentando la cartera de clientes. Por otro lado, una pequeña proporción de empleados existentes no valoran, ni buscan el bienestar de la organización pues no le toman la debida importancia al respeto de las leyes y normas que se les plantean para cultivar la responsabilidad y poder establecer una correcta comunicación tanto interna como externa.

Tabla 5: Contribución del grado de comunicación ascendente en la organización

¿El jefe inmediato comunica claramente las tareas asignadas a su puesto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	87	66,4	66,4	66,4
Válidos no	44	33,6	33,6	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿El jefe inmediato comunica claramente las tareas asignadas a su puesto?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 66,41% del total de la población considera que el jefe inmediato comunica claramente las tareas asignadas a su puesto; mientras que

el 33,59% de los colaboradores consideran que el jefe inmediato no comunica claramente las actividades que deben de cumplir en su puesto.

Interpretación

En el gráfico mostrado anteriormente, podemos observar que el método de información utilizado por el gerente para comunicarle a sus trabajadores, las tareas que éstos deben cumplir es regular, pues existe una gran proporción de población la cuál se siente insatisfecha con lo adoptado por el líder, siendo un problema que debe ser resuelto urgentemente pues los trabajadores son la carta de presentación de toda organización y quiénes deben tener en claro las tareas o actividades a realizar diariamente para satisfacer las necesidades de su cartera de clientes. Por otro lado, es necesario que el gerente solicite las opiniones de sus colaboradores para poder estructurar un canal adecuado y así hacer llegar sin problemas sus responsabilidades (tareas).

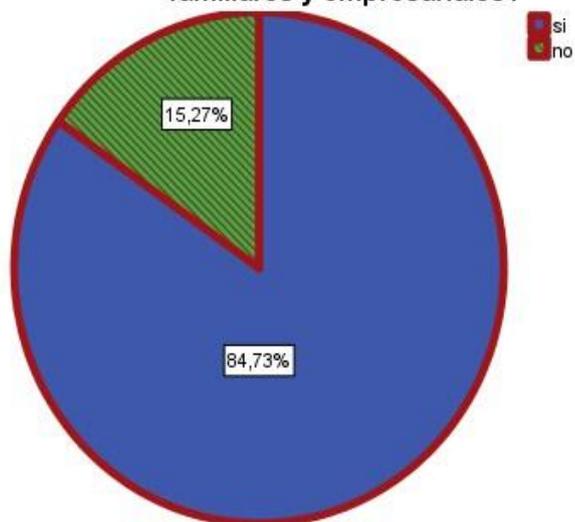
Tabla 6: El trabajador y su grado de profesionalismo en la ejecución de sus tareas

¿Realiza su trabajo dejando de lado los problemas familiares y empresariales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	111	84,7	84,7	84,7
Válidos no	20	15,3	15,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

¿Realiza su trabajo dejando de lado los problemas familiares y empresariales?



- Análisis

Del total de mi población encuestada, el 84,73% consideran que realizan su trabajo dejando de lado los problemas familiares y empresariales, sin embargo el 15,27% de

los trabajadores encuestados confiesan que al realizar su trabajo no pueden dejar de lado los problemas familiares y empresariales.

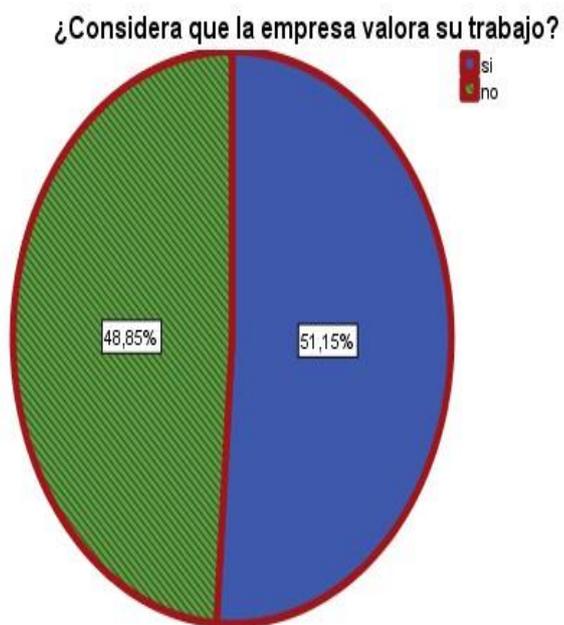
- Interpretación

Si bien es cierto, los resultados obtenidos reflejan que una gran cantidad de trabajadores de la empresa Cobra, realizan su labor con total profesionalismo y personalidad, pues dejan de lado sus problemas familiares y empresariales con el fin de mostrar calidad en su desempeño y servicio, además de una actitud positiva para lograr obtener grandes logros profesionales, estableciendo buenas relaciones corporativas. Por otro lado, no se puede afirmar que el servicio de éstos es excelente, pues una pequeña cantidad de colaboradores muestran a través de los resultados su falta de preparación profesional e inconciencia al momento de ejercer sus actividades, demostrando también la escasa comunicación que éste pueda tener con su líder para expresarle sus molestias o contrariedades personales o laborales.

Tabla 7: La organización y su énfasis en la motivación laboral

¿Considera que la empresa valora su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	67	51,1	51,1	51,1
no	64	48,9	48,9	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

- Análisis

El 51,15% del total de la población encuestada, considera que la empresa sí valora su trabajo. Por otro lado, el 48,85% manifiestan que la empresa no valora su trabajo.

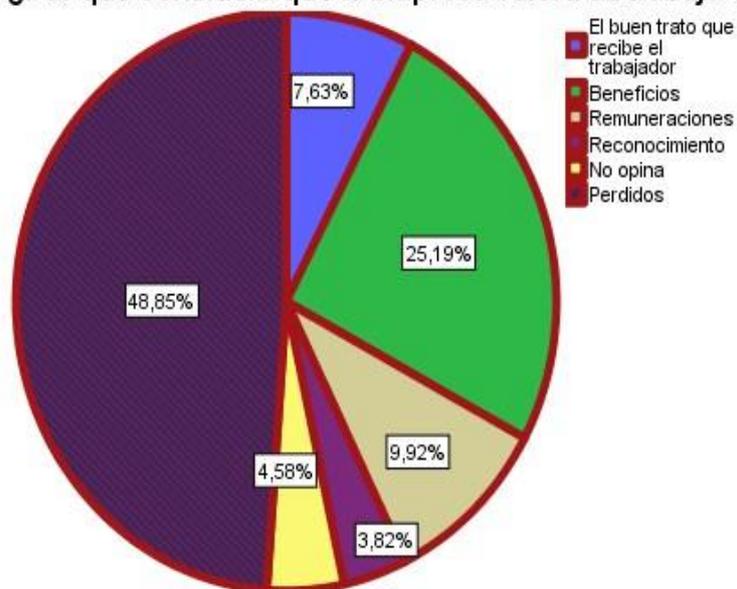
- Interpretación

Los resultados mostrados en el gráfico anterior, reflejan que la organización debe poner énfasis en valorar el trabajo de sus colaboradores pues un porcentaje regular de la población no se encuentran satisfechos con la importancia que le muestra la gerencia en la realización de sus labores, provocando el surgimiento del desinterés por la identidad, el respeto y la valoración organizacional, debilitando la confianza que debe existir entre los colaboradores y su líder, siendo un obstáculo para aquéllos que consideran que sí valoran su labor. En conclusión, deberían establecer una estrategia de comunicación para lograr la uniformidad en el trato, la motivación y la comunicación, recordemos que es muy importante reconocer su buen desempeño laboral para demostrarles que son un pilar imprescindible para el éxito de la empresa.

Tabla 8: La gerencia y su preocupación por valorar el trabajo de sus colaboradores

¿Por qué considera que la empresa valora su trabajo?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
El buen trato que recibe el trabajador	10	7,6	14,9	14,9
Beneficios	33	25,2	49,3	64,2
Válidos Remuneraciones	13	9,9	19,4	83,6
Reconocimiento	5	3,8	7,5	91,0
No opina	6	4,6	9,0	100,0
Total	67	51,1	100,0	
Perdidos Sistema	64	48,9		
Total	131	100,0		

¿Por qué considera que la empresa valora su trabajo ?



Análisis e interpretación

• Análisis

La respuesta del 48,85%, de la población encuestada fue positiva. Por otro lado, el 7,63% considera que la empresa valora su trabajo por el buen trato que les brinda, el 25,19% reflejó que sí valoran su labor por los

beneficios que le entrega la organización, el 9,92% estableció que la empresa valora su trabajo por las remuneraciones otorgadas, mientras que el 3,82% manifiestan que es por el reconocimiento que la empresa valora su trabajo. Sin embargo, el 4,58 de la población decidió no opinar.

- Interpretación

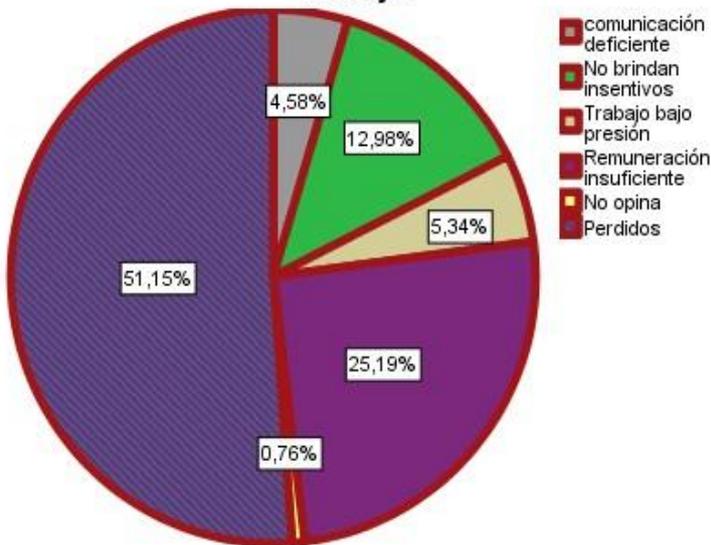
Los resultados expuestos en el presente gráfico reflejan que los trabajadores sienten que la empresa valora su labor por el buen trato, por los beneficios, remuneraciones y reconocimientos que la gerencia les brinda para su completa conformidad y satisfacción, logrando de este modo la contribución de los mencionados en el crecimiento empresarial, de este modo fomentar una adecuada comunicación e interacción que ayude a su bienestar y tranquilidad laboral. Sin embargo, una pequeña cantidad de población no fomentó su respuesta por diversas razones personales.

Tabla 9: La gerencia y su falta de interés por valorar el trabajo de sus colaboradores

¿Por qué considera que la empresa no valora su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Comunicación deficiente	6	4,6	9,4	9,4
No brindan incentivos	17	13,0	26,6	35,9
Válidos Trabajo bajo presión	7	5,3	10,9	46,9
Remuneración insuficiente	33	25,2	51,6	98,4
No opina	1	,8	1,6	100,0
Total	64	48,9	100,0	
Perdidos Sistema	67	51,1		
Total	131	100,0		

¿Por qué considera que la empresa no valora su trabajo?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 4,58% considera que la empresa no valora su trabajo pues existe una comunicación deficiente, el 12,98% confiesan que la empresa

no valora su labor por que no brindan incentivos, además el 5,34% consideran que trabajan a presión, el 25,19% por que la remuneración es insuficiente. Por otro lado, el 0,76% decidieron no fundamentar su alternativa, con respecto a la falta de valoración de la organización.

- Interpretación

Los resultados establecidos reflejan que la gerencia no reconoce el valor de las actividades de sus trabajadores puesto que existe una gran población la cual estableció lo planteado anteriormente, pues la organización desarrolla una comunicación deficiente, además de no brindar incentivos, trabajar bajo presión y establecer una remuneración injusta. Por otro lado, el 0,76% decidió no establecer comentario alguno a su alternativa. A todo esto, podemos agregar que la gerencia debe establecer una estrategia de interacción para mantener satisfechos a sus trabajadores y aumentar su producción.

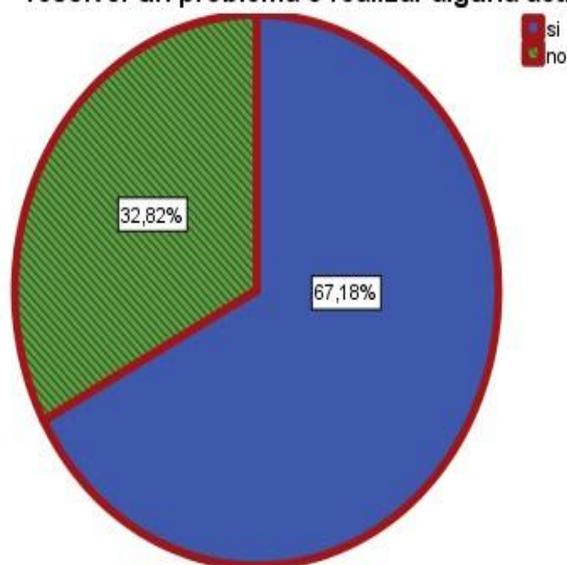
Tabla 10: Aportación del trabajador a la organización

¿Brinda horas adicionales a la organización para resolver un problema o realizar alguna actividad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	88	67,2	67,2	67,2
Válidos no	43	32,8	32,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

¿Brinda horas adicionales a la organización para resolver un problema o realizar alguna actividad?



Análisis

El 67,18% de la población encuestada, manifiesta que brindan horas adicionales a la organización para resolver algún problema o realizar alguna actividad, Sin embargo, el 32,82% de la población expresan

que no brindan horas adicionales a la empresa, al momento de resolver algún problema o realizar una actividad.

- Interpretación

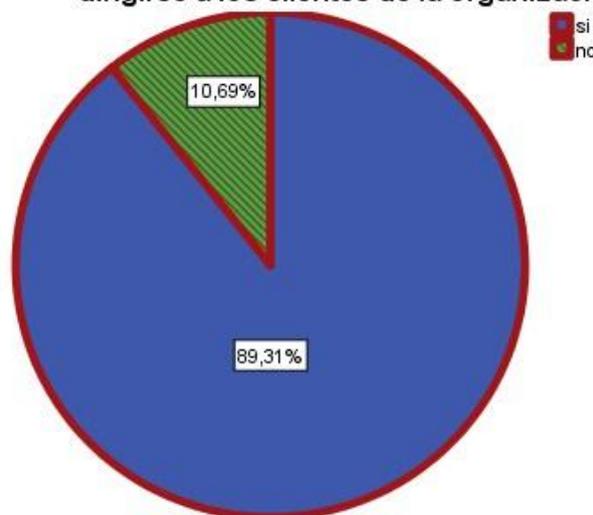
Los resultados obtenidos en el presente ítem reflejan que la identidad institucional de los colaboradores es regular puesto que existe una considerable cantidad de trabajadores que no se preocupan por el bienestar de la organización, estableciendo una comunicación ineficiente, reflejando a grandes rasgos que se sienten insatisfechos con el trabajo brindado por la gerencia. Por otro lado, más de la mitad de los colaboradores de la empresa cobra manifestaron que otorgan horas adicionales a la organización pues evidentemente se preocupan por cuidar la imagen y el desarrollo de ésta, para su bienestar y seguridad laboral.

Tabla 11: Influencia del lenguaje establecido por el trabajador hacia los clientes

¿Emplea un lenguaje adecuado al momento de dirigirse a los clientes de la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	117	89,3	89,3	89,3
no	14	10,7	10,7	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Emplea un lenguaje adecuado al momento de dirigirse a los clientes de la organización?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada, el 89,31% declaran que emplean un

lenguaje adecuado al momento de dirigirse a los clientes. Por otro lado el 10,69, confiesan que no se expresan de manera adecuada cuando se dirigen a sus clientes.

- Interpretación

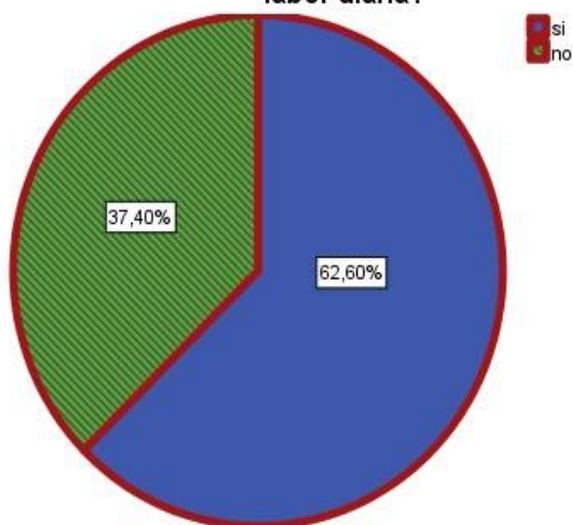
El gráfico presentado anteriormente, refleja que la mayor parte de la población de trabajadores de la empresa cobra se encuentran preparados para expresarse adecuadamente a su público (clientes), logrando construir una cartera de clientes recargada para asegurar su producción y de esta manera sentirse satisfechos con su preparación profesional y personal reflejando a través de su lenguaje (léxico) educación y cultura. Sin embargo, todo esto puede debilitarse a través de una pequeñísima cantidad de colaboradores los cuáles no se encuentran adecuadamente instruidos en el léxico que deben utilizar para ganar confianza y credibilidad profesional. Para ello, la gerencia debe tomar cartas en el asunto y relacionarse con sus trabajadores para prepararlos y motivarlos.

Tabla 12: Importancia de los materiales de trabajo para el buen desempeño laboral de sus colaboradores

¿La empresa brinda los materiales necesarios para su labor diaria?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	82	62,6	62,6	62,6
no	49	37,4	37,4	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La empresa brinda los materiales necesarios para su labor diaria?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 62,60% de la población encuestada expresa que la empresa les brinda los materiales necesarios para poder realizar su labor diaria. Sin embargo, el 37,40% manifiestan que la organización no brinda materiales necesarios para realizar su labor.

- Interpretación

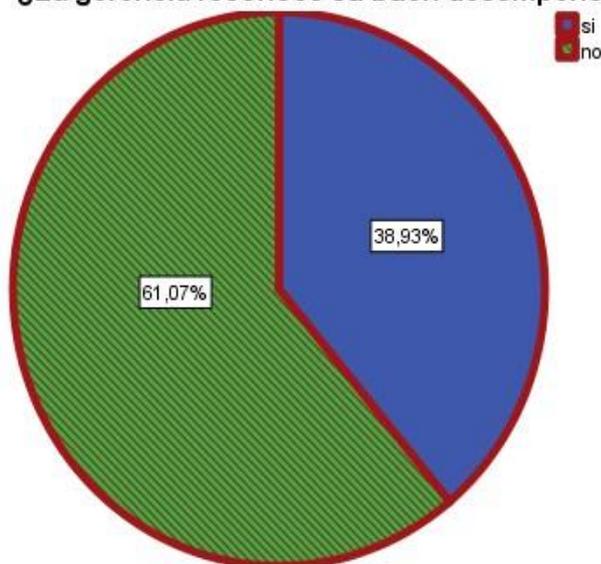
Los resultados establecidos reflejan que la mayor parte de la población se encuentran cómodos con su labor, pues la organización les brinda los materiales necesarios para realizar sus actividades diarias evitando de esta manera alguna dificultad o contrariedad, sin embargo, una considerable cantidad de población se encuentran incómodos pues, consideran que la gerencia no les entrega, los instrumentos necesarios para realizar un trabajo de calidad, dificultando la confianza organizacional y la calidad en el servicio.

Tabla 13: Influencia del reconocimiento laboral en el trabajador

¿La gerencia reconoce su buen desempeño laboral?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	51	38,9	38,9	38,9
no	80	61,1	61,1	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La gerencia reconoce su buen desempeño laboral?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada, el 38,93% manifiesta que la gerencia reconoce su buen desempeño laboral, mientras que el 61,07% revelan que, la gerencia no reconoce su buen desempeño laboral.

Interpretación

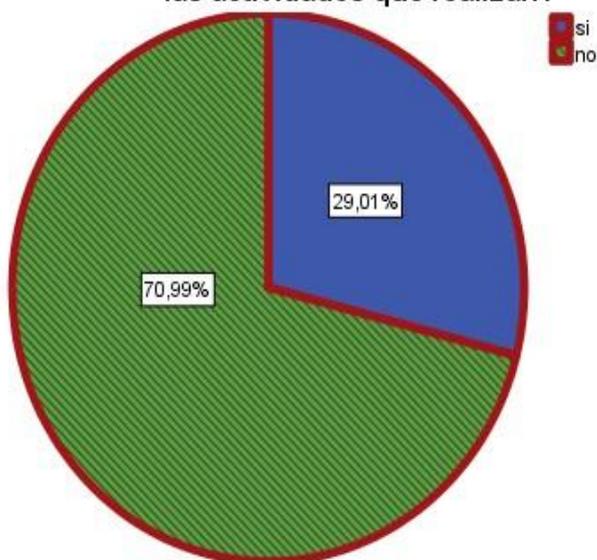
Los resultados obtenidos reflejan que, el reconocimiento de la gerencia hacia sus trabajadores es regular, pues existe una pequeña proporción de la población la cuál reconoce que los altos mandos de la empresa se interesan por reconocer su desempeño laboral, ayudando a estos a progresar, sin embargo, observamos por medio del gráfico que la mayor parte de los colaboradores consideran que la gerencia no reconoce el desempeño de las actividades que se le otorgan diariamente, llevando indudablemente al desequilibrio emocional y a una desmotivación laboral. Esto muestra la mala relación interna que se establece en la organización, además en considerar que su staff de trabajadores no es importante para el progreso y bienestar institucional.

Tabla 14: Remuneraciones justas para el buen cumplimiento laboral de los colaboradores

¿La remuneración que se les otorga concuerda con las actividades que realizan?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	38	29,0	29,0	29,0
Válidos No	93	71,0	71,0	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La remuneración que se les otorga concuerda con las actividades que realizan?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 29,01% de la población encuestada, refleja que la remuneración otorgada por la gerencia concuerda con las actividades que realizan los colaboradores dentro de la empresa. Por otro

lado, el 70,99% de los trabajadores exponen que la remuneración que otorga la organización no va de la mano con las actividades que realizan.

- Interpretación

Los resultados establecidos reflejan que la gerencia maneja de manera inadecuada el aspecto económico pues existe una considerable cantidad de colaboradores los cuáles no están de acuerdo con la remuneración otorgada por la empresa, puesto que no concuerdan con las actividades que realizan diariamente; la cuál provoca el desinterés laboral y profesional, además de establecer ciertos rencores por los altos mandos y por los abusos que se cometen día a día logrando que la insatisfacción se apodere del ambiente laboral y provoque crisis institucional. Por otro lado, una proporción muy pequeña de trabajadores están de acuerdo con la cantidad de dinero otorgado a éstos por su labor. En conclusión podemos afirmar que esta aceptación se establece por el puesto en el que se desenvuelven los colaboradores.

Tabla 15: El trabajador y su preocupación por el medio de transporte en el que labora

¿El medio de transporte en el que labora es el adecuado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	84	64,1	64,1	64,1
no	47	35,9	35,9	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

• Análisis

El 64,12% del total de la población encuestada considera que el medio de transporte en el que laboran es el adecuado, sin embargo, el 35,88% expresan que el medio

de transporte en el que realizan sus actividades no es el adecuado.

- Interpretación

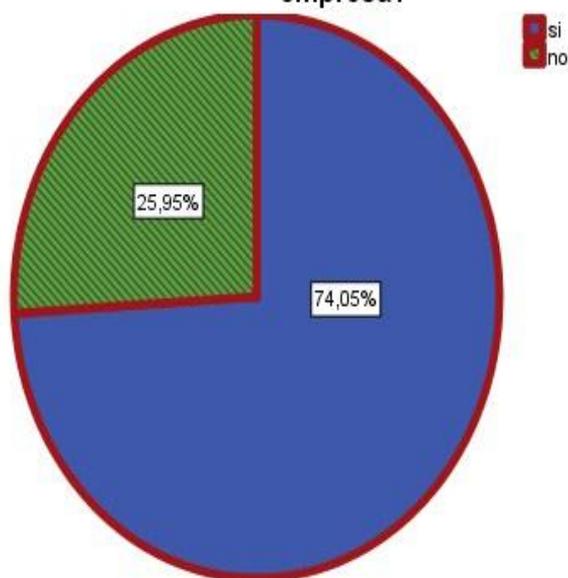
El grafico expuesto, muestra que una numerable proporción de colaboradores de la empresa cobra se encuentran satisfechos con el medio de transporte en el que realizan sus tareas diariamente, influyendo en la eficacia de la realización de sus actividades para el aumento de su producción y el reflejo de la calidad profesional con la que cuenta la organización, satisfaciendo indudablemente al trabajador y el cliente, Sin embargo, no podemos hablar de excelencia, pues existen colaboradores los cuáles consideran que el medio de transporte no es el adecuado para realizar sus labores, provocando incomodidad en éstos, dificultando su labor diaria.

Tabla 16: El deber del trabajador dentro de su organización

Usted como trabajador ¿Conoce el organigrama de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	97	74,0	74,0	74,0
Válidos no	34	26,0	26,0	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Usted como trabajador ¿Conoce el organigrama de la empresa?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 74,05% consideran que conocen el organigrama de la empresa en la que laboran, mientras que el 25,95% confesaron que

no conocen el organigrama de la organización.

- Interpretación

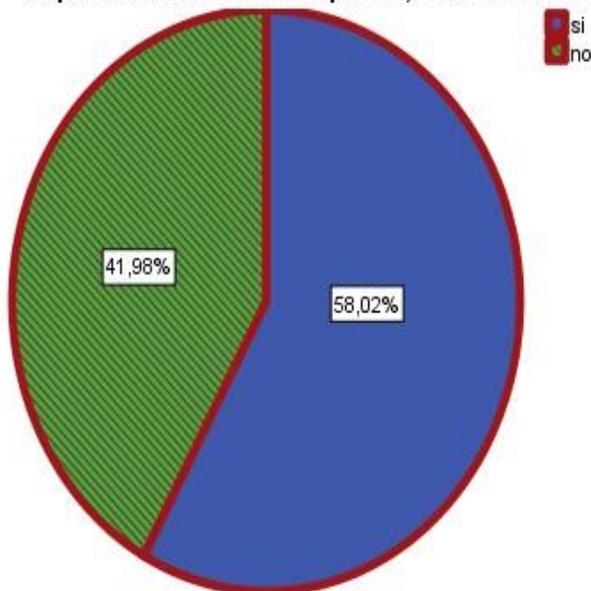
Los resultados obtenidos, muestran que una considerable cantidad de trabajadores de la empresa cobra se encuentran muy identificados con la institución pues conocen la importancia y el valor del organigrama de la empresa, ayudando a mejorar la interacción entre los trabajadores y los jefes, sin embargo, existe una pequeña cantidad de la población la cuál confesó que no conoce el organigrama de su casa de trabajo, siendo un problema en el logro de la excelencia y calidad, mostrando que, de una u otra forma las relaciones corporativas no están funcionando debidamente en un sector específico de la población.

Tabla 17: La gerencia y la construcción de sus actividades laborales

¿Cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa, son las adecuadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	76	58,0	58,0	58,0
Válidos no	55	42,0	42,0	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa, son las adecuadas?



Análisis e interpretación

•Análisis

El 58,02% de la población encuestada considera que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa son las adecuadas, por otro

lado el 41,98% manifiestan que las actividades otorgadas a cada departamento de la organización no son las adecuadas.

- Interpretación

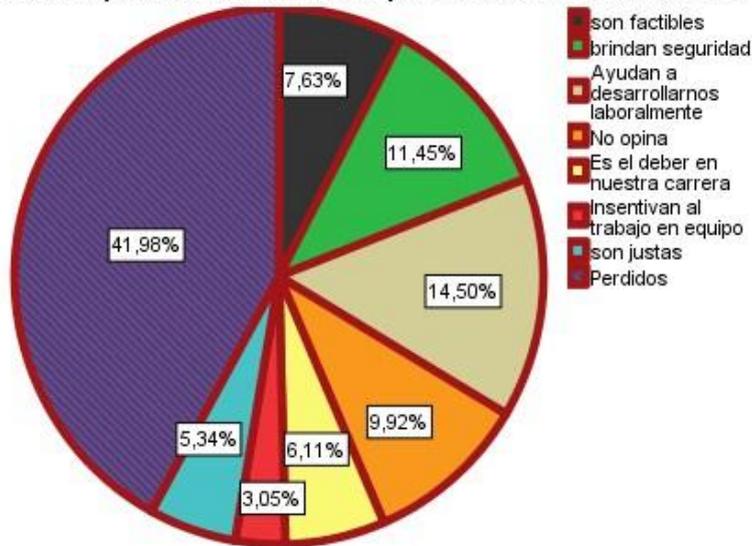
El gráfico reflejado anteriormente muestra que existe una proporción considerable de trabajadores de la empresa Cobra los cuáles están de acuerdo con las actividades otorgadas a cada departamento, permitiendo la realización y el cumplimiento de éstas sin problema alguno. Por otro lado, la organización no puede tener una imagen previa ni de nivel pues existen colaboradores los cuáles piensan que el organigrama formal que establece la empresa, atribuye actividades inadecuadas pues no están dentro de las responsabilidades que éstos deben cumplir, provocando que el trabajador no le tome importancia al organigrama formal de la empresa, sintiéndose obligado y sin derecho a reclamo.

Tabla 18: La gerencia y su preocupación en estructurar actividades adecuadas para cada departamento.

¿Por qué cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa son las adecuadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Son factibles	10	7,6	13,2	13,2
Brindan seguridad	15	11,5	19,7	32,9
Ayudan a desarrollarnos laboralmente	19	14,5	25,0	57,9
No opina	13	9,9	17,1	75,0
Es el deber en nuestra carrera	8	6,1	10,5	85,5
Incentivan al trabajo en equipo	4	3,1	5,3	90,8
son justas	7	5,3	9,2	100,0
Total	76	58,0	100,0	
Perdidos Sistema	55	42,0		
Total	131	100,0		

¿Por qué cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa son las adecuadas?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 7,63% considera que las actividades que se otorgan a cada departamento de la

empresa son las adecuadas, porque son factibles de realizar, sin embargo, el 11,45% porque brindan seguridad, 14,50% ayudan al desarrollo laboral, el 9,92% decidió no fundamentar su respuesta. Además, el 6,11% consideró que las actividades que se otorgan a cada departamento son las adecuadas porque es el deber de la carrera, el 3,05% manifestaron que las actividades son las correctas porque incentivan al trabajo en equipo, el 5,34% consideran que son justas. Sin embargo, el 41,98% es una población no considerada pues su opinión es negativa.

• Interpretación

Los resultados mostrados en el gráfico anterior demuestran que la mayor cantidad de trabajadores de la empresa cobra, expresan que las actividades planteadas por la gerencia de la empresa son las adecuadas para cada departamento pues, son factibles de realizar para lograr la calidad necesaria y obtener buen prestigio, además de brindar seguridad, ayudando indudablemente a desarrollar el modo de trabajo, lo que construye una motivación e identificación en el personal.

De esta manera, demuestran que es su deber pues va de la mano con su estudio profesional, logrando establecer un trabajo en equipo reflejando interna y externamente las relaciones establecidas de forma ascendente y descendente. Por otro lado los colaboradores manifiestan que estas actividades son justas pues concuerdan con su remuneración. En conclusión, el organigrama formal de la empresa, aún no se encuentra bien estructurado, pues existe una población la cuál no está de acuerdo con la estructura de este elemento imprescindible en la organización.

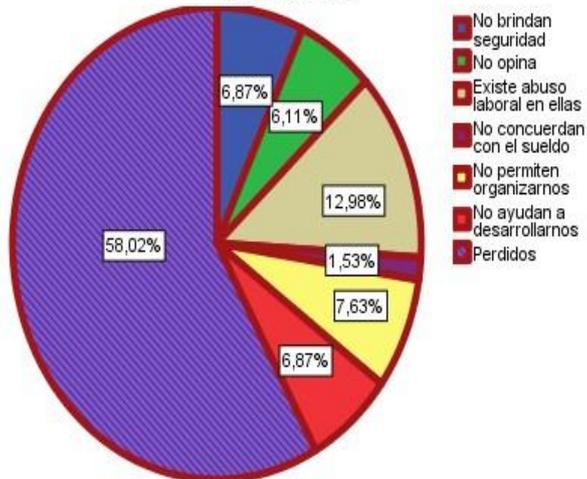
Tabla 19: La gerencia y su despreocupación en estructurar actividades adecuadas para cada departamento.

¿Por qué cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa no son las adecuadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No brindan seguridad	9	6,9	16,4	16,4
No opina	8	6,1	14,5	30,9
Existe abuso laboral en ellas	17	13,0	30,9	61,8
No concuerdan con el sueldo	2	1,5	3,6	65,5
No permiten organizarnos	10	7,6	18,2	83,6
No ayudan a desarrollarnos	9	6,9	16,4	100,0
Total	55	42,0	100,0	
Perdidos Sistema	76	58,0		
Total	131	100,0		

Análisis e interpretación

¿Por qué cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa no son las adecuadas?



El 6,87% del total de la población encuestada manifestó que las actividades que se le otorgan a cada departamento de la empresa no son las adecuadas porque no brindan seguridad, por otro lado el 6,11% decidió no fundamentar su respuesta, el 12,98% expresó que existe abuso laboral en dichas actividades, el 1,53% no concuerdan con su sueldo, el 7,63% no permiten organizarse laboralmente, el 6,87% de los colaboradores consideran que no ayudan al desarrollo de sus actividades.

• Interpretación

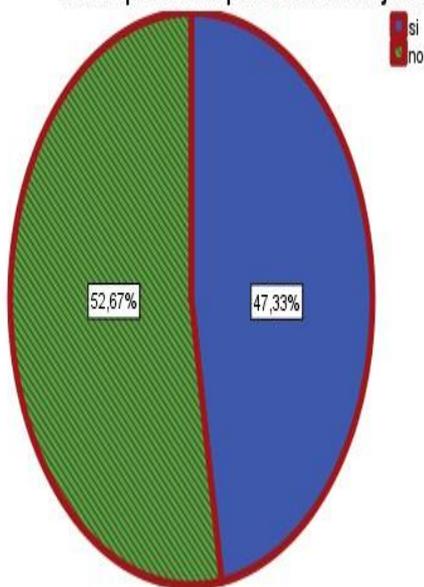
Los resultados propuestos manifiestan que las actividades que estructura la empresa en su organismo formal son regulares pues una proporción considerable de colaboradores no están cómodos con las actividades que se plantean en dicho organigrama, provocando la falta de motivación, corriendo el riesgo de atentar con la calidad del servicio y la garantía de su eficacia en la realización de sus actividades.

Tabla 20: Desarrollo de la estructura formal como elemento principal de toda organización

¿Las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	62	47,3	47,3	47,3
Válidos no	69	52,7	52,7	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 47,33% considera que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas, sin embargo, el 52,67% manifiesta que las actividades que se exponen en el organigrama formal para cada departamento no son justas.

- Interpretación

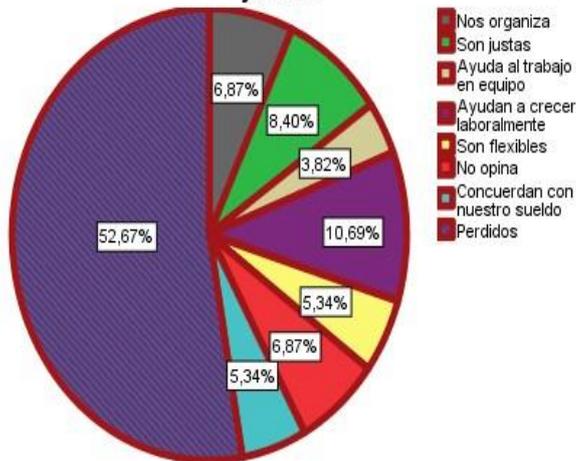
El gráfico presentado, refleja que las actividades que se exponen en el organigrama formal de la empresa Cobra no están correctamente estructuradas, pues aunque existe una proporción regular de trabajadores que consideran que son justas, la mayor cantidad de colaboradores están en total desacuerdo con dichas tareas que refleja este organigrama puesto que no ayudan al desarrollo laboral y personal porque existen en ellas abuso permanente que provocan el trabajo a presión y un ambiente laboral totalmente negativo, todo esto muestra que el organismo formal necesita ser modificado y evaluado por todos los miembros de la organización, practicando una comunicación interna eficiente para aumentar la relación empresarial y el aumento económico.

Tabla 21: Repercusión de una buena estructura formal en los trabajadores

¿Por qué cree que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nos organiza	9	6,9	14,5	14,5
Son justas	11	8,4	17,7	32,3
Ayuda al trabajo en equipo	5	3,8	8,1	40,3
Ayudan a crecer	14	10,7	22,6	62,9
Válidos laboralmente				
Son flexibles	7	5,3	11,3	74,2
No opina	9	6,9	14,5	88,7
Concuerdan con nuestro sueldo	7	5,3	11,3	100,0
Total	62	47,3	100,0	
Perdidos	69	52,7		
Total	131	100,0		

¿Por qué cree que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 6,87% del total de colaboradores encuestados manifiesta que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas porque

permiten organizarnos, sin embargo, el 8,40% refleja que son justas, el 3,82% ayudan al trabajo en equipo, el 10,69% porque ayudan a crecer laboralmente, el 5,34% son flexibles, el 6,87% de los colaboradores encuestados decidieron no fundamentar su respuesta, el 5,34% porque concuerdan con su sueldo establecido. Por otro lado, el 52,67% de los trabajadores pensaron lo contrario.

• Interpretación

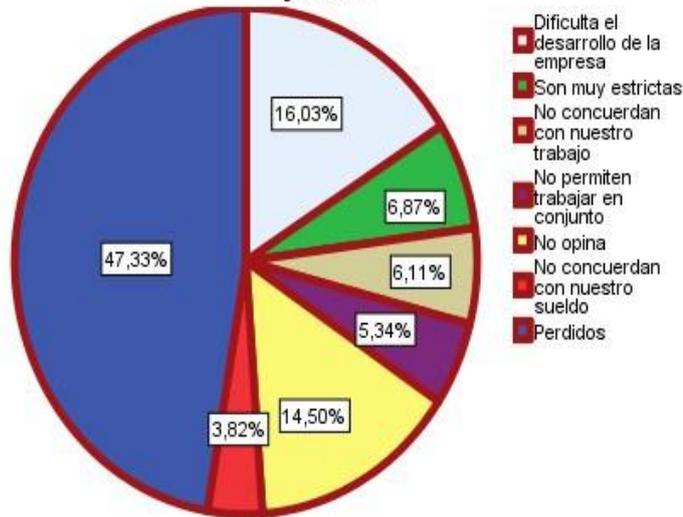
Los resultados obtenidos muestran que, menos de la mitad de la población encuestada (colaboradores) afirma la adecuada estructura formal de la empresa colaboradora de Movistar Cobra pues les ayuda a organizarse laboralmente, a trabajar en equipo y crecer profesionalmente, mostrando eficacia en la ejecución de las tareas. Por otro lado, manifiestan que son flexibles y justas pues concuerdan con el sueldo establecido provocando a la motivación institucional.

Tabla 22: Repercusión de una incorrecta estructura formal en el desarrollo de los trabajadores.

¿Por qué cree que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento no son justas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Dificulta el desarrollo de la empresa	21	16,0	30,4	30,4
Son muy estrictas	9	6,9	13,0	43,5
No concuerdan con nuestro trabajo	8	6,1	11,6	55,1
Válidos No permiten trabajar en conjunto	7	5,3	10,1	65,2
No opina	19	14,5	27,5	92,8
No concuerdan con nuestro sueldo	5	3,8	7,2	100,0
Total	69	52,7	100,0	
Perdidos Sistema	62	47,3		
Total	131	100,0		

¿Por qué cree que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento no son justas?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada, el 16,03% refleja que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento no son justas porque dificultan el

desarrollo de la empresa, el 6,87% porque son muy estrictas, el 6,11% no concuerdan con el trabajo realizado, el 5,34%, consideran que no ayudan al trabajo en conjunto, el 14,50% no fundamentaron su respuesta, el 3,82% expresan que dichas actividades no concuerdan con el sueldo establecido. Por otro lado la población perdida piensa lo contrario.

• Interpretación

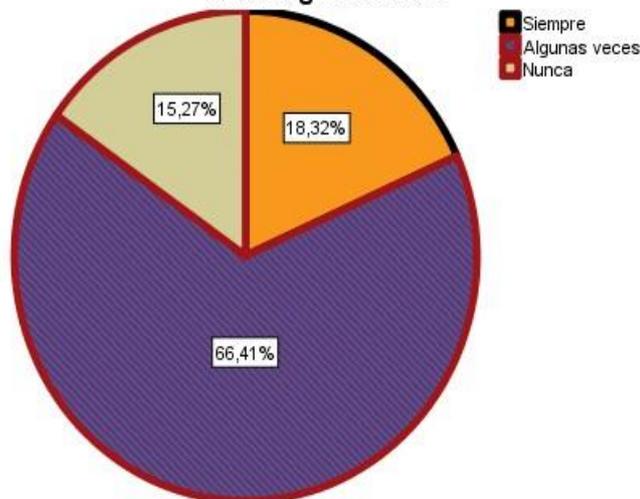
Los resultados obtenidos en el gráfico anterior, reflejan que el organismo formal de la empresa está sumamente debilitado pues la mayor parte de trabajadores consideran que las actividades planteadas en el organigrama dificultan el desarrollo empresarial pues no son justas porque existen ciertas exageraciones en ellas y sobre no establecen concordancia con el trabajo realizado diario, mensual o anualmente. En conclusión, se puede deducir que definitivamente estas actividades deben ser redactadas tomando en cuenta la opinión de sus colaboradores para que se establezcan buenas relaciones corporativas internas, logrando que los trabajadores se sientan importantes e imprescindibles para lograr al éxito de la empresa, de esta manera lograr ser la organización número uno en el mercado de producción.

Tabla 23: Importancia de la comunicación interna para la identificación del trabajador

¿La gerencia les informa sobre los triunfos y fracasos de la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	24	18,3	18,3	18,3
Algunas veces	87	66,4	66,4	84,7
Nunca	20	15,3	15,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La gerencia les informa sobre los triunfos y fracasos de la organización?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

El 18,32% del total de la población encuestada manifiesta que siempre la gerencia les informa sobre los triunfos y fracasos de la organización, sin embargo, el 66,41% de los

Colaboradores considera que sólo algunas veces se les informa sobre los triunfos y fracasos de la empresa, mientras que el 15,27% afirman que nunca la gerencia les informa sobre los triunfos y fracasos de la organización.

- Interpretación

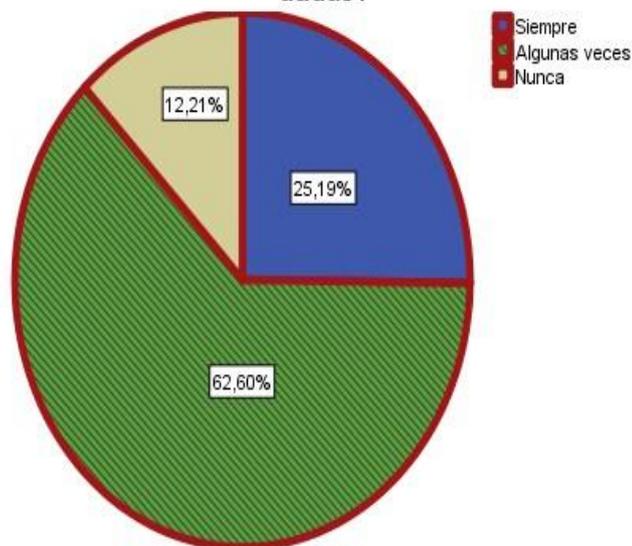
Los resultados planteados en el gráfico anterior reflejan que la comunicación que se establece en la empresa Cobra está totalmente descuidada y debilitada pues sólo existe una pequeña cantidad de colaboradores quienes aseguran que la gerencia siempre les informa sobre los triunfos y fracasos de la empresa, no ayudando al ejercicio del éxito empresarial por ser una pequeña cantidad. Además, la mayor parte de estos trabajadores afirman que algunas veces se les informa sobre éstos dos importantes puntos, perjudicando la imagen laboral y satisfacción, logrando el desinterés de su staff profesional puesto que la relación ascendente y descendente no se establece con estrategias de comunicación que ayuden a la importancia del ser empresarial (trabajadores). Sin embargo, podemos notar también que pocos son los trabajadores quienes expresan que la gerencia no les informa para nada sobre los triunfos y fracasos, siendo un obstáculo para el crecimiento organizacional.

Tabla 24: Oportunidades otorgadas por la gerencia para la comodidad de sus trabajadores

¿La gerencia les brinda la oportunidad de expresar dudas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	33	25,2	25,2	25,2
Algunas veces	82	62,6	62,6	87,8
Nunca	16	12,2	12,2	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La gerencia les brinda la oportunidad de expresar dudas?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

El 25,19% del total de la población encuestada considera que la gerencia siempre les brinda la oportunidad de expresar sus dudas, por otro lado el 62,60% manifiesta que sólo algunas veces les brindan la

Oportunidad de expresar sus dudas, mientras que el 12,21% afirma que nunca les otorgan la oportunidad de dar a conocer sus dudas.

