



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN

PROYECTO:

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

MENCIÓN: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

TEMA:

SERVICIO DE ASESORÍA Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL APLICADA A
LAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN MILAGRO DURANTE EL SEMESTRE
2011 A MARZO DEL 2012

AUTORAS:

JAQUELINE ELIZABETH MUÑOZ LOPEZ
ANALY VANESSA SÁNCHEZ AGUILERA

MILAGRO, 2012



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social Mención Comunicación Organizacional otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social Mención Comunicación Organizacional otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL AUTOR

En mi calidad de tutor de proyecto de investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Grado con el Título de SERVICIO DE ASESORÍA Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL APLICADA A LAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN MILAGRO DURANTE EL SEMESTRE 2011 A MARZO DEL 2012 prestando como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL MENCIÓN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema

Presentado por las egresadas:

JAQUELINE ELIZABETH MUÑOZ LOPEZ

ANALY VANESSA SÁNCHEZ AGUILERA

TUTOR:

LIC. JUAN OCHOA CALLE

Milagro, 2012

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

IV

Nosotras JAQUELINE ELIZABETH MUÑOZ LOPEZ y ANALY VANESSA SÁNCHEZ AGUILERIA declaramos que el trabajo descrito es de nuestra autoría y que no han sido presentadas previamente por ningún grado o calificación profesional, consultando referencia bibliográficas que se incluyen en el mismo.

Es todo cuanto tenemos que decir en honor a la verdad.

JAQUELINE ELIZABETH MUÑOZ LOPEZ

CI: 0926400342

ANALY VANESSA SÁNCHEZ AGUILERIA

CI: 0925856718

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mis padres, María Aguilera y Oswaldo Sánchez quienes con su esfuerzo y sacrificio han hecho posible la culminación de mi carrera inculcándome valores para ser una mujer de bien y llegar a ser quien soy hoy en día.

A mis 3 hermanas que me han proporcionado su cariño y comprensión y me han brindado la mayor de las alegrías a lo largo de mi vida.

Y a mi novio Larry Villacís, que con su constancia y dedicación ha formado parte de mi vida y mis sueños, y ha sido una de las razones por las que he logrado alcanzar este reto.

DEDICATORIA

Agradezco primeramente a dios por darme la vida a mis Padres Segundo Muñoz y Yanethe López por estar siempre conmigo y darme fuerzas para seguir adelante y ser la mujer que soy hoy en día gracias por sus enseñanzas y su tiempo dedicado a mi.

Dedico esta Tesis a mi familia y en especial a Leonardo Díaz un ser maravilloso al cual siempre le voy a estar muy agradecida.

También agradezco a mis profesores que con esmero día a día compartían sus conocimientos con mis compañeros y conmigo, gracias de corazón a todos ellos.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por habernos bendecido a lo largo de nuestras vidas tanto en lo personal como profesional, llenándonos de fuerza para seguir adelante y no dejarnos derrumbar.

A nuestras familias que con su amor incondicional, han sabido guiarnos forjando sólidos valores que nos han servido de gran ayuda para lograr nuestro objetivo.

A la institución, y personal docentes y en especial al Lic. Juan Ochoa por los conocimientos compartidos y la buena predisposición para ayudarnos en la elaboración del Presente Proyecto.

ANALY SÁNCHEZ

JAQUELINE MUÑOZ



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN

TEMA: SERVICIO DE ASESORÍA Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
APLICADA A LAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN MILAGRO DURANTE EL
SEMESTRE 2011 A MARZO DEL 2012

AUTORES:
JAQUELINE MUÑOZ
ANALY SÁNCHEZ

RESUMEN

Cómo sabemos cada día en el Ecuador las microempresas se enfrentan a un mundo globalizado, con nuevos retos empresariales, que demandan atención y comunicación. En donde nosotras, con el asesoramiento, se jugará un papel importante dentro de de la estructura de la comunicación Organizacional donde desarrollaremos la función de informar de los beneficios que se les otorga a los trabajadores y empleados a través de folleto, dípticos, trípticos, comunicados de prensa o radial. Por tal motivo se dará este servicio de información dentro de las microempresas ya que es necesario que se la incluya.

Esta afirmación la hacemos con la finalidad de determinar el público a quienes van dirigida. De esta forma se establece un ambiente favorable para todos (empresas, microempresas y trabajadores), tratando de ver los intereses y beneficios comunes.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN**

**TEMA: SERVICIO DE ASESORÍA Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
APLICADA A LAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN MILAGRO DURANTE EL
SEMESTRE 2011 A MARZO DEL 2012**

AUTORES:

JAQUELINE MUÑOZ

ANALY SÁNCHEZ

ABSTRACT

I know every day in the micro Ecuador face a globalized world, with new business challenges, requiring care and communication. Where we, with advice, will play an important role within the organizational structure of communication where we will develop the role of informing the benefits that are granted to workers and employees through brochure, leaflets, brochures, press or radio. Therefore will this information service within the micro, it is necessary that it be included.

This statement we make in order to determine the public to whom they are addressed. This provides a favorable environment for everyone (businesses, small businesses and workers), trying to see the common interests and benefits.



CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA

Máster Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema es “ Servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el semestre 2011 a marzo del 2012 y que corresponde a la Unidad Académica Ciencias de la Educación y de la Comunicación.

Firma de la Egresada

CI: 0926400342

Firma de la Egresada

CI: 0925856718

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	I
Calificación.....	II, III
Certificado de aceptación del tutor.....	IV
Declaración.....	V
Dedicatoria.....	VI, VII
Agradecimiento.....	VIII
Resumen.....	IX
Abstract.....	X
Cesión de Derecho de Autor.....	XI
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

Problema

1.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.1.1 Problematización.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	4
1.1.3 Formulación del Problema.....	5
1.1.4 Sistematización del Problema.....	5
1.1.5 Determinación del Tema.....	5
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivo General.....	6
1.2.2 Objetivos Específicos.....	6
1.3. Justificación.....	6
1.3.1 Justificación de la Investigación.....	6

CAPÍTULO II

Marco referencial

2.1. Marco Teórico.....	7
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	7

2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	8, 9
2.2 Marco Legal.....	10
2.3 Marco Conceptual.....	11
2.3.1 Análisis.....	11,12
2.3.2 Gestión.....	12
2.3.3 Desarrollo.....	13
2.3.4 Relaciones Públicas.....	13
2.3.5 Capacitación.....	14
2.3.6 Comunicación.....	14
2.3.7 Las organizaciones.....	15
2.3.9. Leyes.....	15
2.3.9.1 Comunicación Organizacional.....	15
2.3.9.2 Derecho.....	16
2.3.9.3 Microempresa.....	16
2.3.9.4 Crédito Bancario.....	16
2.4 Hipótesis y Variables.....	17
2.4.1 Hipótesis General.....	17
2.4.2 Hipótesis particulares.....	17
2.4.3 Declaración de la Variable.....	17
2.4.3.1 Variable Dependiente.....	17
2.4.3.2 Variable Independiente.....	17
2.4.4 Operaciones de las variables.....	18

CAPÍTULO III

Marco Metodológico

3.1 Tipo y Diseño de la investigación y su Perspectiva General.....	19
3.2 La Población y Muestra.....	20
3.2.1 Característica de la población.....	20
3.2.2 Delimitación de la población.....	20
3.2.3 Tipo de muestra.....	20
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	20

3.2.5 Proceso de Selección.....	21
3.3 Métodos y Técnicas.....	21, 22
3.4 El tratamiento Estadístico de la Información.....	22

CAPÍTULO IV

Análisis e Interpretación de Resultados

4.1 Análisis de la situación Actual.....	23
4.2 Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectivas...	23,27

CAPÍTULO V

Propuesta

5.1 Tema.....	28
5.2 Fundamentación.....	28
5.3 Justificación.....	28
5.4 Objetivo.....	29
5.4.1 Objetivo General de la propuesta.....	29
5.4.2 Objetivo Especifico de la propuesta.....	29
5.5 Ubicación.....	30
5.6 Factibilidad.....	30
5.7 Descripción de la Propuesta.....	31
5.7.1 Actividades.....	31
5.7.2 Recursos Humano, Análisis Financiero.....	32
5.7.3 Impacto.....	33
5.7.4 Cronograma.....	34
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	34
Conclusión.....	35
Recomendaciones.....	36
Bibliografía de Investigación.....	37

Anexo

INTRODUCCIÓN

La comunicación, de una u otra forma se dio, pero se sabe que fue por una doble necesidad innata del ser humano: Por una parte, recibir de los demás para afrontar las duras características de la naturaleza, y por otra, para entregar a sus semejantes una gran cantidad de conocimientos y experiencias que las fue acumulando cotidianamente. Como se dijo anteriormente, al principio, los primeros seres humanos, se comunicaban a través de gestos o símbolos hechos con su mismo cuerpo, probablemente, todavía no incluían sonidos, los cuales, tiempo después, aparecerían para facilitar su incipiente comunicación. Le asignaban un ruido o sonido a cada cosa, complementándolo con sus conocimientos anteriores de gestos o movimientos corporales. Estas manifestaciones, poco a poco, se fueron combinando hasta llegar a un lenguaje hablado mucho más formal.

