

INDICE

PORTADA	i
APROBACION DEL TUTOR	ii
AUTORIA	iii
APROBACION DE PROFESORES CALIFICADORES	iv
DEDICATORIA	v
RECONOCIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
SUMMARY	viii
INDICE	ix
TABLAS Y GRAFICOS	xv

CONTENIDO

CAPITULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Contextualización del problema	22
Situación actual del problema	23
Proyección del problema	25
Identificación de causas y efectos del problema	26
Planteamiento del problema	27
Formulación del problema	29
Objetivos	30
Generales	30
Específicos	30
Preguntas de investigación	31
Justificación de la investigación	31
Factibilidad y viabilidad	32

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

La industria de la palma y aceite de palma	36
Información técnica	37
La comunicación	40
Concepto de comunicación	40
Comunicación interna	42
Tipos de comunicación interna y herramientas	43
Comunicación Informal	45
Organizaciones Inteligentes	46
La teoría de la Acción Comunicativa	47
Modelos de comunicación	51
La comunicación como proceso	51
Comunicación organizacional	53
Concepto e importancia	53
La comunicación en la empresa	55
Comunicación en el Proceso Administrativo	56
Comunicación interna	57
Comunicación externa	59
Comunicación corporativa/organizacional	60
Propósito de la comunicación	61
Barreras de la comunicación	64
Redes de comunicación, canales y medios.	65
Redes de comunicación	67
Redes formales de comunicación	68
Redes Informales de Comunicación	68
Tipos de Redes	68
Canales y Medios	69
Control de la información	70
La información como función de dirección	70
Transmisión de datos	70
Proceso de tratamiento de información	70

Búsqueda de la información	71
Almacenamiento	71
Tratamiento de la información	72
Presentación de la información	72
La síntesis o el resumen de un documento	73
Clasificación de la información	73
Comunicación oral de instrucciones	74
Aspecto lingüístico	74
La experiencia a la hora de comunicar	74
Imagen emitida	75
Sitio de acogida	75
Aspecto personal	75
Posición del Cuerpo: la Verticalidad	76
La comunicación interna como herramienta de dirección y administración	78
La transversalidad de la comunicación en la gestión	78
La comunicación interna en los procesos de gestión de la calidad	80
La comunicación, factor clave para la mejora continua	85
La comunicación, base de la estrategia	88
La comunicación interna como instrumento de la externa	93

CAPÍTULO III. METODOLOGIA

Tipo de investigación	99
Diseño de la Investigación	99
Variables	100
Definición conceptual de la variable 1	100
Definición operacional de la variable 1	100
Definición conceptual de la variable 2	101
Definición operacional de la variable 2	101
Matriz de operacionalización de las variables	102
Población y Muestra	104

Determinación de la Población	104
Determinación de la Muestra	107
Métodos y Estrategias	108
Técnicas o instrumentos	109
Procedimiento	110
Valor Práctico	112
Diagnostico	112
Solución	113
Trascendencia	113

CAPITULO IV. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Resultados	114
Análisis e interpretación de resultados de las preguntas dirigidas a los mandos medios de Palmeras del Pailón	116
Análisis e interpretación de resultados de las preguntas dirigidas al personal de apoyo de Palmeras del Pailón	123
Análisis e interpretación de resultados de las preguntas dirigidas los trabajadores a destajo y contratistas de Palmeras del Pailón	128
Análisis de la Empresa Palmeras del Pailón	136
Estructura organizativa	137
Estructura de la empresa	137
Discusión del resultado de la investigación	144
Contrastación de preguntas de investigación con los resultados	145

CAPITULO V. SOLUCIÓN PERTINENTE Y VIABLE DEL PROBLEMA

Presentación de la propuesta	149
Antecedentes de la propuesta	149
Justificación o propósito	150
Base teórica	153

Objetivos de la propuesta	153
Descripción de la propuesta	154
Beneficiarios	155
Diseño técnico de la propuesta	155
Información preliminar	155
Diseño de un modelo de comunicación interna	156
Documentación y entrega	157
Diseño de un Modelo de gestión de Comunicación Interna para La Empresa Palmeras de Pailón San Lorenzo – Esmeraldas	159
Programa de comunicación corporativa	159
Director de comunicaciones: DirCom	159
Definición de cargos y funciones del departamento de comunicaciones	160
Jefe de Comunicaciones	160
Diseñador	161
Coordinador de Comunicaciones	161
Funciones del Jefe de Comunicaciones y su grupo de apoyo	162
Programa de cultura corporativa	164
Red de comunicación corporativa	165
Medios Electrónicos	166
Intranet – Palpailon	166
Propuestas de imagen y contenido	167
Email: @Palpailon	169
Chat “Palmacorreo”	170
Palmainformación	170
Boletín Virtual: “Palpailon te informa”	171
Línea interna de sugerencias: “Directo Palpailon”	173
Perifoneo	173
Medios Impresos	174
Rediseño de cartelera: “Palpailon al día”	174
Boletín impreso: “Palpailon te informa”	176
Cartas personalizadas en fechas personalizadas	178
Encuestas	179

Directorio: "Palpailon te une"	179
Manual de Reconocimiento	80
Integración cultura/fomento de sentido de pertenencia: Cara – Cara	180
Training y eLearning: Cursos/Talleres/Conferencias	180
Eventos de integración	186
Reuniones	186
Zona de contacto	187
Buzón de comunicaciones: "Únete"	187
Planificación e Implementación	190
Monitoreo, Medición y Revisión Continua	191
Diseño Administrativo	192
Inversión	194
Infraestructura Física	194
Infraestructura de Red	194
Gastos	196
Remuneraciones	197
Presupuesto de comunicaciones	204
Impactos de la propuesta.	205
Impacto social	205
Impacto económico	207
Matriz de impactos total	208
Validación de la propuesta	208
Contrastación de los resultados con las preguntas de investigación	209
Conclusiones	215
Recomendaciones	218
Bibliografía	220
Anexos	