- Interpretación

Los resultados obtenidos, reflejan que los beneficios otorgados por la organización provocan la insatisfacción laboral de los colaboradores de la empresa cobra, pues aunque existe un pequeña cantidad de trabajadores los cuáles afirman que la gerencia siempre les brinda la oportunidad de expresar sus dudas, podemos observar que mayor es la proporción de colaboradores los cuáles afirman que la gerencia sólo algunas veces escucha sus dudas, logrando un desempeño deficiente en el servicio y en la participación de las actividades que la organización realiza puesto que no se sentirán importantes. Por otro lado, una pequeñísima proporción considera que la gerencia nunca les brinda la oportunidad a sus trabajadores de expresar sus dudas, llevando a la organización al fracaso absoluto y probablemente a la decisión de reducción de personal.

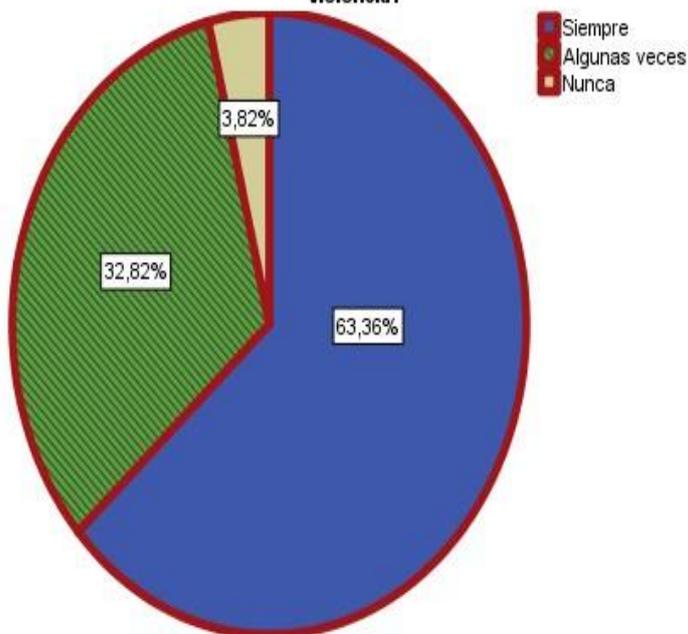
Tabla 25: La comunicación como estrategia de solución entre los colaboradores

Los problemas que surgen entre su equipo de trabajo ¿Los afrontan sin violencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	83	63,4	63,4	63,4
Algunas veces	43	32,8	32,8	96,2
Nunca	5	3,8	3,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

Los problemas que surgen entre su equipo de trabajo ¿Los afrontan sin violencia?



• Análisis

Del total de la población encuestada el 63,36% manifiesta que los problemas que surgen en su equipo de trabajo siempre los afrontan sin violencia, mientras que el 32,82 % confiesan que solo algunas veces afrontan los problemas sin violencia, además que el 3,82%

confirman que nunca resuelven los problemas sin violencia.

- Interpretación

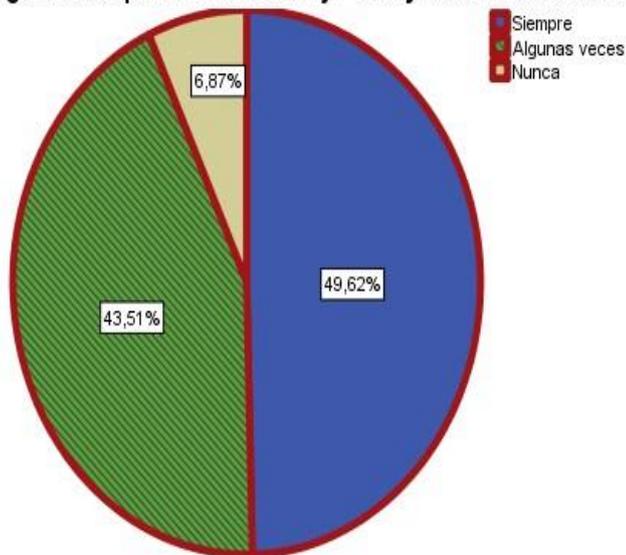
Los resultados planteados en el gráfico anterior, reflejan que la comunicación entre los trabajadores es totalmente regular, porque aunque exista una numerosa proporción de colaboradores los cuáles consideren que siempre resuelven sus problemas sin violencia, encontramos a una población considerable de trabajadores los cuáles afirman que algunas veces o nunca resuelven sus problemas sin violencia, lo cual indica que se establecen altercados que pueden dañar la imagen de la organización, además de que la envidia se hace presente en su ambiente trabajo, llevando a la gerencia a actuar con rapidez y conciencia profesional.

Tabla 26: La interacción laboral y su influencia en el éxito empresarial

¿Sus compañeros de trabajo se ayudan mutuamente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	65	49,6	49,6	49,6
Algunas Válidos veces	57	43,5	43,5	93,1
Nunca	9	6,9	6,9	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Sus compañeros de trabajo se ayudan mutuamente?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 49,62% considera que sus compañeros de trabajo siempre se ayudan mutuamente, mientras que el 43,51% manifiesta que sólo

algunas veces se ayudan mutuamente. Por otro lado, el 6,87% afirman que nunca sus compañeros de trabajo se ayudan mutuamente

- Interpretación

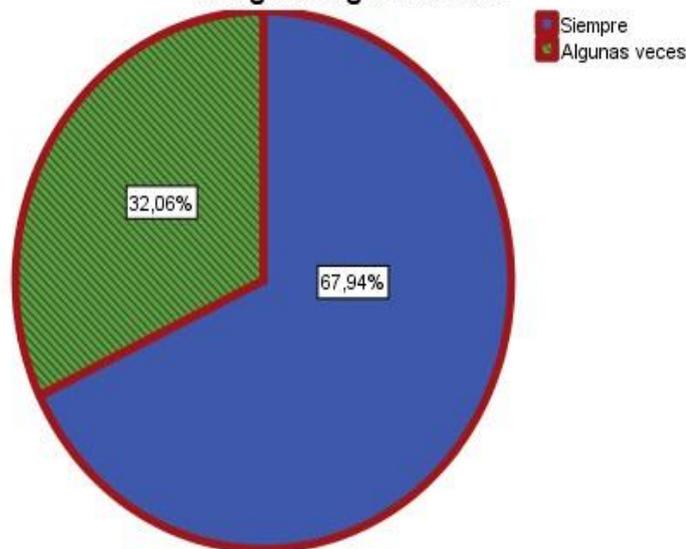
Los resultados establecidos en el presente gráfico muestran que existe una deficiente interacción empresarial entre los trabajadores de la organización porque no trabajan conjuntamente, puesto que existe una población considerable la cuál no labora en conjunto con sus demás compañeros, mostrando envidia y egoísmo, perjudicando así en grandes rasgos a la organización. Esto muchas veces se hace presente en la empresa por la falta de uniformidad en el trato de los colaboradores o quizá porque uno quiere ser mejor que otro. Mientras tanto, aunque existe una proporción considerable de la población la cual afirma que si se ayudan mutuamente, el número no ayuda a mostrar la eficacia en la interacción laboral encontrándose totalmente insatisfechos.

Tabla 27: La eficiencia del trabajador en el desarrollo de sus actividades

¿Cumple con responsabilidad las tareas diarias que le otorga la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	89	67,9	67,9	67,9
Algunas veces	42	32,1	32,1	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Cumple con responsabilidad las tareas diarias que le otorga la organización?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

El 67,94% considera que siempre cumplen con responsabilidad las tareas diarias otorgadas por la organización. Mientras que el 32,06% manifiesta que sólo algunas veces cumplen

con responsabilidad las tareas diarias otorgadas por la empresa.

- Interpretación

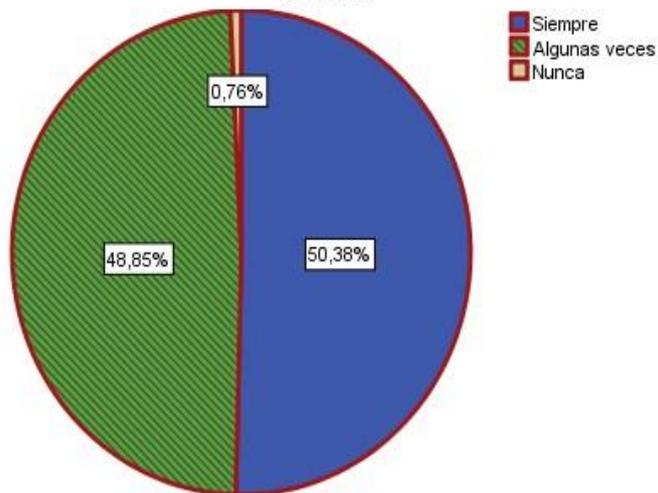
Los resultados obtenidos, reflejan que la responsabilidad en el cumplimiento de las tareas de los trabajadores es regular pues aunque la mayor parte manifestaron que cumplen con responsabilidad las tareas otorgadas por su empresa, no es factor suficiente para poder afirmar la perfección en la identificación porque otra cantidad considerable de trabajadores confesaron que no cumplen con responsabilidad las tareas diarias otorgadas por la organización debido a la insatisfacción laboral que sienten por la empresa, mostrando total desinterés y desequilibrio en la ejecución de estrategias de comunicación que permiten la interacción entre trabajador y gerente conociendo las necesidades que tiene su staff.

Tabla 28: Contribución del trabajador para el desarrollo empresarial

Usted como trabajador ¿contribuye a mejorar la imagen institucional de la organización en la que labora?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	66	50,4	50,4	50,4
Algunas veces	64	48,9	48,9	99,2
Nunca	1	,8	,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Usted como trabajador ¿contribuye a mejorar la imagen institucional de la organización en la que labora?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 50,38% refleja que siempre contribuye a mejorar la imagen institucional de la organización en la que laboran, por otro lado el 48,85% afirma que sólo algunas veces contribuye a mejorar la imagen institucional de la organización en la que laboran; mientras que el 0,76% considera que nunca contribuye a mejorar la imagen institucional de su empresa.

- Interpretación

Los resultados mostrados en el gráfico anterior, muestran que una considerable cantidad de colaboradores de la empresa cobra contribuyen a mejorar la imagen institucional de la organización en la que laboran, ayudando indudablemente al desarrollo empresarial y al buen rendimiento económico, por otro lado, podemos deducir que la organización no puede avanzar tranquilamente pues es preocupante que una gran cantidad de trabajadores manifiesten que sólo algunas veces ayudan a mejorar la imagen institucional de la empresa, porque no logran sentirse satisfechos con la comunicación desarrollada dentro de la organización, evitando el éxito de su casa de trabajo y el aumento de la producción económica, mostrando la falta de identificación empresarial. Por otro lado, una pequeñísima cantidad de colaboradores de la empresa cobra reflejan que no contribuyen de ninguna manera a mejorar la imagen de la empresa por el simple hecho de que la gerencia no se interesa en su bienestar.

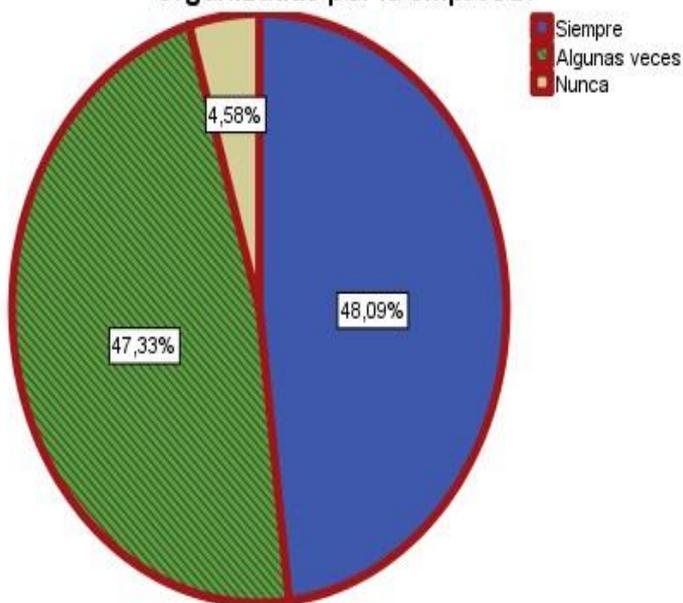
Tabla 29: Participación del trabajador en su formación personal y profesional

¿Asiste a todas las reuniones y capacitaciones organizadas por la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	63	48,1	48,1	48,1
Algunas veces	62	47,3	47,3	95,4
Nunca	6	4,6	4,6	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

¿Asiste a todas las reuniones y capacitaciones organizadas por la empresa?



• Análisis

Del total de la población encuestada el 48,09% manifiesta que siempre asiste a todas las reuniones y capacitaciones organizadas por la empresa, sin embargo el 47,33% afirma que sólo algunas veces asiste a todas las reuniones y capacitaciones organizadas por la empresa, mientras que

el 4,58% de los trabajadores confesaron que nunca asisten a todas las reuniones y capacitaciones organizadas por la empresa.

- Interpretación

Los resultados establecidos en el gráfico obtenido reflejan que la comunicación organizacional es deficiente, pues aunque existe una gran cantidad de colaboradores los cuáles contribuyen a la organización asistiendo a sus reuniones y capacitaciones realizadas por la empresa no basta para el desarrollo económico y empresarial. Además, encontramos que existe una gran proporción de colaboradores los cuáles afirman que sólo algunas veces son partícipes de las reuniones y capacitaciones realizadas por la empresa, pues consideran que no son una pieza importante en la organización porque la gerencia no se los demuestra, siendo un grave problema de relación corporativa y satisfacción. Por otro lado, una cantidad muy pequeña de trabajadores no asisten por ningún motivo a las reuniones o capacitaciones de la organización, asegurando que la identificación es totalmente pésima.

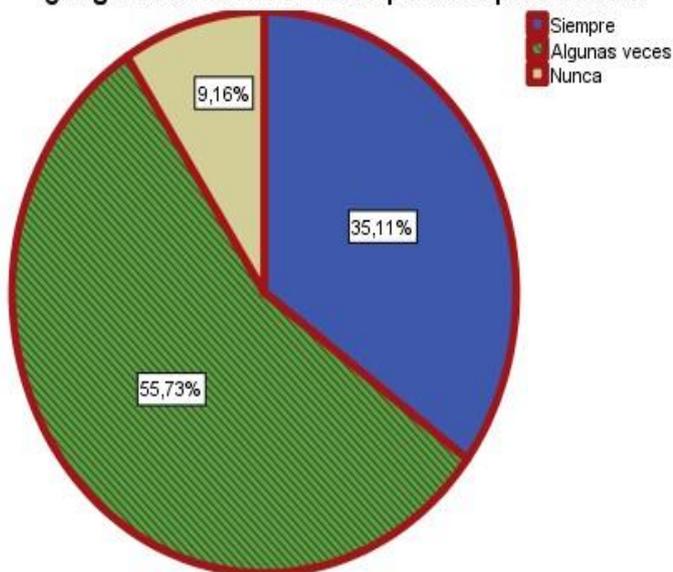
Tabla 30: La confianza gerencial como motor de crecimiento profesional

¿El gerente confía en su capacidad profesional?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Siempre	46	35,1	35,1	35,1
Algunas veces	73	55,7	55,7	90,8
Nunca	12	9,2	9,2	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

¿El gerente confía en su capacidad profesional?



• Análisis

El 35,11% del total de la población encuestada afirma que el gerente siempre confía en su capacidad laboral, el 55,73% manifiesta que el gerente sólo algunas veces confía en

su capacidad profesional. Mientras que el 9,16% considera que el gerente nunca confía en su capacidad profesional.

- Interpretación

Los resultados obtenidos reflejan que una considerable cantidad de colaboradores no se encuentran satisfechos con la poca confianza que les brinda el gerente en el desarrollo de sus actividades profesionales, provocando una total desmotivación y baja autoestima, pues afecta directamente al espíritu laboral, logrando que el trabajador no tenga confianza y siempre realice sus tareas con temor , por otro lado debemos reconocer que aunque existe una proporción de colaboradores los cuáles consideran que el gerente siempre confía en su capacidad profesional no ayuda a combatir la crisis de insatisfacción e inconciencia en el éxito organizacional. Mientras que una población reducida confiesan que el gerente nunca confía en su capacidad profesional, reflejando una comunicación débil y sin rumbo.

Tabla 31: Respeto del gerente hacia sus trabajadores

¿El gerente se dirige a ustedes con respeto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Siempre	81	61,8	61,8	61,8
Algunas veces	48	36,6	36,6	98,5
Nunca	2	1,5	1,5	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

Análisis

El 61,83% del total de la población encuestada, manifiesta que el gerente siempre se dirige a ellos con respeto. Sin embargo, el 36,64% afirma que sólo algunas veces el gerente se dirige a ellos con respeto. Mientras que el 1,53% considera que el gerente nunca se dirige a ellos con respeto.

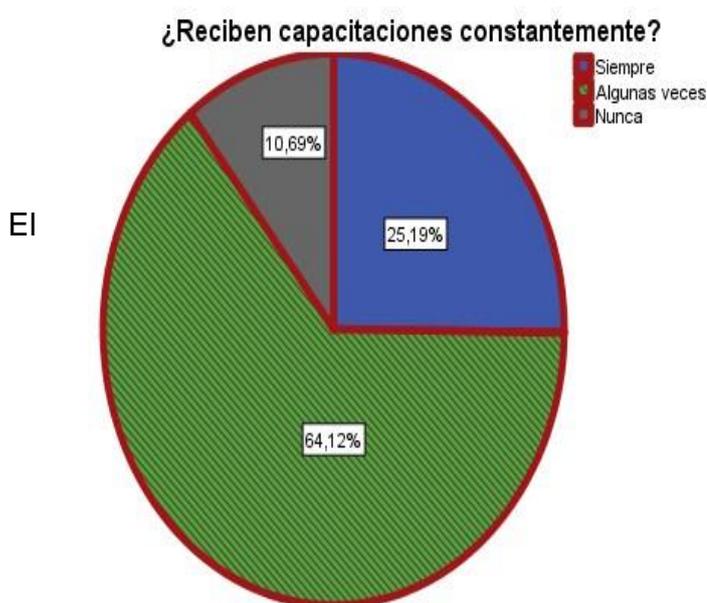
- Interpretación

Los resultados que se exponen en el gráfico, reflejan que una gran cantidad de la población encuestada se encuentran satisfechos pues el gerente se dirige a ellos con respeto, lo cual deberían sentir de manera uniforme todos los colaboradores para evitar contrariedades y llevar a la empresa al rotundo éxito, sin embargo encontramos una proporción preocupante de trabajadores que afirman que algunas veces la falta de respeto del gerente al momento de dirigirse a ellos se da algunas veces, cultivando un total desagrado hacia el líder y mostrando la falta de preparación profesional con la que éste cuenta. Por último podemos observar que una pequeñísima proporción de la población confiesa que el gerente nunca se dirige a ellos con respeto, perdiendo el valor fundamental en toda empresa para lograr una excelente relación interna.

Tabla 32: Importancia de la preparación profesional para el desarrollo organizacional

¿Reciben capacitaciones constantemente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	33	25,2	25,2	25,2
Algunas veces	84	64,1	64,1	89,3
Nunca	14	10,7	10,7	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

Análisis

25,19% del total de la población encuestada afirma que siempre reciben capacitaciones Constantemente. Además el 64,12% consideran que solo algunas veces reciben

capacitaciones, mientras que el 10,69% afirma que nunca reciben capacitaciones.

- Interpretación

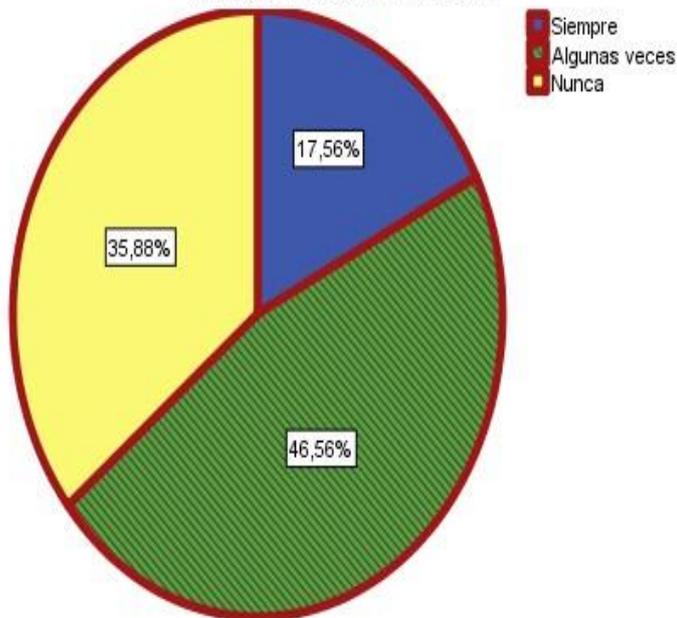
Los resultados establecidos en el gráfico demuestran que una gran población de colaboradores considera que algunas veces reciben capacitaciones constantemente, dificultando su preparación y su eficiencia en el desarrollo de las actividades para lograr el aumento de la productividad económica, profesional y empresarial. Por otro lado, es mínima la cantidad de colaboradores quiénes reflejan que siempre reciben capacitaciones, logrando deducir que la relaciones públicas no se encuentran estructuradas adecuadamente pues la gerencia no pone interés en la importancia de la preparación profesional, además una pequeñísima cantidad de la población aseguran que nunca reciben capacitaciones lo cual quiere decir que las estrategias de comunicación y canales de interacción establecidas no están funcionando correctamente para lograr satisfacción de su staff.

Tabla 33: Importancia de los beneficios organizacionales

¿La organización entrega premios o incentivos reconociendo su labor?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Siempre	23	17,6	17,6	17,6
Algunas veces	61	46,6	46,6	64,1
Nunca	47	35,9	35,9	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La organización entrega premios o incentivos reconociendo su labor?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 17,56% del total de la población encuestada manifiesta que la organización siempre entrega premios o incentivos reconociendo su labor, además el 46,56% afirma que sólo algunas veces la empresa entrega

premios o incentivos por su labor, mientras que el 35,88% establece que la organización nunca entrega premios o incentivos reconociendo su labor.

- Interpretación

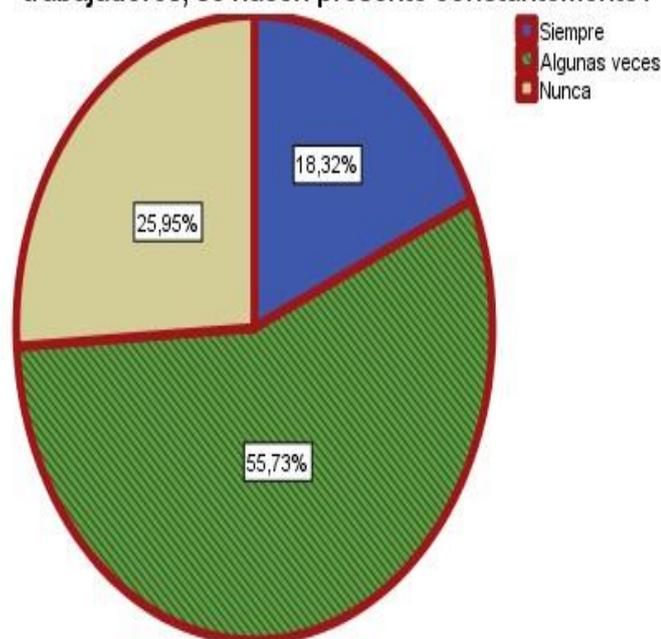
Los resultados obtenidos reflejan que la mayor cantidad de trabajadores de la empresa cobra, afirman que sólo algunas veces la organización entrega premios o incentivos a los colaboradores reconociendo su labor, estructurando un ambiente negativo, lleno de insatisfacción e inseguridad. Por otro lado, una pequeña cantidad de trabajadores manifiestan que siempre la organización les entrega premios e incentivos sin embargo este número de personas es muy pequeño y no influye en el vencimiento de obstáculos organizacionales. Además, existe una población considerable de trabajadores los cuáles confiesan que nunca les entregan premios o incentivos reconociendo su labor, siendo una fuente poderosa para justificar su falta de identidad empresarial e interés laboral.

Tabla 34: Repercusión de los rumores en el desarrollo del ambiente laboral

¿Los rumores que provocan discusiones entre los trabajadores, se hacen presente constantemente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	24	18,3	18,3	18,3
Algunas veces	73	55,7	55,7	74,0
Nunca	34	26,0	26,0	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Los rumores que provocan discusiones entre los trabajadores, se hacen presente constantemente?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 18,32% considera que los rumores que provocan discusiones entre trabajadores siempre se hacen presente constantemente. Por otro lado, el 55,73%

manifiesta que los rumores que provocan discusiones entre los trabajadores sólo algunas veces se hacen presente en la organización. Mientras que el

25,95% de los colaboradores afirma que los rumores que provocan discusiones entre los trabajadores, nunca se hacen presente en la organización constantemente.

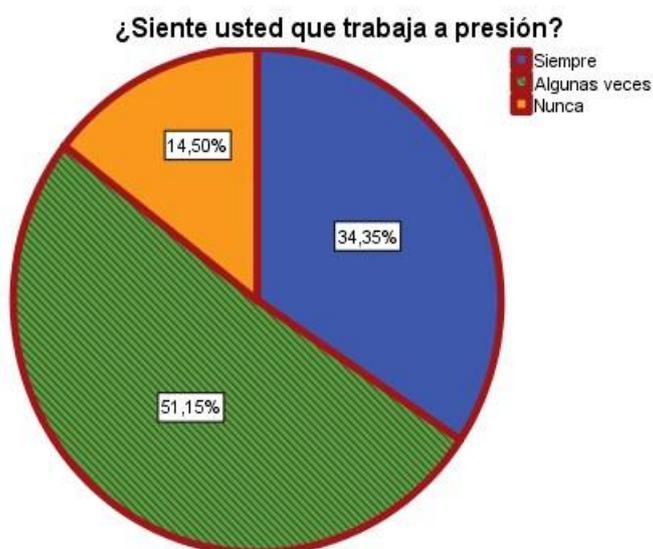
- Interpretación

El gráfico mostrado anteriormente muestra que, la comunicación interna de la empresa Cobra se encuentra en crisis pues observamos que la mayor cantidad de la población encuestada alude que algunas veces los rumores provocan discusiones y se hacen presente en la organización, provocando una insatisfacción gigantesca en la realización de sus labores, pues afecta el ambiente laboral y el estima o respeto que tiene el trabajador por sus altos mandos, compañeros y organización, todo esto reforzado con la pequeñísima cantidad de colaboradores quiénes confesaron que siempre los rumores que provocan discusiones se hacen presente constantemente, un problema realmente preocupante en la realización de actividades. Por otro lado, el 25% de la población la cual manifestó que nunca se hacen presente estos rumores, no ayuda a la justificación de este altercado que puede acabar con la imagen y la calidad de la empresa.

Tabla 35: Consecuencias del trabajo a presión en la organización

¿Siente usted que trabaja a presión?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	45	34,4	34,4	34,4
Algunas veces	67	51,1	51,1	85,5
Nunca	19	14,5	14,5	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

- **Análisis**

El 34,35% del total de la población encuestada afirma que siempre sienten que trabajan a presión. Mientras que el 51,15 manifiesta que sólo algunas veces trabajan a Presión. Por otro lado, un 14,50% de los colaboradores refleja que nunca han sentido que trabajan a presión.

- Interpretación

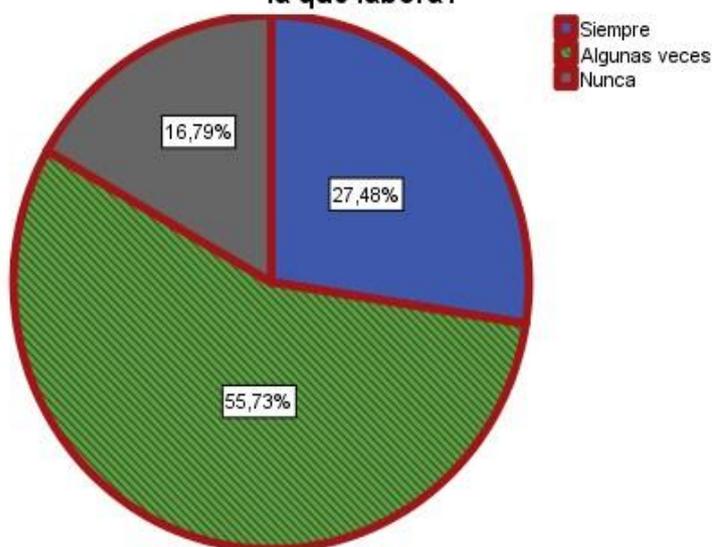
Los resultados obtenidos reflejan que una gran población de colaboradores de la empresa Cobra se siente totalmente desmotivados pues trabajan con temor porque la exigencia es exagerada puesto que una gran cantidad de población manifiesta que algunas veces trabajan a presión, siendo ésta reforzada por otra considerable cantidad de población que afirmaron que siempre realizan un trabajo a presión provocando la inestabilidad en la calidad del servicio y la relación que puedan tener con el gerente, afectando también las relaciones corporativas que puedan surgir en el transcurso de los días. Sin embargo, existe una pequeñísima cantidad de trabajadores los cuáles confiesan que nunca han sentido que laboran a presión, con ello podemos ver que el trato a estos es diferente por diversas razones provocando envidia y discusiones.

Tabla 36: Un negativo ambiente laboral y su influencia en el desarrollo laboral

¿Cree que existe envidia dentro de la organización en la que labora?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	36	27,5	27,5	27,5
Algunas veces	73	55,7	55,7	83,2
Nunca	22	16,8	16,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Cree que existe envidia dentro de la organización en la que labora?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 27,48% del total de la población encuestada refleja que siempre ha existido envidia dentro de la organización en la que labora. Por otro lado, el 55,73% considera que sólo algunas veces existe envidia dentro de la empresa en la que laboran. Mientras que el 16,79% afirma que nunca ha existido envidia en la organización en la que labora.

- Interpretación

Los resultados planteados anteriormente muestran que el clima laboral es totalmente regular dentro de la empresa Cobra, pues existe una considerable población de trabajadores los cuáles manifiestan que la envidia siempre se encuentra presente dentro de la organización, perjudicando a la comunicación y a los canales de interacción que permiten el apoyo mutuo entre colaboradores para brindar un buen servicio. Todo lo anterior es reforzado con una gran cantidad de colaboradores los cuáles afirman que algunas veces existe la envidia en la empresa, sin embargo, aunque una pequeña cantidad afirme que nunca existe envidia dentro de su centro de labor, no repercute en la mejora pues son muchos los que se encuentran totalmente incómodos y estresados con el ambiente que viven día a día.

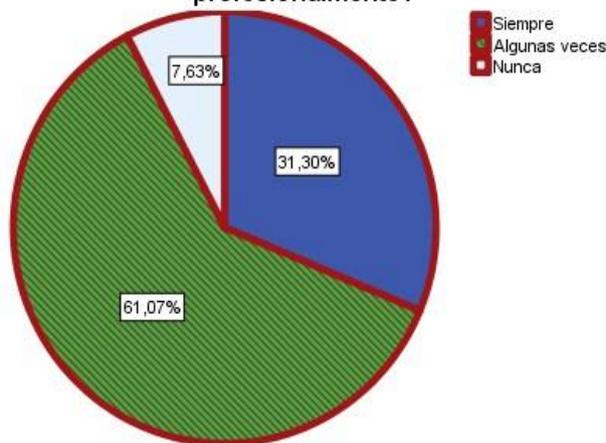
Tabla 37: Importancia del líder dentro de una organización

¿Cree que los miembros que ocupan grandes puestos en la organización (organigrama), laboran profesionalmente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	41	31,3	31,3	31,3
Algunas veces	80	61,1	61,1	92,4
Nunca	10	7,6	7,6	100,0
Total	131	100,0		

Análisis e interpretación

¿Cree que los miembros que ocupan grandes puestos en la organización (organigrama), laboran profesionalmente?



Análisis

El 31.30% de la población encuestada afirma que los miembros que ocupan grandes puestos en la organización siempre laboran profesionalmente.

Por otro lado, el 61,07% de los colaboradores encuestados considera que los miembros que ocupan grandes puestos en la organización, sólo algunas veces laboran profesionalmente. Mientras un 7,63% manifiestan que los miembros que ocupan grandes puestos en la empresa nunca laboran profesionalmente.

- Interpretación

Los resultados establecidos reflejan que, la preparación profesional de los líderes de la organización en el desarrollo de sus actividades para con los trabajadores es regular pues, un gran número de población considera que los trabajadores que ocupan grandes puestos sólo algunas veces laboran profesionalmente, mostrando la falta de autoestima y confianza que se tienen los altos mandos de la organización, pues muchas veces actúan por el estado de ánimo en el que se encuentran, logrando la insatisfacción de su grupo de trabajo y el escaso interés por querer lograr una comunicación eficiente y descendente, todo esto es reforzado con un pequeñísimo grupo de trabajadores quienes afirman que sus jefes nunca trabajan con profesionalismo pues su interés se basa en el aumento de producción pero no en la preparación, motivación, comprensión y estima a su equipo de trabajo. Aunque existe también una población no muy numerosa la cual afirma que siempre los grandes mandos trabajan con total profesionalismo, volviendo a tomar el tema de la uniformidad en el trato, dejando las preferencias que sólo perjudican la perfección empresarial.

Tabla 38: La imagen del trabajador, requisito fundamental para el éxito de la organización.

¿Realiza su labor correctamente uniformado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	85	64,9	64,9	64,9
Algunas veces	43	32,8	32,8	97,7
Nunca	3	2,3	2,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada, el 64,89% de los colaboradores afirma que siempre realizan su labor correctamente uniformados. Por otro lado, el 32,82%

considera que solo algunas veces realizan su labor correctamente uniformados. Mientras que el 2,29% manifiesta que nunca realizan su labor correctamente uniformados.

- Interpretación

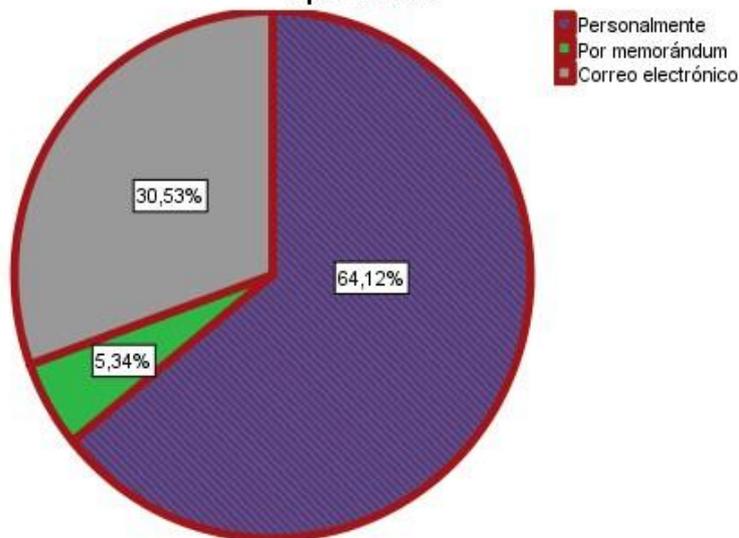
El gráfico mostrado refleja que la presentación personal de los trabajadores es buena en su mayoría pero, no excelente puesto que existe una considerable población la cuál afirma que sólo algunas veces realizan su labor correctamente uniformados y otra la cual confiesa que nunca realizan su labor con una adecuada presentación personal, provocando la pérdida de clientes y el rechazo del mercado, permitiendo que otras organizaciones dedicadas al mismo rubro se posicionen rápidamente .Por otro lado, esto se da muchas veces por el descuido de la gerencia pues no se dan cuenta que es un modo de satisfacción, el cual es su deber cumplir por el bien de la imagen corporativa.

Tabla 39: Forma de comunicación efectiva entre los trabajadores y el gerente

¿A través de qué medio expone usted, sus dudas y opiniones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Personalmente	84	64,1	64,1	64,1
Por memorándum	7	5,3	5,3	69,5
Correo electrónico	40	30,5	30,5	100,0
Válidos				
Total	131	100,0	100,0	

¿A través de que medio expone usted, sus dudas y opiniones?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada el 64,12% manifiesta que exponen sus dudas de manera personal. Por otro lado, un 5,34% de los colaboradores afirman que exponen sus dudas a

través de memorándum, mientras que el 30,53% considera que exponen sus dudas y opinión por correo electrónico.

- Interpretación

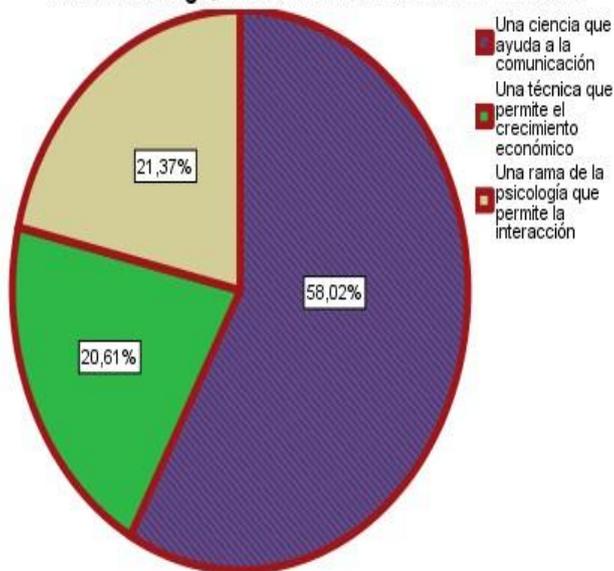
Los resultados obtenidos, reflejan que los canales de comunicación que se establecen en la empresa en su mayor parte se dan de forma personal, ya sean o no escuchados, sin embargo esto repercute en el cumplimiento de la comunicación e interacción laboral. Por otro lado, podemos analizar que el segundo medio influyente en los colaboradores para reflejar sus dudas u opiniones es el correo electrónico el cual se establece en varias ocasiones, para que de este modo exista una prueba del aviso de algún abuso o contrariedad con la finalidad de mejorar el ambiente de la empresa. Por último, podemos analizar que el memorándum es un medio que no es muy utilizado por los trabajadores, y que la gerencia debería darle un gran uso pues es un medio efectivo en la prevención de problemas.

Tabla 40: Grado de conocimiento profesional del trabajador

Para usted ¿Qué son las relaciones humanas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Una ciencia que ayuda a la comunicación	76	58,0	58,0	58,0
Una técnica que permite el crecimiento económico	27	20,6	20,6	78,6
Una rama de la psicología que permite la interacción	28	21,4	21,4	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Para usted ¿Qué son las relaciones humanas?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada el 58,02% de los colaboradores manifiestan que las relaciones humanas son una ciencia que ayuda a la comunicación. Por otro lado, el 20,61% afirma que las relaciones humanas son una

técnica que permite el crecimiento económico, mientras que el 21,37% considera que las relaciones humanas son una rama de la psicología que permite la interacción.

- Interpretación

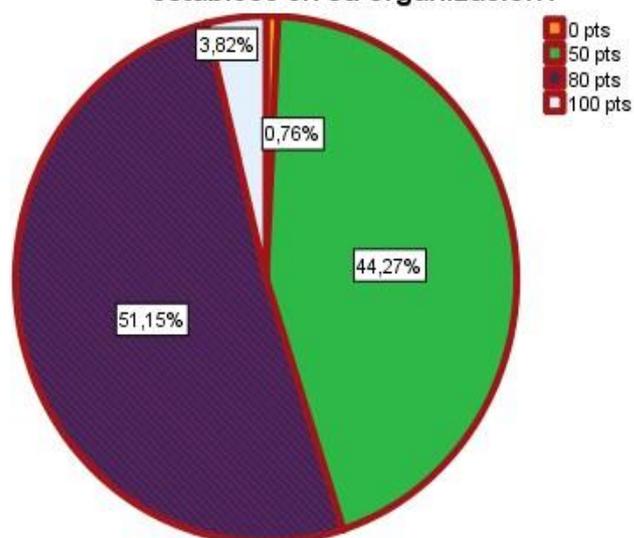
Los resultados establecidos en el gráfico, reflejan que la mayor parte de los trabajadores tienen noción de lo que son las Relaciones Humanas al responder que es un medio que ayuda a la comunicación, mostrando su preparación y capacitación profesional el cuál atribuye mejorar la imagen de los líderes de esta empresa. Por otro lado, una mínima proporción de colaboradores reflejaron que las relaciones humanas son una técnica que ayuda a crecer económicamente, sin embargo este concepto es válido pero no se centra en lo principal, mientras que otra parte de los encuestados definieron a las relaciones humanas como un medio de interacción para lograr un adecuado desempeño empresarial.

Tabla 41: Influencia del grado de comunicación interna en la organización

¿Qué puntaje le otorgaría a la comunicación que se establece en su organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0 pts	1	,8	,8	,8
50 pts	58	44,3	44,3	45,0
Válidos 80 pts	67	51,1	51,1	96,2
100 pts	5	3,8	3,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Qué puntaje le otorgaría a la comunicación que se establece en su organización?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada, el 44,27% de los trabajadores otorgan 50 puntos a la comunicación que se establece en su organización, mientras que el 51,15% considera que la comunicación que se

establece en la empresa debe tener 80 puntos .Por otro lado, el 3,82% de los trabajadores otorgan 100 puntos a la comunicación que se desarrolla en la organización. Sin embargo, un 0,76% otorga 0 puntos a dicha comunicación.

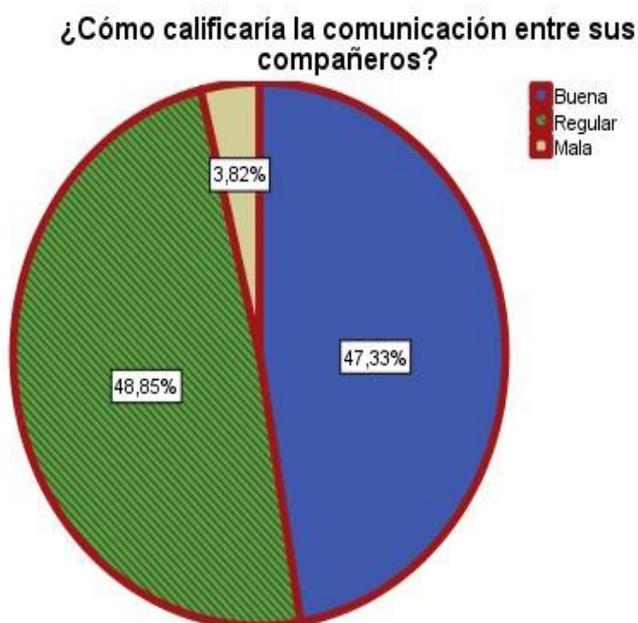
- Interpretación

Los resultados obtenidos reflejan que la comunicación que se establece en la organización no llega a su excelencia ni se desarrolla de manera adecuada puesto que la mayor cantidad de trabajadores calificó con 80 y 50 puntos la comunicación que se realiza en la empresa cobra, manifestando que la gerencia no le brinda importancia al bienestar de sus colaboradores para su comodidad, Sin embargo, podemos concluir que no es excelente la comunicación de esta organización pues una cantidad muy reducida de trabajadores opto por brindar 100 puntos a la comunicación establecida, no repercutiendo en nada al desarrollo organizacional. Por otro lado, también encontramos una pequeñísima cantidad de la población la cual considera que este medio de interacción y resolución de problemas es pésima.

Tabla 42: Nivel de comunicación entre el departamento técnico

¿Cómo calificaría la comunicación entre sus compañeros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	62	47,3	47,3	47,3
Regular	64	48,9	48,9	96,2
Mala	5	3,8	3,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

• Análisis

El 47,33% del total de la población encuestada considera que la comunicación que se desarrolla entre compañeros de trabajo es buena. Por otro lado, el 48,85% manifiesta que la

Comunicación entre trabajadores es regular Mientras que el 3,82% afirma que la comunicación entre sus compañeros es totalmente mala.

- Interpretación

Los resultados establecidos en el gráfico anterior reflejan que existe una gran cantidad de trabajadores los cuáles consideran que la comunicación establecida entre compañeros de trabajo es buena pero no cumple las expectativas para incentivar o satisfacer las necesidades de los trabajadores pues una población similar a la primera consideran que la comunicación entre compañeros es regular, porque la envidia y la inconciencia se apoderan del aspecto profesional, con todo esto se puede concluir que la gerencia debe tener diversos medios o estrategias que incentiven a la buena interacción entre los miembros de la empresa para establecer una producción económica que beneficie a todos. Sin embargo, una pequeñísima cantidad expresó que la comunicación es totalmente mala pues existen peleas, rumores, falta uniformidad y de reconocimiento entre compañeros.

Tabla 43: Importancia de la comodidad laboral en los trabajadores

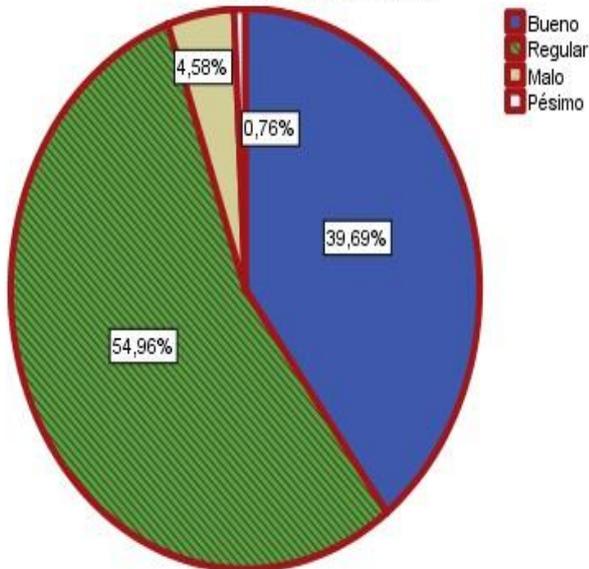
¿Cómo calificaría el ambiente laboral que se vive en su lugar de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	52	39,7	39,7	39,7
Regular	72	55,0	55,0	94,7
Malo	6	4,6	4,6	99,2
Pésimo	1	,8	,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e

interpretación

¿Cómo calificaría el ambiente laboral que se vive en su lugar de trabajo?