Al vivir en una sociedad globalizada, como la actual, donde las empresas, organizaciones y microempresas se constituyen en el centro vital del desarrollo social, la especialización en comunicación organizacional es una de las prioridades que debe ser atendida, especialmente hoy, cuando las tecnologías comunicativas atraviesan, permanentemente, por grandes cambios.

La razón está en que la eficiencia de una empresa, institución o microempresa depende, en buena parte, de una comunicación eficaz y motivadora, tanto en el ámbito interno como externo para mejora de las Relaciones Humanas. Mientras mejores sean las relaciones comunicativas entre los públicos internos y externos de una empresa o microempresa se podrá trabajar con mayor satisfacción, lo cual incidirá en el aumento de la productividad. La identidad e imagen de la empresa o microempresa igualmente, que son básicas para proyectarla eficazmente, dependen fundamentalmente de la Comunicación Organizacional.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

En el cantón Milagro existen un porcentaje elevado de desinformación del código de trabajo en cuanto a los beneficios a los que tienen derecho quienes laboran en las microempresas las mismas que por falta de recursos económicos no pueden asegurar a sus trabajadores. ¿Cómo incide la falta información del código del trabajo en varias microempresas del cantón Milagro? los microempresarios a medida que pasa el tiempo han creado su sindicato artesanal en los cuales han aumentado a lo largo del tiempo, varias de estas asociaciones trabajan de manera independiente ya que la situación económica por la que el país está pasando se vieron obligados, pocas son las microempresas que aseguran a su trabajador pero no cuentan con el recurso de capacitar e informar al trabajador sobre sus beneficios laborales estipulados en el Código del Trabajo, por este surge el Servicio de asesoría para incentivar a trabajadores y microempresarios milagreños a mejorar su situación laboral y relaciones humanas, con el único propósito de informarles sobre el tema.

Sin embargo el cantón Milagro cuenta con el apoyo de la Cámara de Comercio desde 1952. En la actualidad cuenta con 600 afiliados de manera individual en negocios varios, donde se les brinda diversidad de cursos de capacitación (elaboración de sandalias, artesanías, cursos de relaciones humanas etc.) así aprenden como manejar su microempresa y generar ingresos para ellos mismo.

1 es. wikipedia.org/wiki/cantonmilagro –

1.1.1 Problematización

El cantón Milagro tiene una extensión de 403,60 km, su temperatura Promedio anual de 25° C, sus límites son: Al Norte con los cantones Yaguachi, A. Baquerizo Moreno y Simón Bolívar, al Sur con los cantones Yaguachi y Naranjito, al Este con los cantones Simón Bolívar y Naranjito, y al Oeste con Yaguachi, actualmente consta con una población de 166.634 según el reporte del último censo de población y vivienda realizado por el INEC.

Existen un elevado porcentaje de microempresas en el cantón Milagro que no utilizan el asesoramiento para administrar su negocio y por ende el trabajador no es bien pagado, por este problema, se buscará asesorar a las microempresas para desarrollar la relación laboral entre empleados y trabajadores y fortalecer el desarrollo de su talento humano, vida profesional y campo laboral.

El Cantón Milagro se encuentra dividido en Parroquias Urbanas y Rurales: Parroquias Urbanas Parroquia Camilo, Parroquia Chirijo, Parroquia Enrique Valdez, Parroquia Ernesto Seminario.

Parroquias Rurales: Chobo, Cinco de Junio, Mariscal Sucre (Huaques) y Roberto Astudillo.

La población se levantó en el año 1784, en poco tiempo la población logró un gran desarrollo, sobre todo durante la colonia y los primeros años de la República. En 1820 gracias a su desarrollo y crecimiento, sus habitantes reunidos en Asamblea Popular solicitaron al Municipio de Guayaquil su parroquialización.

Milagro había crecido notablemente y se había convertido ya en una de las poblaciones más prósperas, ricas y productivas de la región. En el cantón Milagro de la Provincia del Guayas cuenta con 110 escuelas, 25 academias artesanales, 36 colegios, 4 universidades, en los que laboran aproximadamente 1883 profesores.

1.1.2 Delimitación del Problema

CAMPO: Comunicación

ÁREA: Organizacional

LUGAR: Ecuador, Provincia del Guayas, cantón Milagro.

ASPECTO: Con el Servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el semestre octubre 2011 a marzo 2012 se logrará informar a la microempresa, sobre los derechos que dispone el trabajador.

TEMA: Servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el semestre octubre 2011 a marzo 2012.

PROBLEMA: El problema de las microempresas además de la falta de recursos económicos que ha impedido un desarrollo permanente y sostenido también es afectado por la falta de información sobre los beneficios a los que tienen derecho lo cual no permiten que les brinden a todos sus miembros los beneficios laborales con los que cuentan en el código de trabajo.

Las labores de asesoramiento se ejecutarán desde Septiembre a Marzo del 2012, donde se utilizarán las encuestas, sondeos de opinión, observaciones de material bibliográfico para fundamentar las afirmaciones presentadas en el documento.

1.1.3 Formulación del Problema

Con el Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el segundo semestre del 2012, se pone en marcha una campaña de capacitación a fin de mantenerlas informadas sobre los beneficios laborales contemplados en el Código del trabajo, ya que debido a su situación económica, casi siempre crítica, no todos los trabajadores reciben beneficios como lo estipula el código del trabajo.

Por lo expuesto anteriormente las microempresas no tienen las posibilidades económicas como para darles a todos los trabajadores beneficios laborales. Por ejemplo: cuando el trabajador solicita algún tipo de información, esta persona se encuentra con diversos obstáculos para obtenerla y se da cuenta a la vez que la microempresa no cuenta, con el

recurso de informarlos, ni existe un departamento u oficina que le brinde la información de forma rápida para que lo puedan atender.

¿Son los trabajadores debidamente informados sobre su situación laboral y los beneficios a los que tienen derecho dentro de la microempresa?

Se hace tedioso al trabajador el investigar sobre la misma, ya que muchas veces se muestran herméticas y en ocasiones despiden al trabajador inventándose e implicándole el robo dentro de la microempresa sin reconocerle sus años de trabajo, por ende prefieren callar y mantener su trabajo aunque este sea mal pagado aprovechándose de su situación económica.

1.1.4 Sistematización del Problema

Con el pasar de los años las microempresas de Milagro no tienen las posibilidades económicas para asegurar a sus trabajadores como consta en el código trabajo aprobadas en la constitución por el gobierno en beneficio de los trabajadores.

La principal acción es establecer hechos basados en la investigación mediante un asesoramiento dentro de las microempresas, para determinar los vacíos, necesidades que existen en los trabajadores. A partir de esta situación elaborar un plan de acción para así informarlos sobre sus derechos dentro de la Constitución del Ecuador.

1.1.5 Determinación del Tema

Si se pudiera lograr una difusión mayor de las recomendaciones de este trabajo, podría direccionarse al cambio de actitud, que resulta ser tan necesario para obtener resultados positivos. Esto puede llevar a tomar decisiones que permitan a las microempresas del cantón Milagro a reencauzar el camino por senderos adecuados, en los que lograrán una mejor relación obrero-patronal, a una mayor productividad y por ende un Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Informar y comunicar a los trabajadores en general, acerca de sus derechos, a través de un servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el Semestre octubre 2011 a marzo 2012.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Planificar las estrategias a utilizarse para proveer de información a los microempresarios.
- Visitar las diferentes microempresas establecidas en el cantón Milagro a fin de hacerles conocer de los distintos beneficios con los que cuentan hoy en día.
- Dictar mediante charlas o seminarios en sus respectivos lugares de reunión los beneficios establecidos en la ley.

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

El Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el Semestre octubre 2011 a marzo 2012. Incentivará a los trabajadores y microempresarios milagreños a que se interesen y se informen de los derechos y beneficios con los que cuentan en la actualidad, para lo cual nos vamos a involucrar con los trabajadores de varias microempresas del cantón a fin de que se informen de este tema.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

22.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Los pueblos antiguos buscaban un medio para registrar el lenguaje. Pintaban en las paredes de las cuevas para enviar mensajes y utilizaban signos y símbolos para designar una tribu o pertenencia. A medida que fue desarrollándose el conocimiento humano, se hizo necesaria la escritura para transmitir información. La primera escritura, que era pictográfica, con símbolos que representaban objetos, fue la escritura cuneiforme, es decir, con rasgos en forma de cuña grabados con determinado estilo en una tabla de arcilla.

Posteriormente se desarrollaron elementos ideográficos, en donde el símbolo no sólo representaba el objeto, sino también ideas y cualidades asociadas a él. Sin embargo, la escritura seguía conteniendo el significado, pero no el sonido de las palabras. Más tarde, la escritura cuneiforme incorporó elementos fonéticos, es decir, signos que representaban determinados sonidos. Los jeroglíficos egipcios pasaron por un proceso similar (de pictogramas a ideogramas) e incorporaron signos para las consonantes, aunque no llegaron nunca a constituir un verdadero alfabeto.

El alfabeto se originó en Oriente Próximo y lo introdujeron los fenicios en Grecia, donde le añadieron los sonidos de las vocales. El alfabeto cirílico es una adaptación del griego.

El alfabeto latino se desarrolló en los países más occidentales, donde dominaba la cultura romana.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

A continuación citamos varios personajes precursores del modelo comunicacional y una tesis de una implementación de una Jefatura de Relaciones Públicas en la Cruz Roja Ecuatoriana de la Ciudad de Milagro:

En el Proyecto de las Compañeras Gabriela Velasco y Verónica Zaldumbide citan el problema que existe una gran debilidad en la parte organizacional, pues que no hay una jefatura de relaciones Públicas que traduzca las acciones de Comunicación con la finalidad de informar de primera mano, las actividades en prevención de salud entre otros que realiza la noble institución.

Hernández, Fernández y Baptista (1995), utilizan el término de unidad de estudio para referirse al objeto de la investigación, que en este caso corresponde a la gerencia de comunicaciones internas de la empresa objeto de la investigación. Con respecto a la unidad de análisis, la definen como "aquellos elementos que van a ser medidos", en esta investigación la misma corresponde al responsable de llevar la gestión de comunicaciones internas en la empresa seleccionada (la licenciada Adriana A), en función de la información suministrada a través de la entrevista, tanto la que se corresponde con el cuestionario preestablecido, como aquella información que se escapa de la estructura pero es fundamental, además de los materiales comunicacionales proporcionados.

El Intranet como vía tecnológica de comunicación organizacional

Vale destacar en esta investigación, la importancia y uso que le otorgan las organizaciones de nuestros tiempos al uso de la Intranet. Una Intranet es una red de información corporativa privada, establecida por una corporación utilizando tecnología

3 www.medina, w., manual de administración de recursos humanos, ucab, 1999.

www.fernandez, c., la comunicación en las organizaciones. editorial trillas, méxico, 1999.

www.hernández r.; Fernández c.; baptista p, metodología de la investigación. editorial mc.graw hill. México, 1995.

Internet. Su origen es reciente y representa una poderosa herramienta que se ha convertido en una muy frecuentada y eficaz vía para la difusión de información y servicios en la empresa (visión y misión empresarial, constancias de trabajo, beneficios, foros y resumen de noticias de prensa, entre otros), al igual que para la integración y unidad de mensajes (Bonilla, 1999).

Planificación: Podemos definir a la planificación como un proceso intelectual en su naturaleza y concepción, el cual consiste en identificar y seleccionar los objetivos, las normas, los procedimientos, las estrategias, los escenarios, los presupuestos de una empresa o microempresa en función de prepararse y alcanzar su futuro (W. Medina, 1999).

El departamento encargado de la Comunicación Organizacional debe contar con dicha planificación mediante estrategias, políticas y una serie de funciones preestablecidas con el fin de prever el futuro y de actuar de manera congruente y no improvisada. Dicho departamento debe estar claro en cuanto a los medios y canales de comunicación con los que cuenta, al igual que debe en lo posible buscar implantar; si no se tiene para el momento; una plataforma tecnológica que se adecue con los tiempos y que responda de forma efectiva a las necesidades de comunicación en la empresa.

Todo cambio y modificación de esquemas, conlleva un serio y decidido análisis, que supere por mucho a las buenas y demagógicas intenciones de directivos y colaboradores. Una buena relación humana implica compromisos claros y concretamente comunicados.

2.2 Marco Legal

MINISTERIO DE TRABAJO Y EMPLEO

	FONDO DE RESERVA	VACACIONES ANUALES
¿Quiénes tienen derecho?	Todos los trabajadores que han cumplido un año de trabajo para el mismo patrono	Todos los trabajadores que han cumplido un año de trabajo para el mismo, caso contrario pagar proporcional
Período de Cálculo	1ro. De julio del año anterior al 30 de junio del año en curso.	Año de servicios
Forma de Cálculo	La 12ava parte de lo recibido en el período que se calcula o su proporcional	La 24ava parte de lo recibido en el período que se calcula
Base de Cálculo	Sueldo + horas extra + comisiones + otras retribuciones Accesorias Permanentes	Sueldo + Horas Extras + Comisiones + Otras retribuciones Accesorias Permanentes
Fecha de Pago	Hasta el 30 de septiembre de cada año; en el formato que para el efecto otorga el IESS o en el sistema “Verificador Cliente” que también se lo obtiene en el IESS.	Se puede pagar en los bancos o directamente en el IESS Se paga o las goza al cumplir un año de trabajo. El trabajador puede acumular hasta 3 años y gozarlas en el 4to año, de no hacerlo pierde el 1er año de vacaciones.
Base Legal	Código del Trabajo Art. 196...220	Código del Trabajo Art. 69...78

	ORDINARIA HORAS	SUPLEMENTARIAS HORAS	HORAS EXTRAORDINARIAS
Concepto	En el caso del Ecuador es de lunes a viernes 8 horas diarias 40 horas semanales	Después de la jornada ordinaria, máximo 4 horas al día y 12 horas a la semana	Cuando el empleado trabaja sábados, domingos o días feriados
%Recargo	0%	50% hasta las 24H00 100% desde 01H00 a 06H00	100%
Base Legal	Código del Trabajo Art. 47	Código del Trabajo Art. 55	Código del Trabajo Art. 55
Forma de cálculo	s./ 240 hs = v.h.n...	v.h.n.+50% = v.h.s	v.h.n. + 100%= v.h.e.
Ejemplo	150/160=0,625	0,625+0,31=0.935	0.625+0,625=1,25

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Análisis

Servicio de asesoría y comunicación organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el Semestre octubre 2011 a marzo 2012.

Como sabemos cada día las microempresas se enfrentan a un mundo globalizado, con retos empresariales, políticos y socioeconómicos que demandan atención y comunicación. Esto implica el hecho de que el público, el consumidor exige mayor información del producto o servicio que se ofrece, en toda microempresa es importante la comunicación interna y externa con sus trabajadores en general.

Para toda organización o microempresa es importante mantener un ambiente sano dentro de la misma, por tanto la Comunicación Organizacional es una disciplina que sirve de apoyo y soporte en toda compañía, colaborando a través de sus conocimientos y técnicas comunicacionales, brindando así un compendio de actividades para sus trabajadores.

Cabe señalar que en nuestro país las Comunicación Organizacional se encuentran entre las más nuevas funciones de la administración; sin embargo, ya se está tomando conciencia de su importancia dentro de cualquier estructura empresarial o institucional. Se han convertido en parte vitales del proceso de comunicación, tanto interno como externo, proceso que es indispensable en los trabajos y actividades que realizan las organizaciones.

Muchas empresas por más grandes o pequeñas que sean confían a otras oficinas o departamentos como publicidad, ventas, recursos humanos, para que manejen todas las funciones de RR.PP. Dicha posición trae consigo resultados desventajosos, ya que las Relaciones Públicas se manejan a un nivel secundario y sin la importancia debida.

Las microempresas en el cantón Milagro no cuenta con las posibilidades económicas para poder asegurar a todo el personal externo, para esto el servicio de asesoría servirá para

que fortalezca la imagen empresarial y su prestigio y que sirva de vocero en la divulgación de las labores que ellos llevan a cabo.

Este servicio de asesoría esta dentro de la estructura Organizacional, beneficiará a toda la microempresa, tanto a su identidad e integridad empresarial, así como a sus empleados y trabajadores en el plano de la Comunicación Organizacional.