•Análisis

Del total de la población encuestada el 39,69% expresa que al ambiente laboral que viven en su lugar de trabajo es bueno. Además, el 54,96% establece que el ambiente laboral que vive es regular, el 4,58% considera que es malo,

mientras que el 0,76% de los trabajadores establecen que el ambiente laboral es pésimo.

- Interpretación

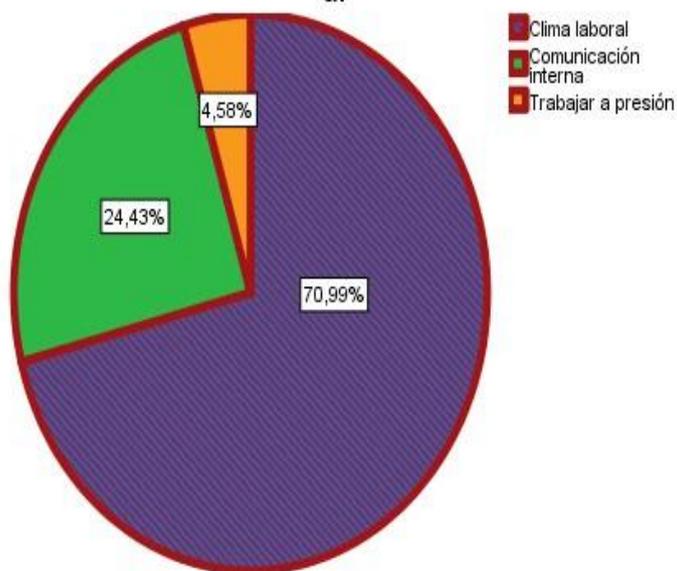
Los resultados establecidos en el gráfico anterior manifiestan que los trabajadores no se sienten cómodos con el ambiente en el que se encuentran laborando así exista una considerable proporción de colaboradores los cuáles afirman que el ambiente laboral que viven diariamente es buena, sin embargo, una gran cantidad de la población encuestada consideran que el ambiente que viven en su organización es regular porque en realidad se establecen diversas discusiones y contrariedades que perjudican terriblemente el trabajo en conjunto y la responsabilidad de la mano con el respeto. Por otro lado, encontramos que una pequeña cantidad de trabajadores confiesan que el ambiente laboral que se vive es malo y pésimo pues la gerencia no se preocupa por el bienestar de sus colaboradores, no motivándolos e incentivándolos para su mejor desempeño.

Tabla 44: El ambiente organizacional para el buen desempeño laboral

Cuando hablamos de ambiente laboral nos referimos a:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Clima laboral	93	71,0	71,0	71,0
Comunicación interna	32	24,4	24,4	95,4
Trabajar a presión	6	4,6	4,6	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Cuando hablamos de ambiente laboral nos referimos a:



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada, el 70,99% considera que cuando se habla de ambiente laboral nos referimos a clima laboral. Por otro lado, el 24,43% afirmó que ambiente laboral es igual a comunicación interna.

Mientras que el 4,58% de los colaboradores manifiestan que el ambiente laboral es igual a trabajar a presión.

- Interpretación

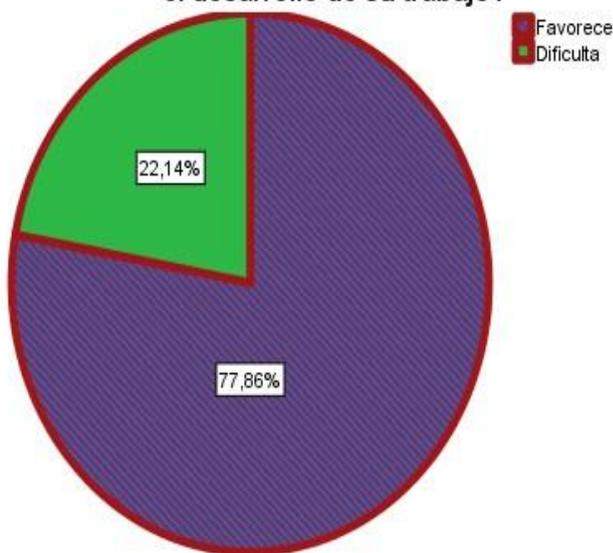
Los resultados establecidos anteriormente muestran que la mayor parte de los colaboradores de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, tiene conocimiento de que es el ambiente laboral y su importancia para el desarrollo personal y organizacional. Sin embargo, la gerencia debe poner mayor interés en algunos de sus colaboradores, pues existe una considerable proporción de encuestados los cuáles manifiesten que ambiente laboral es igual a comunicación interna o al trabajo a presión, muestran su falta de preparación e interés por querer contribuir en la calidad del servicio. Por ende, siempre surgirán problemas que serán ocasionados en la mayoría de veces por aquéllos que no tienen noción de lo que es ambiente laboral.

Tabla 45: Repercusión de una buena estructura organizacional en los trabajadores

¿La estructura de la organización favorece o dificulta el desarrollo de su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Favorece	102	77,9	77,9	77,9
Dificulta	29	22,1	22,1	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La estructura de la organización favorece o dificulta el desarrollo de su trabajo?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

El 77,86% del total de la población encuestada considera que la estructura de la Organización favorece en el desarrollo de su trabajo. Mientras que el 22,14% afirma que la

estructura de la organización dificulta el desarrollo de su trabajo.

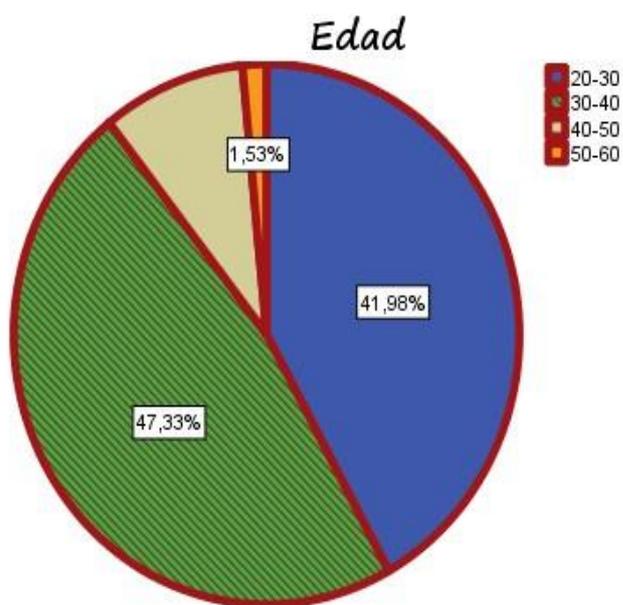
- Interpretación

Los resultados establecidos en el gráfico reflejan que la mayor cantidad de trabajadores de la empresa Cobra consideran que la estructura de la organización favorece al desarrollo del trabajo, pues permite que éstos tengan siempre presente el puesto o departamento en el que pertenecen para que de esta manera respeten con responsabilidad su labor .Por otro lado, encontramos una considerable cantidad de colaboradores los cuáles afirman que la estructura de la organización dificultan el desarrollo de su trabajo, este resultado nos da a entender que existen en la empresa colaboradores que no se encuentran preparados ni identificados con la organización pues no se preocupan por conocer el lugar donde labora para un mejor ambiente laboral.

Tabla 46: Caracterización de la población - Edad de los colaboradores

Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
20-30	55	42,0	42,0	42,0
30-40	62	47,3	47,3	89,3
Válidos 40-50	12	9,2	9,2	98,5
50-60	2	1,5	1,5	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada, el 41,98% de trabajadores tiene entre 20-30 años. El 47,33% tiene entre 30-40 años de edad, mientras que el 9,20% tiene una edad de 40-50 años. Por

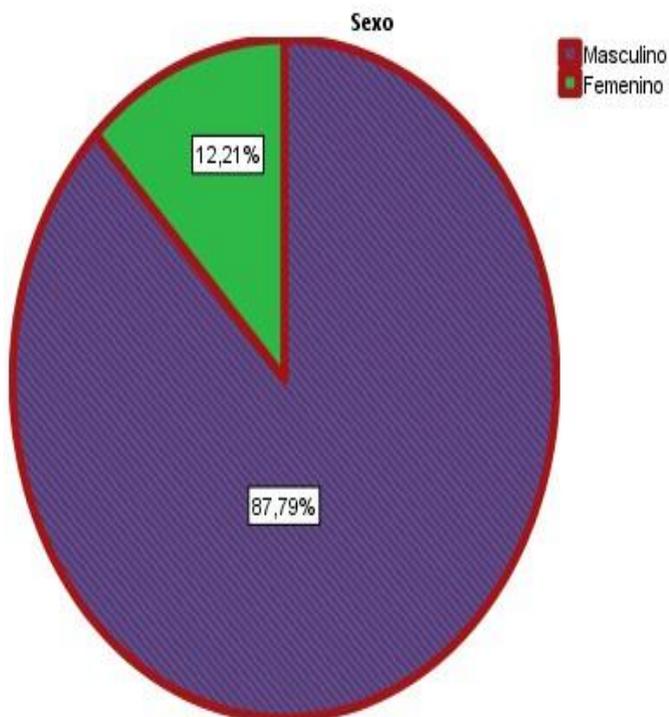
otro lado, también encontramos que el 1,53% tiene 50-60 años de edad.

- Interpretación

Como podemos observar en el gráfico la mayor parte del personal de la empresa son jóvenes los cuales favorece al crecimiento pues son más ágiles y despiertos, además cuentan con ideas nuevas e innovadores, por otro lado, la experiencia es un ingrediente imprescindible para el éxito y esta organización la tiene con un personal con edades mayores los cuáles conocen el mercado y están sumamente preparados.

Tabla 47: Caracterización de la población – Sexo

		Sexo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	115	87,8	87,8	87,8
	Femenino	16	12,2	12,2	100,0
	Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

- Análisis

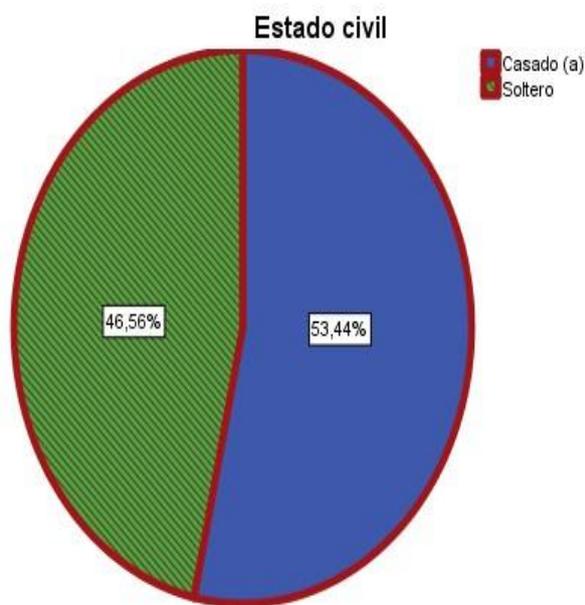
El 87,79% del total de la población encuestada son de sexo masculino, mientras que el 12,21% de los trabajadores de la empresa Cobra son de sexo femenino.

- Interpretación

El gráfico planteado, refleja que la empresa colaboradora de Movistar, Cobra, cuenta en su mayor parte con personal masculino, pues las actividades que realizan es muy pesado y peligroso, por otro lado, son pocas las damas que trabajan en esa organización las cuáles cumplen mayormente la labor de supervisoras de campo, ayudando a que sus colaboradores satisfagan las dudas y necesidades de sus clientes.

Tabla 47: Caracterización de la población – Estado civil

Estado civil				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casado (a)	70	53,4	53,4
	Soltero	61	46,6	100,0
	Total	131	100,0	100,0



Análisis e interpretación

•Análisis

Del total de la población encuestada el 53,44% de los trabajadores de la empresa Cobra son casados (a), mientras que el 46,56% de sus colaboradores no son casados.

• Interpretación

El presente gráfico refleja que la mayor parte de trabajadores que laboran dentro de la empresa Cobra son solteros, por lo que es más difícil llegar a esta población puesto que como no tiene responsabilidades suelen actuar negativamente dentro de la organización. Por otro lado, una proporción considerable de la población tiene más responsabilidad y temor de ser despedidos de la empresa pues son casados.

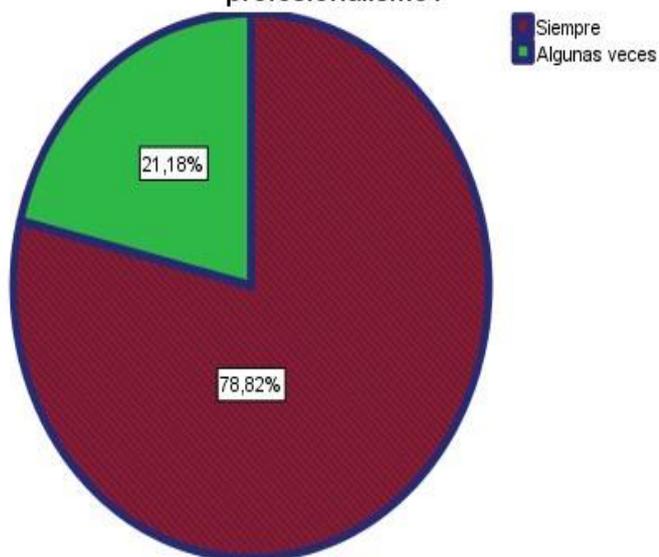
TABLAS DE RESULTADOS –CLIENTES POTENCIALES

Tabla 1: Importancia de trabajar con responsabilidad.

¿El trabajador realiza su labor con responsabilidad y profesionalismo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	67	78,8	78,8	78,8
Algunas veces	18	21,2	21,2	100,0
Válidos Total	85	100,0	100,0	

¿El trabajador realiza su labor con responsabilidad y profesionalismo?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 78,82% del total de la población encuestada afirma que el trabajador siempre realiza su labor con responsabilidad y profesionalismo, mientras que el 21,18% considera que el

trabajador algunas veces realiza su labor con responsabilidad y profesionalismo

- Interpretación

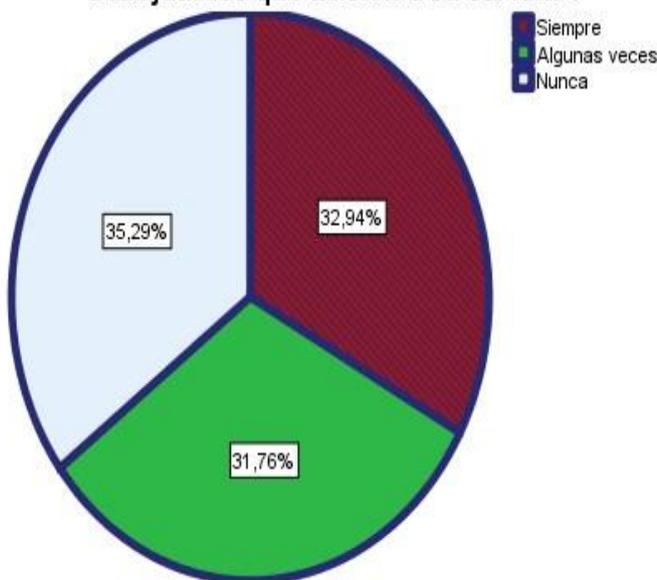
Los resultados mostrados en el gráfico anterior, reflejan que la mayor cantidad de clientes potenciales consideran que los trabajadores de la empresa Cobra siempre realizan su labor con responsabilidad y profesionalismo, logrando captar más clientes brindando una imagen lógica y eficaz, la cual refleja identificación y responsabilidad. Sin embargo, podemos concluir que su servicio no es el que se quiere para la organización puesto que se encuentra una proporción considerable de colaboradores de quienes los clientes afirman que no realizan su labor como debe de ser, pues muchas veces la impuntualidad, o mal servicio ha provocado las quejas de éstos quienes notan la insatisfacción de los trabajadores con su actividad.

Tabla 2: Repercusión de las discusiones al momento de realizar el servicio

¿Ha presenciado alguna vez discusiones entre los trabajadores que asisten a su servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Siempre	28	32,9	32,9	32,9
Algunas veces	27	31,8	31,8	64,7
Nunca	30	35,3	35,3	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Ha presenciado alguna vez discusiones entre los trabajadores que asisten a su servicio?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada el 32,94% de la población considera que siempre han presenciado discusiones entre los trabajadores que asisten a su servicio,

mientras que el 31,76% manifiesta que algunas veces han presenciado discusiones entre los trabajadores que asisten a su servicio y el 35,29% afirma que nunca han presenciado discusiones entre los trabajadores que asisten a su servicio.

- Interpretación

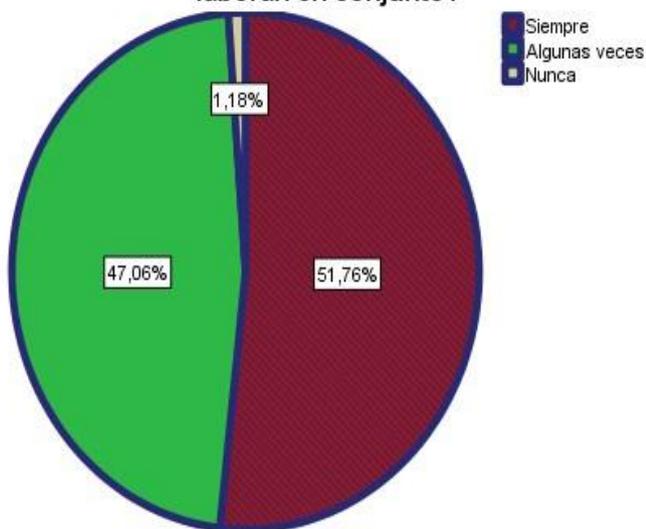
Los resultados planteados reflejan que los trabajadores no saben interactuar ni trabajar en conjunto para lograr un excelente servicio pues no satisfacen las necesidades de sus clientes puesto que un gran número considera que ha presenciado discusiones entre los trabajadores al momento que éstos acuden al servicio, provocando indudablemente la baja cartera de clientes y la mala imagen empresarial. Todo esto es reforzado con aquellos clientes los cuales manifiestan que algunas veces han presenciado discusiones entre los trabajadores cuando éstos realizan su labor, manifestando la salida del mercado laboral. Sin embargo, aunque un gran número de población manifiesta que nunca ha presenciado discusiones, no permite la excelencia en el servicio y refleja la inseguridad, desmotivación e insatisfacción.

Tabla 3: El trabajo en equipo como factor de interacción

¿Cree que los trabajadores de la empresa cobra laboran en conjunto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	44	51,8	51,8	51,8
Algunas veces	40	47,1	47,1	98,8
Nunca	1	1,2	1,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Cree que los trabajadores de la empresa cobra laboran en conjunto?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 51,76% del total de la población encuestada afirma que los trabajadores de la empresa cobra siempre laboran en conjunto, mientras que el 47,06% considera que los

trabajadores de la empresa Cobra algunas veces laboran en conjunto y el 1,18% manifiesta que los trabajadores de la empresa cobra nunca laboran en conjunto.

- Interpretación

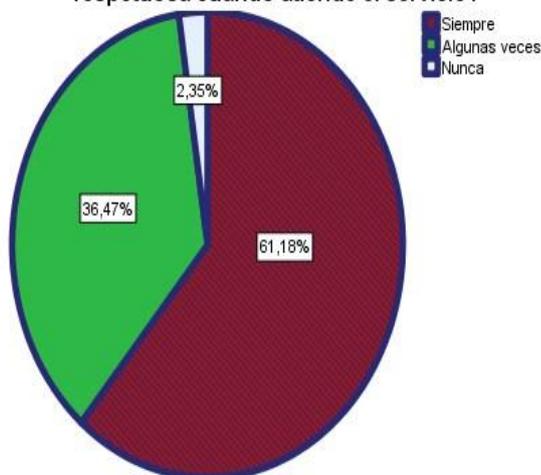
Los resultados obtenidos, reflejan que los colaboradores de la empresa Cobra no conocen nada sobre trabajo en equipo y comunicación corporativa puesto que una gran cantidad de clientes potenciales manifiestan que éstos algunas veces laboran en conjunto, dificultando en el desarrollo de la empresa pues no se ayudan por la falta de uniformidad en el trato que se les brinda en la empresa, todo esto es percibido por el cliente. Por otro lado a pesar que existe una considerable cantidad de clientes quiénes afirman que los trabajadores de la empresa cobra si laboran en conjunto pero no muestran interés alguno provocando que su marca no se posicione en la mente del solicitando (cliente). Además, es preocupante saber que una proporción de clientes consideran que nunca laboran en conjunto los que recurren al servicio.

Tabla 4: Preparación profesional para el buen desempeño laboral

¿El trabajador se expresa de manera coherente y respetuosa cuando atiende el servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	52	61,2	61,2	61,2
Algunas veces	31	36,5	36,5	97,6
Nunca	2	2,4	2,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿El trabajador se expresa de manera coherente y respetuosa cuando atiende el servicio?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada, el 61,18% afirma que el trabajador siempre se expresa de manera coherente y respetuosa cuando atiende el servicio, sin embargo, un 36,47% considera que el trabajador sólo algunas veces se expresa de manera coherente y respetuosa cuando atiende el servicio, mientras que el 2,35% manifiesta que el trabajador nunca se expresa de manera coherente y respetuosa al momento de atender el servicio solicitado.

- Interpretación

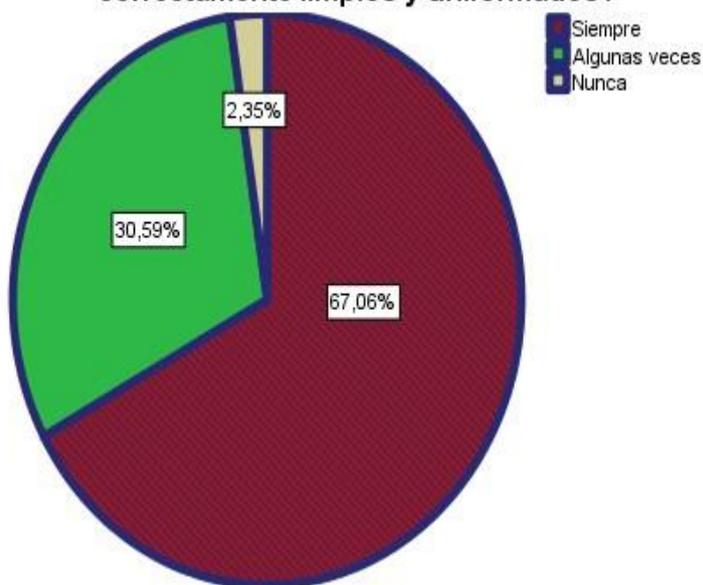
Los resultados obtenidos reflejan que el trabajador debe poner más énfasis en su preparación profesional asistiendo a todas las capacitaciones que realice la organización para poder saber enfrentar a sus clientes potenciales de la mejor manera otorgándoles confianza. Todo esto es establecido debido a que existe una cantidad considerable de colaboradores los cuales no saben expresarse y dirigirse a su público sembrando en ellos una profunda decepción puesto que sólo algunas veces o nunca lo practican. Sin embargo, como observamos en el gráfico la organización tiene a más de la mitad de su público externo satisfecho, por el cual la gerencia debe trabajar para mantenerlos y ganar más terreno en el mercado.

Tabla5: Importancia de la presentación personal del trabajador, para ganar clientes

¿Los trabajadores recurren a su solicitud correctamente limpios y uniformados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	57	67,1	67,1	67,1
Algunas Válidos veces	26	30,6	30,6	97,6
Nunca	2	2,4	2,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Los trabajadores recurren a su solicitud correctamente limpios y uniformados?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

El 67,06% del total de la población encuestada, manifiesta que los trabajadores siempre recurren a su solicitud correctamente limpios y uniformados, sin embargo el 30,59% afirma que los trabajadores sólo algunas

veces recurren a su solicitud correctamente limpios y uniformados, mientras que el 2,35% consideran que los trabajadores nunca recurren a su solicitud correctamente limpios y uniformados.

- Interpretación

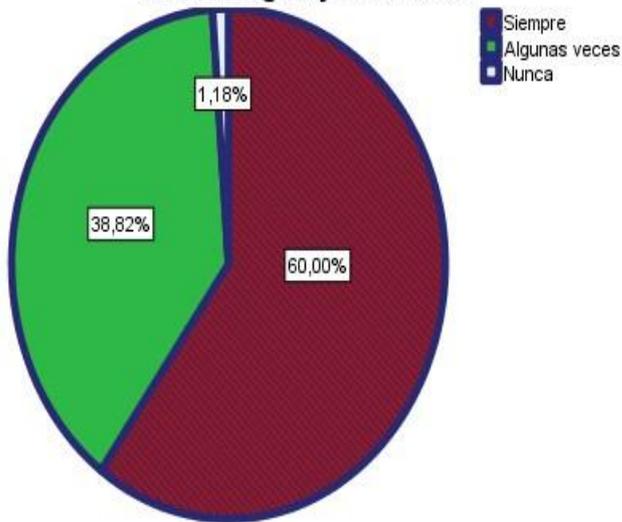
Los resultados obtenidos en el siguiente gráfico nos reflejan que la mayor parte de los trabajadores siempre se dirigen a sus clientes correctamente presentables (limpios y uniformados), ayudando a ganar fidelidad aumentando la producción empresarial, forjando de esta manera nuevos puestos de trabajo y el aumento de los beneficios, sin embargo, este proceso se queda estancado definitivamente por la cantidad considerable de clientes los cuáles afirman que los trabajadores algunas veces recurren su solicitud correctamente limpios y uniformados , debilitando la barrera de progreso, siendo comprobada con un grupo pequeño de clientes los cuáles manifiestan que los trabajadores nunca recurren con una buena presentación personal, mostrando indicios de satisfacción.

Tabla6: Desarrollo de una comunicación lineal para reflejar buena imagen institucional

¿Los trabajadores resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar el servicio de manera lógica y coherente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	51	60,0	60,0	60,0
Algunas veces	33	38,8	38,8	98,8
Nunca	1	1,2	1,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Los trabajadores resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar el servicio de manera lógica y coherente?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 60,00% del total de la población encuestada, considera que los trabajadores siempre resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar el servicio de manera lógica y coherente. Por otro lado, el 38,82% manifiesta que los

trabajadores sólo algunas veces resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar su servicio de manera lógica y coherente, mientras que el 1,18% afirma que los trabajadores nunca resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar su labor de manera lógica y coherente.

- Interpretación

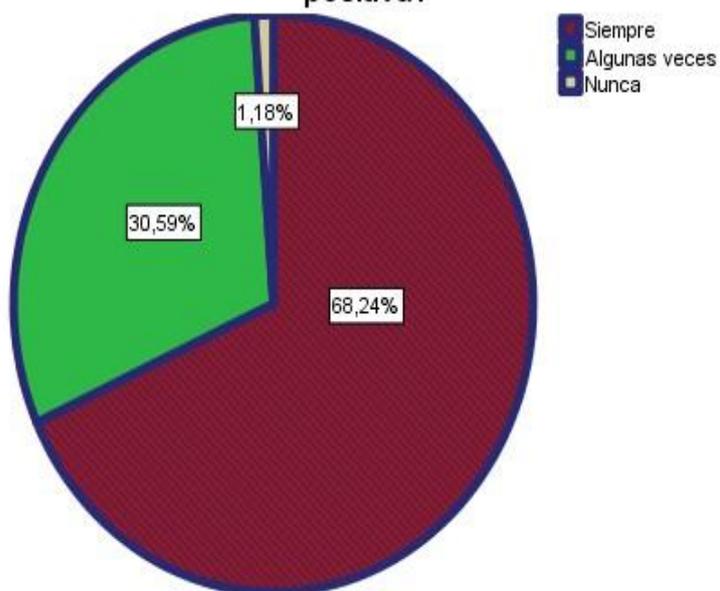
Los resultados obtenidos muestran que existe un grave problema dentro de la organización pues los colaboradores reflejan actitudes negativas las cuáles van contra el orden de la empresa pues existe una cantidad considerable de clientes los cuáles consideran que sólo algunas veces los trabajadores resuelven sus problemas de manera lógica y coherente, reflejando total insatisfacción puesto que no se preocupan por su preparación profesional para sentirse satisfechos con su nivel cultural y su grado de instrucción. Por otro lado, aunque existe una gran cantidad de clientes que consideran que los colaboradores siempre resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar su servicio de manera lógica y coherente no es suficiente para aumentar la cartera de clientes pues lo que toda empresa desea es llegar a la excelencia.

Tabla7: Actitud positiva laboral

¿Los empleados realizan su labor con actitud positiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	58	68,2	68,2	68,2
Algunas veces	26	30,6	30,6	98,8
Nunca	1	1,2	1,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Los empleados realizan su labor con actitud positiva?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 68,24% afirma que siempre los trabajadores realizan su labor con actitud positiva, mientras que el 30,59% considera que los empleados algunas veces realizan su labor con actitud positiva. Por otro lado, el 1,18% manifiesta que los trabajadores nunca realizan su labor con actitud positiva.

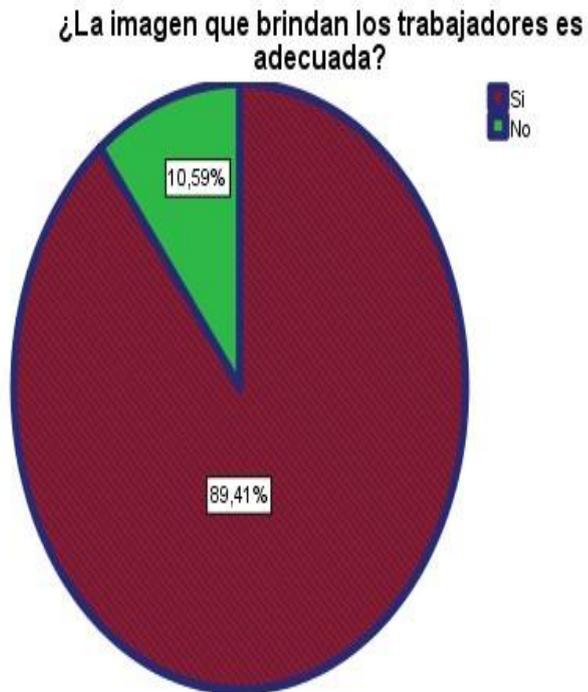
- Interpretación

Los resultados establecidos en el gráfico anterior muestran que la gerencia debe establecer estrategias las cuáles ayuden a motivar al personal para crear en ellos una actitud positiva puesto que existe una gran cantidad de población la cual perjudica a la organización pues sólo algunas veces laboran con actitud positiva, realizando un pésimo servicio y dejando por los suelos a la organización. Sin embargo, existe un considerable número de clientes que afirman que el trabajador realiza siempre su labor con actitud positiva, desde ahí la gerencia puede trabajar para mejorar el método de su staff, para poder satisfacer el 1,18% de clientes los cuáles manifiestan que los trabajadores nunca realizan su labor con actitud positiva.

Tabla8: La organización y su interés por mejorar la imagen de sus trabajadores.

¿La imagen que brindan los trabajadores es adecuada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	76	89,4	89,4	89,4
Válidos No	9	10,6	10,6	100,0
Total	85	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

- Análisis

Del 89,41% del total de la población encuestada afirma que la imagen que siempre brindan los trabajadores es la adecuada. Mientras que el 10,59% considera que la imagen que brindan los trabajadores no es la adecuada.

- Interpretación

El gráfico obtenido refleja que la gerencia de la empresa Cobra necesita preocuparse por comunicarse más con sus colaboradores y conocer sus necesidades para de este modo encontrar en ellos la herramienta necesaria que ubique en primer lugar a la organización, debido a que sólo una pequeña cantidad encuestados afirmó que los colaboradores no brindan una imagen adecuada, sin embargo, gracias a la responsabilidad de éstos por mantenerse siempre limpios, se encontró un gran cantidad de clientes los cuáles manifestaron que los trabajadores sí brindan una imagen adecuada, ayudando convencer a los clientes que no dejen de pertenecer a su empresa. Este aspecto es muy importante pues la primera impresión es la que cuenta realmente.

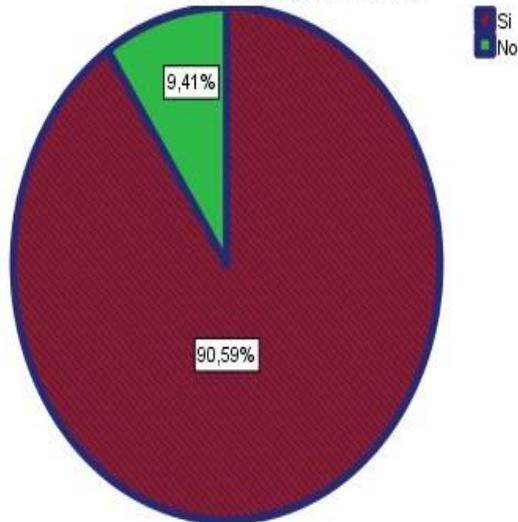
Tabla9: Influencia de la remuneración en su trabajo

¿Considera que los trabajadores de la empresa cobra deben ser bien remunerados pues brindan un excelente servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	77	90,6	90,6	90,6
No	8	9,4	9,4	100,0
Válidos	85	100,0	100,0	

¿Considera que los trabajadores de la empresa cobra deben ser bien remunerados pues brindan un excelente servicio?

Análisis e interpretación



Análisis

Del total de la población encuestada el 90,59% afirma que si consideran que los trabajadores de la empresa Cobra deben ser bien remunerados Pues brindan un excelente servicio. Mientras que el

9.41% considera que no deben ser bien remunerados pues no brindan un excelente servicio.

- Interpretación

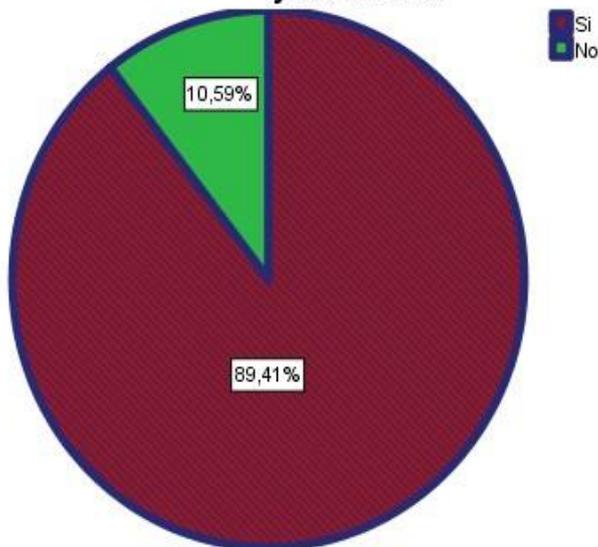
El gráfico mostrado nos muestra que la ejecución de las tareas de los trabajadores está en muy buen nivel, pues el noventa por ciento de los clientes potenciales encuestados, afirman que sí deben ser remunerados por su servicio, ya que son eficientes y eficaces en la ejecución de sus tareas, sin embargo, cuentan con ciertos rasgos que la gerencia debe mejorar como la actitud, la identificación, la comunicación, etc., haciendo aparecer una proporción de clientes pequeña que manifiestan que no se les debe pagar bien pues su servicio no es excelente, siendo un pilar negativo que de una u otra forma repercute en la toma de decisiones del público y en la satisfacción gerencial.

Tabla 10: El ambiente laboral en la transmisión de calidad a sus clientes

¿El campus de la organización transmite tranquilidad y confianza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Si	76	89,4	89,4	89,4
No	9	10,6	10,6	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿El campus de la organización transmite tranquilidad y confianza?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 89,41% del total de la población encuestada, considera que el campus de la organización sí transmite tranquilidad y

confianza, por otro lado el 10,59% afirma que el campus de la organización no transmite tranquilidad y confianza.

- Interpretación

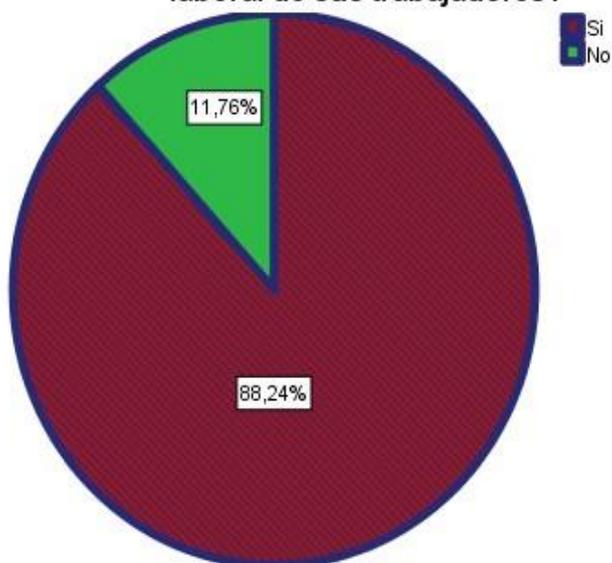
Los resultados reflejados en el gráfico muestran que la estructura y mantenimiento de la organización se encuentra bien orientada, puesto que una gran cantidad de clientes encuestados manifestaron que el campus de la organización sí les transmite tranquilidad y confianza, porque se encuentra limpia, ordenada y con un ambiente natural agradable, este ítem es muy importante porque es aquí en donde se ejerce la posibilidad de aumentar en la cartera de clientes por medio de una cadena empresarial que nace a través de la satisfacción. Por otro lado, encontramos a una pequeña proporción de colaboradores quienes consideran que el campus de ninguna manera transmite tranquilidad y confianza, teniendo como tarea la gerencia analizar las razones lógicas por la cual estos clientes piensan negativamente, con el fin de conocer los gustos actuales y así elaborar modernidad en el servicio.

Tabla 11: La gerencia y su interés por mantener un excelente ambiente laboral

¿Es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	75	88,2	88,2	88,2
Válidos No	10	11,8	11,8	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 88,24% considera que sí es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores, mientras

que el 11,76% afirma que no es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores.

- Interpretación

Los resultados establecidos reflejan que definitivamente el ambiente laboral cumple un papel fundamental dentro de la organización, pues es uno de los motores por el que se desarrolla la interacción para las buenas relaciones corporativas, por ello la mayor cantidad de clientes potenciales consideran que sí es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus colaboradores. Sin embargo, una pequeña proporción de público considera que no es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores refleja su falta de preparación y conocimiento en el tema, no tomando conciencia que para el éxito de una organización se necesita buena relación, comunicación y organización.

Tabla 12: El buen manejo del ambiente laboral

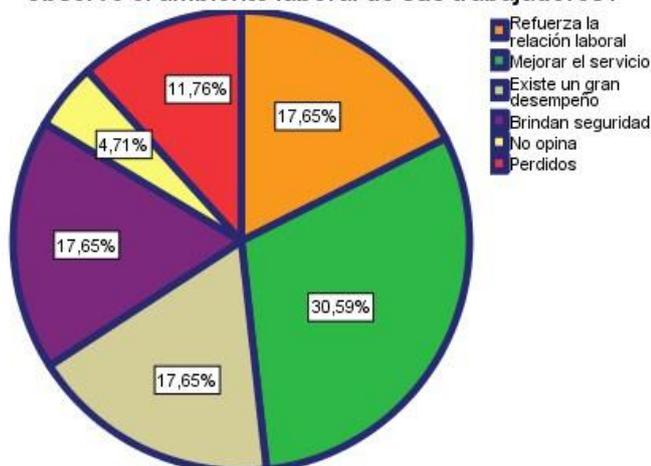
¿Por qué considera importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Refuerza la relación laboral	15	17,6	20,0	20,0
Mejorar el servicio	26	30,6	34,7	54,7
Existe un gran desempeño	15	17,6	20,0	74,7
Brindan seguridad	15	17,6	20,0	94,7
No opina	4	4,7	5,3	100,0
Total	75	88,2	100,0	
Perdidos Sistema	10	11,8		
Total	85	100,0		

Análisis e interpretación

• Análisis

¿Por qué considera importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?



Del total de la población encuestada el 17,65% considera que es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores porque refuerza la relación

laboral, el 30,59% afirma que es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores porque mejora el servicio. Por otro lado, el 17,65% manifiesta que es importante que la gerencia observe el

ambiente laboral de sus trabajadores puesto que existe un gran desempeño, 17,65% considera que sí se debe considerar lo dicho anteriormente porque brindan seguridad. Por otro lado, el 4,11% decidió no fundamentar su respuesta, mientras que 11,76% opinó lo contrario.

- Interpretación

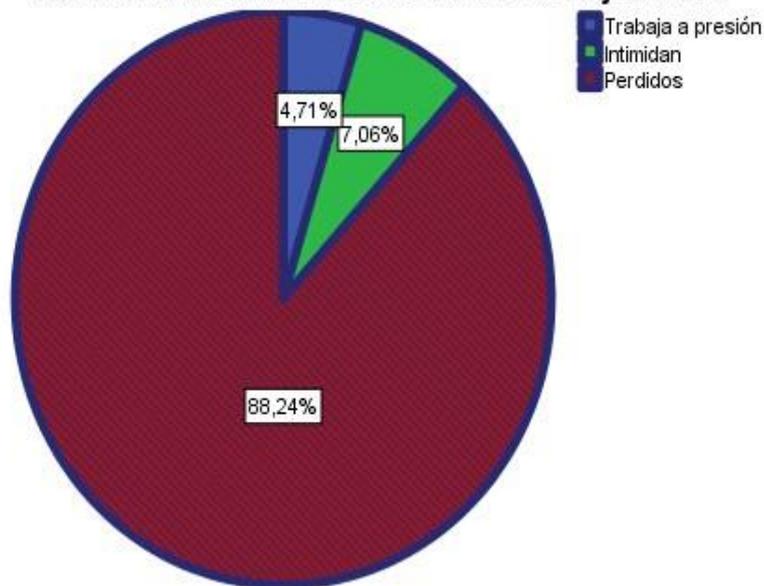
Los resultados obtenidos reflejan que los clientes potenciales reconocen el papel que juega el ambiente laboral dentro de una empresa para lograr la buena productividad y actitud positiva, del mismo modo evaluamos el nivel cultural que tienen estos clientes, por otro lado esto permite a la gerencia mantener a su equipo motivados, tratando a todos uniformemente, reconociendo sus triunfos y sobre todo valorando su trabajo. Es así como los clientes afirman que es importante supervisar el ambiente laboral, para mejorar en el servicio, para que exista un gran desempeño y para su seguridad.

Tabla 13: Desinterés en el ambiente laboral de los trabajadores

¿Por qué no considera importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trabaja a presión	4	4,7	40,0
	Intimidación	6	7,1	60,0
	Total	10	11,8	100,0
Perdidos Sistema	75	88,2		
Total	85	100,0		

¿Por qué no considera importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 4,71% considera que no es importante que la gerencia observe el ambiente laboral

porque provoca el trabajo a presión. Por otro lado, el 0,06% manifiesta que el observar el ambiente laboral intimidan a los colaboradores. Mientras que el 88,24% opinó lo contrario.

- Interpretación

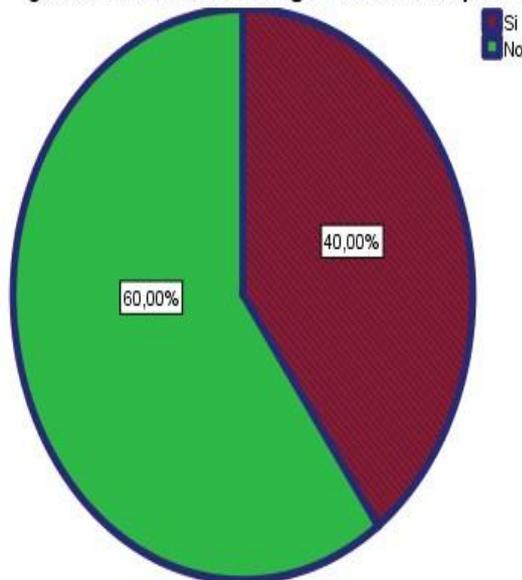
Como podemos observar, el gráfico refleja que una pequeña cantidad de clientes consideran que la gerencia no debe observar el ambiente laboral de los colaboradores pues provoca el trabajo a presión e intimida en la realización de las actividades. Mostrando total desconocimiento en el funcionamiento de este aspecto empresarial. La mayor cantidad de la población opina lo contrario pues tiene noción de dicho aspecto.

Tabla 14: Organización empresarial y su influencia en la buena interacción

¿Conoce como está organizada la empresa cobra?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	34	40,0	40,0
	No	51	60,0	100,0
	Total	85	100,0	100,0

¿Conoce como está organizada la empresa cobra?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 40,00% del total de la población encuestada manifiesta que si conocen cómo está organizada la empresa cobra, mientras que el 60,00% confiesa que no conocen cómo se encuentra organizada la empresa cobra.

- Interpretación

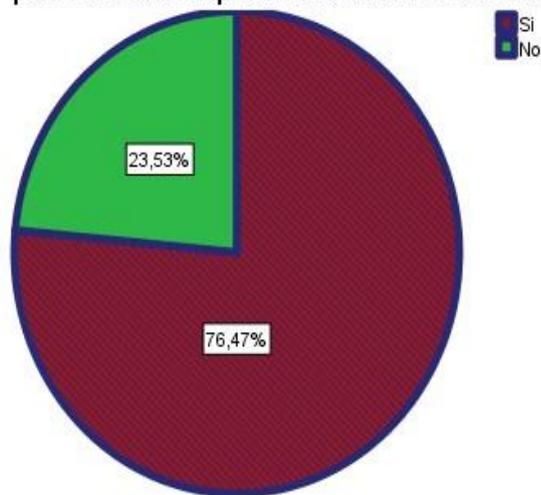
Los resultados obtenidos reflejan que los trabajadores no se identifican adecuadamente con la organización en la que laboran pues, existe un gran número de colaboradores los cuáles no conocen cómo se encuentra estructurada u organizada su empresa, reflejando un profundo descuido por parte de la gerencia, pues si bien es cierto el que el empleado conozca este importante factor es necesario para poder establecer planes en donde se respete el puesto que tienen ellos y en de sus compañeros. Sin embargo, observamos un considerable número de trabajadores quiénes aseguran conocer esta estructura, demostrando su nivel competitivo y responsabilidad laboral.

Tabla 15: Profesionalismo en las grandes ramas empresariales

¿Por el servicio que brindan los trabajadores, cree que los encargados del departamento de Relaciones Públicas desempeñan correctamente su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	65	76,5	76,5	76,5
Válidos No	20	23,5	23,5	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Por el servicio que brindan los trabajadores, cree que los encargados del departamento de relaciones públicas desempeñan correctamente su trabajo?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 76,47% afirma que por el servicio que brindan los trabajadores, sí considera que los

encargados del departamento de Relaciones Públicas desempeñan correctamente su trabajo. Sin embargo, el 23,53% manifiesta que por el servicio que brindan los trabajadores, los encargados del área de relaciones públicas no desempeñan su labor correctamente.

- Interpretación

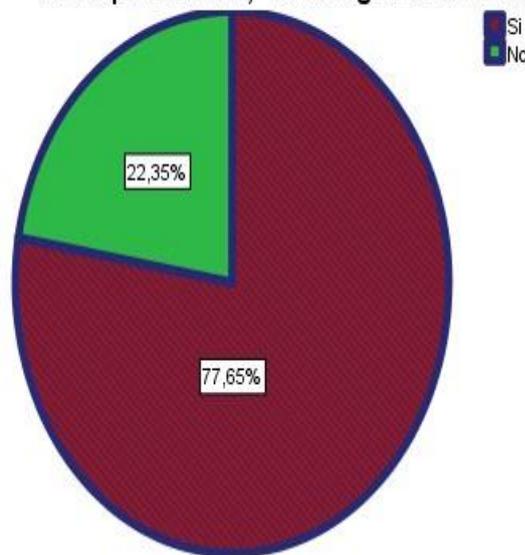
Los resultados obtenidos reflejan que la mayor parte de la población concuerda con que el departamento de Relaciones Públicas desempeña su trabajo profesionalmente, pues se refleja en su servicio, ayudando a mejorar; sin embargo, los encargados de este departamento deben de idear diversas técnicas competitivas y comunicacionales para llegar tanto a su público interna como externo y lograr la excelente que se solicita, pues como observamos en el gráfico una considerable población de clientes afirma que los encargados del departamento de Relaciones Públicas no cumplen correctamente su labor, pues la insatisfacción existe y la confiabilidad no se hace notar.

Tabla 16: Responsabilidad laboral para el triunfo de la organización

¿Cree que los trabajadores realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en la que laboran, en la organización formal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	66	77,6	77,6	77,6
Válidos No	19	22,4	22,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Cree que los trabajadores realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en la que laboran, en la organización formal?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada el 77,65% considera que los trabajadores sí realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en la organización formal, mientras que el 22,35%

afirma que los trabajadores no realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en su organización formal.

- Interpretación

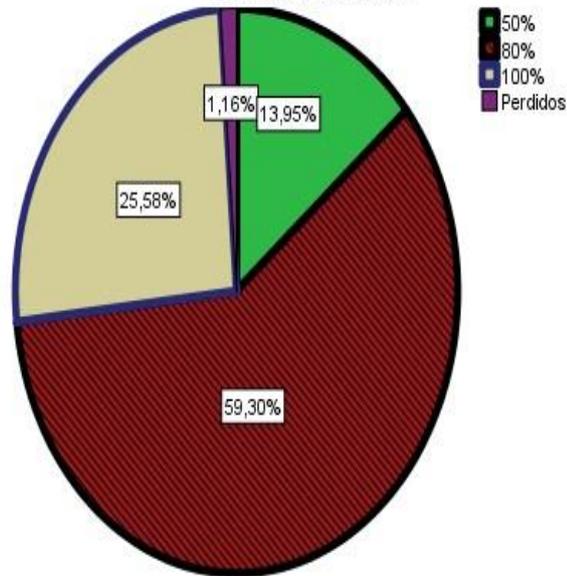
Los resultados reflejados en el gráfico anterior muestran que existe un gran número de colaboradores los cuáles realizan su labor correctamente conforme el organigrama formal, esto quiere decir que dicha población es responsable pues se informa sobre cómo se encuentra estructurada la empresa que les brinda el servicio, a través de los materiales otorgados con su recibo mensual, mostrando un nivel cultural de buen nivel. Sin embargo, esto debe de mejorar pues encontramos que una considerable proporción de la población manifestó que los trabajadores no realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en el organigrama formal, pues no están cómodos con la forma y el fondo del servicio.

Tabla 17; Habilidad laboral para solucionar problemas

¿El empleado resuelve sus dudas con respeto y fundamentación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
50%	12	14,0	14,1	14,1
80%	51	59,3	60,0	74,1
100%				100,0
Total	22	25,6	25,9	
Válidos	Sistema	85	98,8	100,0
Perdidos		1	1,2	
Total	86	100,0		

¿El empleado resuelve sus dudas con respeto y fundamentación?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 13,95% considera que el empleado resuelve sus dudas con respeto y fundamentación en un 50%. Por otro, el 59,30% manifiesta que resuelve

sus dudas en un 80%, mientras que algunos manifestaron que los trabajadores resuelven las dudas de un 25,58% en 100% y 1,16% son elementos perdidos.

- Interpretación

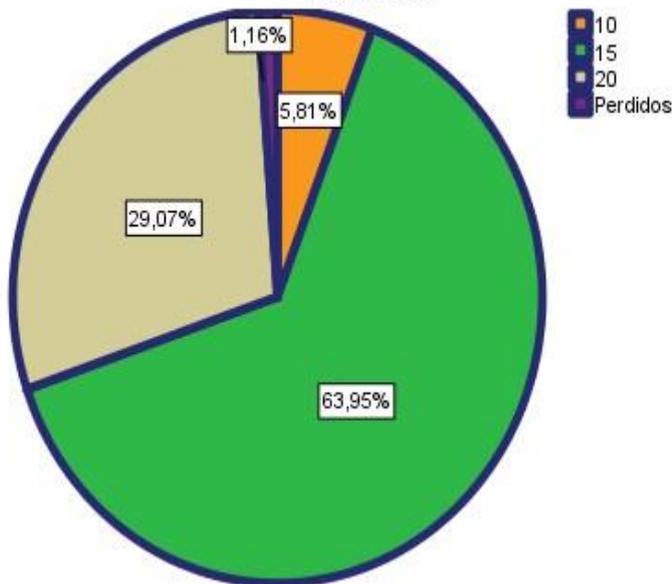
El gráfico obtenido nos refleja que los trabajadores de la empresa Cobra resuelven las dudas de la mayor cantidad de la población encuestada en un 80% , siendo un factor favorable para recuperar y ganar a clientes los cuáles confíen a ciegas en la calidad de su servicio, sin embargo, también se encontró a clientes los cuáles reflejaron que resuelven sus dudas en un 50 y 100% , es así como la organización debe trabajar más para lograr llegar al 100% y mostrar a la competencia quién es la empresa líder en este segmento, mejorando las Relaciones Corporativas y humanas de la organización.

Tabla 18: Importancia de la valuación del cliente en el desempeño del colaborador

¿Qué nota le pondría al trabajador que realiza el servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
10	5	5,8	5,9	5,9
15	55	64,0	64,7	70,6
20	25	29,1	29,4	100,0
Válidos				
Total	85	98,8	100,0	
Perdidos Sistema	1	1,2		
Total	86	100,0		

¿Qué nota le pondría al trabajador que realiza el servicio?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 5,81% de la población encuestada otorgó una nota en base a 10 al trabajador que realiza el servicio. Por otro

lado, el 63,95, evaluó con una nota en base a 15 al trabajador que realiza el servicio. Mientras que el 29,07% otorgó una nota en base a 20 al trabajador que realiza el servicio.

- Interpretación

Los resultados obtenidos reflejan que el servicio que realizan los trabajadores es regular, pues una gran cantidad de clientes encuestados otorgaron como nota de servicio un 15, lo cuál no está mal pero lo que se quiere en toda organización es ir por el 20, nota la cual solo una proporción de clientes la otorgó, sin embargo, también encontramos a una pequeña cantidad de la población los cuáles manifestaron un 10 a la realización del servicio, es decir algunos trabajadores aún no se encuentran identificados con la organización y perjudican la calidad y responsabilidad que caracteriza a la empresa.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA – Encargados de RR-PP “COBRA”

- Encargado líder: Javier Alama Aleos
 - Supervisora RR.PP: Milagros Candiotty Santoyo
- 1) Considera usted que comunicarle a sus trabajadores sobre los triunfos y pérdidas de la empresa es esencial para el desarrollo de sus actividades?

Según la opinión de los expertos en el área de relaciones públicas de la empresa colaboradora de movistar cobra, se puede deducir que es de total importancia comunicarle a los colaboradores sobre los triunfos y pérdidas de la empresa, pues son el pilar más importante influyente en el éxito organizacional, el cuál permite motivarlos e incentivarlos en la búsqueda de soluciones y estrategias que puedan ayudar a resolver contrariedades interna o externamente, logrando mejorar su labor profesional para ganar más clientes y aumentar en la producción económica de la organización.

- 2) ¿Por qué es importante mantener constantemente la comunicación con sus colaboradores?

Los encargados del área de Relaciones Públicas de la empresa “Cobra”, manifestaron que es imprescindible mantener constantemente una comunicación con el equipo de trabajo para conocer la problemática que surge dentro y fuera de la empresa o con el trabajador personalmente, de esta manera detectar fallas empezando así a idear estrategias que ayuden a corregir estos problemas, alcanzando los objetivos propuestos como organización.

- 3) ¿Acepta con respeto los aportes realizados por sus colaboradores?
¿Por qué?

Analizando la opinión de los profesionales en Relaciones Públicas que laboran en la empresa colaboradora de Movistar, se puede manifestar que; el que la gerencia acepte con respeto los aportes realizados por sus trabajadores es un aspecto que repercute en el desarrollo de la empresa pues se puede mejorar la administración y hacer sentir a éstos que son importantes y el eje principal de la empresa para llegar a lograr un buen aumento económico.

- 4) ¿Considera que gracias a sus colaboradores se logrará mantener una estrecha relación con los clientes y proveedores?

La opinión de los profesionales en Relaciones Públicas que laboran en la empresa Cobra, nos refleja que los colaboradores cumplen el papel más fuerte en la organización pues tratan directamente con el cliente dependiendo de ellos que la empresa tenga una excelente imagen y aceptación, además manifiestan que esto se logra con un trabajo en equipo, constante y de calidad.

- 5) ¿Cuáles son las estrategias de comunicación que utiliza su departamento para lograr captar más clientes?

Según la opinión de los encargados del departamento de Relaciones Públicas, podemos deducir que las estrategias de comunicación efectivamente ayudan a la buena producción e interacción con los clientes, en este caso se basan en la realización de charlas al inicio de las actividades, publicaciones informativas en determinadas áreas, estableciendo una buena imagen, además la implementación de vestimenta y diversas herramientas de trabajo permiten establecer la satisfacción laboral.

- 6) ¿Cuál es el grado de importancia de las Relaciones Públicas en su organización?

Los encargados del área de Relaciones Públicas de la empresa “Cobra”, manifiestan que su área de trabajo es sumamente importante puesto que ayuda a la interacción para formar buenos grupos de trabajo y de esta manera obtener diversos beneficios que aseguren la calidad y el éxito de la organización. Recordemos que por medio de esta ciencia se logran las buenas relaciones humanas y se forman con grandes líderes.

- 7) ¿Cómo desarrolla usted la comunicación con sus trabajadores?

Los líderes del departamento de Relaciones Públicas, consideran que se comunican con su staff a través de charlas que duren 5 minutos máximo, por otro lado, lo realizan de manera presencial o personal con la finalidad de conocer las fallas que puedan perjudicar la relación de los integrantes de la empresa. Tengamos en cuenta que esta rama es el pilar fundamental que ayuda a crear un ambiente laboral totalmente agradable motivando, incentivando y aumentando de manera acelerada la producción.

- 8) ¿La comunicación entre sus colaboradores favorece a su institución?
¿Por qué?

Según la opinión brindada por los profesionales en el departamento, se considera que la Comunicación que se establece en la empresa favorece a la organización pues este medio permite el intercambio de experiencias para el desarrollo de los conocimientos, reflejando todos los problemas internos y externa, con el fin de estructurar un ambiente agradable y profesional, en donde todo se resuelva al instante y son rumores.

- 9) ¿Cuál es el plan de la organización para ayudar a su staff empresarial a mantener una buena Interacción?

Los trabajadores en área de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de movistar, “Cobra”, manifiestan que el plan organizacional para establecer siempre la interacción funciona a través de capacitaciones constantes, charlas y actividades, las cuáles permiten mostrar uniformidad en el trato no provocando envidia entre compañeros, con el objetivo que cada uno comparta sus experiencias para aprender mutuamente y lograr aumentar la cartera de clientes. Por supuesto, trabajando de la mano con el organigrama formal de la empresa.

- 10) ¿A qué se refieren las empresas cuando hablan de comunicación interpersonal?

Los encargados en el área de Relaciones Públicas, consideran que las empresas establecen el término comunicación interpersonal cuando realizan un proceso de interacción cara a cara para no perjudicar a su público (clientes), estando asociado también los sentimientos, emociones que van a permitir el surgimiento de una reacción ya sea positiva o negativa, es aquí donde el líder llega a estructurar el sistema de confraternidad que motiven y reconcilien. Esta comunicación es importante para aclarar dudas o percances que pueden herir la dignidad, honor o imagen de algún integrante.

- 11) ¿Por qué cree que es importante que sus trabajadores conozcan la historia de su organización?

Según la opinión que establecen los encargados del departamento de Relaciones Públicas, podemos deducir que es muy importante que el trabajador conozca la historia de su organización, pues establecerá

una visión de estabilidad e identificación que permita mostrar la responsabilidad y el interés de mejorar no sólo económicamente sino también institucional y profesionalmente .Por otro lado, los expertos confiesan que en su organización muy pocos se preocupan por conocer este importante lado de su casa de labores.

12) ¿Considera que la imagen que los trabajadores brinden de la empresa al momento de realizar sus labores repercutan en el éxito de la organización?

Los encargados del área de Relaciones Públicas de la organización estudiada, consideran que, efectivamente la imagen que refleje un trabajador cuando recurre a realizar un servicio es imprescindible pues todo entra por los ojos siendo de esta manera la primera imagen la que cuenta para lograr obtener buenos comentarios y felicitaciones por parte de clientes que motiven y reconozcan el esfuerzo, aumentando la cartera de clientes. Debemos tener en cuenta que la imagen es un elemento que permite evaluar desde fuera a la empresa.

13) ¿Todos sus trabajadores se identifican con la organización? ¿Por qué?

Los profesionales encargados del área de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de movistar Cobra, afirman que todos sus colaboradores se identifican con la organización puesto que el trato y la remuneración que reciben es la correcta para lograr motivarlos, además participan en las diversas actividades laborales y motivacionales que el departamento organiza.

14) ¿Cree que es importante que los trabajadores laboren con una adecuada vestimenta?

Según la opinión de los profesionales que laboran en el área de Relaciones Públicas, podemos deducir que la imagen personal de los

colaboradores es lo primero en que se debe preocupar la gerencia pues depende de ello transmitirán confianza, legitimidad y sobre todo seguridad. Esto, muchas veces se ve como un aspecto de contribución de los colaboradores a la empresa y claro está por el siempre hecho del aseo personal, que tiene mucho poder para el convencimiento y el respeto sintiéndose cómodos e importantes. Por ello, la organización debe otorgar cada que se solicite nuevos uniformes puesto que el trabajo requiere de mucho esfuerzo.

15) ¿Para usted es importante que la empresa reconozcan los triunfos de sus trabajadores para que éstos laboren satisfechos?

La opinión de los jefes de Relaciones Públicas, refleja que el reconocer los triunfos de los colaboradores es una tarea que no debe faltar dentro de la organización pues permiten la fidelidad en el tiempo de servicio y sobre todo la satisfacción que permitirá establecer mayor énfasis e interés en el desarrollo de la empresa, aportando con actitud positiva a resolver alguna contrariedad.

16) ¿Por qué cree que la confianza que brinde el líder es la clave que influye en el éxito del desenvolvimiento de los trabajadores?

Según la opinión de los encargados en el área de Relaciones Públicas, se concluye que la confianza es un aspecto fundamental para que, el colaborador labore sin temor, sintiéndose conforme con la designación del líder y de esta manera lograr que los trabajadores aprendan a escuchar siguiendo el ejemplo del que les expone (líder) para así lograr los objetivos propuestos. Evitando también el trabajo a presión exagerada, el cual ha llevado a muchas empresas a la quiebra por la incomodidad.

17) ¿Cuál es la utilidad de que sus trabajadores conozcan la organización de su institución?

Según la opinión de los encargados del departamento de Relaciones Públicas es muy útil que los colaboradores conozcan cómo se encuentra organizada su casa de trabajo para responder adecuadamente a las exigencias y cambios del mercado cumpliendo con responsabilidad las tareas que se le encomiende realizar.

18) ¿Cuáles son las estrategias que tiene en cuenta la organización para lograr un excelente nivel de desempeño en sus trabajadores?

Los encargados del área de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de movistar “Cobra”, reflejan que las estrategias que utilizan para lograr un gran nivel de desempeño en sus trabajadores se basan en la interacción, comunicación, buena organización, bonificación y reconocimientos del buen desempeño, con la finalidad de forjar gran imagen y posicionamiento, mostrando verdadero interés en su bienestar y comodidad absoluta.

19) ¿Qué recursos utiliza su departamento cuando se presenta un problema que dificulta la relación que tiene usted con los trabajadores de la organización?

Los profesionales que laboran en el área de Relaciones Públicas, manifiestan que cuando se presenta un problema que dificulta la relación con sus colaboradores, establecen en enfrentamiento cara a cara, es decir una comunicación directa con la finalidad de lograr que el o los culpables reconozcan su error para evitar de esta manera la divulgación de dicho altercado el cuál provoca la incomodidad de los afectados. Por otro lado, toda empresa tiene como tarea establecer retiros para que todos los miembros (trabajadores, jefes) se conozcan mejor y compartan ideas.

20) ¿Considera que la ausencia de un buen clima laboral podría llevar al fracaso a la organización? ¿Por qué?

Los trabajadores del área de Relaciones Públicas de la empresa “Cobra”, afirman que el clima laboral es uno de los elementos fundamentales que debe tener en cuenta el departamento para no llegar a fracasar, ni a generar disconformidad y desmotivación siendo un obstáculo para la realización de los objetivos propuestos.

21) ¿Qué es el ambiente laboral y cómo repercute en su organización?

Según la opinión brindada por los jefes del departamento de Relaciones Públicas, podemos deducir que ambiente laboral en términos empresariales se refiere al espacio en donde el trabajador realiza su labor, el cuál se forma a través de una serie de sucesos como el trato amable recordándole al trabajador que es eje importante en el movimiento empresarial.

22) ¿Mantienen informado a sus trabajadores sobre la estructura de la organización? ¿Por qué?

Los encargados del departamento de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de movistar, “Cobra”, manifiestan que informan constantemente a sus colaboradores sobre la estructura de la empresa pues permite a estos adaptarse a los cambios estructurales y tener siempre presente su posición en la organización logrando cumplir de esta manera todas las tareas encomendadas.

23) ¿Cuál es el valor que se le brinda al departamento de Relaciones Públicas en la organización?

Los jefes encargados en manejar el departamento de Relaciones Públicas de la empresa, afirman que esta área tiene un gran valor dentro de la organización, puesto que es el medio principal que permite estudiar diversos fenómenos tanto internos como externos. Por otro lado, refuerza las relaciones humanas enseñando el verdadero sentido del triunfo, brindando a los colaboradores mayores beneficios.

24) ¿La estructura de su empresa la evalúan de manera ascendente (Trabajadores a jefes) o descendente (jefes a trabajadores)? ¿Por qué?

Según la opinión de los especialistas los cuáles laboran en el área de Relaciones Públicas, se puede concluir que esta organización realiza una comunicación descendente porque consideran que de esta manera se puede constatar el respeto y la disciplina para seguir siendo líder, sin embargo, reconocer que la forma de comunicación empleada no es el adecuado. Por ello manifiestan que no dejan de lado a sus trabajadores.

25) ¿Cree que el verificar constantemente los objetivos que debe cumplir cada departamento de la empresa, ayudará al éxito de la institución y la interacción con sus trabajadores?

Los jefes del departamento de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de movistar "Cobra", afirman que el verificar constantemente los objetivos que debe cumplir cada departamento de la empresa es una acción muy importante para poder evaluar la eficacia de sus colaboradores, informándose sobre las fortalezas, debilidades y amenazas que el mercado laboral brinda, todo esto es adecuado cuando no afecta la comodidad del trabajador.

26) ¿Cuál es la utilidad de que sus trabajadores conozcan la organización de su institución?

Según la opinión de los encargados del departamento de Relaciones Públicas es muy útil que los colaboradores conozcan cómo se encuentra organizada su casa de trabajo para responder adecuadamente a las exigencias y cambios del mercado cumpliendo con responsabilidad las tareas que se le encomiende realizar.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA –Expertos en Relaciones Públicas

- Mgt. Jhon Marlon Garcia Cango
- Mgt. Catherine Grace Muñoz Agramonte
- Mgt. Antonio Infante Azcárate

1. Para usted ¿Es importante que una empresa realice de manera efectiva una comunicación interna y externa?

Según la opinión de los expertos en la rama de las Relaciones Públicas hoy llamadas relaciones corporativas, se puede concluir que es de total importancia que la empresa realice una comunicación efectiva tanto interna como externamente pues es la base para el logro, teniendo en cuenta la realidad y efectividad, evitando cualquier mal manejo que perjudique, la imagen, la identificación y la interacción.

2. ¿Considera que en una organización las opiniones de los trabajadores ayudan al éxito de la institución?

Los expertos en Relaciones Públicas, consideran que dentro de una organización la opinión de los colaboradores es primordial puesto que deben lograr que aquéllos sientan que tienen voz y voto en las acciones que se ejecuten con el fin de lograr la interacción institucional, social y laboral, para estructurar buenas relaciones corporativas elaborando una imagen real hacia la comunidad.

3. ¿Cree usted que la comunicación organizacional concuerda con mi variable de estudio?

Los especialistas en las ciencias de las Relaciones Públicas, consideran que la comunicación organizacional efectivamente concuerda con mi variable de estudio (Relaciones Públicas) pues es sinónimo de equipo y producto de un plan que tiene fines y objetivos

los cuales pueden cumplir a mediano o largo plazo, con la buena estructura de las relaciones corporativas.

4. ¿Qué son las Relaciones Públicas?

Los expertos en la rama de las Relaciones Públicas, afirman que esta rama de la comunicación es una disciplina psicosocial administrativa que obedece a una situación perfectamente investigada para fortalecer la imagen, llevando al éxito rotundo a la organización en donde se practique.

5. ¿Qué es para usted la comunicación interpersonal y cómo repercute en la actitud de los trabajadores?

Según la opinión de los expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas, consideran que la comunicación interpersonal discurre entre los trabajadores de manera formal e informal, integrando e identificando el camino para la satisfacción laboral, ayudando a los colaboradores a afrontar los problemas cara a cara, logrando establecer buenas relaciones para el éxito de la empresa, laborando en conjunto.

6. ¿Qué estrategias debe seguir el relacionista público para estructurar una comunicación formal entre sus trabajadores?

Los expertos en la rama de estudio, manifiestan que el relacionista público para estructurar una comunicación formal entre los trabajadores primero debe conocer los puntos más saltantes de sus colaboradores. Por otro lado también consideran que en lugar de estrategias puede promover la comunicación para forjar caminos logrando la comodidad de los trabajadores, estudiando qué actividades deben cumplir su staff.

7. Desde su punto de vista ¿Es importante estudiar la comunicación interpersonal dentro de la investigación?

Los especialistas en Relaciones Públicas, afirman que la comunicación interpersonal permite consagrar los objetivos, conociendo cómo se ven, cómo se consideran, observando si existe o no interés por contribuir a la organización y a una correcta relación corporativa.

8. ¿Cuándo cree usted que un trabajador contribuye de manera desinteresada en el desarrollo de su organización?

Los expertos en el departamento de Relaciones Públicas manifiestan que, un trabajador contribuye a la organización de manera desinteresada cuando se siente identificado por el buen trato, los beneficios, las oportunidades y la importancia que se les brinda. Además, también se puede observar que la contribución se establece por el orgullo y el prestigio con el que cuenta la organización.

9. ¿Considera que el departamento de Relaciones Públicas tenga que ver con la decisión de contribución del trabajador?

Los especialistas en la rama de las Relaciones Públicas, manifiestan que este departamento contribuye en la decisión de contribución de los trabajadores pues se establece de manera recíproca o de solidaridad, actuando como un filtro para respetar las decisiones y opiniones establecidas por la gerencia para mejorar desinteresadamente en el desarrollo organizacional.

10. ¿Cree que el tomar en cuenta la contribución del trabajador en mi investigación ayudará a estudiar la realidad de la organización en cuanto a la interacción?

Los profesionales expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas consideran que la contribución del trabajador en mi investigación ayudará a estudiar la realidad de la organización para lograr la interacción pues es un componente que muestra que uno es la razón de ser de otro para el triunfo organizacional.

11. ¿La tasa de clientes de una organización aumenta por la correcta imagen que emplee el trabajador?

Los expertos en Relaciones Públicas manifiestan que, la imagen que el trabajador proyecte es fundamental para ganar mercado, pues todo entra por los ojos y se estructura por el compromiso puesto que éstos son el capital humano que funciona como imán organizacional.

12. ¿Qué papel cree que desenvolverá la identidad institucional en mi proyecto de estudio?

Los especialistas en Relaciones Públicas consideran que el papel que juega la identidad institucional es preponderante pues detrás de toda empresa hay componentes, estructurando una excelente imagen real, mostrando su satisfacción.

13. ¿Considera que el gerente debe verificar constantemente que sus trabajadores se encuentren satisfechos?

Según la opinión de los expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas, se puede concluir que esto es lo que se debería hacer sin embargo es letra muerta en muchas instituciones las cuales han

perdido prestigio. Por otro lado, manifiestan también que el gerente debe verificar constantemente la satisfacción de su personal a través de informes para poder estar preparado a enfrentar alguna contrariedad.

14. ¿Piensa que hoy en día los gerentes se preocupan por mantener satisfechos a sus trabajadores? ¿Por qué?

Los expertos en la rama de las Relaciones Públicas o corporativas, consideran que, muchos de los gerentes no se preocupan por mantener la satisfacción en su grupo de trabajo y si los hacen no es por voluntad sino por las diversas leyes que respalda a éstos, sin darse cuenta que mejoran el ambiente y la relación comunicacional entre los miembros.

15. ¿La satisfacción concuerda con mi tema laboral de investigación? ¿Por qué?

Los especialistas en la ciencia de las Relaciones Públicas, afirman que la satisfacción laboral es muy importante para lograr desarrollar esta disciplina de manera interna y externa, puesto que si un grupo no identifica con la organización no podrá otorgar logros ni se le podrá brindar incentivos.

16. ¿Por qué es imprescindible que los trabajadores se sientan cómodos al realizar sus labores?

Según el punto de vista de los especialistas en la rama de las Relaciones Públicas, manifiestan que la comodidad de los trabajadores es un elemento fundamental para mejorar el rendimiento y los triunfos de la organización, de esta manera puedan

resolver todas las dudas de los clientes mostrando total preparación y profesionalismo.

17. ¿Cree que el trabajo a presión ayuda a que los empleados laboren eficazmente?

La opinión establecida por los expertos en esta rama de la comunicación, manifiestan dos puntos de vista, el primero afirma que el trabajo a presión sí ayuda a que los empleados laboren eficazmente pues están en constante revisión haciendo más responsables. Por otro lado, el segundo punto nos expresa que la presión no ayuda al buen desenvolvimiento pues alarma a los colaboradores logrando que éstos cumplan por cumplir y no por contribuir.

18. ¿Considera necesario estudiar como es el ambiente laboral para poder resolver el fenómeno de estudio que elegí investigar?

Los expertos en la rama de las Relaciones Corporativas manifiestan que es sumamente imprescindible puesto que es otro punto que se debe estudiar porque es aquí donde suceden todas las ariscas que analizan las situaciones psicológicas de los colaboradores y por donde se observa si la comunicación tanto interna y externa es eficaz

19. ¿Cree que es importante que en la organización de la empresa la gerencia deba trabajar directamente con el departamento de Relaciones Públicas? ¿Por qué?

Según el punto de vista de los especialistas en esta rama de la comunicación, consideran por un lado que, el Relacionista Público debe ser el primer asesor de la alta dirección pues es llamado a informar, direccionar y disponer soluciones. Por otro lado, manifiestan que no solo debe trabajar con ese departamento sino con todos para no crear dependencia.

20. ¿Piensa que en el organigrama de toda organización debe existir un departamento de relaciones públicas?

Los especialistas en la disciplina de las Relaciones Públicas, manifiestan que el departamento de Relaciones Públicas dentro del organigrama de una organización es pieza fundamental para el engranaje de toda empresa, además hoy en día se debe tomar en cuenta este departamento pues el mercado crece rápidamente y la competencia se hace presente.

21. ¿Qué factores se deben tener en cuenta para diseñar el organigrama de una organización?

Los expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas, manifiestan que al momento de diseñar el organigrama de la empresa se debe tener en cuenta, la dependencia, jefatura respetando la jerarquía que plantee el asesor de la alta dirección.

22. ¿Cómo influye el ambiente laboral en el desempeño de los trabajadores?

Los expertos en esta área de la comunicación consideran que el ambiente laboral influye económico, social y laboralmente en la satisfacción de los colaboradores para contribuir a un buen desarrollo de las actividades,

23. ¿Qué es para usted la organización formal (organigrama formal)?

Los especialistas en este departamento manifiestan que el organigrama formal es la estructura que desarrolla la organización para entablar las actividades que deben ser cumplidas por cada sector jerárquico, promulgando el grado de participación en la empresa.

24. ¿Considera importante que los trabajadores deben conocer el organigrama formal de la organización?

Según la opinión de los especialistas en la rama de las Relaciones Públicas, consideran que es importante que cada colaborador conozca la estructura de su casa de labor, dando a conocer las actividades no sólo de ellos sino también de los altos mandos de la empresa, pues recordemos que los colaboradores deben también evaluar el trabajo de sus líderes.

5. PRUEBA DE HIPOTESIS

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°1

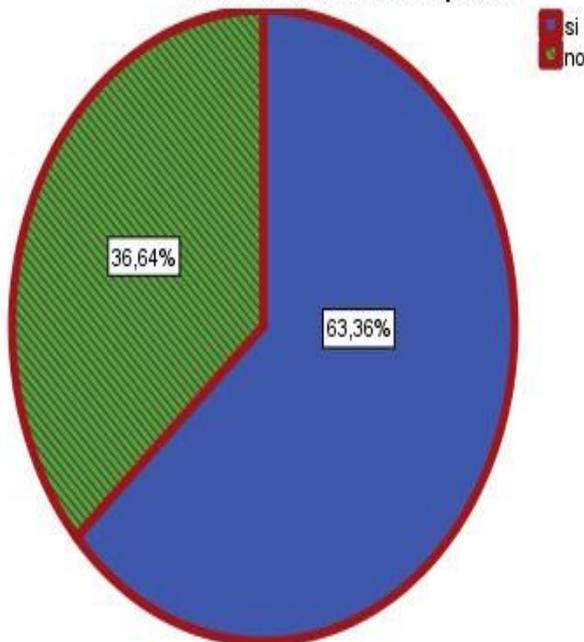
- Las **Relaciones Públicas** influyen positivamente en la **satisfacción laboral** de los trabajadores de la empresa colaboradora de movistar cobra.

Tabla 1: La comunicación entre el gerente y sus trabajadores

¿El gerente escucha sus opiniones con respeto, cuando usted las expone?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	83	63,4	63,4	63,4
Válidos No	48	36,6	36,6	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿El gerente escucha sus opiniones con respeto, cuando usted las expone?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de los trabajadores encuestados, el 63,36 % considera que el gerente si escucha sus opiniones, mientras que el 36,64% manifiesta que no son escuchados.

- Interpretación

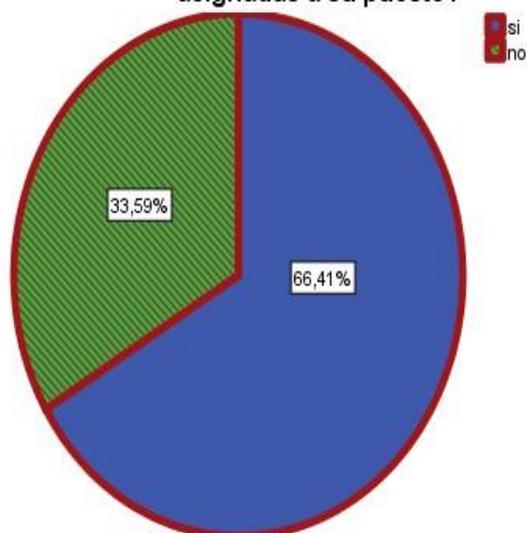
Los resultados reflejan que la relación entre los trabajadores y el gerente es regular pues existe un importante grupo de personas que se encuentran insatisfechas en la comunicación para lograr un excelente servicio, porque si bien es cierto este obstáculo dificulta el desenvolvimiento laboral y crea cierta desconfianza la cual se posiciona rápidamente en el ambiente de la organización, sintiéndose rechazados por el líder de ésta, optando de una u otra forma comportamientos y acciones negativas.

Tabla 5: Contribución del grado de comunicación ascendente en la organización

¿El jefe inmediato comunica claramente las tareas asignadas a su puesto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	87	66,4	66,4	66,4
No	44	33,6	33,6	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿El jefe inmediato comunica claramente las tareas asignadas a su puesto?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 66,41% del total de mi población considera que el jefe inmediato comunica claramente las tareas asignadas a su puesto; mientras que el 33,59% de los Colaboradores considera que el jefe inmediato no comunica claramente las actividades que deben de cumplir en su puesto.

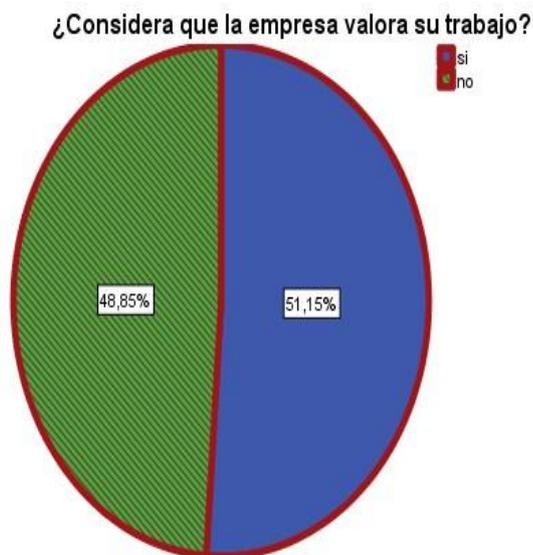
- Interpretación

En el gráfico mostrado anteriormente, podemos observar que el método de información utilizado por el gerente para comunicarle a sus trabajadores, las tareas que éstos deben cumplir es regular, pues existe una gran proporción de población la cual se siente insatisfecha con lo adoptado por el líder, siendo un problema que debe ser resuelto urgentemente pues los trabajadores son la carta de presentación de toda organización y quiénes deben tener en claro las tareas o actividades a realizar diariamente para satisfacer las necesidades de su cartera de clientes. Por otro lado es necesario que el gerente solicite las opiniones de sus colaboradores para poder estructurar un canal adecuado y así hacer llegar sin problemas sus responsabilidades (tareas).

Tabla 7: La organización y su énfasis en la motivación laboral

¿Considera que la empresa valora su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	67	51,1	51,1	51,1
No	64	48,9	48,9	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

- Análisis

El 51,15% del total de la población encuestada, considera que la empresa sí valora su trabajo. Por otro lado, el 48,85% manifiesta que la empresa no valora su trabajo.

- Interpretación

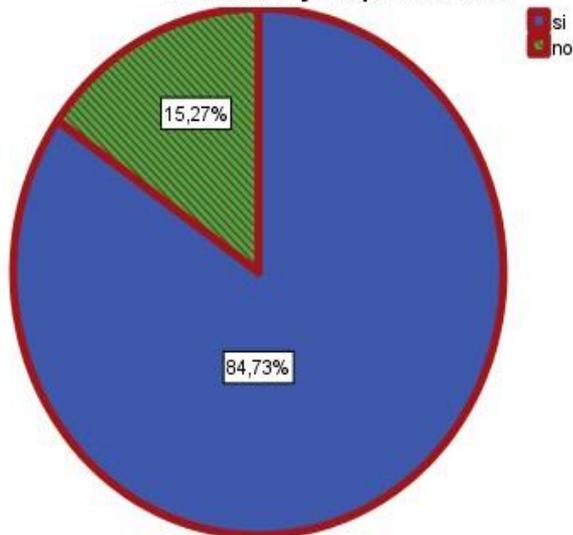
Los resultados mostrados en el gráfico anterior, reflejan que la organización debe poner énfasis en valorar el trabajo de sus colaboradores pues un porcentaje regular de la población no se encuentran satisfechos con la importancia que le muestra la gerencia en la realización de sus labores, provocando el surgimiento del desinterés por la identidad, el respeto y la valoración organizacional, debilitando la confianza que debe existir entre los colaboradores y su líder, siendo un obstáculo para aquéllos que consideran que sí valoran su labor. En conclusión, deberían establecer una estrategia de comunicación para lograr la uniformidad en el trato, la motivación, satisfacción y la comunicación, recordemos que es muy importante reconocer su buen desempeño laboral para demostrarles que son un pilar imprescindible para el éxito de la empresa.

Tabla 6: El trabajador y su grado de profesionalismo en la ejecución de sus tareas

¿Realiza su trabajo dejando de lado los problemas familiares y empresariales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	111	84,7	84,7	84,7
Válidos No	20	15,3	15,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Realiza su trabajo dejando de lado los problemas familiares y empresariales?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de mi población encuestada, el 84,73% considera que realizan su trabajo dejando de lado los problemas familiares y empresariales, sin embargo, el 15,27% de

los trabajadores encuestados confiesan que al realizar su trabajo no pueden dejar de lado los problemas familiares y empresariales.

- Interpretación

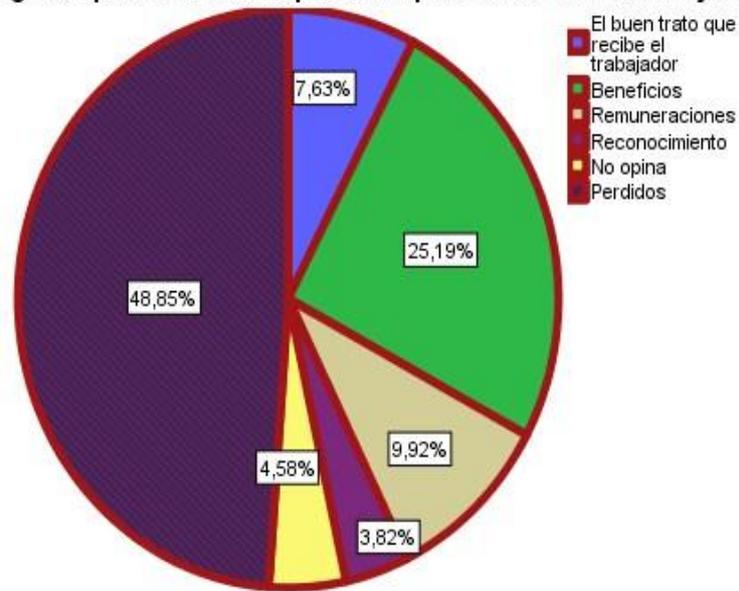
Si bien es cierto, los resultados obtenidos reflejan que una gran cantidad de trabajadores de la empresa Cobra, realizan su labor con total profesionalismo y personalidad, dejando de lado sus problemas familiares y empresariales con el fin de mostrar calidad en su desempeño y servicio, además de una actitud positiva para lograr obtener grandes logros profesionales, estableciendo buenas relaciones corporativas. Por otro lado, no se puede afirmar que el servicio de éstos es excelente, pues una pequeña cantidad de colaboradores muestran a través de los resultados su falta de preparación profesional e inconciencia al momento de ejercer sus actividades, demostrando también la escasa comunicación que éste pueda tener con su líder para expresarle sus molestias o contrariedades personales o laborales.

Tabla 8: La gerencia y su preocupación por valorar el trabajo de sus colaboradores

¿Por qué considera que la empresa valora su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
El buen trato que recibe el trabajador	10	7,6	14,9	14,9
Beneficios	33	25,2	49,3	64,2
Remuneraciones	13	9,9	19,4	83,6
Reconocimiento	5	3,8	7,5	91,0
No opina	6	4,6	9,0	100,0
Total	67	51,1	100,0	
Perdidos				
Sistema	64	48,9		
Total	131	100,0		

¿Por qué considera que la empresa valora su trabajo ?



Análisis e interpretación

- Análisis

La respuesta del 48,85%, de la población encuestada fue positiva Por otro lado, el 7,63% consideran que la empresa valora su trabajo por el buen trato que les brinda, el 25,19% reflejó que sí valoran su labor por

los beneficios que le entrega la organización, el 9,92% estableció que la empresa valora su trabajo por las remuneraciones otorgadas, mientras que el 3,82% manifiestan que es por el reconocimiento que la empresa valora su trabajo. Sin embargo, el 4,58 de la población decidió no opinar.

- Interpretación

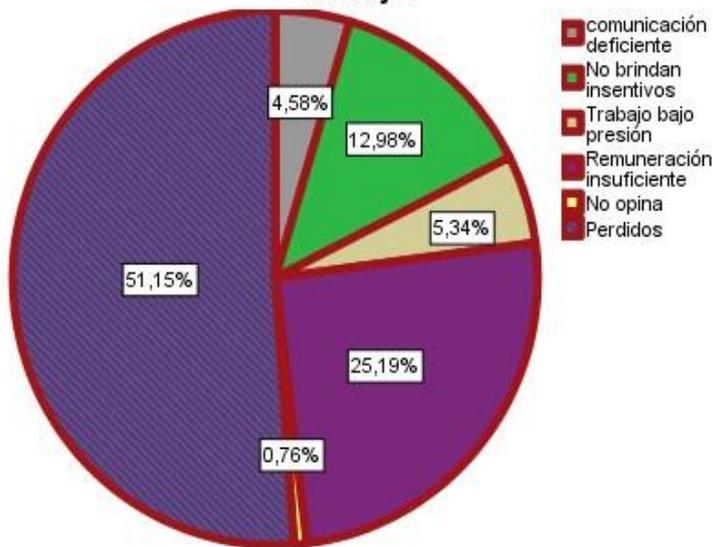
Los resultados expuestos en el presente gráfico reflejan que los trabajadores sienten que la empresa valora su labor por el buen trato, por los beneficios, remuneraciones y reconocimientos que la gerencia les brinda para su completa conformidad y satisfacción, logrando de este modo la contribución de los mencionados en el crecimiento empresarial, de este modo fomentar una adecuada comunicación e interacción que ayude a su bienestar y tranquilidad laboral. Sin embargo, una pequeña cantidad de población no fomentó su respuesta por diversas razones personales.

Tabla 9: La gerencia y su falta de interés por valorar el trabajo de sus colaboradores

¿Por qué considera que la empresa no valora su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Comunicación deficiente	6	4,6	9,4	9,4
No brindan incentivos	17	13,0	26,6	35,9
Trabajo bajo presión	7	5,3	10,9	46,9
Remuneración insuficiente	33	25,2	51,6	98,4
No opina	1	,8	1,6	100,0
Total	64	48,9	100,0	
Perdidos Sistema	67	51,1		
Total	131	100,0		

¿Por qué considera que la empresa no valora su trabajo?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población de encuestada el 4,58% considera que la empresa no valora su trabajo pues existe una comunicación deficiente, el 12,98% confiesa que la empresa no valora su labor porque no

brindan incentivos, además el 5,34% considera que trabajan a presión, el 25,19% porque la remuneración es insuficiente. Por otro lado, el 0,76% decidió no fundamentar su alternativa, con respecto a la falta de valoración de la organización.