Nuestro proyecto está fundamentado en el Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el Semestre octubre 2011 a marzo 2012, ya que algunas microempresas no cuentan con un asesoramiento especial que les brinde a los trabajadores información sobre sus beneficios laborales y de la microempresa.

Se debe destacar que para cada empresa le es indispensable, mantenerse con un liderazgo en todas las ramas, tanto económica, tecnológica y de servicios, porque de ello dependerá la imagen favorable de la misma, ya que de ésta se obtendrá una gran parte del funcionamiento eficaz y exitoso de la microempresa.

Evidentemente no todas las organizaciones necesitan de una asesoraría, ni todas cuentan con los recursos para ello. No obstante, podemos asegurar que todas ellas sin excepción, cualquiera que sea su tipo o tamaño, necesitan mantener relaciones cordiales con su medio de trabajo que estas sean armoniosas, si desea allanar el camino hacia la consecución de sus objetivos.

2.3.2 Gestión

¿Qué es gestión del conocimiento? Cuando hablamos de gestión del conocimiento en las organizaciones, nos referimos a un proceso o una situación que permita transferir los conocimientos o experiencias de una persona o grupo de personas a otras personas pertenecientes a una misma organización. Y aquí está el problema principal, que hablamos de personas y de transmitir o compartir algo que no es fácil de transmitir ni saber a quién transmitir: información y habilidades.

Este matiz final es muy importante. Generalmente la mayoría de las grandes empresas identifican **gestión del conocimiento** solamente con la información y habilidades internas de la empresa, lo que se conoce como **Business Intelligence o inteligencia empresarial**. De esta forma casi todos los esfuerzos se orientan a canalizar la información y habilidades que ya posee una organización.

2.3.3 Desarrollo

Se entiende como desarrollo, la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales. Para ello se utilizarían tecnologías que no se encuentran en contradicción con los elementos culturales de los grupos involucrados. Este concepto integra elementos económicos, tecnológicos, de conservación y utilización ecológica, así como lo social y político.

La esfera de poder, dentro del contexto social se hace necesaria como forma organizativa y de cohesión legítima, legal y funcional dentro de grupos sociales y como instancia de toma de decisiones entre individuos.

Un sentido con mayor aplicabilidad y concreción en la definición de desarrollo establecería que el mismo está caracterizado por condiciones en las cuales los bienes y servicios se encuentran crecientemente al alcance de los grupos sociales que conforman la sociedad.

2.3.4 ⁴Relaciones Públicas

Son la función que gerencia que evalúa las aptitudes públicas, identifica las políticas y procedimientos de una organización con el interés público, y ejecuta un programa de acción y de comunicación para ganar aceptación y entendimiento público.

A pesar de que estas definiciones expresan lo que son las Relaciones Públicas las necesidades de las organizaciones en la actualidad y los roles que le han tocado desempeñar a los relacionistas demuestran que el hacer relaciones públicas va mucho más

⁴ www.casadellibro.com/libro-relaciones-publicas.../

www.la-gerencia.com/.../libro-de-relaciones-publi

allá de lo manifestado. Román Pérez en su libro *Relaciones Públicas hacia una nueva pedagogía* (1999; 32) profundiza la definición de lo que son Relaciones Públicas dándole un sentido de herramienta de gestión global.

2.3.5 Capacitación

Definición de capacitación. “Se entiende por capacitación el conjunto de procesos organizados, relativos tanto a la educación no formal como a la informal de acuerdo con lo establecido por la ley general de educación, dirigidos a prolongar y a complementar la educación inicial mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión institucional, a la mejor prestación de servicios a la comunidad, al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral.

Esta definición comprende los procesos de formación, entendidos como aquellos que tienen por objeto específico desarrollar y fortalecer una ética del servicio público basada en los principios que rigen la función administrativa”.

Se excluyen de las actividades de capacitación los cursos de carácter informativo, referidos al cumplimiento de niveles de educación media, superior y postgrados conducentes a la obtención de grados académicos.

2.3.6 Comunicación

Un modelo simple de comunicación con un emisor que transmite un mensaje a un receptor. La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el

proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

- **Código.** El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.
- **Canal.** El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El Canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.
- En tercer lugar debemos considerar el Emisor. Es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.
- El Receptor será aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, descodifica el mensaje.

2.3.7 Las organizaciones

Las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico. Las Organizaciones son el objeto de estudio de la Ciencia de la Administración, a su vez de otras disciplinas como la Sociología, la Economía y la Psicología.

2.3.9. Leyes

Es una norma jurídica dictada por el legislador es decir un precepto establecido por la autoridad competente en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia su incumplimiento trae aparejada una sanción.

2.3.9.1 ⁵Comunicación Organizacional

Con frecuencia se escucha decir a los administradores y directivos de una empresa, que el personal no tiene la capacidad de comprender las dificultades que se tienen para operar, y

⁵ <http://www.rrppnet.com.ar/comorganizacional.htm>

que sólo quieren “GANAR MÁS”, en ello estriba la generación de factores de desaliento y pérdida de interés hacia el trabajo, por lo que el sentimiento de logro se excluye de la actitud de cada persona, lo que en su momento provoca:

- La toma de decisiones carezca de análisis, para definir la injerencia y nivel de responsabilidad.
- No cuente con los mecanismos de información, y difusión sobre políticas y lineamientos de trabajo, por área y puesto.
- Asuma que existen dificultades pero no se actúe para evitarlas o minimizarlas.
- Los sistemas de administración se dirijan más hacia el cumplimiento de metas y resultados que a los procesos.

2.3.9.2 Derecho

Es el orden normativo e institucional de la conducta humana en sociedad inspirado en postulados de justicia cuya base son las relaciones sociales existentes que determinan su contenido y carácter.

2.3.9.3 Microempresa

Puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas o microempresas. Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

Característica principal de las microempresas es su tamaño acotado, este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico.

2.3.9.4 Crédito Bancario

Es una operación financiera en la que una entidad pone a nuestra disposición una cantidad de dinero hasta un límite especificado en un contrato y durante un período de tiempo determinado. Los créditos, por lo tanto, podemos cancelar una parte o la totalidad de la deuda cuando consideremos adecuado (siempre por supuesto con la fecha límite establecida como vencimiento del crédito), con la consiguiente deducción en el pago de los intereses asociados al crédito.

En los créditos sólo pagaremos intereses sobre el capital utilizado, el resto del dinero está a nuestra disposición pero no tenemos que pagar intereses por él a menos que lo utilicemos. Normalmente se recurre a los créditos cuando se hace necesaria más liquidez para poder cubrir un gasto. Los créditos pueden solicitarse a través de una cuenta de crédito o bien de una tarjeta de crédito.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El Servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro, llevado a efecto con prontitud y eficacia, durante el semestre octubre 2011 a marzo 2012, contribuirá a proveer información oportuna a los trabajadores milagreños sobre los beneficios con los que cuentan.

2.4.2 Hipótesis particulares

De qué manera incide la falta de posibilidades económicas en las organizaciones al no contar con un Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el semestre octubre 2011 a marzo 2012.

Muchas microempresas en el cantón Milagro se confían de los departamentos como publicidad, ventas, situación laboral, etc., para que manejen todas las funciones de la Comunicación Organizacional. Dicha posición trae consigo resultados desventajosos, ya que las relaciones públicas se manejan a un nivel secundario y sin la importancia debida que se merece por falta de interés y actualización de información.

2.4.3 DECLARACIÓN DE LA VARIABLE

2.4.3.1 Variable Dependiente

La variable dependiente la conforman los trabajadores de las microempresas.

2.4.3.2 Variable Independiente

La variable independiente es el Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el semestre octubre 2011 a marzo 2012.

2.4.4 Operaciones de las variables

VARIABLE DEPENDIENTE	OPERACIONALIZACIÓN
La conforman los trabajadores de las microempresas.	El servicio de asesoría se encargará de informar a los trabajadores sobre beneficios del Código de trabajo.
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACIÓN
El Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el semestre octubre 2011 a marzo 2012.	<p>La sustentabilidad del proyecto se conservará del nivel de calidad del Servicio de asesoría la cual tendremos que atraer y mantener el interés de los trabajadores de las microempresas en la ciudad de Milagro.</p> <p>Los horarios de atención se deberán realizarse de acuerdo a la disponibilidad del trabajador.</p> <p>Este servicio de asesoría servirá de incentivo para los trabajadores y empleados para que se informen sobre sus beneficios.</p>

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y Diseño de la investigación y su Perspectiva General

Nuestro estudio de este proyecto tiene como base la comunicación y la información que al aplicar este Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el semestre octubre 2011 a marzo 2012 estaría permitiendo un proceso de información para mejorar las relaciones entre los trabajadores.