• Interpretación

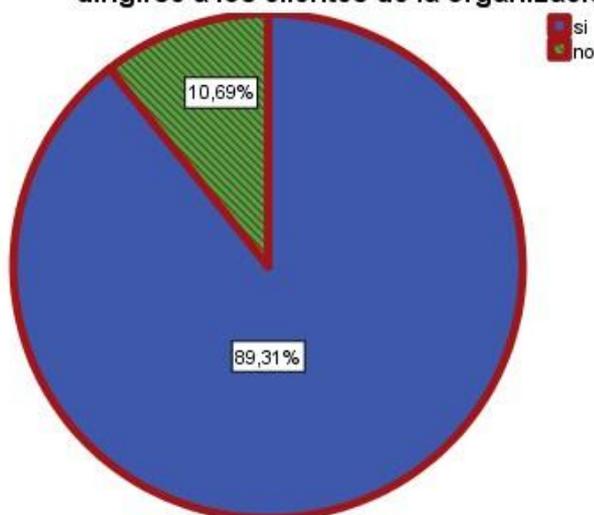
Los resultados establecidos reflejan que la gerencia no reconoce el valor de las actividades de sus trabajadores puesto que existe una gran población la cual estableció lo planteado anteriormente, puesto que la organización desarrolla una comunicación deficiente, además de no brindar incentivos, trabajar bajo presión y establecer una remuneración injustificada. Por otro lado, el 0,76% decidió no establecer comentario alguno a su alternativa. A todo esto, podemos agregar que la gerencia debe establecer una estrategia de interacción para mantener satisfechos a sus trabajadores y aumentar su producción.

Tabla 11: Influencia del lenguaje establecido por el trabajador hacia los clientes

¿Emplea un lenguaje adecuado al momento de dirigirse a los clientes de la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	117	89,3	89,3	89,3
Válidos No	14	10,7	10,7	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Emplea un lenguaje adecuado al momento de dirigirse a los clientes de la organización?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada, el 89,31% declara que emplean un lenguaje adecuado al momento de dirigirse a los

clientes. Por otro lado, el 10,69, confiesa que no se expresan de manera adecuada cuando se dirigen a sus clientes.

- Interpretación

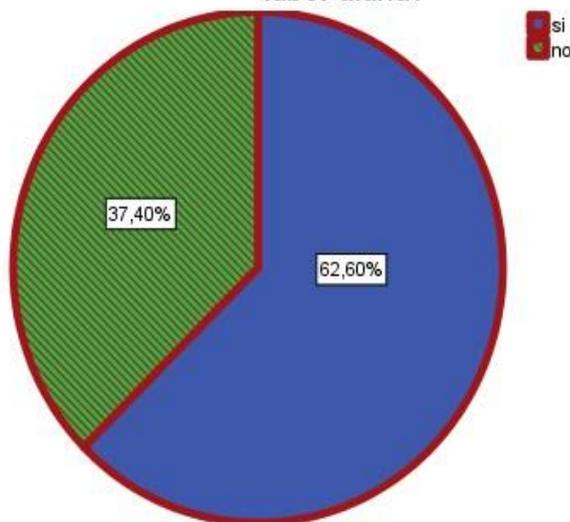
El gráfico presentado anteriormente refleja que la mayor parte de la población de trabajadores de la empresa Cobra se encuentran preparados para expresarse adecuadamente a su público (clientes), logrando construir una cartera de clientes recargada para asegurar su producción y de esta manera sentirse satisfechos con su preparación profesional y personal reflejando a través de su lenguaje (léxico) educación y cultura. Sin embargo, todo esto puede debilitarse a través de una pequeñísima cantidad de colaboradores los cuáles no se encuentran adecuadamente instruidos en el léxico que deben utilizar para ganar confianza y credibilidad profesional. Para ello, la gerencia debe tomar cartas en el asunto y relacionarse con sus trabajadores para prepararlos y motivarlos.

Tabla 12: Importancia de los materiales de trabajo para el buen desempeño laboral de sus colaboradores

¿La empresa brinda los materiales necesarios para su labor diaria?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	82	62,6	62,6	62,6
Válidos No	49	37,4	37,4	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La empresa brinda los materiales necesarios para su labor diaria?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 62,60% de la población encuestada expresa que la empresa les brinda los materiales necesarios para poder realizar su labor diaria.

Sin embargo, el 37,40% manifiesta que la organización no brinda materiales necesarios para realizar su labor.

- Interpretación

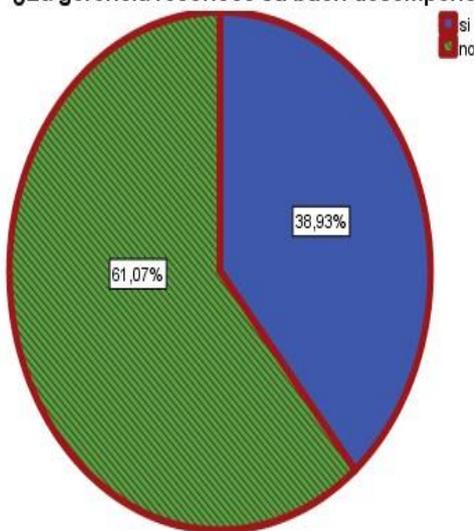
Los resultados establecidos reflejan que la mayor parte de la población se encuentran cómodos con su labor, pues la organización les brinda los materiales necesarios para realizar sus actividades diarias evitando de esta manera alguna dificultad o contrariedad, sin embargo, una considerable cantidad de población se encuentran incómodos pues, consideran que la gerencia no les entrega, los instrumentos necesarios para realizar un trabajo de calidad, dificultando la confianza organizacional y la calidad en el servicio.

Tabla 13: Influencia del reconocimiento laboral en el trabajador

¿La gerencia reconoce su buen desempeño laboral?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	51	38,9	38,9	38,9
Válidos No	80	61,1	61,1	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La gerencia reconoce su buen desempeño laboral?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada, el 38,93% manifiesta que la gerencia reconoce su buen desempeño laboral, mientras que el 61,07% revela que, la gerencia no reconoce su buen desempeño laboral.

- Interpretación

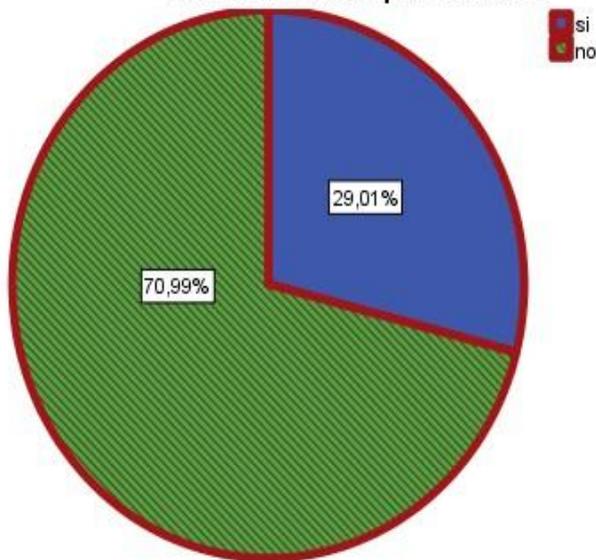
Los resultados obtenidos reflejan que, el reconocimiento de la gerencia hacia sus trabajadores es regular, porque existe una pequeña proporción de la población la cuál reconoce que los altos mandos de la empresa se interesan por reconocer su desempeño laboral, ayudando a estos a progresar, sin embargo, observamos por medio del gráfico que la mayor parte de los colaboradores consideran que la gerencia no reconoce el desempeño de las actividades que se le otorgan diariamente, llevando indudablemente al desequilibrio emocional y a una desmotivación laboral. Esto, muestra la mala relación interna que se establece en la organización, además en considerar que su staff de trabajadores no es importante para el progreso y bienestar institucional.

Tabla 14: Remuneraciones justas para el buen cumplimiento laboral de los colaboradores

¿La remuneración que se les otorga concuerda con las actividades que realizan?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	38	29,0	29,0	29,0
Válidos No	93	71,0	71,0	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La remuneración que se les otorga concuerda con las actividades que realizan?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 29,01% de la población encuestada, refleja que la remuneración otorgada por la gerencia concuerda con las actividades que realizan los colaboradores dentro de la empresa. Por otro lado, el 70,99% de los

Trabajadores expone que la remuneración que otorga la organización no va de la mano con las actividades que realizan.

- Interpretación

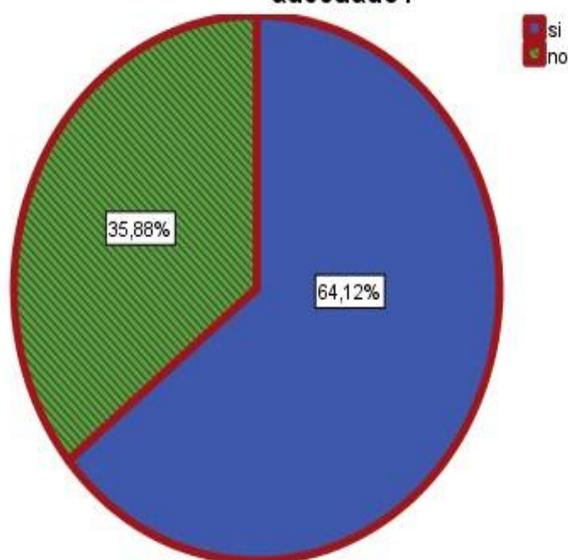
Los resultados establecidos reflejan que la gerencia maneja de manera inadecuada el aspecto económico puesto que existe una considerable cantidad de colaboradores los cuáles no están de acuerdo con la remuneración otorgada por la empresa, porque no concuerdan con las actividades que realizan diariamente; la cuál provoca el desinterés laboral y profesional, además de establecer ciertos rencores por los altos mandos y por los abusos que se cometen día a día logrando que la insatisfacción se apodere del ambiente laboral y provoque crisis institucional. Por otro lado, una proporción muy pequeña de trabajadores están de acuerdo con la cantidad de dinero otorgado a éstos por su labor, en conclusión podemos afirmar que esta aceptación se establece por el puesto en el que se desenvuelven los colaboradores.

Tabla 15: El trabajador y su preocupación por el medio de transporte en el que labora

¿El medio de transporte en el que labora es el adecuado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	84	64,1	64,1	64,1
Válidos No	47	35,9	35,9	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿El medio de transporte en el que labora es el adecuado?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 64,12% del total de la población encuestada considera que el medio de transporte en el que laboran es el adecuado, sin embargo, el 35,88% expresa que el medio de

transporte en el que realizan sus actividades no es el adecuado.

- Interpretación

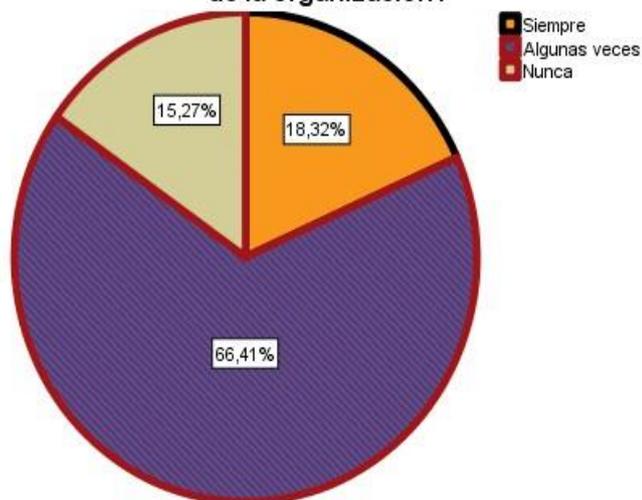
El gráfico expuesto, muestra que una numerable proporción de colaboradores de la empresa Cobra se encuentran satisfechos con el medio de transporte en el que realizan sus tareas diariamente, influyendo en la eficacia de la realización de sus actividades para el aumento de su producción y el reflejo de la calidad profesional con la que cuenta la organización, satisfaciendo indudablemente al trabajador y el cliente, Sin embargo, no podemos hablar de excelencia, pues existen colaboradores los cuáles consideran que el medio de transporte no es el adecuado para realizar sus labores, provocando incomodidad en éstos, dificultando su labor diaria.

Tabla 23: Importancia de la comunicación interna para la identificación del trabajador

¿La gerencia les informa sobre los triunfos y fracasos de la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	24	18,3	18,3	18,3
Algunas veces	87	66,4	66,4	84,7
Nunca	20	15,3	15,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La gerencia les informa sobre los triunfos y fracasos de la organización?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

El 18,32% del total de la población encuestada manifiesta que siempre la gerencia les informa sobre los triunfos y fracasos de la organización, sin embargo, el 66,41% de los

Colaboradores consideran que sólo algunas veces se les informa sobre los

triunfos y fracasos de la empresa, mientras que el 15,27% afirma que nunca la gerencia les informa sobre los triunfos y fracasos de la organización.

- Interpretación

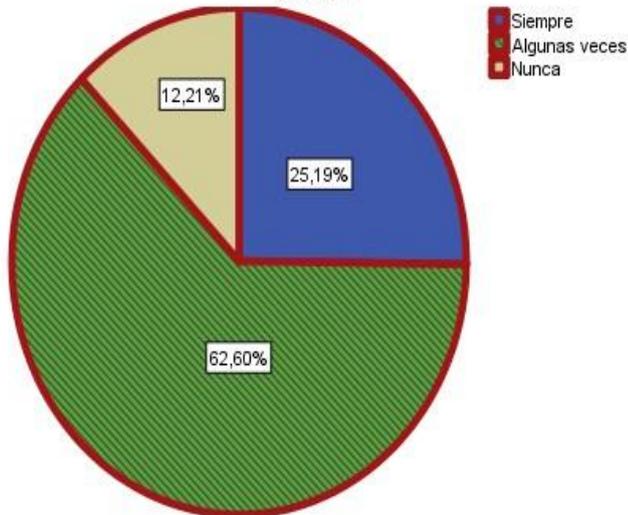
Los resultados planteados en el gráfico anterior reflejan que la comunicación que se establece en la empresa Cobra está totalmente descuidada y debilitada puesto que sólo existe una pequeña cantidad de colaboradores quienes aseguran que la gerencia siempre les informa sobre los triunfos y fracasos de la empresa, no ayudando al ejercicio del éxito empresarial por ser una pequeña cantidad. Además, la mayor parte de estos trabajadores afirman que algunas veces se les informa sobre estos dos importantes puntos, perjudicando la imagen laboral y satisfacción , logrando el desinterés de su staff profesional puesto que la relación ascendente y descendente no se establece con estrategias de comunicación que ayuden a la importancia del ser empresarial (trabajadores). Sin embargo, podemos notar también que pocos son los trabajadores quienes expresan que la gerencia no les informa para nada sobre los triunfos y fracasos, siendo un obstáculo para el crecimiento organizacional.

Tabla 24: Oportunidades otorgadas por la gerencia para la comodidad de sus trabajadores

¿La gerencia les brinda la oportunidad de expresar dudas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	33	25,2	25,2	25,2
Algunas veces	82	62,6	62,6	87,8
Nunca	16	12,2	12,2	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La gerencia les brinda la oportunidad de expresar dudas?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

El 25,19% del total de la población encuestada considera que la gerencia siempre les brinda la oportunidad de expresar sus dudas,

por otro lado, el 62,60% manifiesta que sólo algunas veces les brindan la oportunidad de expresar sus dudas, mientras que el

12,21% afirma que nunca les otorgan la oportunidad de dar a conocer sus dudas.

- Interpretación

Los resultados obtenidos, reflejan que existe una pequeña cantidad de trabajadores los cuáles afirman que la gerencia siempre les brinda la oportunidad de expresar sus dudas, podemos observar que mayor es la proporción de colaboradores los cuáles afirman que la gerencia sólo algunas veces escucha sus dudas, logrando un desempeño deficiente en el servicio y en la participación de las actividades que la organización realiza puesto que no se sentirán importantes. Por otro lado, una pequeñísima proporción considera que la gerencia nunca les brinda la oportunidad a sus trabajadores de expresar sus dudas, llevando a la organización al fracaso absoluto y probablemente a la decisión de reducción de personal.

Tabla 28: Contribución del trabajador para el desarrollo empresarial

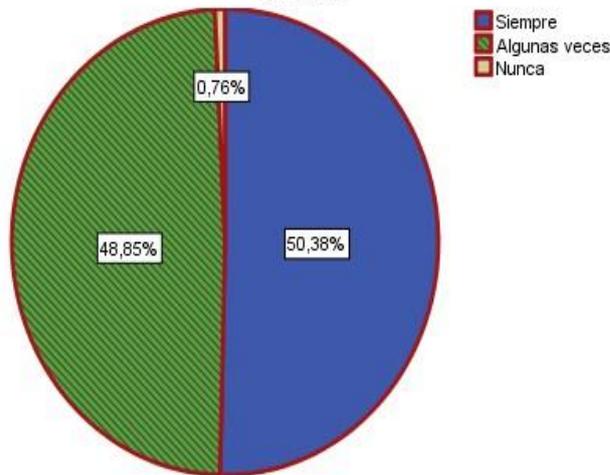
Usted como trabajador ¿contribuye a mejorar la imagen institucional de la organización en la que labora?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	66	50,4	50,4	50,4
Algunas veces	64	48,9	48,9	99,2
Nunca	1	,8	,8	
Total	131	100,0	100,0	100,0

Análisis e interpretación

- Análisis

Usted como trabajador ¿contribuye a mejorar la imagen institucional de la organización en la que labora?



Del total de la población encuestada el 50,38% refleja que siempre contribuyen a mejorar la imagen institucional de la organización en la que laboran, por otro lado, el 48,85% afirma que

Sólo algunas veces contribuyen a mejorar la imagen institucional de la organización en la que laboran; mientras que el 0,76% consideran que nunca contribuyen a mejorar la imagen institucional de su empresa.

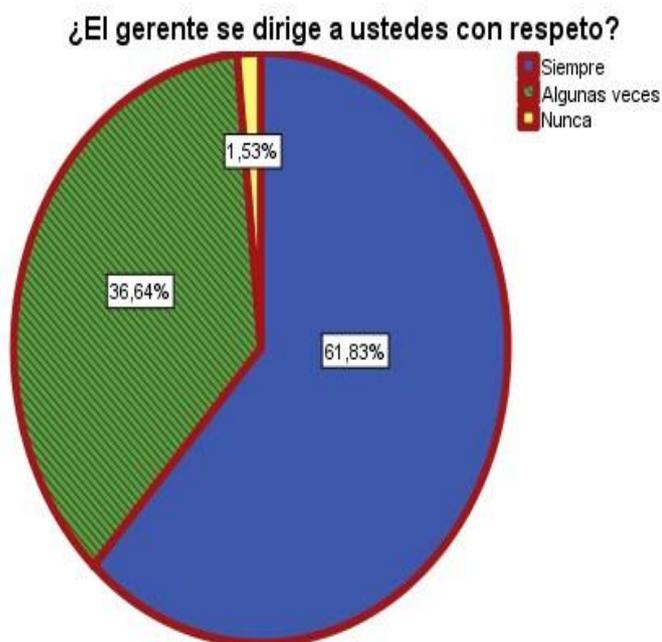
- Interpretación

Los resultados mostrados en el gráfico anterior, muestran que una considerable cantidad de colaboradores de la empresa Cobra contribuyen a mejorar la imagen institucional de la organización en la que laboran, ayudando indudablemente al desarrollo empresarial y al buen rendimiento económico, por otro lado podemos deducir que la organización no puede avanzar tranquilamente pues es preocupante que una gran cantidad de trabajadores manifiesten que sólo algunas veces ayudan a mejorar la imagen institucional de la empresa, porque no logran sentirse satisfechos con la comunicación desarrollada dentro de la organización, evitando el éxito de su casa de trabajo y el aumento de la producción económica, mostrando la falta de identificación empresarial. Por otro lado, una pequeñísima cantidad de colaboradores de la empresa Cobra reflejan que no contribuyen de ninguna manera a mejorar la imagen de la empresa por el simple hecho de que la gerencia no se interesa en su bienestar.

Tabla 31: Respeto del gerente hacia sus trabajadores

¿El gerente se dirige a ustedes con respeto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	81	61,8	61,8	61,8
Algunas veces	48	36,6	36,6	98,5
Nunca	2	1,5	1,5	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

• Análisis

El 61,83% del total de la población encuestada, manifiesta que el gerente siempre se dirige a ellos con respeto. Sin embargo, el 36,64% afirma que solo algunas veces el gerente se dirige a ellos con respeto. Mientras que el 1,53% considera que el gerente nunca se dirige a ellos con respeto.

- Interpretación

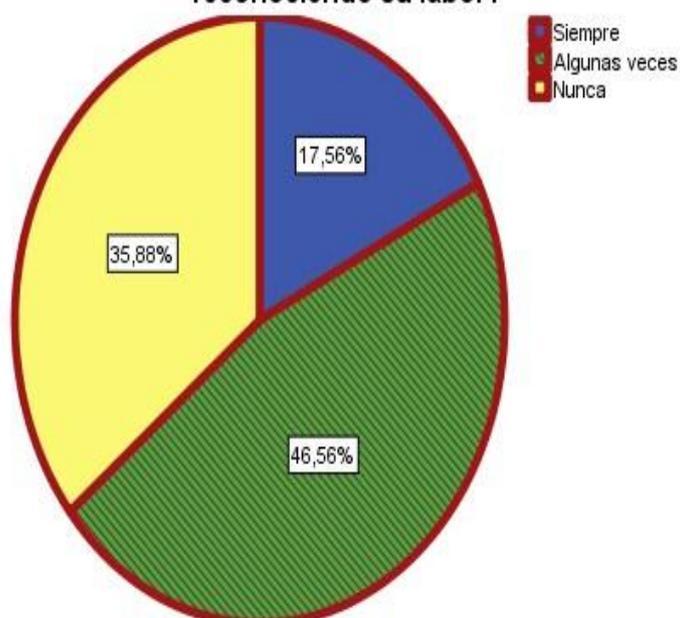
Los resultados que se exponen en el gráfico, reflejan que una gran cantidad de la población encuestada se encuentran satisfechos pues el gerente se dirige a ellos con respeto, lo cual deberían sentir de manera uniforme todos los colaboradores para evitar contrariedades y llevar a la empresa al rotundo éxito, pero sin embargo, encontramos una proporción preocupante de trabajadores que afirman que algunas veces la falta de respeto del gerente al momento de dirigirse a ellos se da algunas veces, cultivando un total desagrado hacia el líder y mostrando la falta de preparación profesional con la que éste cuenta. Por último, podemos observar que una pequeñísima proporción de la población confiesa que el gerente nunca se dirige a ellos con respeto, perdiendo el valor fundamental en toda empresa para lograr una excelente relación interna.

Tabla 33: Importancia de los beneficios organizacionales

¿La organización entrega premios o incentivos reconociendo su labor?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	23	17,6	17,6	17,6
Algunas Válidos veces	61	46,6	46,6	64,1
Nunca	47	35,9	35,9	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La organización entrega premios o incentivos reconociendo su labor?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 17,56% del total de la población encuestada manifiesta que la organización siempre entrega premios o incentivos reconociendo su labor, además el 46,56% afirma que sólo algunas veces la empresa entrega

premios o incentivos por su labor, mientras que el 35,88% establece que la organización nunca entrega premios o incentivos reconociendo su labor.

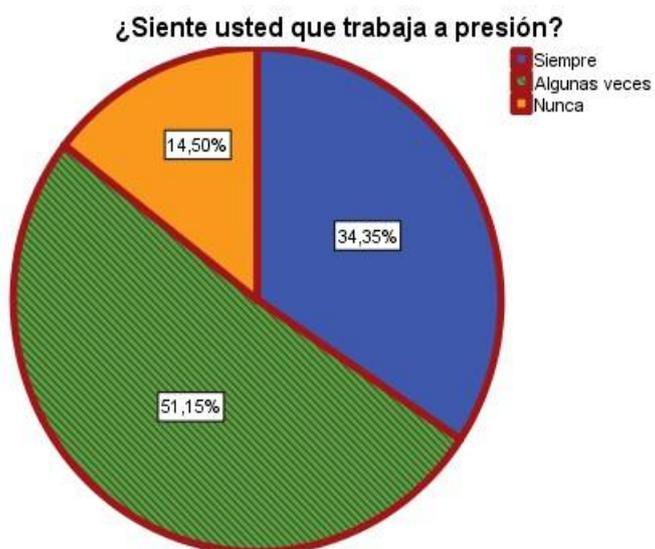
- Interpretación

Los resultados obtenidos reflejan que la mayor cantidad de trabajadores de la empresa Cobra, afirman que sólo algunas veces la organización entrega premios o incentivos a los colaboradores reconociendo su labor, estructurando un ambiente negativo, lleno de insatisfacción e inseguridad. Por otro lado, una pequeña cantidad de trabajadores manifiestan que siempre la organización les entrega premios e incentivos, sin embargo, este número de personas es muy pequeño y no influye en el vencimiento de obstáculos organizacionales. Existe también una población considerable de trabajadores los cuáles confiesan que nunca les entregan premios o incentivos reconociendo su labor, siendo una fuente poderosa para justificar su falta de identidad empresarial e interés laboral.

Tabla 35: Consecuencias del trabajo a presión en la organización

¿Siente usted que trabaja a presión?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	45	34,4	34,4	34,4
Algunas veces	67	51,1	51,1	85,5
Nunca	19	14,5	14,5	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

- **Análisis**

El 34,35% del total de la población encuestada afirma que siempre sienten que trabajan a presión. Mientras que el 51,15% manifiesta que solo algunas veces trabajan a presión. Por otro lado, un 14,50% de los colaboradores reflejan que nunca han sentido que trabajan a presión.

- Interpretación

Los resultados obtenidos reflejan que una gran población de colaboradores de la empresa Cobra se siente totalmente desmotivados pues trabajan con temor porque la exigencia es exagerada ,manifestando que algunas veces trabajan a presión, siendo ésta reforzada por otra considerable cantidad de población que afirmaron que siempre realizan un trabajo a presión provocando la inestabilidad en la calidad del servicio y la relación que puedan tener con el gerente, afectando también las relaciones corporativas que puedan surgir en el transcurso de los días. Sin embargo, existe una pequeñísima cantidad de trabajadores los cuáles confiesan que nunca han sentido que laboran a presión, con ello podemos ver que el trato a éstos es diferente por diversas razones provocando envidia y discusiones.

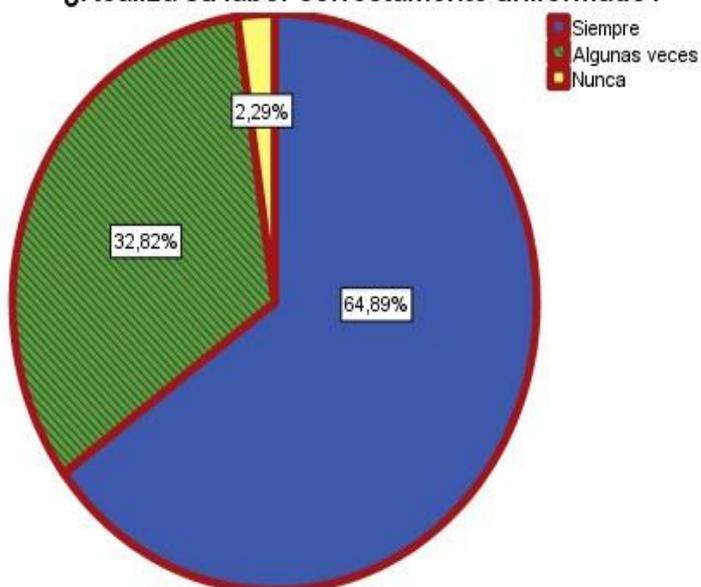
Tabla 38: La imagen del trabajador, requisito fundamental para el éxito de la organización.

¿Realiza su labor correctamente uniformado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	85	64,9	64,9	64,9
Algunas veces	43	32,8	32,8	97,7
Nunca	3	2,3	2,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

¿Realiza su labor correctamente uniformado?



• Análisis

Del total de la población encuestada, el 64,89% de los colaboradores afirma que siempre realizan su labor correctamente uniformados. Por otro lado, el 32,82% considera que solo

algunas veces realizan su labor correctamente uniformados. Mientras que el 2,29% manifiesta que nunca realizan su labor correctamente uniformados.

- Interpretación

El gráfico mostrando refleja que la presentación personal de los trabajadores es buena en su mayoría pero no excelente puesto que existe una considerable población la cual afirma que solo algunas veces realizan su labor correctamente uniformados y otra la cual confiesa que nunca realizan su labor con una adecuada presentación personal, provocando la pérdida de clientes y el rechazo del mercado, permitiendo que otras organizaciones dedicadas al mismo rubro se posicionen rápidamente. Por otro lado, esto se da muchas veces por el descuido de la gerencia pues no se dan cuenta que es un modo de satisfacción, el cual es su deber cumplir por el bien de la imagen corporativa.

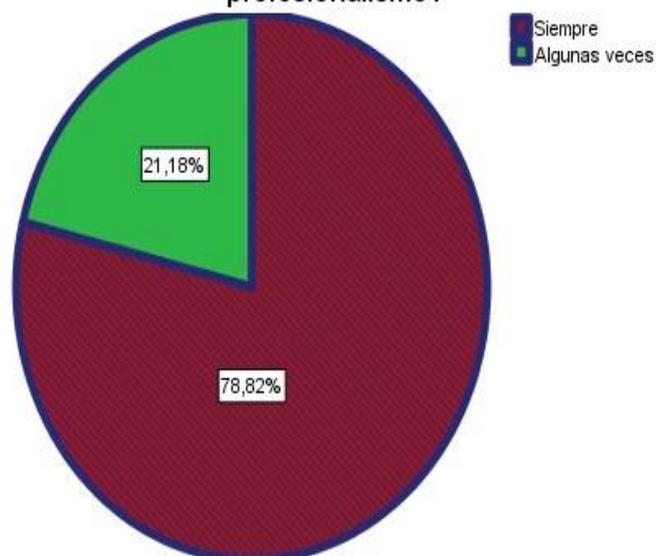
CLIENTES

Tabla 1: Importancia de trabajar con responsabilidad.

¿El trabajador realiza su labor con responsabilidad y profesionalismo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Siempre	67	78,8	78,8	78,8
Algunas veces	18	21,2	21,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿El trabajador realiza su labor con responsabilidad y profesionalismo?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 78,82% del total de la población encuestada afirma que el trabajador siempre realiza su labor con responsabilidad y

profesionalismo, mientras que el 21,18% considera que el trabajador algunas veces realiza su labor con responsabilidad y profesionalismo.

- Interpretación

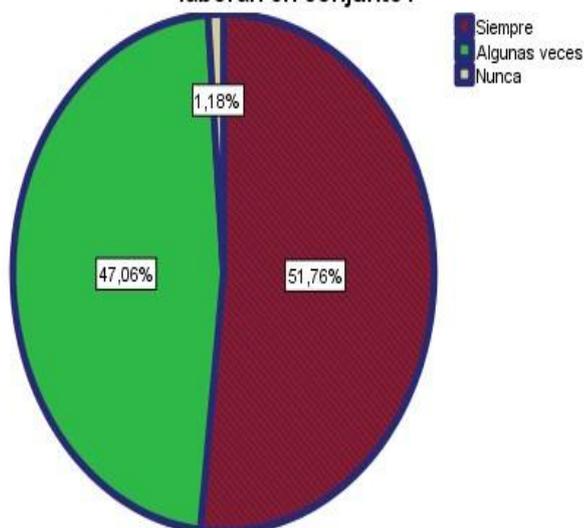
Los resultados mostrados en el gráfico anterior, reflejan que la mayor cantidad de clientes potenciales consideran que los trabajadores de la empresa Cobra siempre realizan su labor con responsabilidad y profesionalismo, logrando captar más clientes brindando una imagen lógica y eficaz, la cual refleja identificación y responsabilidad. Sin embargo, podemos concluir que su servicio no es el que se quiere para la organización puesto que se encuentra una proporción considerable de colaboradores quienes según los clientes afirman que no realizan su labor cómo debe de ser, pues muchas veces la impuntualidad, o mal servicio ha provocado las quejas de éstos quienes notan la insatisfacción de los trabajadores con su actividad.

Tabla 3: El trabajo en equipo como factor de interacción

¿Cree que los trabajadores de la empresa cobra laboran en conjunto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	44	51,8	51,8	51,8
Algunas veces	40	47,1	47,1	98,8
Nunca	1	1,2	1,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Cree que los trabajadores de la empresa cobra laboran en conjunto?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 51,76% del total de la población encuestada afirma que los trabajadores de la empresa cobra siempre laboran en conjunto, mientras que el 47,06% considera que los trabajadores de la empresa cobra algunas veces laboran en conjunto y el 1,18% manifiesta que los trabajadores de la empresa cobra nunca laboran en conjunto.

- Interpretación

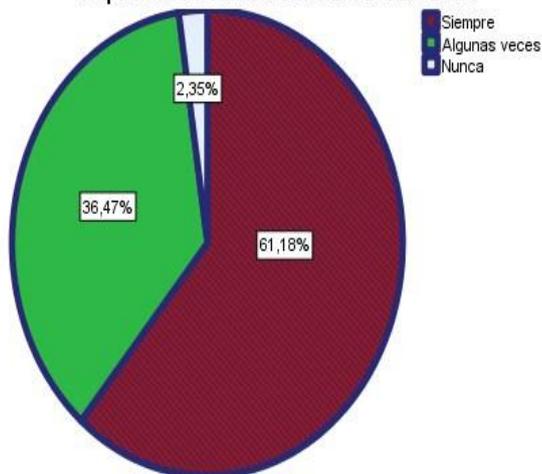
Los resultados obtenidos, reflejan que los colaboradores de la empresa Cobra no conocen nada sobre trabajo en equipo y comunicación corporativa puesto que, una gran cantidad de clientes potenciales manifiestan que estos algunas veces laboran en conjunto, dificultando en el desarrollo de la empresa pues no se ayudan por la falta de uniformidad en el trato que se les brinda siendo todo esto es percibido por el cliente. Por otro lado, a pesar que existe una considerable cantidad de clientes quienes afirman que los trabajadores de la empresa cobra si laboran en conjunto, pero no muestran interés alguno provocando que su marca no se posicione en la mente del solicitando (cliente). Además, es preocupante saber que una proporción de clientes consideran que nunca laboran en conjunto los que recurren al servicio.

Tabla 4: Preparación profesional para el buen desempeño laboral

¿El trabajador se expresa de manera coherente y respetuosa cuando atiende el servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	52	61,2	61,2	61,2
Algunas Válidos veces	31	36,5	36,5	97,6
Nunca	2	2,4	2,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿El trabajador se expresa de manera coherente y respetuosa cuando atiende el servicio?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada, el 61,18% de los clientes potenciales afirman que el trabajador siempre se expresa de manera coherente y respetuosa cuando atiende el servicio, sin embargo, un 36,47% considera que el trabajador sólo algunas veces se expresa de manera coherente y respetuosa cuando atiende el servicio, mientras que el 2,35% manifiesta que el trabajador nunca se expresa de manera coherente y respetuosa al momento de atender el servicio solicitado.

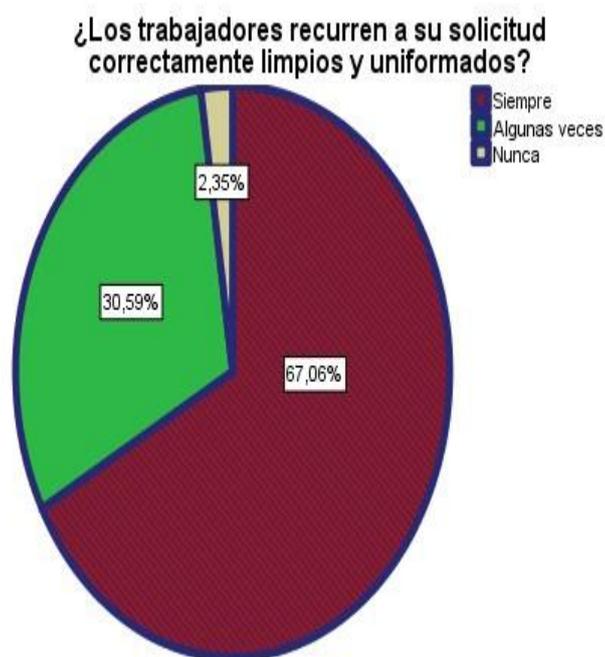
- Interpretación

Los resultados obtenidos reflejan que el trabajador debe poner más énfasis en su preparación profesional asistiendo a todas las capacitaciones que realice la organización para poder saber enfrentar a sus clientes potenciales de la mejor manera otorgándoles confianza. Todo esto es establecido debido a que existe una cantidad considerable de colaboradores los cuáles no saben expresarse y dirigirse a su público sembrando en ellos una profunda decepción puesto que sólo algunas veces o nunca lo practican. Sin embargo, como observamos en el gráfico la organización tiene a más de la mitad de su público externo satisfecho, por el cual la gerencia debe trabajar para mantenerlos y ganar más terreno en el mercado.

Tabla5: Importancia de la presentación personal del trabajador, para ganar clientes

¿Los trabajadores recurren a su solicitud correctamente limpios y uniformados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	57	67,1	67,1	67,1
Algunas veces	26	30,6	30,6	97,6
Nunca	2	2,4	2,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

• Análisis

El 67,06% del total de la población encuestada, manifiesta que los trabajadores siempre recurren a su solicitud correctamente limpios y uniformados, sin embargo, el 30,59% afirma que los trabajadores sólo algunas veces recurren a su

solicitud correctamente limpios y uniformados , mientras que el 2,35% considera que los trabajadores nunca recurren a su solicitud correctamente limpios y uniformados.

- Interpretación

Los resultados obtenidos en el siguiente gráfico nos reflejan que la mayor parte de los trabajadores siempre se dirigen a sus clientes correctamente presentables (limpios y uniformados), ayudando a ganar fidelidad aumentando la producción empresarial, forjando de esta manera nuevos puestos de trabajo y el aumento de los beneficios, sin embargo, este proceso se queda estancado definitivamente por la cantidad considerable de clientes los cuáles afirman que los trabajadores algunas veces recurren su solicitud correctamente limpios y uniformados , debilitando la barrera de progreso, siendo comprobada con un grupo pequeño de clientes los cuales manifiestan que los trabajadores nunca recurren con una buena presentación personal, mostrando indicios de insatisfacción.

Tabla8: La organización y su interés por mejorar la imagen de sus trabajadores

¿La imagen que brindan los trabajadores es adecuada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	76	89,4	89,4	89,4
Válidos No	9	10,6	10,6	100,0
Total	85	100,0	100,0	



trabajadores no es la adecuada.

Análisis e interpretación

- Análisis

Del 89,41% del total de la población encuestada afirma que la imagen que siempre brindan los trabajadores es la adecuada. Mientras que el 10,59% considera que la imagen que brindan los

- Interpretación

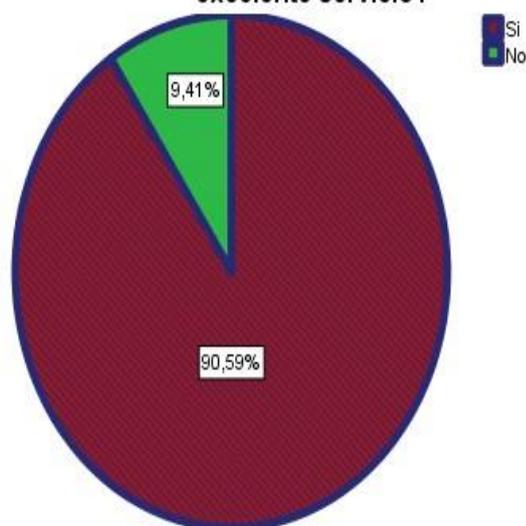
El gráfico obtenido refleja que la gerencia de la empresa Cobra necesita preocuparse por comunicarse más con sus colaboradores y conocer sus necesidades para de este modo encontrar en ellos el herramienta necesaria que ubique en primer lugar a la organización, debido a que solo una pequeña cantidad encuestados afirmó que los colaboradores no brindan una imagen adecuada, sin embargo, gracias a la responsabilidad de éstos por mantenerse siempre limpios, se encontró un gran cantidad de clientes los cuáles manifestaron que los trabajadores sí brindan una imagen adecuada, ayudando convencer a los clientes que no dejen de pertenecer a su empresa. Este aspecto es muy importante pues la primera impresión es la que cuenta realmente.

Tabla9: Influencia de la remuneración en su trabajo

¿Considera que los trabajadores de la empresa cobra deben ser bien remunerados pues brindan un excelente servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	77	90,6	90,6	90,6
Válidos No	8	9,4	9,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Considera que los trabajadores de la empresa cobra deben ser bien remunerados pues brindan un excelente servicio?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada el 90,59% afirma que si consideran que los trabajadores de la empresa Cobra deben ser bien remunerados pues brindan un excelente servicio.

Mientras que el 9.41% considera que no deben ser bien remunerados pues no brindan un excelente servicio.

- Interpretación

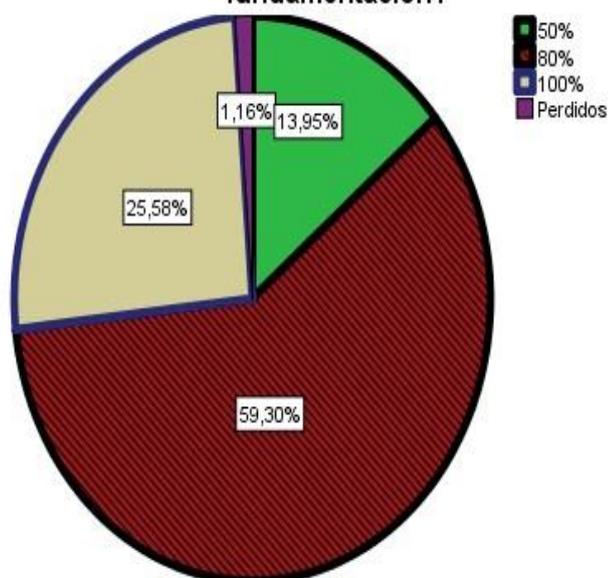
El gráfico mostrado nos muestra que la ejecución de las tareas de los trabajadores está en muy buen nivel, pues el noventa por ciento de los clientes potenciales encuestados, afirman que sí deben ser remunerados por su servicio, ya que son eficientes y eficaces en la ejecución de sus tareas, sin embargo, cuentan con ciertos rasgos que la gerencia debe mejorar como la actitud, la identificación, la comunicación, etc., haciendo aparecer una proporción de clientes pequeña que manifiestan que no se les debe pagar bien pues su servicio no es excelente, siendo un pilar negativo que de una u otra forma repercute en la toma de decisiones del público y en la satisfacción gerencial.

Tabla 17; Habilidad laboral para solucionar problemas

¿El empleado resuelve sus dudas con respeto y fundamentación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	50%	12	14,0	14,1
	80%	51	59,3	74,1
	100%			
	Total	22	25,6	25,9
Perdidos	Sistema	85	98,8	100,0
		1	1,2	
Total	86	100,0		

¿El empleado resuelve sus dudas con respeto y fundamentación?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada el 13,95% considera que el empleado resuelve sus dudas con respeto y fundamentación en un 50%. Por otro el 59,30% manifiesta que resuelve sus dudas en un 80%, mientras que algunos

manifiestan que los trabajadores resuelven las dudas de un 25,58% en 100% y 1,16% son elementos perdidos.

- Interpretación

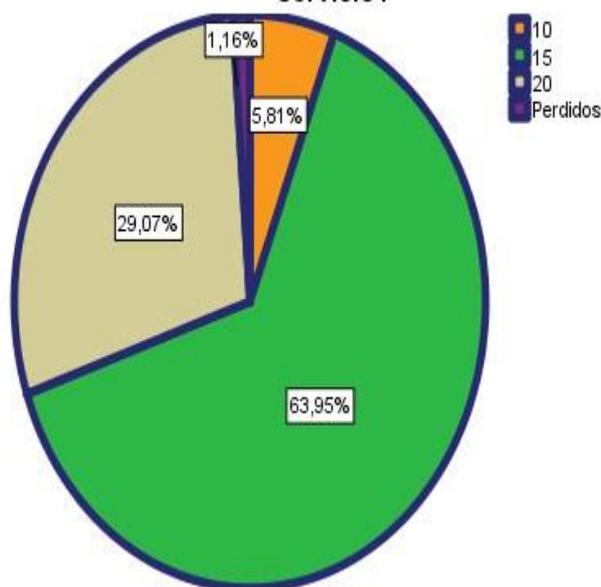
El gráfico obtenido nos refleja que los trabajadores de la empresa Cobra resuelven las dudas de la mayor cantidad de la población encuestada en un 80% , siendo un factor favorable para recuperar y ganar a clientes los cuáles confían a ciegas en la calidad de su servicio, sin embargo, también se encontró a clientes los cuales reflejaron que resuelven sus dudas en un 50 y 100% , es así como la organización debe trabajar más para lograr llegar al 100% y mostrar a la competencia quien es la empresa líder en este segmento, mejorando las relaciones corporativas y humanas de la organización.

Tabla 18: Importancia de la evaluación del cliente en el desempeño del colaborador

¿Qué nota le pondría al trabajador que realiza el servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
10	5	5,8	5,9	5,9
15	55	64,0	64,7	70,6
20	25	29,1	29,4	100,0
Válidos Total	85	98,8	100,0	
Perdidos Sistema	1	1,2		
Total	86	100,0		

¿Qué nota le pondría al trabajador que realiza el servicio?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 5,81% de la población encuestada otorgó una nota en base a 10 al trabajador que realiza el servicio. Por otro lado, el 63,95, evaluó con una nota en

base a 15 al trabajador que realiza el servicio. Mientras que el 29,07% otorgó una nota en base a 20 al trabajador que realiza el servicio.

- Interpretación

Los resultados obtenidos reflejan que el servicio que realizan los trabajadores es regular, porque una gran cantidad de clientes encuestados otorgaron como nota de servicio un 15, lo cuál no está mal pero lo que se quiere en toda organización es ir por el 20, nota la cual sólo una proporción de clientes la otorgó, sin embargo, también encontramos a una pequeña cantidad de la población los cuáles manifestaron un 10 a la realización del servicio, es decir algunos trabajadores aún no se encuentran identificados con la organización y perjudican la calidad y responsabilidad que caracteriza a la empresa.

Entrevista encargados del área

27) ¿Considera usted que comunicarle a sus trabajadores sobre los triunfos y pérdidas de la empresa es esencial para el desarrollo de sus actividades?

Según la opinión de los expertos en el área de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, se puede deducir que es de total importancia comunicarle a los colaboradores sobre los triunfos y pérdidas de la empresa, pues son el pilar más importante influyente en el éxito organizacional, el cuál permite motivarlos e incentivarlos en la búsqueda de soluciones y estrategias que puedan ayudar a resolver contrariedades interna o externamente, logrando mejorar su labor profesional para ganar más clientes y aumentar en la producción económica de la organización.

28) ¿Por qué es importante mantener constantemente la comunicación con sus colaboradores?

Los encargados del área de Relaciones Públicas de la empresa "Cobra", manifestaron que es imprescindible mantener constantemente una comunicación con el equipo de trabajo para conocer la problemática que surge dentro y fuera de la empresa o con el trabajador personalmente, de esta manera detectar fallas empezando así a idear estrategias que ayuden a corregir estos problemas, alcanzando los objetivos propuestos como organización.

29) ¿Acepta con respeto los aportes realizados por sus colaboradores?

¿Por qué?

Analizando la opinión de los profesionales en Relaciones Públicas que laboran en la empresa colaboradora de Movistar, se puede manifestar que; el que la gerencia acepte con respeto los aportes realizados por sus trabajadores es un

aspecto que repercute en el desarrollo de la empresa pues se puede mejorar la administración y hacer sentir a estos que son importantes y el eje principal de la empresa para llegar a lograr un buen aumento económico.

30) ¿Considera que gracias a sus colaboradores se logrará mantener una estrecha relación con los clientes y proveedores?

La opinión de los profesionales en Relaciones Públicas que laboran en la empresa Cobra, nos refleja que los colaboradores cumplen el papel más fuerte en la organización pues tratan directamente con el cliente dependiendo de ellos que la empresa tenga una excelente imagen y aceptación, además manifiestan que esto se logra con un trabajo en equipo, constante y de calidad.

31) ¿Cuáles son las estrategias de Comunicación que utiliza su departamento para lograr captar más clientes?

Según la opinión de los encargados del departamento de Relaciones Públicas, se puede deducir que las estrategias de comunicación efectivamente ayudan a la buena producción e interacción con los clientes, en este caso se basan en la realización de charlas al inicio de las actividades, publicaciones informativas en determinadas áreas, estableciendo una buena imagen, además la implementación de vestimenta y diversas herramientas de trabajo permiten establecer la satisfacción laboral.

32) ¿Cuál es el grado de importancia de las Relaciones Públicas en su organización?

Los encargados del área de Relaciones Públicas de la empresa “Cobra”, manifiestan que su área de trabajo es sumamente importante puesto que ayuda a la interacción para formar buenos grupos de trabajo y de esta manera obtener diversos beneficios que aseguren la calidad y el éxito de la organización. Recordemos que por medio de esta ciencia se logran las buenas relaciones humanas y se forman con grandes líderes.

10) ¿A qué se refieren las empresas cuando hablan de comunicación interpersonal?

Los encargados en el área de relaciones públicas, consideran que las empresas establecen el término comunicación interpersonal cuando realizan un proceso de interacción cara a cara para no perjudicar a su público (clientes), estando asociado también los sentimientos, emociones que van a permitir el surgimiento de una reacción ya sea positiva o negativa, es aquí donde el líder llega a estructurar sistema de confraternidad que motiven y reconcilien. Esta comunicación es importante para aclarar dudas o percances que pueden herir la dignidad, honor o imagen de algún integrante.

11) ¿Por qué cree que es importante que sus trabajadores conozcan la historia de su organización?

Según la opinión que establecen los encargados del departamento de Relaciones Públicas, podemos deducir que es muy importante que el trabajador conozca la historia de su organización, pues establecerá una visión de estabilidad e identificación que permita mostrar la responsabilidad y el interés de mejorar no sólo económicamente sino también institucional y profesionalmente. Por otro lado, los expertos confiesan que en su organización muy pocos se preocupan por conocer este importante lado de su casa de labores.

12) ¿Considera que la imagen que los trabajadores brinden de la empresa al momento de realizar sus labores repercutan en el éxito de la organización?

Los encargados del área de Relaciones Públicas de la organización estudiada, consideran que, efectivamente la imagen que refleje un trabajador cuando recurre a realizar un servicio es imprescindible pues todo entra por los ojos siendo de esta manera la primera imagen la que cuenta para lograr obtener buenos comentarios y felicitaciones por parte de clientes que motiven y

reconozcan el esfuerzo, aumentado la cartera de clientes. Debemos tener en cuenta que la imagen es un elemento que permite evaluar desde fuera a la empresa.

13) ¿Todos sus trabajadores se identifican con la organización? ¿Por qué?

Los profesionales encargados del área de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, afirman que todos sus colaboradores se identifican con la organización puesto que el trato y la remuneración que reciben es la correcta para lograr motivarlos, además participan en las diversas actividades laborales y motivacionales que el departamento organiza.

14) ¿Cree que es importante que los trabajadores laboren con una adecuada vestimenta?

Según la opinión de los profesionales que laboran en el área de Relaciones Públicas, podemos deducir que la imagen personal de los colaboradores es lo primero en que se debe preocupar la gerencia pues depende de ello transmitirán confianza, legitimidad y sobre todo seguridad. Esto muchas veces se ve como un aspecto de contribución de los colaboradores a la empresa y claro está por el simple hecho del aseo personal, que tiene mucho poder para el convencimiento y el respeto sintiéndose cómodos e importantes. Por ello la organización debe otorgar cada que se solicite nuevos uniformes puesto que el trabajo requiere de mucho esfuerzo.

15) ¿Para usted es importante que la empresa reconozcan los triunfos de sus trabajadores para que éstos laboren satisfechos?

La opinión de los jefes de Relaciones Públicas, refleja que el reconocer los triunfos de los colaboradores es una tarea que no debe faltar dentro de la organización pues permiten la fidelidad en el tiempo de servicio y sobre todo

la satisfacción que permitirá establecer mayor énfasis e interés en el desarrollo de la empresa, aportando con actitud positiva a resolver alguna contrariedad.

16) Por qué cree que la confianza que brinde el líder es la clave que influye en el éxito del desenvolvimiento de los trabajadores?

Según la opinión de los encargados en el área de Relaciones Públicas, se concluye que la confianza es un aspecto fundamental para que, el colaborador labore sin temor, sintiéndose conforme con la designación del líder y de esta manera lograr que los trabajadores aprendan a escuchar siguiendo el ejemplo del que les expone (líder) para así lograr los objetivos propuestos. Evitando también el trabajo a presión exagerada el cuál ha llevado a muchas empresas a la quiebra por la incomodidad.

17) ¿Cuáles son las estrategias que tiene en cuenta la organización para lograr un excelente nivel de desempeño en sus trabajadores?

Los encargados del área de relaciones públicas de la empresa Colaboradora de movistar “cobra”, reflejan que las estrategias que utilizan para lograr un gran nivel de desempeño en sus trabajadores se basan en la interacción, comunicación, buena organización, bonificación y reconocimientos del buen desempeño, con la finalidad de forjar gran imagen y posicionamiento, mostrando verdadero interés en su bienestar y comodidad absoluta.

22) ¿Cuál es el valor que se le brinda al departamento de Relaciones Públicas en la organización?

Los jefes encargados en manejar el departamento de Relaciones Públicas de la empresa, afirman que esta área tiene un gran valor dentro de la organización, puesto que es el medio principal que permite estudiar diversos fenómenos tanto internos como externos .Por otro lado, refuerza las relaciones humanas enseñando el verdadero sentido del triunfo, brindando a los colaboradores mayores beneficios

Entrevista expertos

25. Para usted ¿Es importante que una empresa realice de manera efectiva una comunicación interna y externa?

Según la opinión de los expertos en la rama de las Relaciones Públicas hoy llamadas Relaciones Corporativas, se puede concluir que es de total importancia que la empresa realice una comunicación efectiva tanto interna como externamente pues es la base para el logro, teniendo en cuenta la realidad y efectividad, evitando cualquier mal manejo que perjudique, la imagen, la identificación y la interacción.

26. ¿Considera que en una organización las opiniones de los trabajadores ayudan al éxito de la institución?

Los expertos en Relaciones Públicas, consideran que dentro de una organización la opinión de los colaboradores es primordial puesto que, deben lograr que aquellos sientan que tienen voz y voto en las acciones que se ejecuten con el fin de lograr la interacción institucional, social y laboral, para estructurar buenas relaciones corporativas elaborando una imagen real hacia la comunidad.

4. ¿Qué son las Relaciones Públicas?

Los expertos en la rama de las Relaciones Públicas, afirman que esta rama de la Comunicación es una disciplina Psicosocial Administrativa que obedece a una situación perfectamente investigada para fortalecer la imagen, llevando al éxito rotundo a la organización en donde se practique.

5. ¿Qué es para usted la comunicación interpersonal y cómo repercute en la actitud de los trabajadores?

Según la opinión de los expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas, consideran que la comunicación interpersonal discurre entre los trabajadores de manera formal e informal, integrando e identificando el camino para la satisfacción laboral, ayudando a los colaboradores a afrontar los problemas cara a cara, logrando establecer buenas relaciones para el éxito de la empresa, laborando en conjunto.

7. Desde su punto de vista ¿Es importante estudiar la comunicación interpersonal dentro de la investigación?

Los especialistas en Relaciones Públicas, afirman que la comunicación interpersonal permite consagrar los objetivos, conociendo cómo se ven, cómo se consideran, observando si existe o no interés por contribuir a la organización y a una correcta relación corporativa.

8. ¿Cuándo cree usted que un trabajador contribuye de manera desinteresada en el desarrollo de su organización?

Los expertos en el departamento de Relaciones Públicas manifiestan que, un trabajador contribuye a la organización de manera desinteresada cuando se siente identificado por el buen trato, los beneficios, las oportunidades y la importancia que se les brinda. Además, también se puede observar que la contribución se establece por el orgullo y el prestigio con el que cuenta la organización.

10. ¿Cree que el tomar en cuenta la contribución del trabajador en mi investigación ayudará a estudiar la realidad de la organización en cuanto a la interacción?

Los profesionales expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas consideran que la contribución del trabajador en mi investigación ayudará a estudiar la realidad de la organización para lograr la interacción pues es un componente que muestra que uno es la razón de ser de otro para el triunfo organizacional.

11. ¿La tasa de clientes de una organización aumenta por la correcta imagen que emplee el trabajador?

Los expertos en Relaciones Públicas manifiestan que, la imagen que el trabajador proyecte es fundamental para ganar mercado, pues todo entra por los ojos y se estructura por el compromiso puesto que éstos son el capital humano que funciona como imán organizacional.

12. ¿Qué papel cree que desenvolverá la identidad institucional en mi proyecto de estudio?

Los especialistas en Relaciones Públicas consideran que el papel que juega la identidad institucional es preponderante pues detrás de toda empresa hay componentes, estructurando una excelente imagen real, mostrando su satisfacción.

13. ¿Considera que el gerente debe verificar constantemente que sus trabajadores se encuentren satisfechos?

Según la opinión de los expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas, se puede concluir que esto es lo que se debería hacer sin embargo, es letra muerta en muchas instituciones las cuáles han

perdido prestigio. Por otro lado manifiestan también que el gerente debe verificar constantemente la satisfacción de su personal a través de informes para poder estar preparado a enfrentar alguna contrariedad.

14. ¿Piensa que hoy en día los gerentes se preocupan por mantener satisfechos a sus trabajadores? ¿Por qué?

Los expertos en la rama de las Relaciones Públicas o Corporativas, consideran que, muchos de los gerentes no se preocupan por mantener la satisfacción en su grupo de trabajo y si los hacen no es por voluntad sino por las diversas leyes que respaldas a éstos, sin darse cuenta que mejoran el ambiente y la relación comunicacional entre los miembros.

15. ¿La satisfacción concuerda con mi tema laboral de investigación?
¿Por qué?

Los especialistas en la ciencia de las Relaciones Públicas, afirman que la satisfacción laboral es muy importante para lograr desarrollar esta disciplina de manera interna y externa, puesto que si un grupo no identifica con la organización no podrá otorgar logros ni se le podrá brindar incentivos.

16. ¿Por qué es imprescindible que los trabajadores se sientan cómodos al realizar sus labores?

Según el punto de vista de los especialistas en la rama de las Relaciones Públicas, manifiestan que la comodidad de los trabajadores es un elemento fundamental para mejorar el rendimiento

y los triunfos de la organización, de esta manera puedan resolver todas las dudas de los clientes mostrando total preparación y profesionalismo.

17. Cree que el trabajo a presión ayuda a que los empleados laboren eficazmente?

La opinión establecida por los expertos en esta rama de la Comunicación, manifiestan dos puntos de vista, el primero afirma que el trabajo a presión sí ayuda a que los empleados laboren eficazmente pues están en constante revisión haciendo más responsables. Por otro lado, el segundo punto nos expresa que la presión no ayuda al buen desenvolvimiento pues alarma a los colaboradores logrando que éstos cumplan por cumplir y no por contribuir.

- **RESULTADO**

Como se conoce en el mundo empresarial, las Relaciones Públicas es una disciplina de la comunicación que ayuda al progreso de la organización, sin embargo, de acuerdo a las tablas de la encuesta aplicada a los trabajadores 1,5,6,7,8,9,11,12,13,14,15,23,24,28,31,33,35,38; a las tablas de la encuesta realizada a los clientes potenciales 1,3,4,5,8,9,17,18, además de las respuestas 1,2,3,4,5,6,10,11,12,13,14,15,16,17,22 de la entrevista realizada a los encargados del departamento de Relaciones Públicas de la empresa “Cobra” y de las respuestas otorgadas por los expertos en los ítems 1,2,4,5,7,8,10,11,12,13,14,15,16,17. Se puede demostrar que la hipótesis número uno queda **DISPROBADA**.

Puesto que los colaboradores de la empresa manifiestan total insatisfacción debido a que el departamento de Relaciones Públicas no ha ejecutado adecuadamente esta ciencia para una correcta comunicación ,porque la gerencia al no escuchar las opiniones que su staff le otorgue con respeto, logra que se sientan rechazados e inservibles en el progreso y éxito organizacional, evitando que sus trabajadores realicen sus actividades o tareas diarias con responsabilidad, debilitando la confianza ascendente , descendente y la imagen e identidad institucional.

Además, las Relaciones Públicas de la empresa Cobra no está siendo manejada con estrategias puesto que los trabajadores laboran bajo presión, con materiales inadecuados y con una remuneración realmente insuficiente que no concuerda con sus actividades diarias, olvidándose por completo de contribuir en el progreso de las relaciones humanas y empresariales, es por ello que existe un desinterés de éstos al momento de asistir a capacitaciones, actividades o reuniones fuera o dentro del horario de labor para poder resolver alguna contrariedad, también se observa que la gerencia no se preocupa por entregar premios o incentivos reconociendo el esfuerzo que éstos realizan para llegar al punto donde cumplirán su servicio, trabajando

hasta feriados para poder subsistir dentro de la organización así sus derechos laborales no estén siendo respetados.

El departamento de Relaciones Públicas provoca inconscientemente quizá, la pérdida de posicionamiento en el mercado y el progreso de la competencia debido a que su personal lógicamente no se va a preocupar por realizar su servicio con profesionalismo, resquebrajando la unión entre compañeros por la simple razón de la uniformidad corporativa (preferencias), utilizando un léxico inadecuado al momento de dirigirse a su público consumidor quién tendrá muchas dudas las cuáles no son resueltas por los que asisten a realizar la instalación, es de allí donde nace la incomodidad de los clientes potenciales que evalúan deficientemente el desarrollo del trabajo de esta empresa.

Sin embargo, aunque los encargados del área de esta organización confirman que sí establecen comunicación con sus trabajadores, sí les informan sobre los triunfos y pérdidas de la empresa, si ayudan a corregir problemas aceptando opiniones, que sí brindan remuneración, facilidades en fin que las Relaciones Públicas las desarrollan de manera adecuada. Pero, todo lo desarrollado por estos profesionales es adecuado dentro de su perspectiva laboral pues lo que deben estudiar es que todo su equipo se encuentre satisfecho con el manejo de las Relaciones Públicas y aceptar la realidad de su ineficiencia profesional para mejorar y motivar a todos sus colaboradores, teniendo la tarea de restaurar su estrategia de comunicación e interacción, además deben recordar que las Relaciones Públicas son una disciplina de la comunicación que permite la interacción y el éxito de la organización la cual forma una imagen, identificación y organización que sin duda alguna afronta problemas, aumenta clientes y permite ser líder en el mercado.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°2

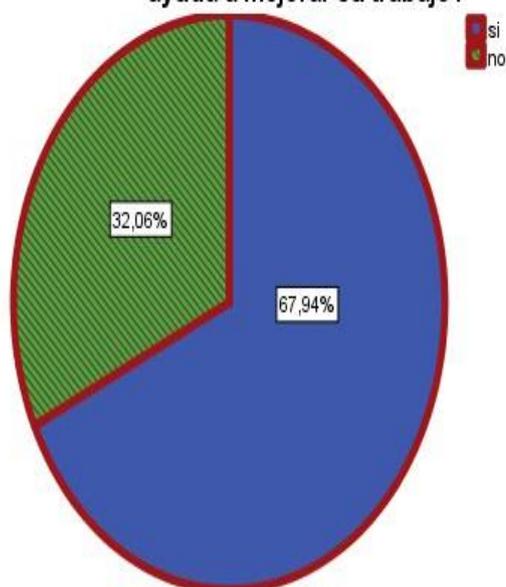
- Las **Relaciones Públicas** influyen positivamente en el **ambiente laboral** de los trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.

Tabla 2: La comunicación y su influencia en el trabajo

¿La comunicación que se establece en la empresa, ayuda a mejorar su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	89	67,9	67,9	67,9
Válidos No	42	32,1	32,1	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La comunicación que se establece en la empresa, ayuda a mejorar su trabajo?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de mi población de trabajo encuestada, el 67,94% manifiesta que la comunicación establecida en la organización ayuda indudablemente a mejorar su labor. Por otro lado, el 32,06% expone que la comunicación

establecida en la empresa no ayuda con la mejora del trabajo.

- Interpretación

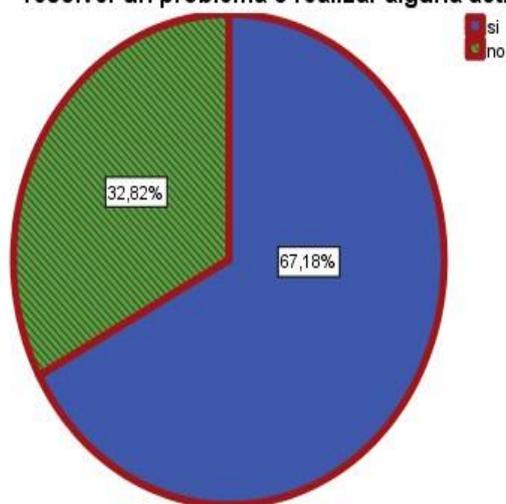
El total de los resultados obtenidos revelan que el grado de comunicación establecida o practicada en la organización es regular al momento de ayudar a mejorar su labor, pues lamentablemente se encuentra una gran cantidad de colaboradores los cuáles no se sienten satisfechos con la forma de comunicación y el ambiente que se desarrolla en la organización, dificultando la práctica de esta importante rama de relación, por la cuál toda organización debe de emprender su éxito, porque con ella logrará que sus colaboradores puedan sentirse identificados y aprender a entablar soluciones, estrategias y métodos los cuáles repercutan en el crecimiento empresarial y profesional.

Tabla 10: Aportación del trabajador a la organización

¿Brinda horas adicionales a la organización para resolver un problema o realizar alguna actividad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	88	67,2	67,2	67,2
No	43	32,8	32,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Brinda horas adicionales a la organización para resolver un problema o realizar alguna actividad?



Análisis e interpretación

- **Análisis**

El 67,18% de la población encuestada, manifiesta que brindan horas adicionales a la organización para resolver algún problema o realizar alguna actividad, Sin embargo, el 32,82% de la población expresa que no brindan horas adicionales a la empresa, al momento de resolver algún problema o realizar una actividad.

- Interpretación

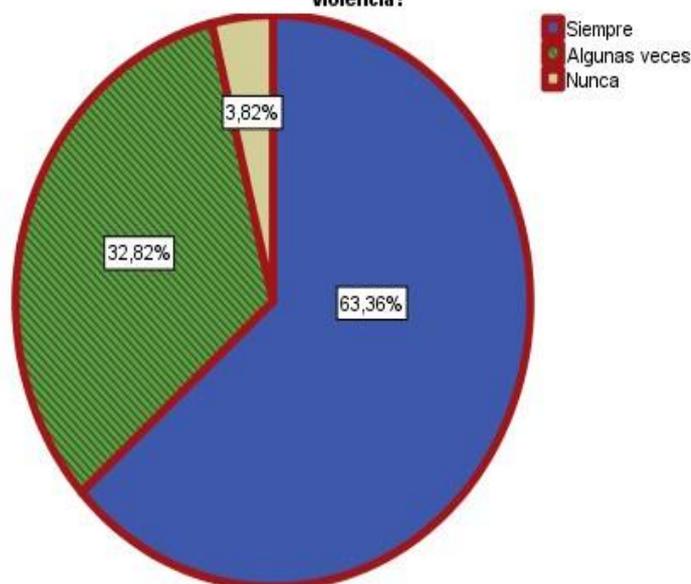
Los resultados obtenidos en el presente ítem reflejan que la identidad institucional de los colaboradores es regular puesto que existe una considerable cantidad de trabajadores que no se preocupan por el bienestar de la organización, estableciendo una comunicación ineficiente, reflejando a grandes rasgos que se sienten insatisfechos con el trabajo brindado por la gerencia. Por otro lado, más de la mitad de los colaboradores de la empresa Cobra manifestaron que otorgan horas adicionales a la organización pues evidentemente se preocupan por cuidar la imagen y el desarrollo de ésta, para su bienestar y seguridad laboral.

Tabla 25: La comunicación como estrategia de solución entre los colaboradores

Los problemas que surgen entre su equipo de trabajo ¿Los afrontan sin violencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	83	63,4	63,4	63,4
Algunas veces	43	32,8	32,8	96,2
Nunca	5	3,8	3,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Los problemas que surgen entre su equipo de trabajo ¿Los afrontan sin violencia?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 63,36% manifiesta que los problemas que surgen en su equipo de trabajo siempre los afrontan sin violencia, mientras que el 32,82 % confiesa que sólo algunas veces afrontan los problemas sin violencia, además que el 3,82% confirma que nunca resuelven los problemas sin violencia.

- Interpretación

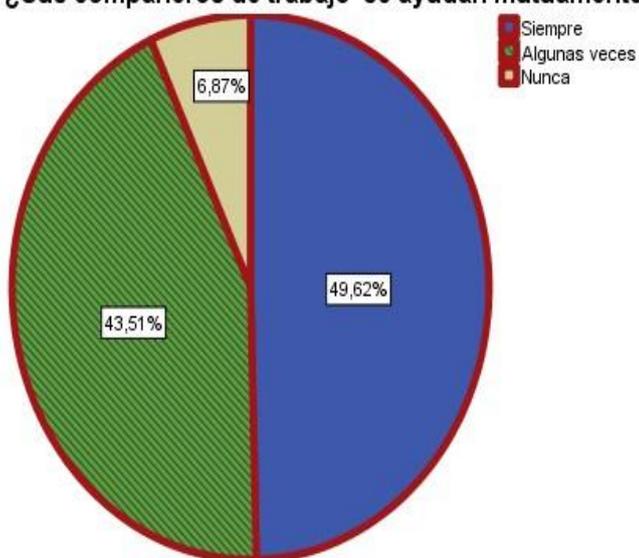
Los resultados planteados en el gráfico anterior, reflejan que la comunicación entre los trabajadores es totalmente regular, porque aunque exista una numerosa proporción de colaboradores los cuáles consideren que siempre resuelven sus problemas sin violencia, encontramos a una población considerable de trabajadores los cuáles afirman que algunas veces o nunca resuelven sus problemas sin violencia, lo cuál indica que se establecen altercados que pueden dañar la imagen de la organización, además de que la envidia se hace presente en su ambiente trabajo, llevando a la gerencia a actuar con rapidez y conciencia profesional.

Tabla 26: La interacción laboral y su influencia en el éxito empresarial

¿Sus compañeros de trabajo se ayudan mutuamente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	65	49,6	49,6	49,6
Algunas veces	57	43,5	43,5	93,1
Nunca	9	6,9	6,9	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Sus compañeros de trabajo se ayudan mutuamente?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 49,62% considera que sus compañeros de trabajo siempre se ayudan mutuamente, mientras que el 43,51% manifiesta que sólo

algunas veces se ayudan mutuamente. Por otro lado, el 6,87% afirman que nunca sus compañeros de trabajo se ayudan mutuamente.

- Interpretación

Los resultados establecidos en el presente gráfico muestran que existe una deficiente interacción empresarial entre los trabajadores de la organización porque no trabajan conjuntamente, puesto que existe una población considerable la cuál no labora en conjunto con sus demás compañeros, mostrando envidia y egoísmo, perjudicando así en grandes rasgos a la organización. Esto, muchas veces se hace presente en la empresa por la falta de uniformidad en el trato de los colaboradores o quizá porque uno quiere ser mejor que otro. Mientras tanto, aunque existe una proporción considerable de la población la cual afirma que sí se ayudan mutuamente, el número no ayuda a mostrar la eficacia en la interacción laboral encontrándose totalmente insatisfechos.

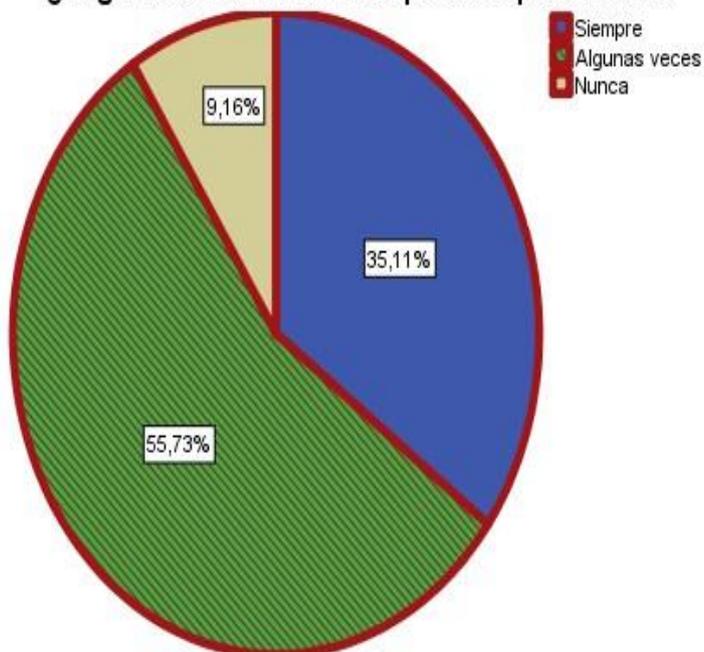
Tabla 30: La confianza gerencial como motor de crecimiento profesional

¿El gerente confía en su capacidad profesional?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	46	35,1	35,1	35,1
Algunas veces	73	55,7	55,7	90,8
Nunca	12	9,2	9,2	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

¿El gerente confía en su capacidad profesional?



• Análisis

El 35,11% del total de la población encuestada afirma que el gerente siempre confía en su capacidad laboral, el 55,73% manifiesta que el gerente sólo algunas veces confía en su capacidad

profesional. Mientras que el 9,16% considera que el gerente nunca confía en su capacidad profesional.

- Interpretación

Los resultados obtenidos reflejan que una considerable cantidad de colaboradores no se encuentran satisfechos con la poca confianza que les brinda el gerente en el desarrollo de sus actividades profesionales, provocando una total desmotivación y baja autoestima, pues afecta directamente al espíritu laboral, logrando que el trabajador no tenga confianza y siempre realice sus tareas con temor, por otro lado debemos reconocer que aunque existe una proporción de colaboradores los cuáles consideran que el gerente siempre confía en su capacidad profesional no ayuda a combatir la crisis de insatisfacción e inconciencia en el éxito organizacional. Mientras que una población reducida confiesa que el gerente nunca confía en su capacidad profesional, reflejando una comunicación débil y sin rumbo.

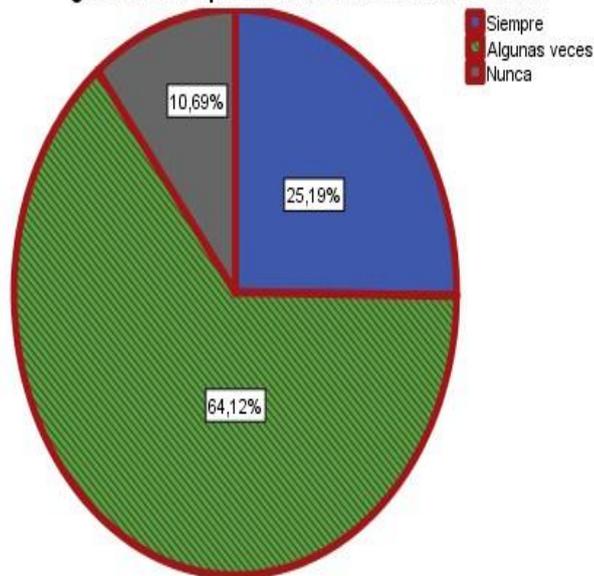
Tabla 32: Importancia de la preparación profesional para el desarrollo organizacional

¿Reciben capacitaciones constantemente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	33	25,2	25,2	25,2
Algunas veces	84	64,1	64,1	89,3
Nunca	14	10,7	10,7	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

¿Reciben capacitaciones constantemente?



• Análisis

El 25,19% del total de la población encuestada afirma que siempre reciben capacitaciones constantemente. Además el 64,12% considera que solo algunas veces reciben capacitaciones, mientras que el 10,69% afirma que nunca reciben capacitaciones.

- Interpretación

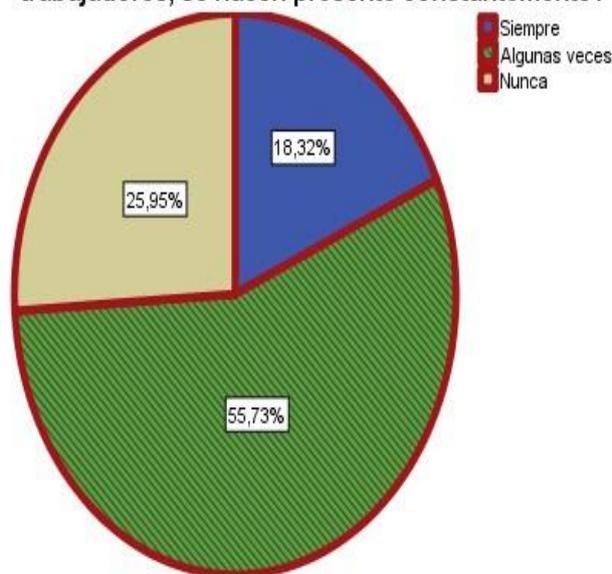
Los resultados establecidos en el gráfico demuestran que una gran población de colaboradores considera que algunas veces reciben capacitaciones constantemente, dificultando su preparación y su eficiencia en el desarrollo de las actividades para lograr el aumento de la productividad económica, profesional y empresarial. Por otro lado, es mínima la cantidad de colaboradores quiénes reflejan que siempre reciben capacitaciones, logrando deducir que la Relaciones Públicas no se encuentran estructuradas adecuadamente pues la gerencia no pone interés en la importancia de la preparación profesional, además un pequeñísima cantidad de la población aseguran que nunca reciben capacitaciones lo cuál quiere decir que las estrategias de comunicación y canales de interacción establecidas no están funcionando correctamente para lograr satisfacción de su staff.

Tabla 34: Repercusión de los rumores en el desarrollo del ambiente laboral

¿Los rumores que provocan discusiones entre los trabajadores, se hacen presente constantemente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	24	18,3	18,3	18,3
Algunas veces	73	55,7	55,7	74,0
Nunca	34	26,0	26,0	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Los rumores que provocan discusiones entre los trabajadores, se hacen presente constantemente?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 18,32% considera que los rumores que provocan discusiones entre trabajadores siempre se hacen

presente constantemente. Por otro lado, el 55,73% manifiesta que los rumores que provocan discusiones entre los trabajadores sólo algunas veces se hacen presente en la organización. Mientras que el 25,95% de los colaboradores afirma que los rumores que provocan discusiones entre los trabajadores, nunca se hacen presente en la organización constantemente.

- Interpretación

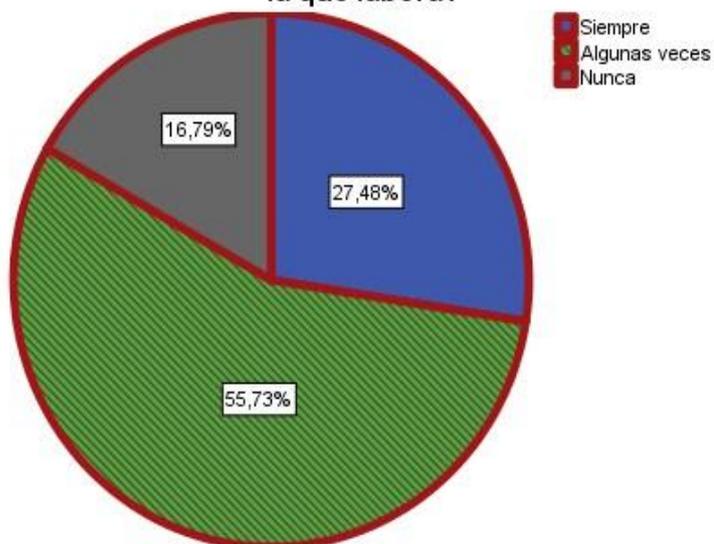
El gráfico mostrado anteriormente muestra que, la comunicación interna de la empresa Cobra se encuentra en crisis pues observamos que la mayor cantidad de la población encuestada alude que algunas veces los rumores los cuáles provocan discusiones se hacen presente en la organización, provocando una insatisfacción gigantesca en la realización de sus labores, pues afecta el ambiente laboral y el estima o respeto que tiene el trabajador por sus altos mandos, compañeros y organización, todo esto reforzado con la pequeñísima cantidad de colaboradores quiénes confesaron que siempre los rumores que provocan discusiones se hacen presente constantemente, un problema realmente preocupante en la realización de actividades. Por otro lado, el 25% de la población la cual manifestó que nunca se hacen presentes estos rumores, no justifica este altercado que puede acabar con la imagen y la calidad de la empresa.

Tabla 36: Un negativo ambiente laboral y su influencia en el desarrollo laboral

¿Cree que existe envidia dentro de la organización en la que labora?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	36	27,5	27,5	27,5
Algunas veces	73	55,7	55,7	83,2
Nunca	22	16,8	16,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Cree que existe envidia dentro de la organización en la que labora?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 27,48% del total de la población encuestada refleja que siempre ha existido envidia dentro de la organización en la que

labora .Por otro lado, el 55,73% considera que sólo algunas veces existe envidia dentro de la empresa en la que laboran. Mientras que el 16,79% afirma que nunca ha existido envidia en la organización en la que labora.

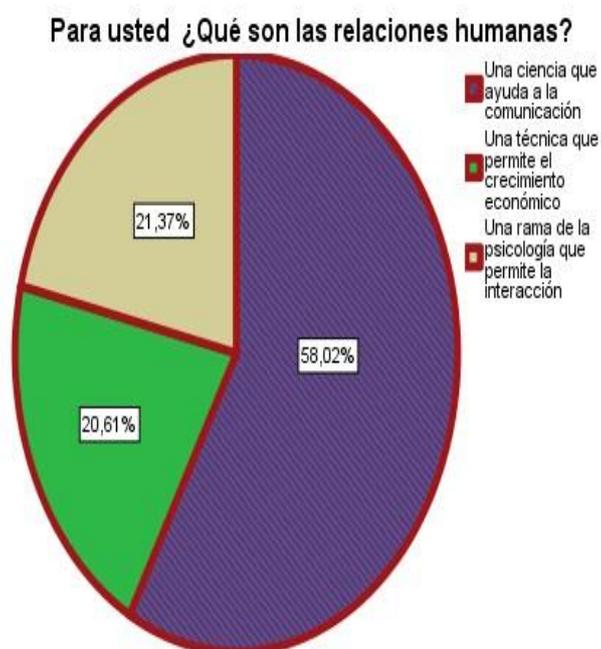
- Interpretación

Los resultados planteados anteriormente muestran que el clima laboral es totalmente regular dentro de la empresa Cobra, pues existe una considerable población de trabajadores los cuáles manifiestan que la envidia siempre se encuentra presente dentro de la organización, perjudicando a la comunicación y a los canales de interacción que permiten el apoyo mutuo entre colaboradores para brindar un buen servicio. Todo lo anterior es reforzado con una gran cantidad de colaboradores los cuáles afirman que algunas veces existe la envidia en la empresa, sin embargo, aunque una pequeña cantidad afirme que nunca existe envidia en su centro de labor, no repercute en la mejora pues son muchos los que se encuentran totalmente incómodos y estresados con el ambiente que viven día a día.

Tabla 40: Grado de conocimiento profesional del trabajador

Para usted ¿Qué son las relaciones humanas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Una ciencia que ayuda a la comunicación	76	58,0	58,0	
Una técnica que permite el crecimiento económico	27	20,6	20,6	58,0
Una rama de la psicología que permite la interacción	28	21,4	21,4	78,6
Total	131	100,0	100,0	100,0



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 58,02% de los colaboradores manifiesta que las Relaciones Humanas son una ciencia que ayuda a la comunicación. Por otro lado, el 20,61% afirma que las Relaciones Humanas son una técnica que permite el

crecimiento económico, mientras que el 21,37% considera que las Relaciones Humanas es una rama de la psicología que permite la interacción.

- Interpretación

Los resultados establecidos en el gráfico, reflejan que la mayor parte de los trabajadores tienen noción de lo que son las Relaciones Humanas al responder que es un medio que ayuda a la comunicación, mostrando su preparación y capacitación profesional el cuál atribuye mejorar la imagen de los líderes de esta empresa. Por otro lado, una mínima proporción de colaboradores reflejaron que las Relaciones Humanas son una técnica que ayuda a crecer económicamente, sin embargo, este concepto es válido pero no se centra en lo principal, mientras que otra parte de los encuestados definieron a las Relaciones Humanas como un medio de interacción para lograr un adecuado desempeño empresarial.

Tabla 42: Nivel de comunicación entre el departamento técnico

¿Cómo calificaría la comunicación entre sus compañeros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Buena	62	47,3	47,3	47,3
Regular	64	48,9	48,9	96,2
Mala	5	3,8	3,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	



Análisis e interpretación

- Análisis

El 47,33% del total de la población encuestada considera que la comunicación que se desarrolla entre compañeros de trabajo es buena. Por otro lado, el 48,85% manifiesta que la comunicación entre

trabajadores es regular Mientras que el 3,82% afirma que la comunicación entre sus compañeros es totalmente mala.

- Interpretación

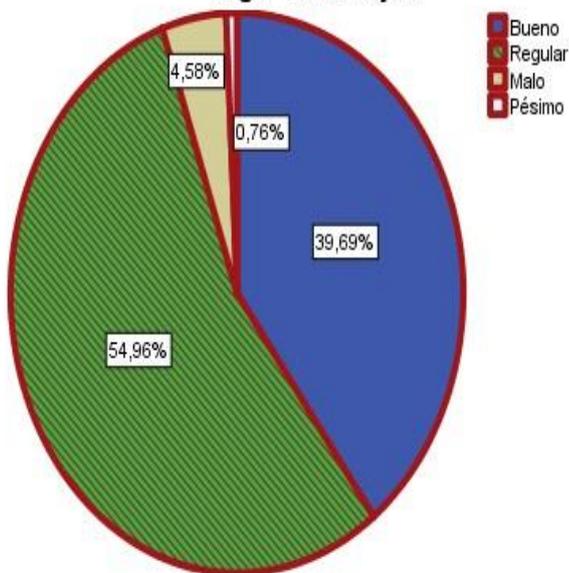
Los resultados establecidos en el gráfico anterior reflejan que existe una gran cantidad de trabajadores los cuáles consideran que la comunicación establecida entre compañeros de trabajo es buena pero no cumple las expectativas para incentivar o satisfacer las necesidades de los trabajadores pues un población similar a la primera consideran que la comunicación entre compañeros es regular, porque la envidia y la inconciencia se apoderan del aspecto profesional, con todo esto se puede concluir que la gerencia debe tener diversos medios o estrategias que incentiven a la buena interacción entre los miembros de la empresa para establecer una producción económica que beneficie a todos. Sin embargo, una pequeñísima cantidad expresó que la comunicación es totalmente mala pues existen peleas, rumores, falta uniformidad y de reconocimiento entre compañeros.

Tabla 43: Importancia de la comodidad laboral en los trabajadores

¿Cómo calificaría el ambiente laboral que se vive en su lugar de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	52	39,7	39,7	39,7
Regular	72	55,0	55,0	94,7
Malo	6	4,6	4,6	99,2
Pésimo	1	,8	,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Cómo calificaría el ambiente laboral que se vive en su lugar de trabajo?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 39,69% expresa que al ambiente laboral que viven en su lugar de trabajo es bueno. Además en 54,96% establece que el ambiente laboral que viven es regular, el 4,58% considera que es malo, mientras que el 0,76% de los trabajadores establece que el ambiente laboral es pésimo.

- Interpretación

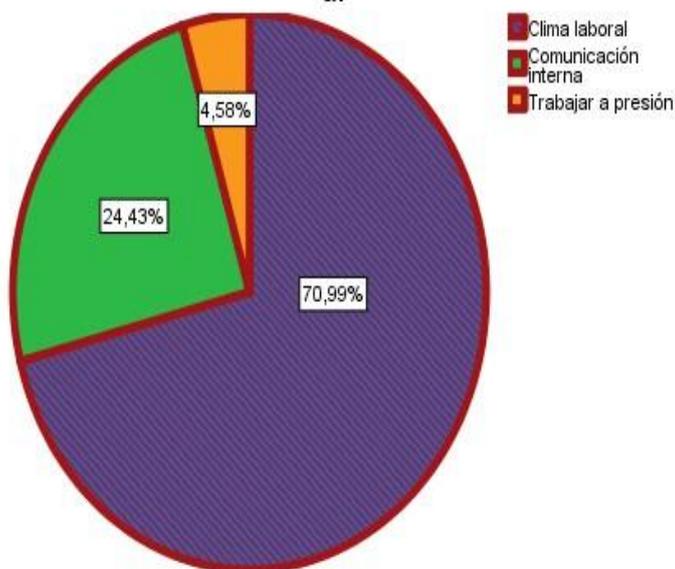
Los resultados establecidos en el gráfico anterior manifiestan que los trabajadores no se sienten cómodos con el ambiente en el que se encuentran laborando así exista una considerable proporción de colaboradores los cuáles afirman que el ambiente laboral que viven diariamente es buena, sin embargo, una gran cantidad de la población encuestada consideran que el ambiente que viven en su organización es regular porque en realidad se establecen diversas discusiones y contrariedades que perjudican terriblemente el trabajo en conjunto y la responsabilidad de la mano con el respeto. Por otro lado, encontramos que una pequeña cantidad de trabajadores confiesan que el ambiente laboral que viven es malo y pésimo pues la gerencia no se preocupa por el bienestar de sus colaboradores, no motivándolos e incentivándolos para su mejor desempeño.

Tabla 44: El ambiente organizacional para el buen desempeño laboral

Cuando hablamos de ambiente laboral nos referimos a:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Clima laboral	93	71,0	71,0	71,0
Comunicación	32	24,4	24,4	95,4
Trabajar a presión	6	4,6	4,6	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Cuando hablamos de ambiente laboral nos referimos a:



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada, el 70,99% considera que cuando se habla de ambiente laboral nos referimos a clima laboral. Por otro lado, el 24,43% afirmó que ambiente laboral es igual a comunicación interna.

Mientras que el 4,58% de los colaboradores manifiesta que el ambiente laboral es igual a trabajar a presión.