El proyecto se basa en las investigaciones de campo, para determinar no solo la aplicación de estas funciones dentro de la microempresa, sino que la forma en que era percibido por los laborantes y ejecutivos de la misma mediante un proceso de encuestas.

En este contexto nuestro proyecto tiene validez y vigencia de primer orden, para mejorar la calidad de los laborantes de las microempresas.

Factibles:

Las investigaciones realizadas permitirán proponer este proyecto en el cual se puede lograr un servicio de asesoría en la ciudad, la cual nos enfocaremos en las microempresas del cantón Milagro.

Descriptiva:

A través de la investigación y los estudios de la misma podemos darnos cuenta de la realidad del problema que se observa en las microempresas, con esto queremos lograr de manera eficiente la elaboración de un Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el semestre octubre 2011 a marzo 2012.

De Campo:

Al averiguar sobre la necesidad del conocimiento sobre las nuevas leyes laborales por parte de los empresarios y sus trabajadores en la cantón Milagro nos propusimos Servicio de asesoría y comunicación organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el segundo semestre del 2012 para capacitar a los trabajadores a que conozcan más sobre los beneficios que hoy en día cuentan.

3.2 LA POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Característica de la población

Para poder ejecutar el proyecto tenemos que realizar una investigación dentro de las microempresas de la ciudad de Milagro.

3.2.2 Delimitación de la población

La investigación se realizara a través de un sondeo de opinión a trabajadores de algunas de las microempresas que existen en la ciudad de Milagro.

3.2.3 Tipo de muestra

Se sondea un total de 300 personas entre trabajadores y empleados, tomando como punto de partida la modalidad matemática para elegir muestras que respondan a la aplicación de las siguientes formula.

3.2.4 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Npq}{(N-1)E^2 + pq}$$

Z^2

DONDE

n= Tamaño de las muestras

N= Población

p= posibilidad de que ocurra un evento, p= 0,5

q= posibilidad de que no ocurrencia de un evento, q = 0,5

E= error, se considera el 5%, E= 0,05

Z= nivel de confianza que para el 95%, Z= 1,96

Entonces

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

$$n = \frac{(800)(0.5)(0.5)}{\frac{(800-1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$N = 259.75$$

$$N = 260$$

3.2.5 PROCESO DE SELECCIÓN

3.3 Métodos y Técnicas

El principal elemento se basa en la recolección de libros acerca de leyes y del código del trabajo, Páginas web, consulta en periódicos, acerca de los beneficios de los trabajadores, además de conversaciones, investigaciones personales y observaciones.

- **Método Inductivo:**

Se lo realizara cuando tomemos los análisis ya establecidos de investigación para posteriormente ampliar en el proyecto.

- **Método Deductivo:**

Aquí necesitaremos su aplicación para laborar el marco teórico que nos permitirá ver cómo se desarrolla la problematización y la calidad de nuestro proyecto como recurso al problema de la carencia de un Servicio de asesoría y comunicación organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el Semestre octubre 2011 a marzo 2012,.

- **Método Matemático:**

Vamos a utilizar este método para graficar las estadísticas, luego de recolectar los datos a través de las encuestas, entrevistas las cuales tendrán que ser calculadas para llevarlas a una interpretación.

- ***Método Analítico:***

Vamos a emplearlo cuando tomemos los resultados de nuestro diagnóstico para establecer un análisis de los métodos.

3.4 El tratamiento Estadístico de la Información

Las técnicas que utilizaremos serán:

Encuesta:

Será aplicada a los empleados y trabajadores de microempresas del cantón Milagro

Entrevista

Esta se realizará a empleados y trabajadores de microempresas del cantón Milagro.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación Actual

Para el recurso humano del siguiente proyecto vamos a utilizar los siguientes recursos:

- *Encuestadores*, son las personas encargadas de realizar las encuestas y entrevistas a un determinado grupo de personas.
- *Asesor legal*, este profesional se encargara de los lineamientos y aspectos legales que requiera para la elaboración del proyecto

4.2 Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectivas

MODELO DE ENCUESTA

ENCUESTAS

1. ¿Sabe Ud. Si la microempresa aplica las Relaciones humanas?

No

más o menos

Si

2. ¿Cuáles de estos elementos deberíamos utilizar para impulsar el conocimiento hacia los beneficios Sociales del trabajador?

Realizar Campañas locales en las microempresas

Que se activen programas sobre el beneficios Sociales

Que las Organizaciones distribuyan información al trabajador

3. Dentro de las microempresas, ¿qué nivel de información les provee sobre sus beneficios laborales?

Nada

Escaso

Normal

4. ¿En las microempresas, cuántas veces en el año actualizan a su personal en las diferentes áreas para las que prestan servicios?

Semestral

Trimestral

Quincenal

5. ¿Las microempresas le concede el tiempo necesario para que exprese sus dudas sobre los cambios que existen en el nuevo Código de Trabajo?

A veces

No

Si

RESULTADOS

SI 30%

MÁS O MENOS 40%

NO 30%

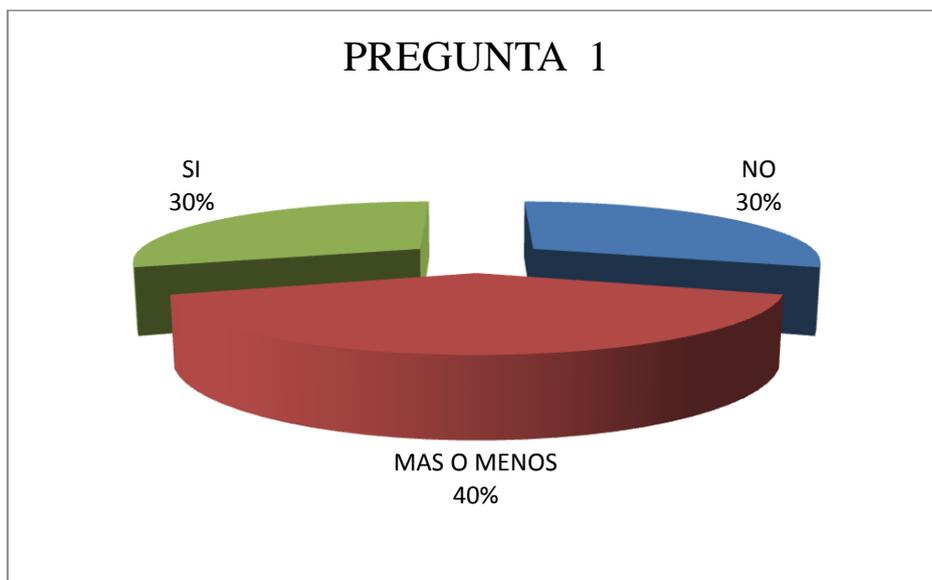


Gráfico N° 1. ¿Sabe Ud. Si la microempresa aplica las Relaciones humanas?

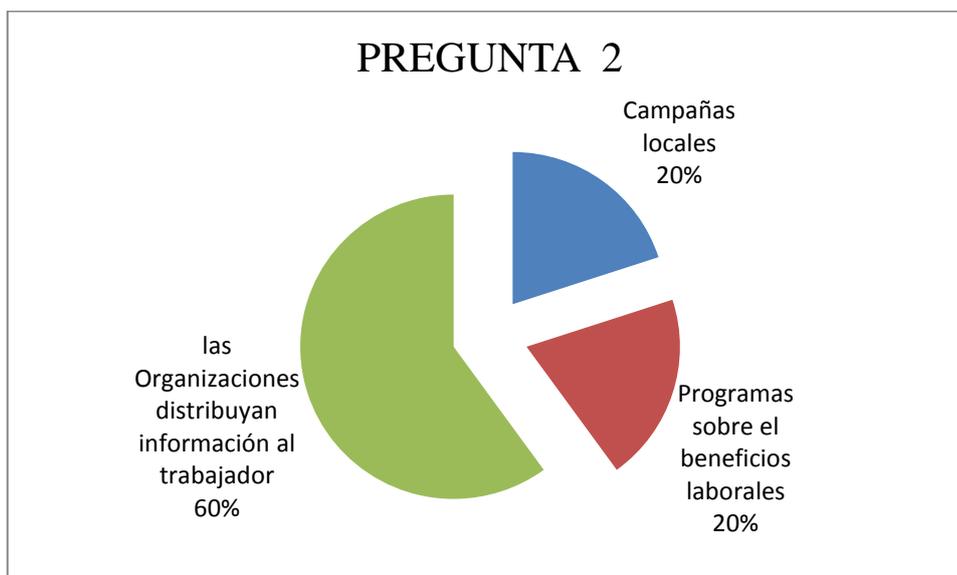


Gráfico N°2. Cuáles de estos elementos deberíamos utilizar para impulsar el conocimiento hacia los beneficios Sociales del trabajador?