- Interpretación

Los resultados establecidos anteriormente muestran que la mayor parte de los colaboradores de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, tiene conocimiento de que es el ambiente laboral y su importancia para el desarrollo personal y organizacional. Sin embargo, la gerencia debe poner mayor interés en algunos de sus colaboradores, pues existir una considerable proporción de encuestados los cuáles manifiesten que ambiente laboral es igual a comunicación interna o al trabajo a presión, muestran su falta de preparación e interés por querer contribuir en la calidad del servicio. Por ende, siempre surgirán problemas que serán ocasionados en la mayoría de veces por aquellos que no tiene noción de lo que es ambiente laboral.

Clientes

Tabla 2: Repercusión de las discusiones al momento de realizar el servicio

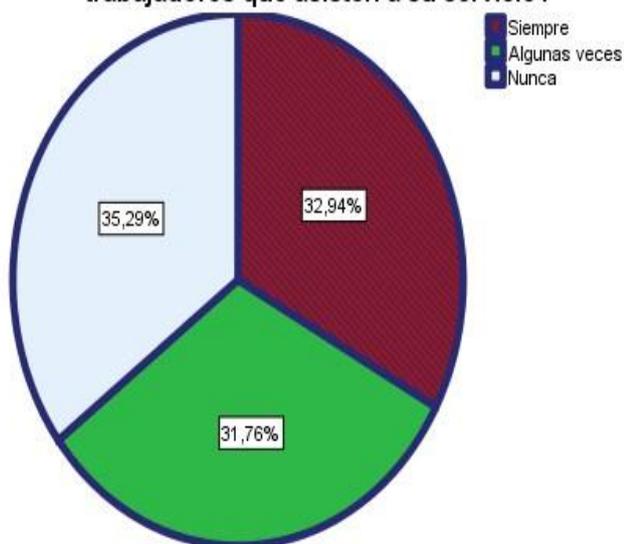
¿Ha presenciado alguna vez discusiones entre los trabajadores que asisten a su servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	28	32,9	32,9	32,9
Algunas veces	27	31,8	31,8	64,7
Nunca	30	35,3	35,3	100,0
Total	85	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

- Análisis

¿Ha presenciado alguna vez discusiones entre los trabajadores que asisten a su servicio?



Del total de la población encuestada el 32,94% de la población considera que siempre han presenciado discusiones entre los trabajadores que asisten a su servicio, mientras que el 31,76% manifiesta que algunas veces han presenciado discusiones

entre los trabajadores que asisten a su servicio y el 35,29% afirma que nunca han presenciado discusiones entre los trabajadores que asisten a su servicio.

- Interpretación

Los resultados planteados reflejan que los trabajadores no saben interactuar ni trabajar en conjunto para lograr un excelente servicio pues no satisfacen las necesidades de sus clientes puesto que un gran número considera ha presenciado discusiones entre los trabajadores al momento que éstos acuden al servicio, provocando indudablemente la baja cartera de clientes y la mala imagen empresarial. Todo esto es reforzado con aquellos clientes los cuáles manifiestan que algunas veces han presenciado discusiones entre los trabajadores cuando éstos realizan su labor, manifestando la salida del mercado laboral. Sin embargo, aunque un gran número de población manifiesta que nunca ha presenciado discusiones, no permite la excelencia en el servicio y refleja la inseguridad, desmotivación e insatisfacción.

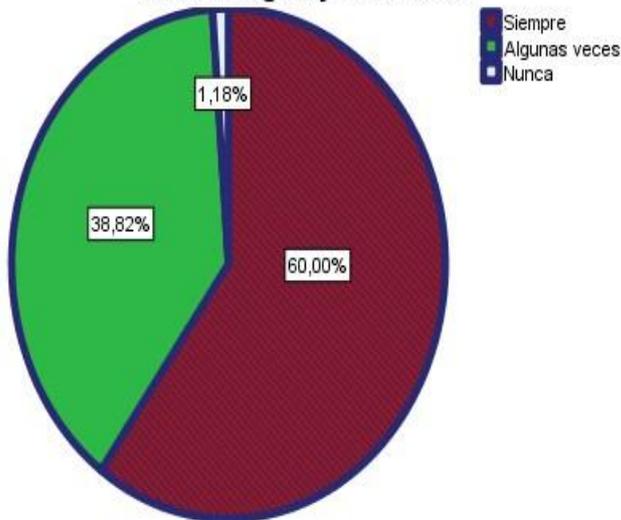
Tabla6: Desarrollo de una comunicación lineal para reflejar buena imagen institucional

¿Los trabajadores resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar el servicio de manera lógica y coherente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	51	60,0	60,0	60,0
Algunas Válidos veces	33	38,8	38,8	98,8
Nunca	1	1,2	1,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

¿Los trabajadores resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar el servicio de manera lógica y coherente?



• Análisis

El 60,00% del total de la población encuestada, considera que los trabajadores siempre resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar el servicio de manera lógica y coherente. Por otro lado, el 38,82% manifiesta que los trabajadores sólo algunas veces

resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar su servicio de manera lógica y coherente, mientras que el 1,18% afirma que los trabajadores nunca resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar su labor de manera lógica y coherente.

- Interpretación

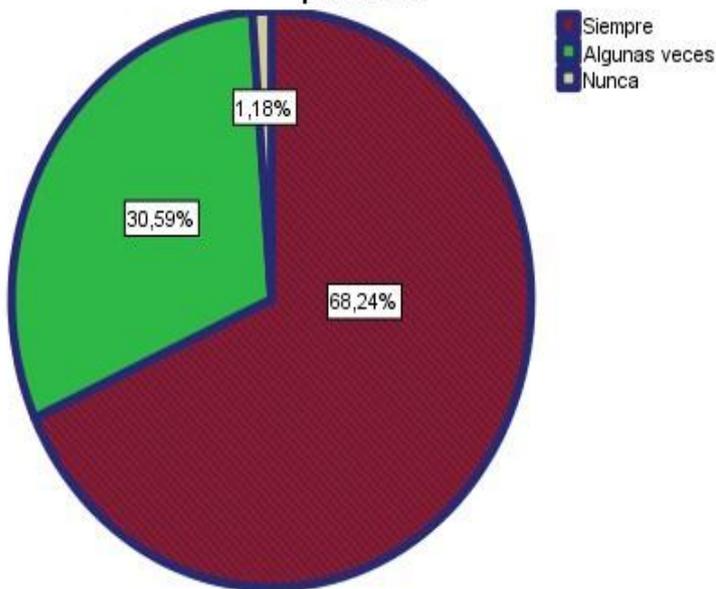
Los resultados obtenidos muestran que existe un grave problema dentro de la organización pues los colaboradores reflejan actitudes negativas las cuales van contra el orden de la empresa pues existe una cantidad considerable de clientes los cuáles consideran que sólo algunas veces los trabajadores resuelven sus problemas de manera lógica y coherente, reflejando total insatisfacción puesto que no se preocupan por su preparación profesional para sentirse satisfechos con su nivel cultural y su grado de instrucción. Por otro lado, aunque existe una gran cantidad de clientes que consideran que los colaboradores siempre resuelven los problemas que se presentan al momento de realizar su servicio de manera lógica y coherente no es suficiente para aumentar la cartera de clientes pues lo que toda empresa desea es llegar a la excelencia.

Tabla7: Actitud positiva laboral

¿Los empleados realizan su labor con actitud positiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	58	68,2	68,2	68,2
Algunas veces	26	30,6	30,6	98,8
Nunca	1	1,2	1,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Los empleados realizan su labor con actitud positiva?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 68,24% afirma que siempre los trabajadores realizan su labor con actitud positiva, mientras que el 30,59% considera que los empleados algunas veces

realizan su labor con actitud positiva. Por otro lado, el 1,18% de los empleados manifiesta que los trabajadores nunca realizan su labor con actitud positiva.

- Interpretación

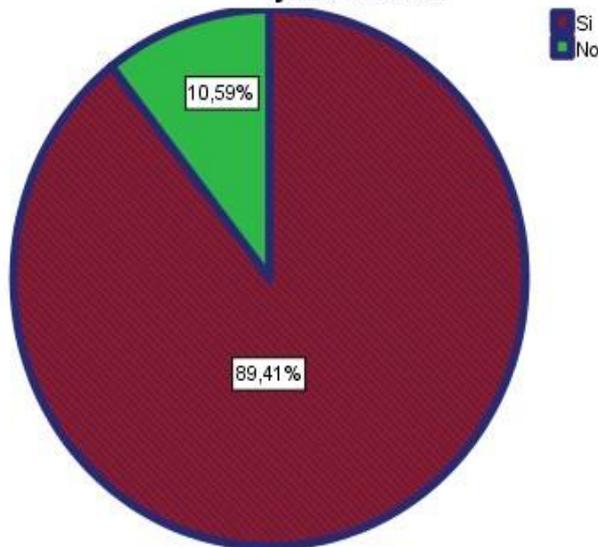
Los resultados establecidos en el gráfico anterior muestran que la gerencia debe establecer estrategias las cuáles ayuden a motivar al personal para crear en ellos una actitud positiva puesto que existe una gran cantidad de población la cuál perjudica a la organización pues sólo algunas veces laboran con actitud positiva, realizando un pésimo servicio y dejando por los suelos a la organización. Sin embargo, existe un considerable número de clientes que afirman que el trabajador realiza siempre su labor con actitud positiva, desde ahí la gerencia puede trabajar para mejorar el método de su staff, para poder satisfacer el 1,18% de clientes los cuales manifiestan que los trabajadores nunca realizan su labor con actitud positiva.

Tabla 10: El ambiente laboral en la transmisión de calidad a sus clientes

¿El campus de la organización transmite tranquilidad y confianza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	76	89,4	89,4	89,4
Válidos No	9	10,6	10,6	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿El campus de la organización transmite tranquilidad y confianza?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 89,41% del total de la población encuestada, considera que el campus de la organización sí transmite tranquilidad y confianza, por otro

lado, el 10,59% afirma que el campus de la organización no transmite tranquilidad y confianza.

- Interpretación

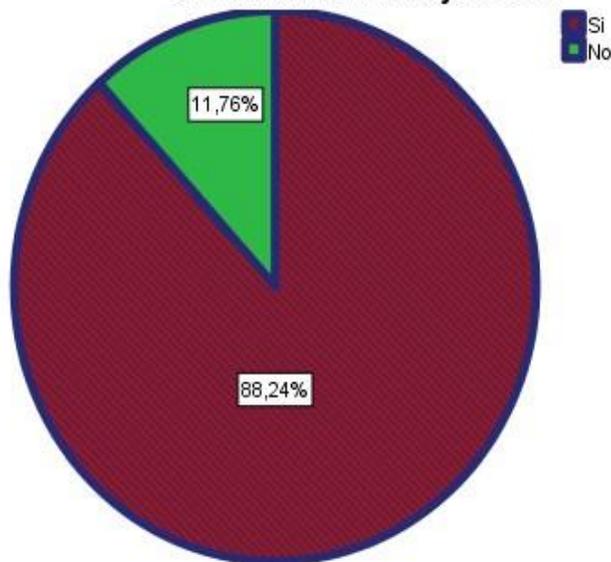
Los resultados reflejados en el gráfico muestran que la estructura y mantenimiento de la organización se encuentra bien orientada, puesto que una gran cantidad de clientes encuestados manifestaron que el campus de la organización sí les transmite tranquilidad y confianza, porque se encuentra limpia, ordenada y con un ambiente natural agradable, este ítem es muy importante porque es aquí en donde se ejerce la posibilidad de aumentar en la cartera de clientes por medio de una cadena empresarial que nace a través de la satisfacción. Por otro lado encontramos a una pequeña proporción de colaboradores quiénes consideran que el campus de ninguna manera transmite tranquilidad y confianza, teniendo como tarea la gerencia analizar las razones lógicas por la cuál estos clientes piensan negativamente, con el fin de conocer los gustos actuales y así elaborar modernidad en el servicio.

Tabla 11: La gerencia y su interés por mantener un excelente ambiente laboral

¿Es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	75	88,2	88,2	88,2
Válidos No	10	11,8	11,8	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 88,24% considera que sí es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus

trabajadores, mientras que el 11,76% afirma que no es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores.

- Interpretación

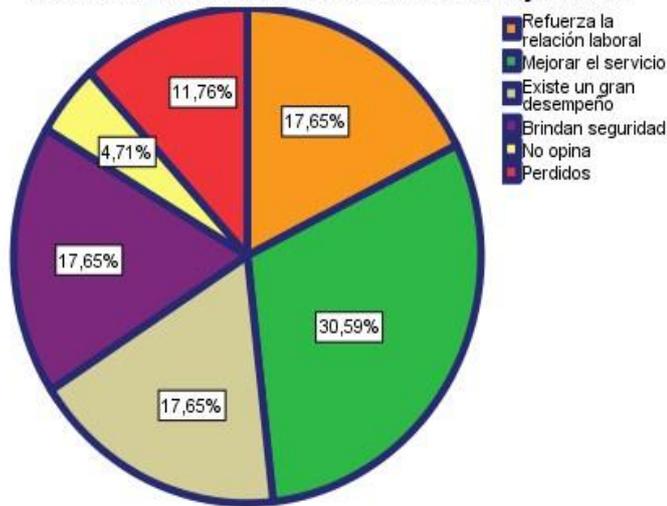
Los resultados establecidos reflejan que definitivamente el ambiente laboral cumple un papel fundamental dentro de la organización, pues es uno de los motores por el que se desarrolla la interacción para las buenas Relaciones Corporativas, por ello la mayor cantidad de clientes potenciales consideran que sí es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus colaboradores. Sin embargo, una pequeña proporción de público el cual considera que no es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores refleja su falta de preparación y conocimiento en el tema, no tomando conciencia que para el éxito de una organización se necesita buena relación, comunicación y organización.

Tabla 12: El buen manejo del ambiente laboral

¿Por qué considera importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Refuerza la relación laboral	15	17,6	20,0	20,0
Mejorar el servicio	26	30,6	34,7	54,7
Existe un gran desempeño	15	17,6	20,0	74,7
Brindan seguridad				
No opina	15	17,6	20,0	94,7
Válidos Total	4	4,7	5,3	100,0
Sistema	75	88,2	100,0	
Perdidos	10	11,8		
Total	85	100,0		

¿Por qué considera importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 17,65% considera que es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores porque refuerza la relación laboral,

el 30,59% afirma que es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores porque mejora el servicio. Por otro lado, el 17,65% manifiesta que es importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores puesto que existe un gran desempeño, 17,65% considera que sí se debe considerar lo dicho anteriormente porque brindan seguridad. Por otro lado, el 4,11% decidió no fundamentar su respuesta, mientras que 11,76% opinó lo contrario.

• **Interpretación**

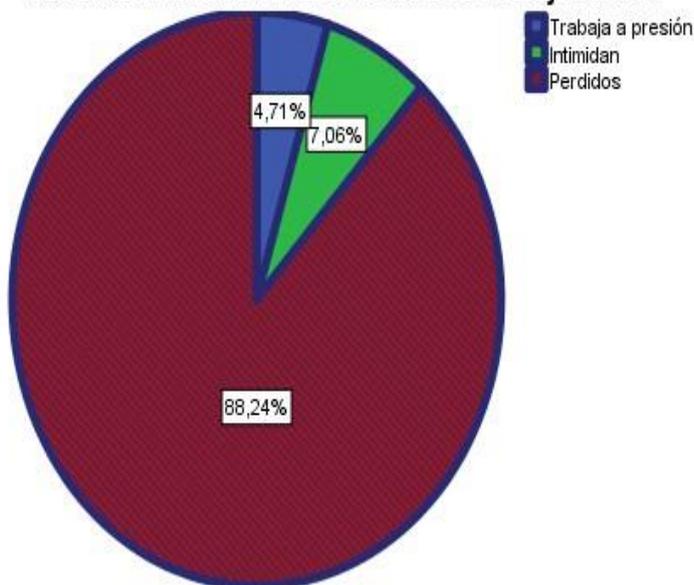
Los resultados obtenidos reflejan que los clientes potenciales reconocen el papel que juega el ambiente laboral dentro de una empresa para lograr la buena productividad y actitud positiva, del mismo modo evaluamos el nivel cultural que tienen estos clientes, por otro lado esto permite a la gerencia mantener a su equipo motivados, tratando a todos uniformemente, reconociendo sus triumfos y sobre todo valorando su trabajo. Es así como los clientes afirman que es importante supervisar el ambiente laboral, para mejorar en el servicio, para que exista un gran desempeño y para su seguridad.

Tabla 13: Desinterés en el ambiente laboral de los trabajadores

¿Por qué no considera importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trabaja a presión	4	4,7	40,0
	Intimidación	6	7,1	60,0
	Total	10	11,8	100,0
Perdidos Sistema	75	88,2		
Total	85	100,0		

¿Por qué no considera importante que la gerencia observe el ambiente laboral de sus trabajadores?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 4,71% considera que no es importante que la gerencia observe el Ambiente laboral porque provoca el

trabajo a presión Por otro lado, el 0,06% manifiesta que el observar el ambiente laboral intimidan a los colaboradores. Mientras que el 88,24% opinó lo contrario.

- Interpretación

Como podemos observar, el gráfico refleja que una pequeña cantidad de clientes consideran que la gerencia no debe observar el ambiente laboral de los colaboradores pues provoca el trabajo a presión e intimida en la realización de las actividades. Mostrando total desconocimiento en el funcionamiento de este aspecto empresarial. La mayor cantidad de la población opina lo contrario pues tiene noción de dicho aspecto.

Entrevista encargados de área

7) ¿Cómo desarrolla usted la comunicación con sus trabajadores?

Los líderes del departamento de Relaciones Públicas, consideran que se comunican con su staff a través de charlas que duren 5 minutos máximo, por otro lado lo realizan de manera presencial o personal con la finalidad de conocer las fallas que puedan perjudicar la relación de los integrantes de la empresa. Tengamos en cuenta que esta rama es el pilar fundamental que ayuda a crear una ambiente laboral totalmente agradable motivando, incentivando y aumentando de manera acelerada la producción.

8) ¿La comunicación entre sus colaboradores favorece a su institución?
¿Por qué?

Según la opinión brindada por los profesionales en el departamento, se considera que la comunicación que se establece en la empresa favorece a la organización pues este medio permite el intercambio de experiencias para el desarrollo de los conocimientos, reflejando todos los problemas internos y externa, con el fin de estructurar un ambiente agradable y profesional, en donde todo se resuelva al instante y sin rumores.

9) ¿Cuál es el plan de la organización para ayudar a su staff empresarial a mantener una buena Interacción?

Los trabajadores en área de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar, “Cobra”, manifiestan que el plan organizacional para establecer siempre la interacción funciona a través de capacitaciones constantes, charlas y actividades, las cuales permiten mostrar uniformidad en el trato no provocando envidia entre compañeros, con el objetivo que cada uno comparta sus experiencias para aprender mutuamente y lograr aumentar la cartera de clientes. Por supuesto, trabajando de la mano con el organigrama formal de la empresa.

- 18) ¿Qué recursos utiliza su departamento cuando se presenta un problema que dificulta la relación que tiene usted con los trabajadores de la organización?

Los profesionales que laboran en el área de Relaciones Públicas, manifiestan que cuando se presenta un problema que dificulta la relación con sus colaboradores, establecen un enfrentamiento cara a cara, es decir una comunicación directa con la finalidad de lograr que el o los culpables reconozcan su error para evitar de esta manera la divulgación de dicho altercado el cual provoca la incomodidad de los afectados. Por otro lado, toda empresa tiene como tarea establecer retiros de confraternidad para que todos los miembros (trabajadores, jefes) se conozcan mejor y compartan ideas.

- 19) ¿Considera que la ausencia de un buen clima laboral podría llevar al fracaso a la organización? ¿Por qué?

Los trabajadores del área de Relaciones Públicas de la empresa “Cobra”, afirman que el clima laboral es uno de los elementos fundamentales que debe tener en cuenta el departamento para no llegar a fracasar, ni a generar disconformidad y desmotivación siendo un obstáculo para la realización de los objetivos propuestos.

- 20) ¿Qué es el ambiente laboral y cómo repercute en su organización?

Según la opinión brindada por los jefes del departamento de Relaciones Públicas, podemos deducir que ambiente laboral en términos empresariales se refiere al espacio en donde el trabajador realiza su labor, el cual se forma a través de una serie de sucesos como el trato amable recordándole al trabajador que es eje importante en el movimiento empresarial.

Entrevista expertos.

2. ¿Considera que en una organización las opiniones de los trabajadores ayudan al éxito de la institución?

Los expertos en Relaciones Públicas, consideran que dentro de una organización la opinión de los colaboradores es primordial puesto que, deben lograr que aquéllos sientan que tienen voz y voto en las acciones que se ejecuten con el fin de lograr la interacción institucional, social y laboral, para estructurar buenas relaciones corporativas elaborando una imagen real hacia la comunidad.

5. ¿Qué es para usted la comunicación interpersonal y cómo repercute en la actitud de los trabajadores?

Según la opinión de los expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas, consideran que la comunicación interpersonal discurre entre los trabajadores de manera formal e informal, integrando e identificando el camino para la satisfacción laboral, ayudando a los colaboradores a afrontar los problemas cara a cara, logrando establecer buenas relaciones para el éxito de la empresa, laborando en conjunto.

16. ¿Por qué es imprescindible que los trabajadores se sientan cómodos al realizar sus labores?

Según el punto de vista de los especialistas en la rama de las Relaciones Públicas, manifiestan que la comodidad de los trabajadores es un elemento fundamental para mejorar el rendimiento y los triunfos de la organización, de esta manera puedan resolver todas las dudas de los clientes mostrando total preparación y profesionalismo.

17. ¿Cree que el trabajo a presión ayuda a que los empleados laboren eficazmente?

La opinión establecida por los expertos en esta rama de la comunicación, manifiestan dos puntos de vista, el primero afirma que el trabajo a presión sí ayuda a que los empleados laboren eficazmente pues están en constante revisión haciendo más responsables. Por otro lado, el segundo punto nos expresa que la presión no ayuda al buen desenvolvimiento pues alarma a los colaboradores logrando que éstos cumplan por cumplir y no por contribuir.

18. ¿Considera necesario estudiar cómo es el ambiente laboral para poder resolver el fenómeno de estudio que elegí investigar?

Los expertos en la rama de las Relaciones Corporativas manifiestan que es sumamente imprescindible puesto que es otro punto que se debe estudiar porque es aquí donde suceden todas las ariscas que analizan las situaciones psicológicas de los colaboradores y por donde se observa si la comunicación tanto interna y externa es eficaz

22. ¿Cómo influye el ambiente laboral en el desempeño de los trabajadores?

Los expertos en esta área de la comunicación consideran que el ambiente laboral influye económico, social y laboralmente en la satisfacción de los colaboradores para contribuir a un buen desarrollo de las actividades.

- **RESULTADO**

Las Relaciones Públicas son una ciencia que permiten establecer la comodidad de los colaboradores para el éxito del ambiente de la empresa , sin embargo, de acuerdo las tablas 2,10,25,26,30,32,34,36,40,42,43,44 obtenidas de la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Cobra, a las tablas 2,6,7,10,11,12,13 de una encuesta aplicada a los clientes potenciales, además de las respuestas de los ítem 7,8,9,18,19,20 de la entrevista ejecutada a los encargados de este departamento, reforzada con los ítem de la entrevista aplicada a los expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas , número 2,5,16,17,18,22: puedo establecer que la hipótesis específica número dos queda totalmente **DISPROBADA**.

Puesto que el ambiente en el que laboran se encuentra en total descuido por el hecho de que el departamento de Relaciones Públicas realiza una comunicación que no ayuda a la comprensión, maduración ni al entendimiento de la atmósfera empresarial, permitiendo que sus trabajadores sientan una verdadera presión y tensión en la relación y trabajo en conjunto, existiendo diversas contrariedades y problemas que muchas veces llevan a la violencia.

Es así como la envidia y el egoísmo se hacen presente constantemente en esta empresa, mostrando gran deficiencia en el trabajo en equipo, además de la desconfianza que muestra el departamento en la capacidad profesional de sus mismos miembros, afectando directamente su autoestima y seguridad.

Por otro lado, no cabe duda que el clima laboral se encuentra en crisis lo cual se demuestra en la poca acogida que tienen los relacionistas públicos de esta empresa en la realización de capacitaciones y reuniones debido a que no se informa cómo debe de ser, preocupándose siempre por aspectos económicos, mas no personales; surgiendo rumores que atentan contra el respeto ascendente y descendente .Las Relaciones Públicas de esta empresa no ayudan a desarrollar un ambiente laboral puesto que los

encargados de ejercer esta disciplina no tienen en cuenta el estudio las relaciones humanas, lo cuál lleva a que se refleje la incomodidad de su casa de labor al momento de la ejecución del servicio o instalación haciendo partícipes a los clientes potenciales quiénes quedan totalmente decepcionados de haber depositado su confianza en dicha organización y en personas las cuales adoptan una actitud desagradable y vulgar.

Por otro lado, los profesionales que laboran en este departamento deben cuidar la presentación del ambiente de la organización, para que puede dejar de transmitir desconfianza e intranquilidad en algunos aspectos, siguiendo paso a paso qué es lo que sucede en su entorno, qué es lo que le incomoda a sus trabajadores, qué problemas tienen en la empresa y su familia, con la finalidad de no intimidar a su personal para que actúen con total libertad. Aunque los encargados de esta área consideren que ellos evalúan diariamente el ambiente de la empresa, que conocen las faltas que perjudican la relación de sus integrantes, que permiten el intercambio de experiencias, que afrontan los problemas cara a cara en fin que la estructura de su clima es adecuada, pero no observan que no es debidamente practicada, puesto que el trato amable se encuentra ausente, hablando siempre de aspectos económicos de la empresa y no de la comodidad o problemas personales que afronta su staff.

Sin embargo, deben tener en cuenta que según los expertos en esta disciplina, el clima laboral es el pilar fundamental para una adecuada interacción la cuál sólo se establece cuando las Relaciones Públicas son moldeadas hacia el futuro otorgando voz y voto a sus integrantes para asegurar un excelente desenvolvimiento y triunfo organizacional.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°3

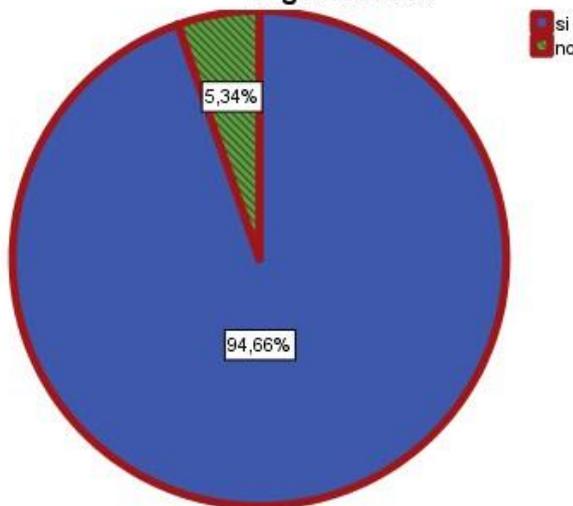
- Las **Relaciones Públicas** influyen en un 100% en la **organización interna** de la empresa colaboradora de Movistar Cobra.

Tabla 4: El trabajador y su responsabilidad laboral

¿Respetan las leyes y normas asignadas en la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	124	94,7	94,7	94,7
Válidos No	7	5,3	5,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Respetan las leyes y normas asignadas en la organización?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de mi población encuestada el 94,66% manifiesta que sí respetan las leyes y normas asignadas por la organización en la que

laboran; mientras que el 5,34% de los trabajadores confiesa que no respetan las leyes y normas asignadas por la organización.

- Interpretación

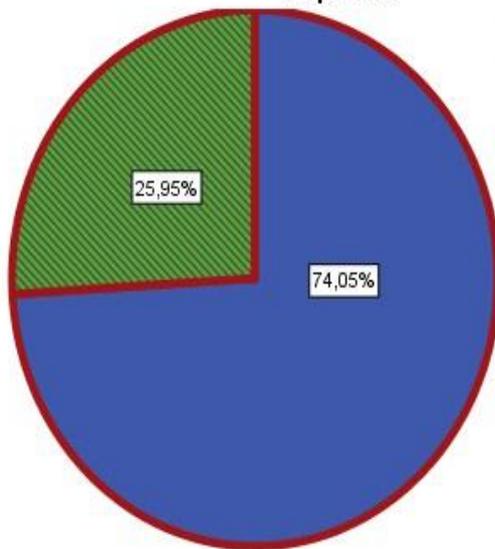
Los resultados obtenidos en el presente ítem muestra que existe una considerable cantidad de trabajadores de la empresa colaboradora de Movistar Cobra que respetan las leyes y normas asignadas en la organización, por ende se puede deducir que estos toman conciencia de lo que deben y no deben realizar dentro y fuera de la empresa, con el fin de cuidar la reputación organizacional para establecer buena relación con sus clientes potenciales y generales, aumentando la cartera de clientes. Por otro lado, una pequeña proporción de empleados existentes no valoran, ni buscan el bienestar de la organización pues no le toman la debida importancia al respeto de las leyes y normas que se les plantean para cultivar la responsabilidad y poder establecer una correcta comunicación tanto interna como externa.

Tabla 16: El deber del trabajador dentro de su organización

Usted como trabajador ¿Conoce el organigrama de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	97	74,0	74,0	74,0
Válidos No	34	26,0	26,0	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Usted como trabajador ¿Conoce el organigrama de la empresa?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada el 74,05% considera que conoce el organigrama de la empresa en la que

laboran, mientras que el 25,95% confiesa que no conoce el organigrama de la organización.

- Interpretación

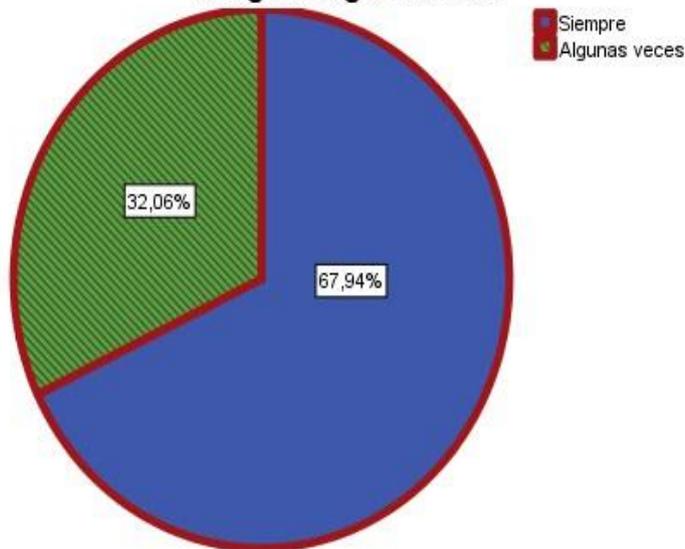
Los resultados obtenidos, muestran que una considerable cantidad de trabajadores de la empresa Cobra se encuentran muy identificados con la institución pues conocen la importancia y el valor del organigrama de la empresa, ayudando a mejorar la interacción entre los trabajadores y los jefes, sin embargo, existe una pequeña cantidad de la población la cuál confesó que no conoce el organigrama de su casa de trabajo, siendo un problema en el logro de la excelencia y calidad, mostrando que, de una u otra forma las Relaciones Corporativas no están funcionando debidamente en un sector específico de la población.

Tabla 27: La eficiencia del trabajador en el desarrollo de sus actividades

¿Cumple con responsabilidad las tareas diarias que le otorga la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	89	67,9	67,9	67,9
Algunas veces	42	32,1	32,1	100,0
Válidos Total	131	100,0	100,0	

¿Cumple con responsabilidad las tareas diarias que le otorga la organización?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

El 67,94% del total de la población encuestada considera que siempre cumple con responsabilidad las tareas diarias otorgadas por la organización. Mientras que el 32,06% manifiesta que sólo algunas veces cumplen con responsabilidad las tareas diarias otorgadas por la empresa.

- Interpretación

Los resultados obtenidos, reflejan que la responsabilidad en el cumplimiento de las tareas de los trabajadores es regular pues aunque la mayor parte manifestó que cumplen con responsabilidad las tareas otorgadas por su empresa, no es factor suficiente para poder afirmar la perfección en la identificación porque otra cantidad considerable de trabajadores confesó que no cumplen con responsabilidad las tareas diarias otorgadas por la organización debido a la insatisfacción laboral que sienten por la empresa, mostrando total desinterés y desequilibrio en la ejecución de estrategias de comunicación que permiten la interacción entre trabajador y gerente conociendo las necesidades que tiene su staff.

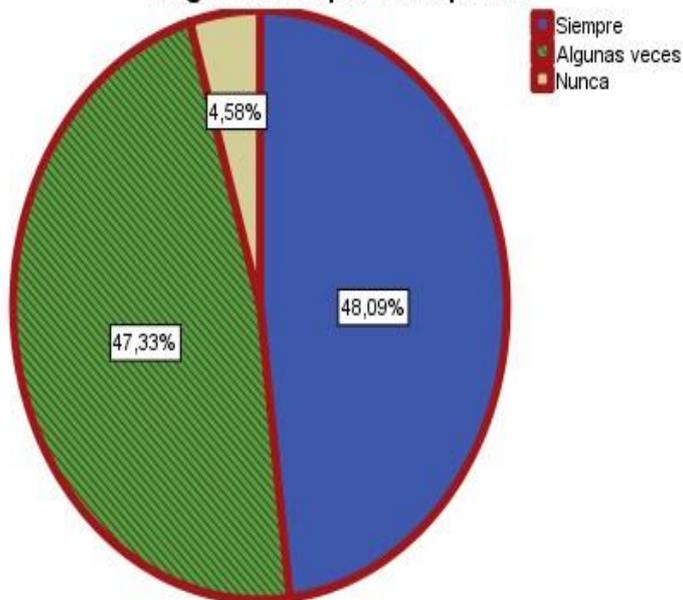
Tabla 29: Participación del trabajador en su formación personal y profesional

¿Asiste a todas las reuniones y capacitaciones organizadas por la empresa?

Reflejan que	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	63	48,1	48,1	48,1
Algunas Válidos veces	62	47,3	47,3	95,4
Nunca	6	4,6	4,6	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Análisis e interpretación

¿Asiste a todas las reuniones y capacitaciones organizadas por la empresa?



• Análisis

Del total de la población encuestada el 48,09% manifiesta que siempre asiste a todas las reuniones y capacitaciones organizadas por la empresa, sin embargo, el 47,33% afirma que sólo algunas veces asiste a todas las reuniones y

capacitaciones organizadas por la empresa, mientras que el 4,58% de los trabajadores confesó que nunca asiste a todas las reuniones y capacitaciones organizadas por la empresa.

- Interpretación

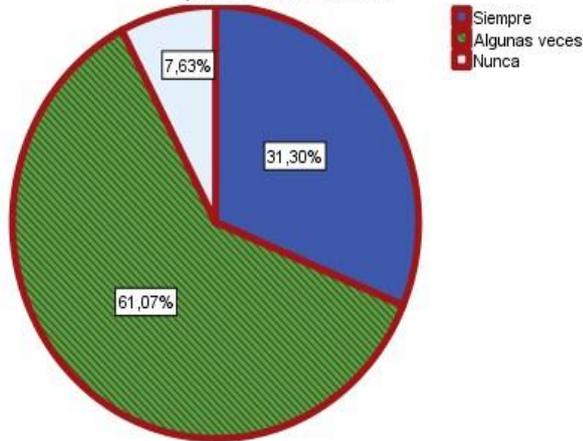
Los resultados establecidos en el gráfico obtenido reflejan que la comunicación organizacional es deficiente, pues aunque existe una gran cantidad de colaboradores los cuáles contribuyen a la organización asistiendo a sus reuniones y capacitaciones realizadas por la empresa no basta para el desarrollo económico y empresarial Además, encontramos que existe una gran proporción de colaboradores los cuáles afirman que sólo algunas veces son partícipes de las reuniones y capacitaciones realizadas por la empresa, pues consideran que no son una pieza importante en la organización porque la gerencia no se los demuestra, siendo un grave problema de relación corporativa y satisfacción. Por otro lado, una cantidad muy pequeña de trabajadores no asiste por ningún motivo a las reuniones o capacitaciones de la organización, asegurando que la identificación es totalmente pésima.

Tabla 37: Importancia del líder dentro de una organización

¿Cree que los miembros que ocupan grandes puestos en la organización (organigrama), laboran profesionalmente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	41	31,3	31,3	31,3
Algunas veces	80	61,1	61,1	92,4
Nunca	10	7,6	7,6	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Cree que los miembros que ocupan grandes puestos en la organización (organigrama), laboran profesionalmente?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

El 31,30% de la población encuestada afirma que los miembros que ocupan grandes puestos en la organización siempre laboran profesionalmente.

Por otro lado, el 61,07% de los colaboradores encuestados considera que los miembros que ocupan grandes puestos en la organización, sólo algunas veces laboran profesionalmente. Mientras un 7,63% manifiesta que los miembros que ocupan grandes puestos en la empresa nunca laboran profesionalmente.

- Interpretación

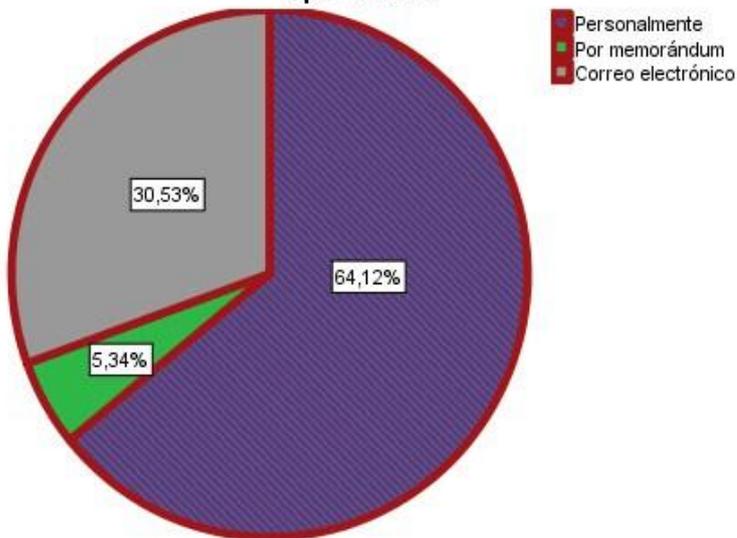
Los resultados establecidos reflejan que, la preparación profesional de los líderes de la organización en el desarrollo de sus actividades para con los trabajadores es regular pues un gran número población considera que los trabajadores que ocupan grandes puestos sólo algunas veces laboran profesionalmente, mostrando la falta de autoestima y confianza que se tienen los altos mandos de la organización, pues muchas veces actúan por el estado de ánimo en el que se encuentran, logrando la insatisfacción de su grupo de trabajo y el escaso interés por querer lograr una comunicación eficiente y descendente, todo esto es reforzado con un pequeñísimo grupo de trabajadores quiénes afirman que sus jefes nunca trabajan con profesionalismo pues su interés se basa en el aumento de producción pero no en la preparación, motivación, comprensión y estima a su equipo de trabajo. Aunque existe también una población no muy numerosa la cual afirma que siempre los grandes mandos trabajan con total profesionalismo, volviendo a tomar el tema de la uniformidad en el trato, dejando a fuera las preferencias que sólo perjudican la perfección empresarial.

Tabla 39: Forma de comunicación efectiva entre los trabajadores y el gerente

¿A través de qué medio expone usted, sus dudas y opiniones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Personalmente	84	64,1	64,1	64,1
Por memorándum	7	5,3	5,3	69,5
Válidos Correo electrónico	40	30,5	30,5	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿A través de que medio expone usted, sus dudas y opiniones?



Análisis e interpretación

• **Análisis**

Del total de la población encuestada el 64,12% manifiesta que expone sus dudas de manera personal. Por otro lado, un 5,34% de los colaboradores afirma que expone sus dudas a

través de memorándum, mientras que el 30,53% considera que expone sus dudas y opinión por correo electrónico.

- Interpretación

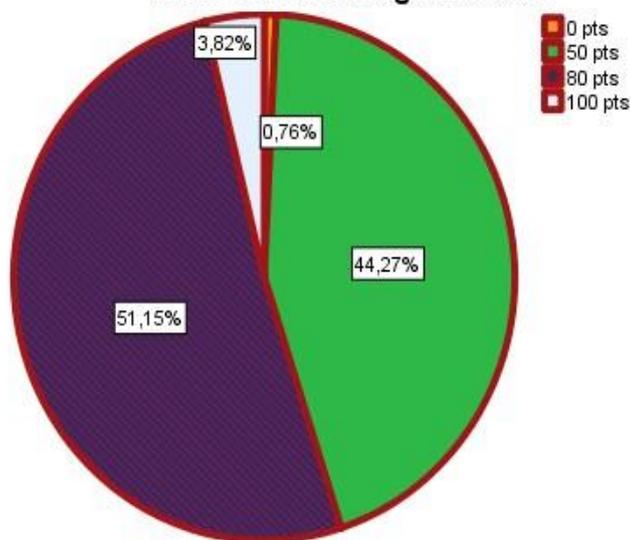
Los resultados obtenidos, reflejan que los canales de comunicación que se establecen en la empresa en su mayor parte se dan de forma personal, ya sean o no escuchados, sin embargo esto repercute en el cumplimiento de la comunicación e interacción laboral. Por otro lado, podemos analizar que el segundo medio influyente en los colaboradores para reflejar sus dudas u opiniones es el correo electrónico el cual se establece en varias ocasiones, para que de este modo exista una prueba del aviso de algún abuso o contrariedad con la finalidad de mejorar el ambiente de la empresa. Por último, podemos analizar que el memorándum es un medio que no es muy utilizado por los trabajadores, y que la gerencia debería darle un gran uso pues es un medio efectivo en la prevención de problemas.

Tabla 41: Influencia del grado de comunicación interna en la organización

¿Qué puntaje le otorgaría a la comunicación que se establece en su organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0 pts	1	,8	,8	,8
50 pts	58	44,3	44,3	45,0
80 pts	67	51,1	51,1	96,2
100 pts	5	3,8	3,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Qué puntaje le otorgaría a la comunicación que se establece en su organización?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada, el 44,27% de los trabajadores otorga 50 puntos a la comunicación que se establece en su organización, mientras

que el 51,15% considera que la comunicación que se establece en la empresa debe tener 80 puntos. Por otro lado, el 3,82% de los trabajadores otorga 100 puntos a la comunicación que se desarrolla en la organización. Sin embargo, un 0,76% otorga 0 puntos a dicha comunicación.

- Interpretación

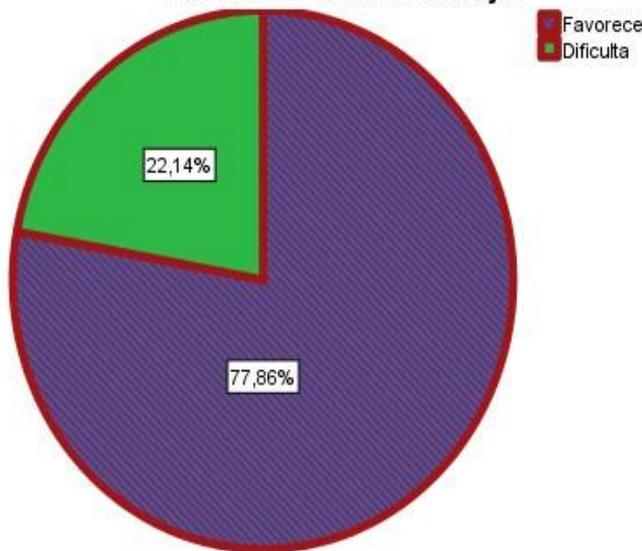
Los resultados obtenidos reflejan que la comunicación que se establece en la organización no llega a su excelencia ni se desarrolla de manera adecuada puesto que la mayor cantidad de trabajadores calificó con 80 y 50 puntos la comunicación que se realiza en la empresa Cobra, manifestando que la gerencia no le brinda importancia al bienestar de sus colaboradores para su comodidad, Sin embargo, podemos concluir que no es excelente la comunicación de esta organización pues una cantidad muy reducida de trabajadores optó por brindar 100 puntos a la comunicación establecida, no repercutiendo en nada al desarrollo organizacional. Por otro lado, también encontramos una pequeñísima cantidad de la población la cual considera que este medio de interacción y resolución de problemas es pésima.

Tabla 45: Repercusión de una buena estructura organizacional en los trabajadores

¿La estructura de la organización favorece o dificulta el desarrollo de su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Favorece	102	77,9	77,9	77,9
Válidos Dificulta	29	22,1	22,1	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿La estructura de la organización favorece o dificulta el desarrollo de su trabajo?



Análisis e interpretación

• Análisis

El 77,86% del total de la población encuestada considera que la estructura de la organización favorece en el desarrollo de su trabajo. Mientras que el

22,14% afirma que la estructura de la organización dificulta el desarrollo de su trabajo.

- Interpretación

Los resultados establecidos en el gráfico reflejan que la mayor cantidad de trabajadores de la empresa Cobra considera que la estructura de la organización favorece al desarrollo del trabajo, pues permite que éstos tengan siempre presente el puesto o departamento en el que pertenecen para que de esta manera respeten con responsabilidad su labor .Por otro lado, encontramos una considerable cantidad de colaboradores los cuáles afirman que la estructura de la organización dificulta el desarrollo de su trabajo, este resultado nos da a entender que existen en la empresa colaboradores que no se encuentran preparados ni identificados con la organización pues no se preocupan por conocer el lugar donde labora para un mejor ambiente laboral.