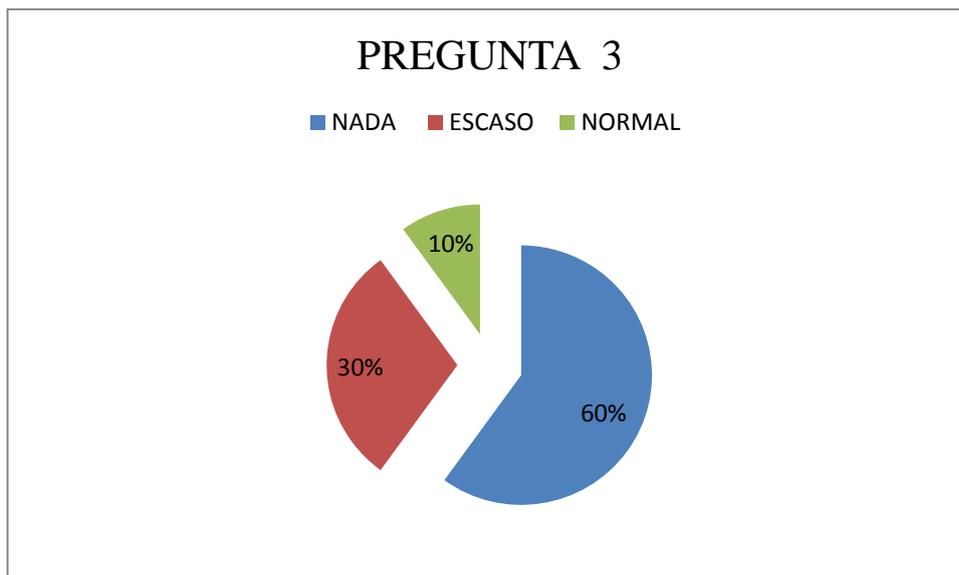


Gráfico N°3. Dentro de las microempresas, ¿qué nivel de información les provee sobre sus beneficios laborales?

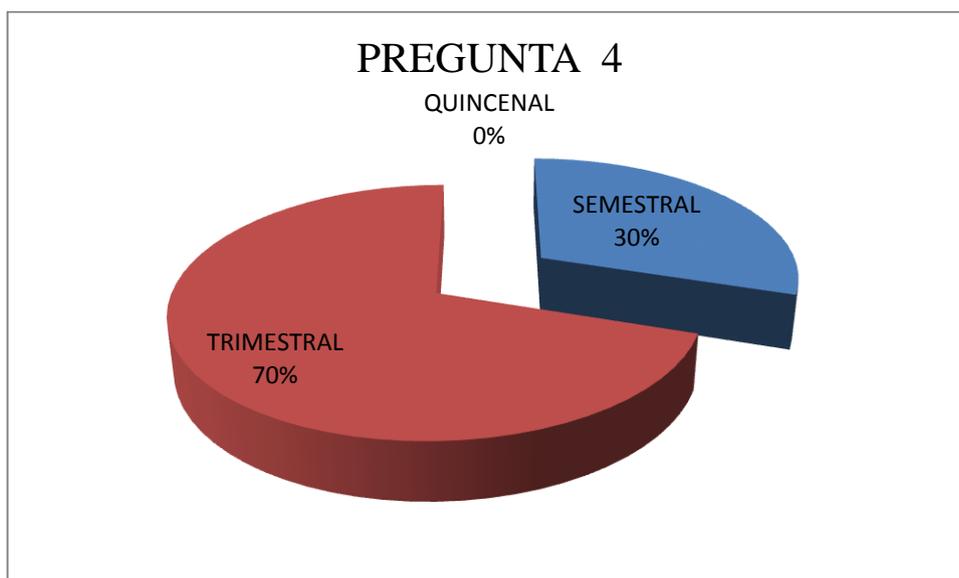


Gráfico N° 4. ¿En las microempresas, cuántas veces en el año actualizan a su personal en las diferentes áreas para las que prestan servicios?

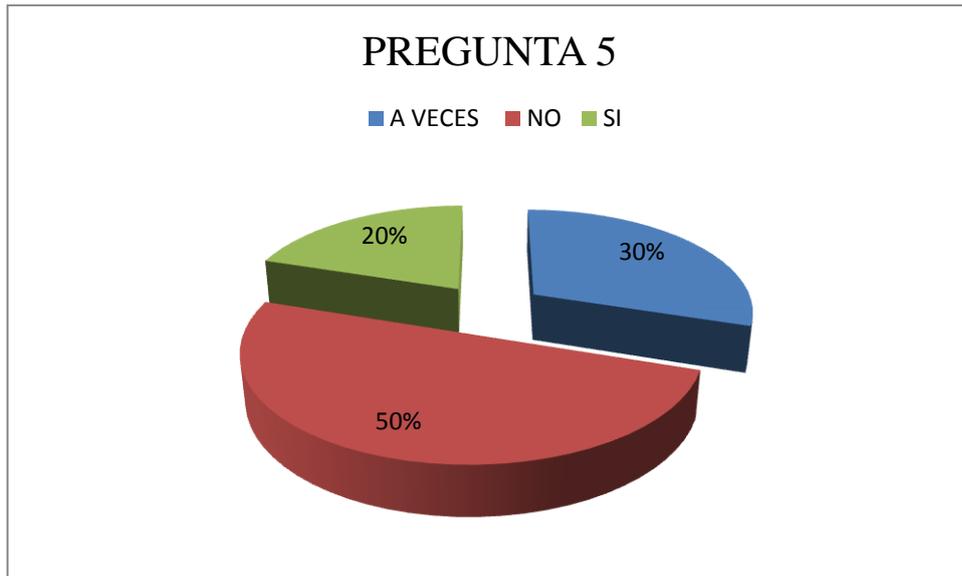


Gráfico N° 5. ¿Las microempresas le concede el tiempo necesario para que exprese sus dudas sobre los cambios que existen en el nuevo Código de Trabajo?

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Tema

Servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el semestre octubre 2011 a marzo 2012, que les permita mejorar su relación laboral y gozar de los beneficios que contempla el Código de trabajo.

5.2 Fundamentación

Con la investigación del tema se plantea demostrar la importancia en la utilización y aplicación adecuada de las Relaciones Humanas y la Comunicación Organizacional en las microempresas del cantón Milagro; es una herramienta básica para la proyección y fortalecimiento de una imagen tanto interna como externa para las microempresas.

Se Necesita involucrar más al personal adecuado, ya que en muchos casos no es suficiente los recursos que poseen para lograr los objetivos deseados. La razón que se pudo descubrir mediante la investigación, es la falta de información lo que dificulta sobremanera de la función de Comunicación Organizacional.

5.3 Justificación

Las microempresas de la ciudad de Milagro carecen de posibilidades económicas para beneficiar a todo su personal para esto se realizara un servicio de asesoramiento a trabajadores para que se promueva y se interese sobre sus necesidades; y se fortalezca la imagen y prestigio de la microempresas y que la asesoría sirva de vocero en la divulgación de las labores que se lleven a cabo dentro de las mismas.

En base al siguiente tema es un Servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el Semestre octubre 2011 a marzo 2012, se mejorará la comunicación entre jefes y trabajadores.

La Comunicación Organizacional, son actividades de una Industria, Asociación, Corporación, Profesión, Gobierno u otra organización, para promover y sostener sanas y productivas relaciones con personas tales como consumidores, empleados o comerciantes y con el público en general, para así adaptarse al medio ambiente en beneficio de la sociedad.

Sin lugar a duda ha sido una estrategia Comunicacional que mayor influencia genera en sus públicos; favoreciendo sus actitudes, percepciones, y comportamientos hacia la microempresa, institución personalizada que las utilice. En la actualidad su ámbito de aplicación se extiende a todas aquellas personas y microempresas que reconocen su importancia y efectividad en el camino para alcanzar sus objetivos.

5.4 OBJETIVO

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Informar y comunicar a los trabajadores en general, microempresarios en especial, sobre los beneficios que gozan hoy en día. Para esto se brindará un Servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro, la que contará con información actualizada acerca de los deberes y derechos, así como los beneficios con los que cuentan.