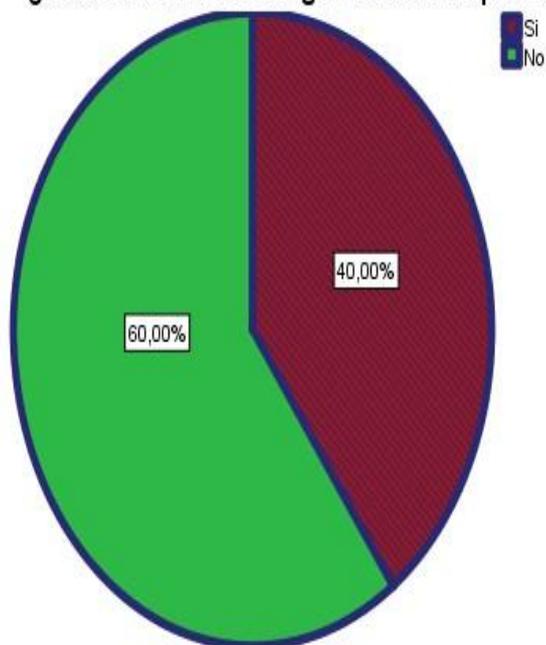
Clientes

Tabla 14: Organización empresarial y su influencia en la buena interacción

¿Conoce cómo está organizada la empresa cobra?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	34	40,0	40,0
	No	51	60,0	100,0
	Total	85	100,0	100,0

¿Conoce como está organizada la empresa cobra?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 40,00% del total de la población encuestada manifiesta que sí conoce cómo está organizada la empresa Cobra, mientras que el 60,00% confiesa que no conoce cómo se encuentra organizada la empresa Cobra.

- Interpretación

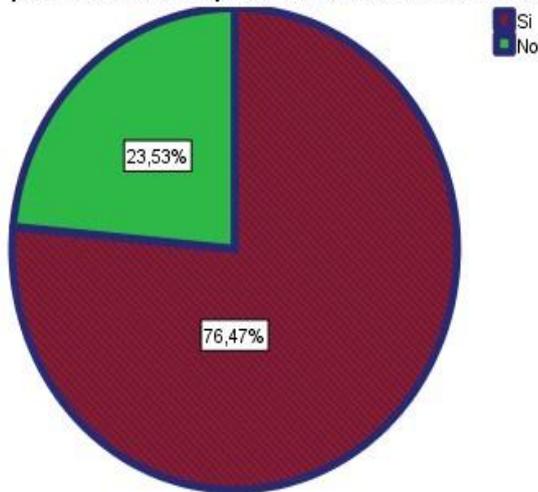
Los resultados obtenidos reflejan que los trabajadores no se identifican adecuadamente con la organización en la que laboran pues, existe un gran número de colaboradores los cuáles no conocen cómo se encuentra estructurada u organizada su empresa, reflejando un profundo descuido por parte de la gerencia, pues si bien es cierto el que el empleado conozca este importante factor es necesario para poder establecer planes en donde se respete el puesto que tienen ellos y en de sus compañeros. Sin embargo, observamos un considerable número de trabajadores quienes aseguran conocer esta estructura, demostrando su nivel competitivo y responsabilidad laboral.

Tabla 15: Profesionalismo en las grandes ramas empresariales

¿Por el servicio que brindan los trabajadores, cree que los encargados del departamento de Relaciones Públicas desempeñan correctamente su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Si	65	76,5	76,5	76,5
No	20	23,5	23,5	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Por el servicio que brindan los trabajadores, cree que los encargados del departamento de relaciones públicas desempeñan correctamente su trabajo?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada el 76,47% afirma que por el servicio que brinda los trabajadores, sí considera que los encargados del departamento de

Relaciones Públicas desempeñan correctamente su trabajo. Sin embargo, el 23,53% manifiesta que por el servicio que brinda los trabajadores, los encargados del área de Relaciones Públicas no desempeñan su labor correctamente.

- Interpretación

Los resultados obtenidos reflejan que la mayor parte de la población concuerda con que el departamento de Relaciones Públicas desempeña su trabajo profesionalmente, pues se refleja en su servicio, ayudando a mejorar; sin embargo, los encargados de este departamento deben de idear diversas técnicas competitivas y comunicacionales para llegar tanto a su público interna como externo y lograr la excelente que se solicita, pues como observamos en el gráfico una considerable población de clientes afirma que los encargados del departamento de Relaciones Públicas no cumplen correctamente su labor, pues la insatisfacción existe y la confiabilidad no se hace notar.

Entrevista encargados de área

21) ¿Mantienen informado a sus trabajadores sobre la estructura de la organización? ¿Por qué?

Los encargados del departamento de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar, “Cobra”, manifiestan que informan constantemente a sus colaboradores sobre la estructura de la empresa pues permite a estos adaptarse a los cambios estructurales y tener siempre presente su posición en la organización logrando cumplir de esta manera todas las tareas encomendadas.

23) ¿La estructura de su empresa la evalúan de manera ascendente (trabajadores a jefes) o descendente (jefes a trabajadores)? ¿Por qué?

Según la opinión de los especialistas los cuáles laboran en el área de Relaciones Públicas, se puede concluir que esta organización realiza una comunicación descendente porque consideran que de esta manera se puede constatar el respeto y la disciplina para seguir siendo líder, sin embargo, reconocer que la forma de comunicación empleada no es la adecuado por ello manifiestan que no dejan de lado a sus trabajadores.

25) ¿Cuál es la utilidad de que sus trabajadores conozcan la organización de su institución?

Según la opinión de los encargados del departamento de Relaciones Públicas es muy útil que los colaboradores conozcan cómo se encuentra organizada su casa de trabajo para responder adecuadamente a las exigencias y cambios del mercado cumpliendo con responsabilidad las tareas que se le encomiende realizar.

Entrevista expertos

27. ¿Cree usted que la comunicación organizacional concuerda con mi variable de estudio?

Los especialistas en las ciencias de las Relaciones Públicas, consideran que la comunicación organizacional efectivamente concuerda con mi variable de estudio (Relaciones Públicas) pues es sinónimo de equipo y producto de un plan que tiene fines y objetivos los cuales pueden cumplir a mediano o largo plazo, con la buena estructura de las relaciones corporativas.

9. ¿Considera que el departamento de Relaciones Públicas tenga que ver con la decisión de contribución del trabajador?

Los especialistas en la rama de las Relaciones Públicas, manifiestan que este departamento contribuye en la decisión de contribución de los trabajadores pues se establece de manera recíproca o de solidaridad, actuando como un filtro para respetar las decisiones y opiniones establecidas por la gerencia para mejorar desinteresadamente en el desarrollo organizacional.

19. ¿Cree que es importante que en la organización de la empresa la gerencia deba trabajar directamente con el departamento de Relaciones Públicas? ¿Por qué?

Según el punto de vista de los especialistas en esta rama de la Comunicación, consideran por un lado que, el relacionista público debe ser el primer asesor de la alta dirección pues es llamado a informar, direccionar y disponer soluciones. Por otro lado, manifiestan que no solo debe trabajar con ese departamento sino con todos para no crear dependencia.

19. ¿Piensa que en el organigrama de toda organización debe existir un departamento de Relaciones Públicas?

Los especialistas en la disciplina de las Relaciones Públicas manifiestan que el departamento de Relaciones Públicas dentro del organigrama de una organización es pieza fundamental para el engranaje de toda empresa, además hoy en día se debe tomar en cuenta este departamento pues el mercado crece rápidamente y la competencia se hace presente.

20. ¿Qué factores se deben tener en cuenta para diseñar el organigrama de una organización?

Los expertos en la disciplina de las Relaciones Públicas, manifiestan que al momento de diseñar el organigrama de la empresa se debe tener en cuenta, la dependencia, jefatura respetando la jerarquía que plantee el asesor de la alta dirección.

- **RESULTADO**

Como se observa las Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar, “Cobra” dificulta la buena estructura de la organización interna puesto que los encargados de este departamento no se preocupan por cultivar en sus trabajadores el respeto por las leyes y la jerarquía planteada por los altos mandos de la organización, con el fin de establecer un orden lógico. Esto provoca que los trabajadores no conozcan a fondo el organigrama de su casa de labor dificultando el logro, la excelencia y calidad, mostrando una falta de interés por identificarse con la organización y es que el hecho de que los relacionistas públicos no se comuniquen correctamente con su equipo de trabajo lleva a éstos a estar desinformados de los cambios que se estructuran internamente. Además de no trabajar directamente con la gerencia y no considerar un estudio ascendente (trabajadores- gerente) de interacción a través de un memorándum o correo electrónico los cuáles funcionen como un documento de prueba para lograr ser escuchados.

Por otro lado, el departamento de Relaciones Públicas descuida en su totalidad el deber que tiene su staff de informar al público que lo solicite, sobre cómo se encuentra organizada la empresa, por ello existen clientes que no saben a quién dirigirse cuando sucede algún altercado que requiera de una queja, dejando insatisfechos a sus clientes potenciales.

Por otro lado los jefes de Relaciones Públicas no solicitan la opinión de sus trabajadores en cuanto a la organización de los departamentos para comprobar si éstos están de acuerdo con la ubicación que se les brinda estudiando claro está, el rubro de su servicio y la contribución del orden. Sin embargo, aunque los encargados del departamento de Relaciones Públicas manifiesten que los trabajadores saben cuál es su posición en el organigrama de la empresa, saben cómo evaluar constantemente de manera descendente el organigrama, en fin consideran que la organización interna es eficiente en

su forma y fondo, sin percatarse que son todos los colaboradores los que deben practicar o estar pendientes de la importancia de la estructura, pues de nada sirve que sólo la mitad de éstos tengan conocimiento sobre este sistema, no logrando la uniformidad pues según los especialistas en el área de las Relaciones Corporativas, este departamento tiene la misión de cuidar la dependencia y respeto de la jerarquía con una profunda uniformidad .Todo lo establecido anteriormente comprueba que la hipótesis número tres se **DISPRUEBA** en su totalidad , así como lo reflejan las tablas 4,16, 27,29,37, 39,41,45 de la encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Cobra, las tablas 14,15 de la encuesta realizada a los clientes potenciales. Además de las respuestas de los ítems 21, 23,25 de la entrevista realizada a los encargados del área de Relaciones Públicas de la empresa Cobra y de los ítems 3,9, 19, 20,21, de la entrevista aplicada a los expertos en la ciencia de las Relaciones Públicas.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°4

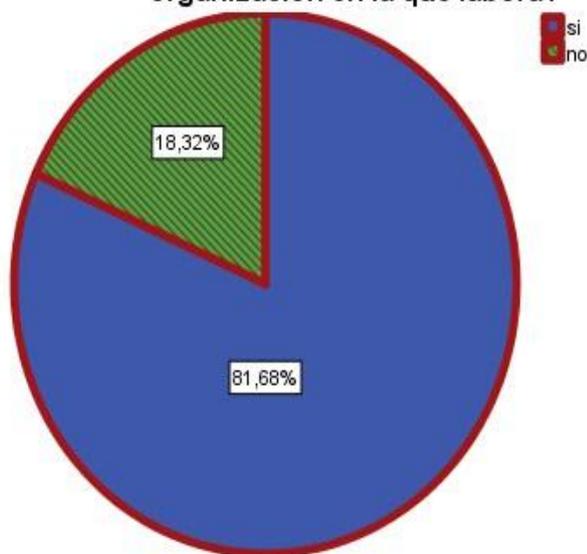
- Las **Relaciones Públicas** influyen en un 90% en la **organización formal** de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, de la ciudad de Piura, año 2013-2014.

Tabla 3: Importancia del reglamento organizacional en el trabajador

Usted como trabajador ¿Conoce el reglamento de la organización en la que labora?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	107	81,7	81,7	81,7
Válidos no	24	18,3	18,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Usted como trabajador ¿Conoce el reglamento de la organización en la que labora?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 81,68% del total de mi población establecida considera que sí conoce el reglamento de su casa de trabajo.

Por otro lado el 18,32% de los trabajadores confiesa que desconocen el reglamento de la organización en la que laboran.

- Interpretación

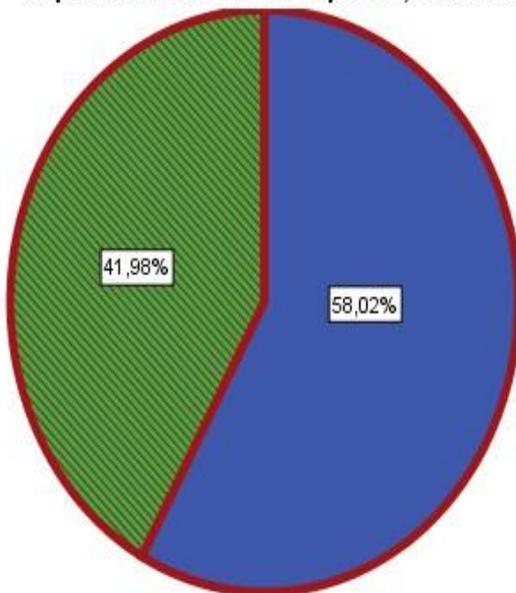
Como podemos observar, el gráfico anterior nos expone el total de los resultados de mi población; el cuál nos muestra que la mayor parte de los colaboradores de la empresa Cobra son conscientes cuán importante es conocer el reglamento de la organización pues ayuda a prevenir diversos inconvenientes lo cual lleva a perjudicar la imagen de la institución y su honra como profesionales. Sin embargo, existe una pequeña cantidad de colaboradores que no conocen el reglamento de su casa de labor afectando el desarrollo de la organización y mostrando desinterés laboral en el logro de la excelencia en la identificación institucional pues esto se debe a la falta de preparación con la que éstos pueden contar.

Tabla 17: La gerencia y la construcción de sus actividades laborales

¿Cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa, son las adecuadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	76	58,0	58,0	58,0
Válidos no	55	42,0	42,0	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa, son las adecuadas?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 58,02% del total de la población encuestada considera que las actividades que se otorgan a cada departamento de la

empresa son las adecuadas, por otro lado el 41,98% manifiesta que las actividades otorgadas a cada departamento de la organización no son las adecuadas.

- Interpretación

El gráfico reflejado anteriormente muestra que existe una proporción considerable de trabajadores de la empresa Cobra los cuales están de acuerdo con las actividades otorgadas a cada departamento, permitiendo la realización y el cumplimiento de éstas sin problema alguno. Por otro lado, la organización no puede tener una imagen previa ni de nivel pues existen colaboradores los cuáles piensan que el organigrama formal que establece la empresa, atribuye actividades inadecuadas pues no están dentro de las responsabilidades que éstos deben cumplir, provocando que el trabajador no le tome importancia al organigrama formal de la empresa, sintiéndose obligado y sin derecho a reclamo.

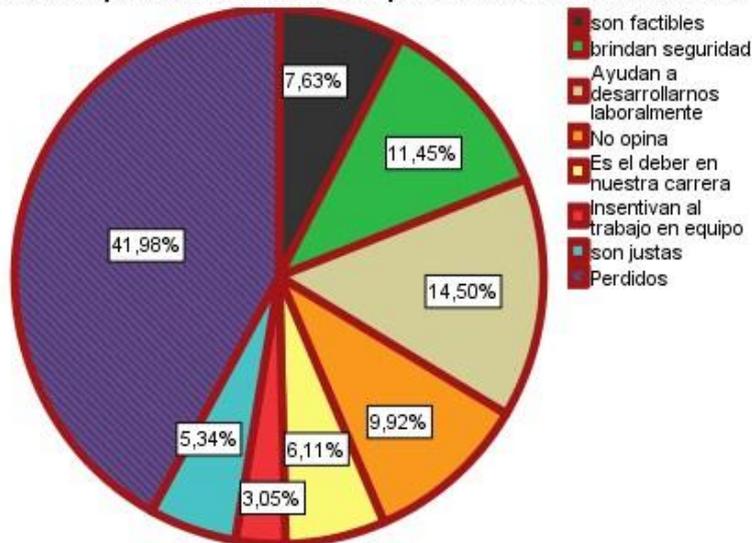
Tabla 18: La gerencia y su preocupación en estructurar actividades adecuadas para cada departamento.

¿Por qué cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa son las adecuadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
son factibles	10	7,6	13,2	13,2
Brindan seguridad	15	11,5	19,7	32,9
Ayudan a desarrollarnos laboralmente	19	14,5	25,0	57,9
No opina	13	9,9	17,1	75,0
Es el deber en nuestra carrera	8	6,1	10,5	85,5
Incentivan al trabajo en equipo	4	3,1	5,3	90,8
son justas	7	5,3	9,2	100,0
Total	76	58,0	100,0	
Perdidos Sistema	55	42,0		
Total	131	100,0		

Análisis e interpretación

¿Por qué cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa son las adecuadas?



• Análisis
Del total de la población encuestada el 7,63% considera que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa son

las adecuadas, porque son factibles de realizar, sin embargo el 11,45% porque brinda seguridad, 14,50% ayuda al desarrollo laboral, el 9,92% decidió no fundamentar su respuesta, además el 6,11% consideró que las actividades que se otorgan a cada departamento son las adecuadas porque es el deber de la carrera, el 3,05% manifiesta que las actividades son las correctas porque incentivan al trabajo en equipo, el 5,34% considera que son justas. Sin embargo, el 41,98% es una población perdida pues su opinión es negativa.

- Interpretación

Los resultados mostrados en el gráfico anterior demuestran que la mayor cantidad de trabajadores de la empresa Cobra, expresan que las actividades planteadas por la gerencia de la empresa son las adecuadas para cada departamento pues, son factibles de realizar para lograr la calidad necesaria y obtener buen prestigio, además de brindar seguridad, ayudando indudablemente a desarrollar el modo de trabajo, lo que construye una

motivación e identificación en el personal. De esta manera, demuestran que es su deber pues va de la mano con su estudio profesional, logrando establecer un trabajo en equipo reflejando interna y externamente las relaciones establecidas de forma ascendente y descendente. Por otro lado, los colaboradores manifiestan que estas actividades son justas pues concuerdan con su remuneración. En conclusión, el organigrama formal de la empresa, aún no se encuentra bien estructurada, pues existe una población la cuál no está de acuerdo con la estructura de este elemento imprescindible de la organización.

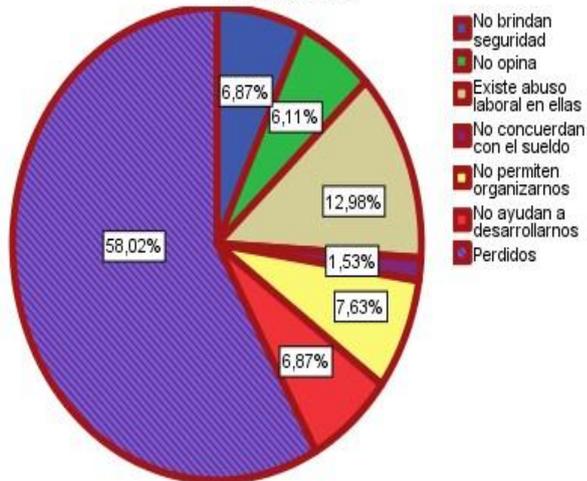
Tabla 19: La gerencia y su despreocupación en estructurar actividades adecuadas para cada departamento.

¿Por qué cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa no son las adecuadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No brindan seguridad	9	6,9	16,4	16,4
No opina	8	6,1	14,5	30,9
Existe abuso laboral en ellas	17	13,0	30,9	61,8
No concuerdan con el sueldo	2	1,5	3,6	65,5
No permiten organizarnos	10	7,6	18,2	83,6
No ayudan a desarrollarnos	9	6,9	16,4	100,0
Total	55	42,0	100,0	
Perdidos Sistema	76	58,0		
Total	131	100,0		

Análisis e interpretación

¿Por qué cree que las actividades que se otorgan a cada departamento de la empresa no son las adecuadas?



• Análisis

El 6,87% del total de la población encuestada manifiesta que las actividades que se le otorga a cada departamento de la empresa no son las adecuadas porque no brindan seguridad, por otro lado, el 6,11% decidió no fundamentar su respuesta, el 12,98 % expresó que existe abuso laboral en dichas actividades, el 1,53% no concuerda con su sueldo, el 7,63% no permite organizarse laboralmente, el 6,87 % de los colaboradores considera que no ayudan al desarrollo de sus actividades.

fundamentar su respuesta, el 12,98 % expresó que existe abuso laboral en dichas actividades, el 1,53% no concuerda con su sueldo, el 7,63% no permite organizarse laboralmente, el 6,87 % de los colaboradores considera que no ayudan al desarrollo de sus actividades.

• Interpretación

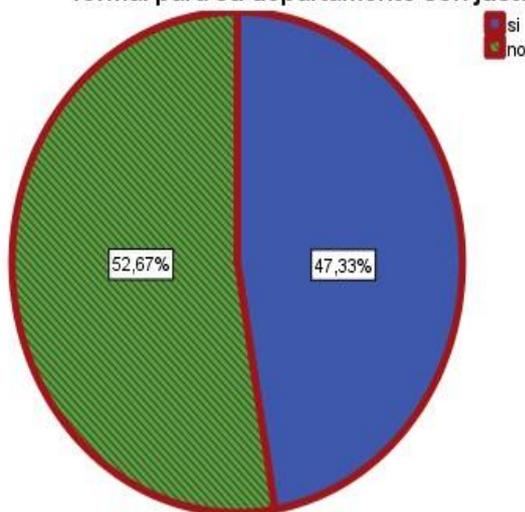
Los resultados propuestos manifiestan que las actividades que estructura la empresa en su organismo formal son regular pues una proporción considerable de colaboradores no están cómodos con las actividades que se plantean en dicho organigrama, provocando la falta de motivación, corriendo el riesgo de atentar con la calidad del servicio y la garantía de su eficacia en la realización de sus actividades.

Tabla 20: Desarrollo de la estructura formal como elemento principal de toda organización

¿Las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
si	62	47,3	47,3	47,3
no	69	52,7	52,7	100,0
Total	131	100,0	100,0	

¿Las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas?



Análisis e interpretación

- Análisis**

Del total de la población encuestada el 47,33% considera que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento

son justas, sin embargo; el 52,67% manifiesta que las actividades que se exponen en el organigrama formal para cada departamento no son justas.

- Interpretación

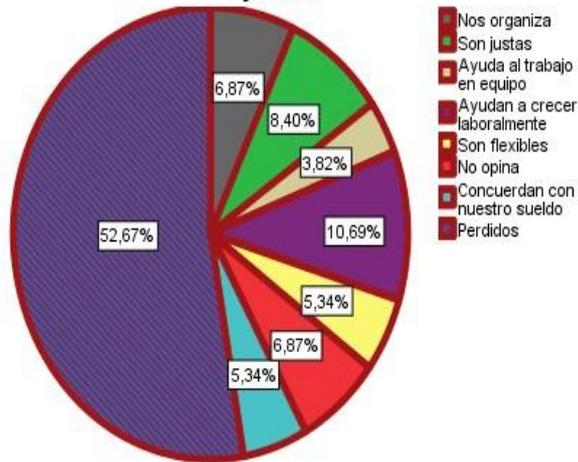
El gráfico presentado, refleja que las actividades que se exponen en el organigrama formal de la empresa Cobra no están correctamente estructuradas, pues aunque existe una proporción regular de trabajadores que consideran que son justas, la mayor cantidad de colaboradores están en total desacuerdo con dichas tareas que refleja este organigrama puesto que no ayudan al desarrollo laboral y personal porque existen en ellas abuso permanente que provocan el trabajo a presión y un ambiente laboral totalmente negativo, todo esto muestra que el organismo formal necesita ser modificado y evaluado por todos los miembros de la organización, practicando una comunicación interna eficiente para aumentar la relación empresarial y el aumento económico.

Tabla 21: Repercusión de una buena estructura formal en los trabajadores

¿Por qué cree que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nos organiza	9	6,9	14,5	14,5
Son justas	11	8,4	17,7	32,3
Ayuda al trabajo en equipo	5	3,8	8,1	40,3
Ayudan a crecer	14	10,7	22,6	62,9
Válidos laboralmente				
Son flexibles	7	5,3	11,3	74,2
No opina	9	6,9	14,5	88,7
Concuerdan con nuestro sueldo	7	5,3	11,3	100,0
Total	62	47,3	100,0	
Perdidos Sistema	69	52,7		
Total	131	100,0		

¿Por qué cree que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas?



Análisis e interpretación

- Análisis

El 6,87% del total de colaboradores encuestados manifiesta que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento son justas porque

permiten organizarnos, sin embargo, el 8,40% refleja que son justas, el 3,82% ayudan al trabajo en equipo, el 10,69% porque ayudan a crecer laboralmente, el 5,34% son flexibles, el 6,87% de los colaboradores encuestados decidieron no fundamentar su respuesta, el 5,34% porque concuerdan con su sueldo establecido. Por otro lado, el 52,67% de los trabajadores pensaron lo contrario.

- Interpretación

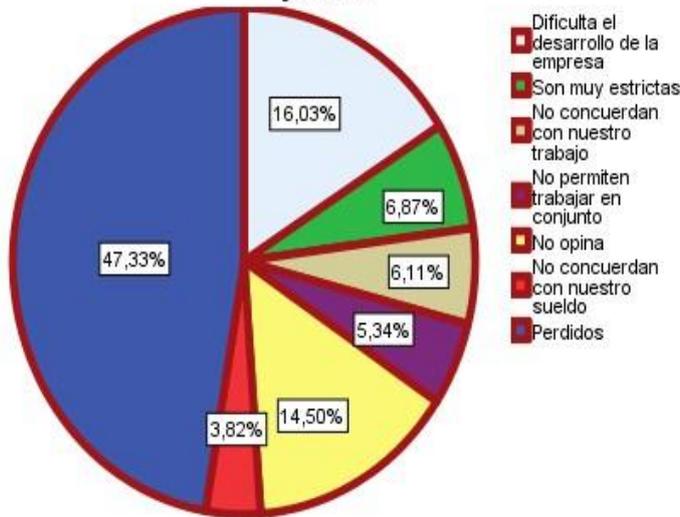
Los resultados obtenidos muestran que, menos de la mitad de la población encuestada (colaboradores) afirman la adecuada estructura formal de la empresa colaboradora de Movistar Cobra ayuda a organizarse laboralmente, a trabajar en equipo y crecer profesionalmente, mostrando eficacia en la ejecución de las tareas. Por otro lado, manifiestan que son flexibles y justas pues concuerdan con el sueldo establecido provocando a la motivación institucional.

Tabla 22: Repercusión de una incorrecta estructura formal en el desarrollo de los trabajadores.

¿Por qué cree que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento no son justas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Dificulta el desarrollo de la empresa	21	16,0	30,4	
Son muy estrictas	9	6,9	13,0	43,5
No concuerdan con nuestro trabajo	8	6,1	11,6	55,1
Válidos				
No permiten trabajar en conjunto	7	5,3	10,1	65,2
No opina	19	14,5	27,5	92,8
No concuerdan con nuestro sueldo	5	3,8	7,2	100,0
Total	69	52,7	100,0	
Perdido Sistemas	62	47,3		
Total	131	100,0		

¿Por qué cree que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento no son justas?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada, el 16,03% refleja que las actividades que se exponen en el organigrama formal para su departamento

no son justas porque dificultan el desarrollo de la empresa, el 6,87% porque son muy estrictas, el 6,11% no concuerdan con el trabajo realizado, el 5,34%, consideran que no ayudan al trabajo en conjunto, el 14,50% no fundamentaron su respuesta, el 3,82% expresan que dichas actividades no concuerdan con el sueldo establecido. Por otro lado, la población perdida piensa lo contrario.

• Interpretación

Los resultados obtenidos en el gráfico anterior, reflejan que el organismo formal de la empresa está sumamente debilitado pues la mayor parte de trabajadores consideran que las actividades planteadas en el organigrama dificultan el desarrollo empresarial pues no son justas porque existen ciertas exageraciones en ellas y sobre no establecen concordancia con el trabajo realizado diario, mensual o anualmente. En conclusión, se puede deducir que definitivamente estas actividades deben ser redactadas tomando en cuenta la opinión de sus colaboradores para que se establezcan buenas relaciones corporativas internas, logrando que los trabajadores se sientan importantes e imprescindibles para lograr al éxito de la empresa, de esta manera lograr ser la organización número uno en el mercado de producción.

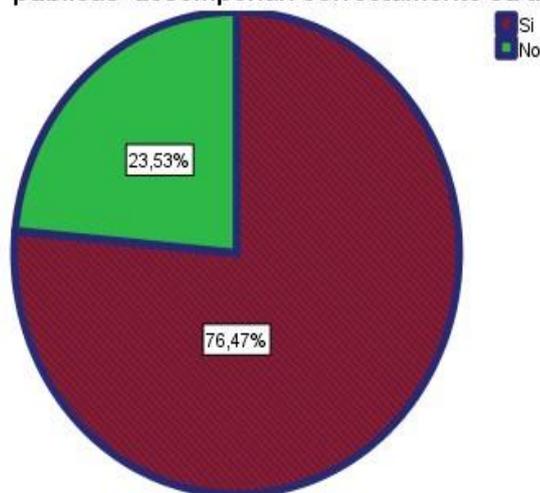
Cientes

Tabla 15: Profesionalismo en las grandes ramas empresariales

¿Por el servicio que brindan los trabajadores, cree que los encargados del departamento de Relaciones Públicas desempeñan correctamente su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	65	76,5	76,5	76,5
Válidos No	20	23,5	23,5	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Por el servicio que brindan los trabajadores, cree que los encargados del departamento de relaciones públicas desempeñan correctamente su trabajo?



Análisis e interpretación

- Análisis

Del total de la población encuestada el 76,47% afirma que por el servicio que brindan los trabajadores, sí considera que los encargados del departamento de

Relaciones Públicas desempeñan correctamente su trabajo. Sin embargo, el 23,53% manifiesta que por el servicio que brindan los trabajadores, los encargados del área de Relaciones Públicas no desempeñan su labor correctamente

- Interpretación

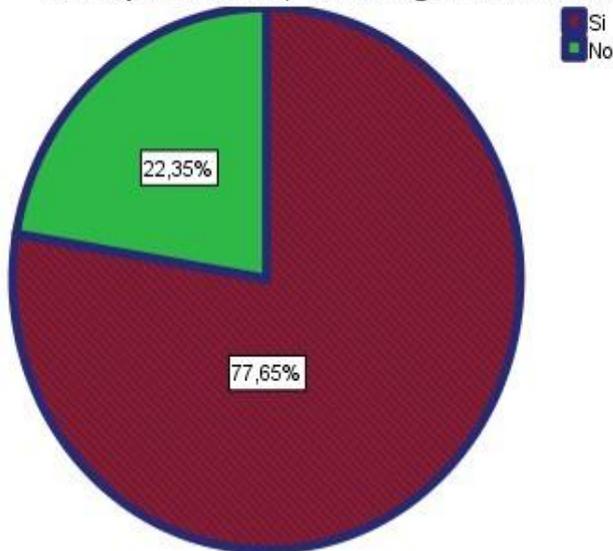
Los resultados obtenidos reflejan que la mayor parte de la población concuerda con que el departamento de Relaciones Públicas desempeña su trabajo profesionalmente, pues se refleja en su servicio, ayudando a mejorar; sin embargo, los encargados de este departamento deben de idear diversas técnicas competitivas y comunicacionales para llegar tanto a su público interna como externo y lograr la excelencia que se solicita, pues como observamos en el gráfico una considerable población de clientes afirma que los encargados del departamento de Relaciones Públicas no cumplen correctamente su labora, pues la insatisfacción existe y la confiabilidad no se hace notar.

Tabla 16: Responsabilidad laboral para el triunfo de la organización

¿Cree que los trabajadores realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en la que laboran, en la organización formal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	66	77,6	77,6	77,6
Válidos No	19	22,4	22,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	

¿Cree que los trabajadores realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en la que laboran, en la organización formal?



Análisis e interpretación

• Análisis

Del total de la población encuestada el 77,65% considera que los trabajadores sí realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en la organización formal, mientras que el 22,35%

afirma que los trabajadores no realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en su organización formal.

- Interpretación

Los resultados reflejados en el gráfico anterior muestran que existe un gran número de colaboradores los cuáles realizan su labor correctamente conforme el organigrama formal, esto quiere decir que dicha población es responsable pues se informa sobre cómo se encuentra estructurada la empresa que les brinda el servicio, a través de los materiales otorgados con su recibo mensual, mostrando un nivel cultural de buen nivel. Sin embargo, esto debe de mejorar pues encontramos que una considerable proporción de la población manifestó que los trabajadores no realizan con responsabilidad los puntos que establece la empresa en el organigrama formal, pues no están cómodos con la forma y el fondo del servicio.

Entrevista trabajadores de área

33) ¿Mantienen informado a sus trabajadores sobre la estructura de la organización? ¿Por qué?

Los encargados del departamento de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar, “Cobra”, manifiestan que informan constantemente a sus colaboradores sobre la estructura de la empresa pues permite a éstos adaptarse a los cambios estructurales y tener siempre presente su posición en la organización logrando cumplir de esta manera todas las tareas encomendadas.

23) ¿Cree que el verificar constantemente los objetivos que debe cumplir cada departamento de la empresa, ayudará al éxito de la institución y la interacción con sus trabajadores?

Los jefes del departamento de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar “Cobra”, afirman que el verificar constantemente los objetivos que debe cumplir cada departamento de la empresa es una acción muy importante para poder evaluar la eficacia de sus colaboradores, informándose sobre las fortalezas, debilidades y amenazas que el mercado laboral brinda, todo esto es adecuado cuando no afecta la comodidad del trabajador.

24) ¿Cuál es la utilidad de que sus trabajadores conozcan la organización de su institución?

Según la opinión de los encargados del departamento de Relaciones Públicas es muy útil que los colaboradores conozcan cómo se encuentra organizada su casa de trabajo para responder adecuadamente a las exigencias y cambios del mercado cumpliendo con responsabilidad las tareas que se le encomiende realizar.

Entrevista Expertos

6. ¿Qué estrategias debe seguir el relacionista público para estructurar una comunicación formal entre sus trabajadores?

Los expertos en la rama de estudio, manifiestan que el relacionista público para estructurar una comunicación formal entre los trabajadores primero debe conocer los puntos más saltantes de sus colaboradores. Por otro lado, también consideran que en lugar de estrategias puede promover la comunicación para forjar caminos logrando la comodidad de los trabajadores, estudiando qué actividades deben cumplir su staff.

16. ¿Por qué es imprescindible que los trabajadores se sientan cómodos al realizar sus labores?

Según el punto de vista de los especialistas en la rama de las Relaciones Públicas, manifiestan que la comodidad de los trabajadores es un elemento fundamental para mejorar el rendimiento y los triunfos de la organización, de esta manera puedan resolver todas las dudas de los clientes mostrando total preparación y profesionalismo.

23. ¿Qué es para usted la organización formal (organigrama formal)?

Los especialistas en este departamento manifiestan que el organigrama formal es la estructura que desarrolla la organización para entablar las actividades que deben ser cumplidas por cada sector jerárquico, promulgando el grado de participación en la empresa.

24. ¿Considera importante que los trabajadores deben conocer el organigrama formal de la organización?

Según la opinión de los especialistas en la rama de las Relaciones Públicas, consideran que es importante que cada colaborador conozca la estructura de su casa de labor, dando a conocer las actividades no sólo de ellos sino también de los altos mandos de la empresa, pues recordemos que los colaboradores deben también evaluar el trabajo de sus líderes.

- **RESULTADO**

Las Relaciones Públicas son un ente imprescindible para la distribución de las actividades a través de una adecuada comunicación, sin embargo, los encargados del departamento de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, no han estructurado adecuadamente el organigrama formal de la empresa, provocando de este modo que los colaboradores no respeten las actividades planteadas en esta estructura empresarial, puesto que las consideran injustas y muy exageradas, despertando en ellos inseguridad y una falta de interés en el trabajo en equipo.

Además, se puede establecer que dificultan el servicio de calidad dejando de ofrecer garantía, debido a que los relacionistas públicos no solicitan la opinión de sus trabajadores para asegurar su satisfacción y su correcto desarrollo profesional, provocando grandes pérdidas en el aumento de la cartera de clientes por la desinformación pues el trabajador que recurra a la instalación no sabrá realizar con responsabilidad lo que debe cumplir, por la falta de uniformidad en el peso de las actividades planteadas en la estructura formal de la organización y aunque los que laboran en el departamento de Relaciones Públicas manifiesten que informan constantemente sobre las actividades que se encuentran planteadas en su organigrama formal, que verifican los objetivos y que preparan a su equipo para afrontar los cambios y exigencias de la estructura.

Sin embargo, no se preocupan por estudiar la parte motivacional de sus colaboradores que genera comodidad, así como lo establecen los especialistas en la disciplina de las Relaciones Públicas, los cuáles consideran que el organigrama formal beneficia el rendimiento y orden de la realización de las tareas asignadas a cada sector de la empresa y por ende es imprescindible su correcta distribución.

Todo lo establecido anteriormente, comprueba que la hipótesis número cuatro queda indudablemente **DISPROBADA**, así como lo reflejan las tablas 3,17,18,19,20,21,22 de la encuesta realizada a los trabajadores de la empresa colaboradora Movistar Cobra, las tablas 15,16 de la encuesta realizada a los clientes potenciales. Además de la respuesta de los ítem 7, 23,24 de la entrevista realizada a los encargados del departamento de Relaciones Públicas de la empresa Cobra y de los ítems 6, 16, 23,24 de la entrevista aplicada a los expertos en la ciencia de las Relaciones Públicas.

CONCLUSIONES

1. Las Relaciones Públicas son un factor importante dentro de toda empresa, sin embargo, esta rama de la Comunicación no es correctamente estructurada en la empresa Cobra, puesto que los trabajadores demuestran el poco interés que tienen por contribuir a la organización, influyendo definitivamente en su deficiente desarrollo laboral. Además, son los encargados de este departamento quiénes aseguran que todo lo realizan de manera correcta, testimonios que desmienten los cuadros estadísticos descritos en esta investigación.
2. Como segunda conclusión se establece que las Relaciones Públicas practicadas en la empresa colaboradora de Movistar Cobra, definitivamente no permiten la comodidad del trabajador, debido a que los líderes no realizan una buena comunicación de direcciones (ascendente, descendente, frontal), despertando la insatisfacción laboral de los colaboradores a gran escala.
3. El ambiente laboral es importante para el crecimiento del espíritu del trabajador y el éxito de la organización pues sin duda alguna, este aspecto recae en la imagen que muestra la empresa a la sociedad para su posicionamiento. Sin embargo, la empresa colaboradora de Movistar Cobra se encuentra en verdadera crisis del clima laboral puesto que sus trabajadoras manifiestan gran incomodidad con su método de trabajo y estrategia de desarrollo en comunicación, debido a que los encargados del departamento de Relaciones Públicas se encuentran en completo aislamiento empresarial dedicándose sólo a producir y ganar pero no a motivar.

4. Las Relaciones Públicas son un factor que debe mejorar al 100 % el nivel de comunicación e interacción entre los trabajadores de una organización, por ende concluyo que las Relaciones Públicas no se respetan en lo absoluto dentro del campo empresarial Cobra pues debilita el respeto al organigrama interno, creando un desorden en el cumplimiento de metas y departamentos (puestos de trabajo), conllevando a la desintegración y crisis empresarial, es por eso que muchas veces los miembros tienden a renunciar a sus puestos y dejar en el aire a sus subordinados, creando la necesidad de contar con personal empírico.

5. Hablar de organigrama formal es hablar de los deberes que conlleva ocupar un lugar en alguna entidad empresarial y estructurar buenas y nuevas soluciones las cuáles prueban nuestro verdadero desempeño, sin embargo, en la empresa cobra las Relaciones Públicas no facultan el cumplimiento efectivo y profesional de las diversas actividades propuestas en tal organigrama, es decir, no le prestan el interés que este diagrama tiene en el logro de la empresa, provocando que sus colaboradores se encuentren perdidos en el espacio laboral, es por ello que surgen diversos inconvenientes y discusiones entre los integrantes.

RECOMENDACIONES

1. Los miembros que integran el área de Relaciones Públicas de la empresa Cobra, debe idear estrategias de comunicación o planes de integración con la opinión de cada miembro de su staff, para de este modo ayudar a implantar el interés que los miembros tienen por querer producir constantemente grandes cantidades de servicio netamente profesional, logrando el posicionamiento y el desarrollo práctico de sus actividades diarias. Recordemos que cada trabajador tiene una perspectiva diferente y un desenvolvimiento distinto por ente debemos uniformizar este concepto para que así todos produzcan igual y logren un desarrollo incomparable.
2. En este caso, la satisfacción laboral debe ser estudiada desde un punto humano por los miembros del departamento de Relaciones Públicas de la empresa colaboradora de Movistar Cobra, para poder realizar reuniones constante que ayuden a mantener a sus miembros informados sobre los triunfos y derrotas que obtenga la organización porque con ello se sentirán parte de la marca, teniendo una proyección humana.
3. Si bien es cierto los encargados del departamento de Relaciones Públicas de la empresa estudiada en esta investigación deben tener en cuenta que el ambiente laboral no es sólo el espacio sino el trato. Por otro lado, estructurar métodos de solución para cuando se presente alguna discusión entre los miembros de la organización con el fin de evitar el decaimiento del profesionalismo en el servicio. Por otro lado, resolver las cosas directamente y no permitir habladurías de los compañeros, recordemos que esta clase de expresiones causan más discusiones. Además, recomiendo el desarrollo de

actividades de confraternidad mensualmente, charlas de motivación, excursiones de trabajo, juegos laborales como olimpiadas, premios por desempeño, claro está sin preferencias y con total transparencia de uniformidad.

4. Las personas encargadas en dirigir a todo el personal clave para el éxito de la organización deben tener en cuenta que la información que los trabajadores reciban de la empresa es su carta de presentación ante los clientes exigentes, por ello deben idear charlas las cuáles acompañadas de folletos y material audiovisual hagan que éstos sepan cómo se estructura internamente su organización y cómo actúa la empresa para lograr una comunicación precisa, concisa y eficaz aportando ideas en la organización interna, midiendo de esta manera la capacidad de liderazgo y acción que éstos puedan otorgar.
5. Toda empresa cuenta con una estructura formal que ayude a brindar o recordar sus deberes a sus miembros ,sin embargo, debido al problema que surge dentro de la empresa cobra las recomendaciones del caso se basan en el análisis de las actividades que les otorga la organización es decir si son o no justas o flexibles. Todo lo escrito en las líneas anteriores se logrará si el área de Relaciones Públicas trabaja en conjunto, idea estrategias con su staff, solicita opiniones y respeta idea.

3.6 BIBLIOGRAFÍA

- Broom & Selznick. (1985). Estructura formal e informal. En Robinson. (Ed.), *Biblioteca de las relaciones públicas* (pp.400-408). México: CIA Editorial continental.
- Chiavenato, I. (1997). *Administración de recursos humanos*. California: Mc Graw-Hill.
- Canfield, R. (1952). *Relaciones públicas*. Buenos Aires, Argentina: Mundi.
- Myers, S. & Thomas, A. (1986). La comunicación organizacional: Algunas tendencias nuevas. En R. D'Aprix. (Ed), *La comunicación, clave de la productividad* (pp.27-43). México: Limusa.
- Marston, E. J. (1981). *Relaciones públicas modernas*. México: Miembro de la cámara nacional de la industria editorial.
- Muñoz, M.S. (2010). *Protocolo y relaciones públicas*. Madrid: Copyright
- Orellana, E.M. (2007). *Psicología organizacional*. Lima, Perú: Uap. Sam Black. (1993). *ABC de las relaciones públicas*. Londres: Gestión 2000
- Velázquez, M. (Primera edición). (2006). *Psicología del trabajo en la organización*. México: Editorial Limusa.
- Calderón, R. R. (2000). *Relaciones Humanas*. Lima, Perú: M&G editores s.a.c.

- Marañón, Igor (2008). *Administración de personal* .Lima: Uap.
- Pérez del campo, E.(2002). *Comunicación fuera de los medios*. Madrid: Esic.
- Arreguín, M.A; Arellano, E; Linaldi, L.M; Ruiz, S.B & Centero, L.I. *“Plan de Relaciones Públicas internas para la Empresa de logística y comercio Internacional”*. Escuela superior de comercio y administración “Santo Tomás”, Colombia.
- Adsi, L.M.(2013). *“Clínica Angloamericana: análisis y propuesta de plan de comunicación institucional en el sector salud”*. Universidad de Piura, Piura.
- Barrón, M.J.(2008). *“Función de las Relaciones Públicas internas en la empresa Hotelera. Caso: Hoteles Gala, Las brisas y camino Real Zaashila en Bahías de Huatulco, OAX”*. Universidad del mar, Huatulco.
- Cortés, D.C.(2008). *“Aproximación a las relaciones Públicas en Colombia como disciplina”*. universidad Javeriana, Colombia.
- Comparach, J.C.(2009). *“Creación de un departamento de Relaciones Públicas para una empresa petrolera, caso Petrotech peruana S.A”*. Universidad de Piura, Piura.
- Gamero, R.(2013). *“Aproximación a la confianza como bien interno de las Relaciones Públicas del año 2013”*. Universidad de Piura, Piura.

ANEXOS