5.4.2 Objetivo Especifico de la propuesta

- Dar a conocer información adecuada y actualizada a trabajadores sobre los beneficios con los que cuentan hoy en día.
- Efectuar estudios de opinión con el objetivo de analizar en detalle los trabajadores para así analizar sus actitudes y formación de su opinión hacia la microempresa.
- Elaborar planes y programas de capacitación dirigido a trabajadores a fin de que la microempresa les permita incrementar su desarrollo laboral.

- Implementar comunicaciones internas con los trabajadores en la realización de publicaciones para la compañía, y a su vez ejecutar programas de información acerca de las utilidades, aspectos económicos.

5.5 Ubicación

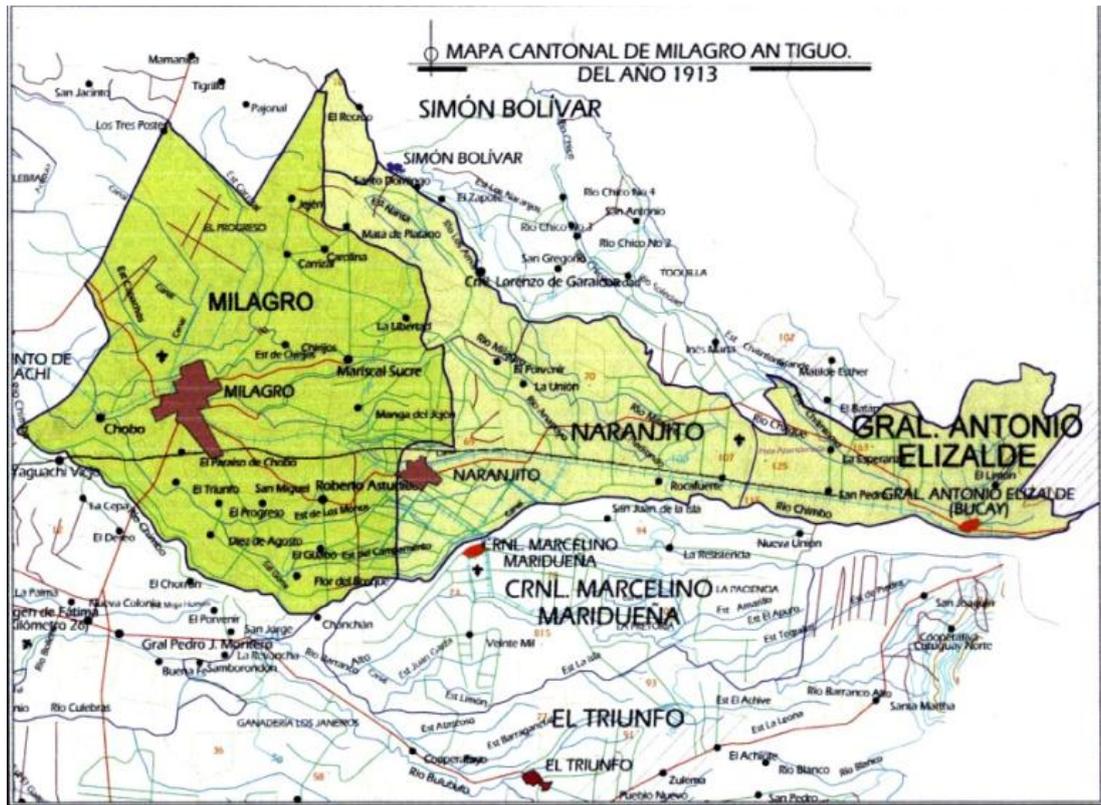


Figura N° 1 mapa de Milagro

5.6 Factibilidad

- Contamos con el apoyo de una gran cantidad de microempresas de la ciudad de Milagro
- Cuenta con el espacio adecuado para realizar este servicio de Asesoramiento a trabajadores.

5.7 Descripción de la Propuesta

Demostrar la necesidad de un Servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el Semestre octubre 2011 a marzo 2012, que se tome en cuenta los elementos necesarios que ayuden en el funcionamiento y logro de objetivos, que cada uno de estos tienen planteado en el Código de trabajo en su tratado constitutivo.

Cabe destacar que para cada microempresa les es indispensable mantenerse con un liderazgo en todas las ramas, tanto económica, tecnológica y de servicios, porque de ello dependerá la imagen favorable de la misma, ya que de ésta se obtendrá una gran parte del funcionamiento eficaz y exitoso de la microempresa.

Evidentemente no todas las organizaciones necesitan de una Asesoría y Comunicación Organizacional ni todas cuentan con los recursos para ello. No obstante, podemos asegurar que todas ellas sin excepción, cualquiera que sea su tipo o tamaño, necesitan mantener relaciones cordiales con su medio y cuidar que estas sean armoniosas, si desea allanar el camino hacia la consecución de sus objetivos en toda organización.

5.7.1 Actividades

Las actividades de difusión que a continuación detallamos, se realizarán de manera expansiva, y serán dirigidas a empleados y trabajadores de las microempresas de la ciudad de Milagro:

- Asesoría sobre aplicación de las leyes del código del trabajo: para informar a los trabajadores sobre sus beneficios laborales.
- Campañas de Comunicación: se mejorara la comunicación laboral entre jefes y trabajadores mediante folleto, dípticos, trípticos, comunicados de prensa o radial.
- Actualización de los Archivos Empresariales: para mantener informado al personal y aumentar la productividad.
- Programas de Acción: Desarrollar dinámicas grupales entre trabajadores y empleados para estimular su desempeño laboral.

5.7.2 Recursos Humano, Análisis Financiero

En este proyecto utilizaremos los recursos humanos, materiales de Oficina, informáticos, financieros, etc.; para hacer factible el Servicio de asesoría y comunicación organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el Semestre octubre 2011 a marzo 2012.

Útiles de oficina

- 2 Computadoras
- 1 impresora
- Hojas
- Tinta
- Carpeta
- Grabadora para las entrevistas
- Movilización
- Internet

Recursos Financieros

SECCIONES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RECURSOS HUMANOS		
Encuestadores (2)	20.00	20.00
Asesor (1)	50.00	50.00
Total	50.00	70.00
RECURSOS MATERIALES Y MEDIOS DE TRABAJO		
Útiles de oficina	30.00	30.00
Computadores	500.00	500.0
Hojas	5.00	5.00
Grabadora para las entrevistas	20.00	20.00
Movilización	20.00	20.00
Internet	20.00	20.00
Total		665

5.7.3 Impacto

Con el Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el segundo Semestre octubre 2011 a marzo 2012, servirá como guía para mejorar el desempeño y relaciones laborales, tratando de obtener las metas y objetivos planteados.

- Permitirá ayudar a trabajadores a mantenerse informados sobre sus beneficios laborales, manteniendo de esta forma la armonía en sus sitios de trabajo.
- Generar empatía entre los administradores que laboran en los diferentes departamentos de las microempresas con el fin de mejorar las relaciones internas y externas con sus trabajadores.
- Se buscará lograr un cambio de actitud entre ellos a fin de mejorar su imagen actuando con independencia y responsabilidad.

5.7.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

No.	ACTIVIDADES RECIENTES	SEPT.	OCT	NOV.	DIC.	EN.	FEB.
1	Investigación bibliográfica para el desarrollo del proyecto						
2	Determinar la hipótesis u objetivos de la presente Investigación						
3	Desarrollo y preparación de las encuestas para la Investigación						
4	Envío de solicitudes a los directores para la aplicación del Proyecto						
5	Análisis e interpretación de Resultados						
6	Desarrollo de las propuestas para la interpretación del proyecto						
7	Inicio de gestión ante la propuesta de las empresas para la implementación de Proyecto						
8	Inicio de Gestión para adquirir recursos Técnicos e implementación de una oficina aplicando las RR.PP						
9	Aprobación del proyecto por el tutor						
10	Defensa del Proyecto						

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

- El Plan de Capacitación, dirigido a trabajadores, de manera que actúen de forma conjunta, operativa, con un sentido versátil, simple, dinámico y efectivo.
- Se Realizaran seguimientos para que se dé cumplimiento a este trabajo investigativo.
- Nos centraremos en la función, tanto del mando interno como externo; con la finalidad de mejorar el ambiente laboral de la institución y poder cumplir con los objetivos y fines que se persiguen.

CONCLUSIÓN

Mediante el Servicio de asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro durante el Semestre octubre 2011 a marzo 2012, se determinó que las microempresas que laboran en el Cantón Milagro provincia del Guayas que para obtener la eficiencia esperada, es importante que el jefe y trabajadores sepan a cabalidad planificar las funciones para informar, ya sea mensual, trimestral, semestral o anual para que exista comunicación eficaz y constante.

Con esta asesoría buscamos resolver los problemas internos y externos de la microempresa con los trabajadores para dar mayor confiabilidad a ellos sobre su estabilidad laboral para que el trabajo lo desarrolle con eficiencia y responsabilidad.

Las empresas grande o pequeña debe tener en cuenta que la tecnología cada día avanza, por lo tanto deben actualizar a su personal no menos de cuatro veces al año en las diferentes áreas, tanto técnicas y en lo personal ya que de ella depende el trato interno y externo y así mejorar el ambiente laboral.

RECOMENDACIONES

- Nos comprometemos a entregar un ejemplar de la elaboración de esta tesis para que se utilice como guía de roles, funciones que se estipulan en el Código de Trabajo.
- Realizaremos un seguimiento que se dé cumplimiento a este trabajo investigativo para que objetivo principal se centre en los beneficios al trabajador, tanto del mando interno como externo; y así poder cumplir con este fin que se persigue.
- Se capacitara de acuerdo a la tecnología que va avanzando donde se puntualicen las principales funciones; de acuerdo a la clases de departamentos para el cual presta sus servicios haciendo hincapié en los valores positivos y beneficios que deben poseer y disponer para obtener mejoras en el futuro.
- El Servicio de Asesoría y Comunicación Organizacional aplicada a las microempresas del cantón Milagro se encargara de la administración de información correspondiente sobre los beneficios del trabajador para mantener las relaciones de la entidad y tramitar los asuntos de la misma.
- Ulfrido Echeverría Presidente (E) de la Cámara de Comercio del cantón Milagro: “La capacitación que realizan como estudiantes de la Unemi a trabajadores de microempresas es un proyecto interesante ya que algunas microempresas no tienen la capacidad de cubrir todos los vacios que posee la microempresa esto sería una ayuda importante para el trabajador en su ambiente laboral”.
- Juan García Tómalá Presidente de la Federación de Artesanos del cantón Milagro, FEDCAM “Nuestra organización no cubre en su totalidad todos los recursos necesarios cada uno es un negocio independiente con su proyecto, sería de gran ayuda para capacitarnos y saber todo sobre los beneficios sociales del trabajador”.

BIBLIOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN

es.wikipedia.org/wiki/cantonmilagro –
www.unemi.edu.ec/rrhh/images/archivos/codtrab.pdf
es.wikipedia.org/wiki/comunicación organizacional –
http://www.rrppnet.com.ar/comorganizacional.htm
es.wikipedia.org/wiki/ley –
www.rrppnet.com.ar/bibliografiaderrpp.htm
www.librosaulamagna.com/relaciones-public... - España
www.casadellibro.com/libro-relaciones-publicas.../
www.la-gerencia.com/.../libro-de-relaciones-publi...
www.mintrab.gov.ec/index.php?option=com...id
www.cortesuprema.gov.ec/cn/wwwcn/pdf/leyes/codigo_trabajo.pdf
www.medina, w., manual de administración de recursos humanos, ucab, 1999.
www.fernandez, c., la comunicación en las organizaciones. Editorial trillas,
méxico, 1999.
www.hernández r.; Fernández c.; baptista p, metodología de la investigación.
editorial mc.graw hill. México, 1995.
www.derechoecuador.com/index.php?...código...trabajo

ANEXO
MUEBLERÍA ACURIO



Fotos tomadas por Analy Sánchez, realizando los trabajadores sus labores de carpintería



Sr. Raúl Ramírez realizando su labor en carpintería



Foto de la parte posterior de la Mueblería Acurio

TALLER MICHELLIN



Fotos tomadas por Jaqueline Muñoz





El Sr. Luis Pérez realizando su labor de mecánico





El Sr. Marcos Solís haciendo su labor de soldar



El Sr. Carlos Díaz soldando una silla



El Sr. Mario Veliz afilando sus materiales

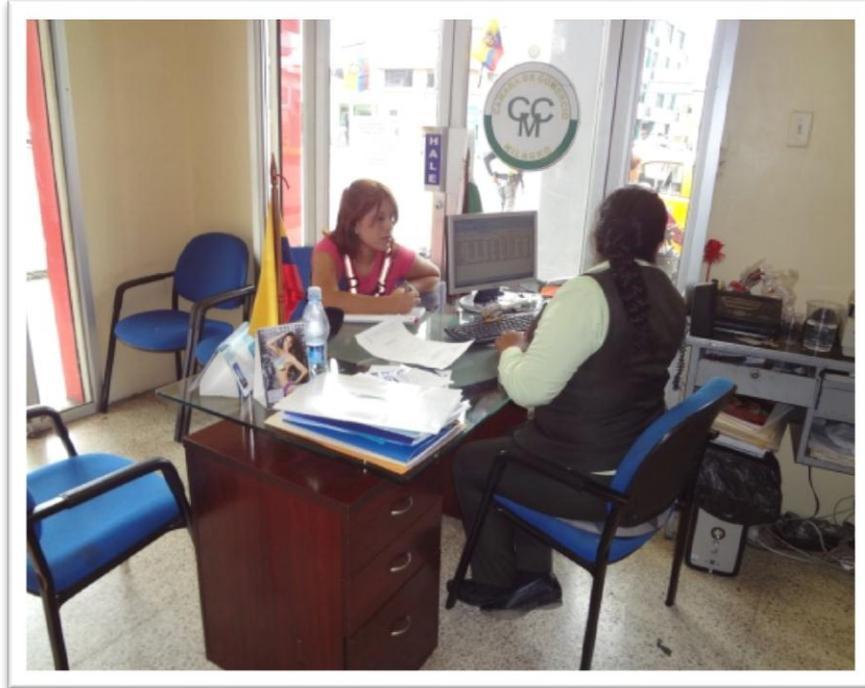
ENTREVISTA AL VICEPRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO



Sr. Ulfrido Echeverría (Vicepresidente de la Cámara de Comercio)



Entrevista realizada por Jaqueline Muñoz



Entrevista realizada por Analy Sánchez, a Secretaria de la Cámara de Comercio

CAMPAÑA REALIZADA A MICROEMPRESAS DEL CANTÓN MILAGRO

	Ordinaria Horas	Suplementarias Horas	Horas Extraordinarias
Concepto	En el caso del Ecuador es de lunes a viernes 8 horas diarias 40 horas semanales	Después de la jornada ordinaria, máximo 4 horas al día y 12 horas a la semana	Cuando el empleado trabaja sábados, domingos o días feriados
%Recargo	0%	50% hasta las 24H00 100% desde 01H00 a 06H00	100%
Base Legal	Código del Trabajo Art. 47	Código del Trabajo Art. 55	Código del Trabajo Art. 55
Forma de cálculo	s./ 240 hs = v.h.n...	v.h.n.+50% = v.h.s	v.h.n. + 100% = v.h.e.
Ejemplo	150/160=0,625	0,625+0,31=0,935	0,625+0,625=1,25

Capacitación sobre los beneficios Sociales del Código de Trabajo para el Trabajador



Por un empleo justo con derechos y gratía a nuestras pensiones por un Milagro mejor.

Diseño Tríptico de información del Código del Trabajo

CUADRO DE BENEFICIOS SOCIALES		
	FONDO DE RESERVA	VACACIONES ANUALES
¿Quiénes tienen derecho?	Todos los trabajadores que han cumplido un año de trabajo para el mismo patrono	Todos los trabajadores que han cumplido un año de trabajo para el mismo, caso contrario pagar proporcional
Periodo de Cálculo	1ro. De julio del año anterior al 30 de junio del año en curso.	Año de servicios
Forma de Cálculo	La 12ava parte de lo recibido en el periodo que se calcula o su proporcional	La 24ava parte de lo recibido en el periodo que se calcula
Base de Cálculo	Sueldo + horas extra + comisiones + otras retribuciones Accesorias Permanentes	Sueldo + Horas Extras + Comisiones + Otras retribuciones Accesorias Permanentes
Fecha de Pago	Hasta el 30 de septiembre de cada año; en el formato que para el efecto otorga el IESS o en el sistema "Verificador Cliente" que también se lo obtiene en el IESS.	Se puede pagar en los bancos o directamente en el IESS. Se paga o las goza al cumplir un año de trabajo. El trabajador puede acumular hasta 3 años y gozarlas en el 4to año, de no hacerlo pierde el 1er año de vacaciones.
Base Legal	Código del Trabajo Art. 196...220	Código del Trabajo Art. 69...78