



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

**“DISEÑAR UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL DE PREVENCIÓN EN TEMAS
DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA LA EMPRESA INKATONSA S.A.”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA OPTAR
EL TÍTULO DE LCDO. EN RELACIONES PÚBLICAS Y EVENTOS**

Autor

GONZALO PATRICIO YÉPEZ ESPINOZA

Tutor

M.Sc. JANETH CAMPOVERDE R.

SAMBORONDÓN, SEPTIEMBRE DEL 2011

DEDICATORIA

Primero agradezco a Dios por darme las fuerzas y perseverancia para culminar mi carrera universitaria.

A mis Padres quienes a pesar de vientos de cambios que han existido, han estado siempre a mi lado.

A mi hijo Leonardo y Ma. Alejandra, que cambiaron mi vida de una manera positiva y darme mayor fuerza para superarme y ser una mejor persona.

A mis hermanos que gracias a ellos he luchado para ser un profesional y un ejemplo.

Gonzalo Patricio Yépez Espinoza

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento en Especial al Creador, a Dios, que me sigue dando fuerza y paciencia.

A mis padres por apoyarme en circunstancias difíciles de mi vida y así ayudarme a levantarme de ellas.

A mi hermano por acompañarme a lo largo de mis días; y mi hermana que aunque estando lejos, siempre la tengo presente.

A mi mamá por siempre ser incondicional, y siempre darme fuerzas;

A la UEES, profesores y Facultad de Comunicación, por darme bases y ayudarme a crecer profesionalmente.

A mi grupo de seminario, por hacer de la etapa final una de las más gratificantes en mi vida.

Finalmente a la Lcda. Janeth Campoverde mi tutora, por su tiempo, su empuje y siempre creer en mí, ya que sin ella no hubiese podido culminar este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPÍTULO I	16
1. EL PROBLEMA.....	18
1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	18
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
1.3 OBJETIVOS.....	19
1.4 JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
OBJETIVO GENERAL.....	20
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
JUSTIFICACIÓN.....	21
DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
IDEA A DEFENDER O HIPÓTESIS.....	22
CAPÍTULO II.....	23

2. MARCO REFERENCIAL.....	23
2.1 ANTECEDENTES.....	23
2.2 MARCO TEÓRICO.....	24
IDENTIDAD DE LA EMPRESA.....	30
2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES... ..	36
CAPÍTULO III.....	38
3. METODOLOGÍA PROPUESTA.....	38
3.1 TIPO, DISEÑO Y ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN...38	
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
CAPÍTULO IV.....	40
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	40
4.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	41
CAPÍTULO V.....	59
5. LA PROPUESTA.....	59
5.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	57

5.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	60
5.2.1. CANALES TECNOLÓGICOS.....	61
5.2.2. MATERIAL PROMOCIONAL.....	63
5.2.3. ACTIVIDADES DE ENTRENAMIENTO.....	66
5.2.4. OTRAS ACCIONES.....	68
5.4 CALENDARIO.....	70
5.5 PRESUPUESTO.....	71
CAPÍTULO VI.....	72
6. VIABILIDAD DE LA PROPUESTA.....	72
CAPÍTULO VII.....	73
CONCLUSIONES.....	74
CAPÍTULO VIII.....	75
RECOMENDACIONES.....	75
9. BIBLIOGRAFÍA.....	76
10. ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No.1

TABULACIÓN E ILUSTRACIÓN CUANTITATIVA DEL CRITERIO DE LOS COLABORADORES SOBRE CÓMO CALIFICAN LA COMUNICACIÓN INTERNA.....41

CUADRO No. 2

TABULACIÓN CUANTITATIVA DE LOS MEDIOS POR MEDIO DE LOS CUALES RECIBEN LA INFORMACIÓN DE LA EMPRESA LOS COLABORADORES.....42

CUADRO No. 3

TABULACIÓN CUANTITATIVA DE CUÁNTOS COLABORADORES RECIBIERON UNA CHARLA DE INDUCCIÓN AL INGRESAR.....43

CUADRO No. 4

TABULACIÓN CUANTITATIVA DE LA PERCEPCIÓN DE LOS COLABORADORES ACERCA DEL ENTRENAMIENTO SOBRE TEMAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL.....44

CUADRO No. 5

TABULACIÓN CUANTITATIVA SOBRE PERCEPCIÓN DE LOS COLABORADORES SOBRE LA SEGURIDAD DE SUS LABORES.....45

CUADRO No. 6

TABULACIÓN CUANTITATIVA DEL GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS COLABORADORES ACERCA DE LOS EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL.....46

CUADRO No. 7

TABULACIÓN CUANTITATIVA DEL CRITERIO DE LOS COLABOADORES SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL.....47

CUADRO No. 8

TABULACIÓN CUANTITATIVA DEL CONOCIMIENTO DE LOS COLABORADORES ACERCA DE QUE EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL QUE DEBEN USAR EN SUS LABORES.....48

CUADRO No. 9

TABULACIÓN CUANTITATIVA SOBRE EL CRITERIO DE LOS COLABORADORES EN SU FRECUENCIA DEL USO DE SUS EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL.....49

CUADRO No. 10

TABULACIÓN CUANTITATIVA DEL CRITERIO DE LOS COLABORADORES SOBRE LA PERIODICIDAD DEL ENTRENAMIENTO SOBRE SEGURIDAD INDUSTRIAL.....50

CUADRO No. 11

TABULACIÓN CUANTITATIVA DE LOS COLABORADES QUE HAN SUFRIDO
ALGÚN TIPO DE ACCIDENTE DE TRABAJO.....51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No.1

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS DEL CRITERIO DE LOS COLABORADORES
SOBRE CÓMO CALIFICAN LA COMUNICACIÓN
INTERNA.....41

GRÁFICO No. 2

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS DE LOS MEDIOS POR MEDIO DE LOS
CUALES RECIBEN LA INFORMACIÓN DE LA EMPRESA LOS
COLABORADORES.....42

GRÁFICO No. 3

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS DE CUÁNTOS COLABORADORES
RECIBIERON UNA CHARLA DE INDUCCIÓN AL
INGRESAR.....43

GRÁFICO No. 4

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS
COLABORADORES ACERCA DEL ENTRENAMIENTO SOBRE TEMAS DE
SEGURIDAD INDUSTRIAL.....44

GRÁFICO No. 5

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS SOBRE PERCEPCIÓN DE LOS
COLABORADORES SOBRE LA SEGURIDAD DE SUS LABORES.....45

GRÁFICO No. 6

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS DEL GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS COLABORADORES ACERCA DE LOS EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL.....46

GRÁFICO No. 7

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS DEL CRITERIO DE LOS COLABOADORES SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL.....47

GRÁFICO No. 8

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS DEL CONOCIMIENTO DE LOS COLABORADORES ACERCA DE QUÉ EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL DEBEN USAR EN SUS LABORES.....48

GRÁFICO No. 9

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS SOBRE EL CRITERIO DE LOS COLABORADORES EN SU FRECUENCIA DEL USO DE SUS EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL.....49

GRÁFICO No. 10

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS DEL CRITERIO DE LOS COLABORADORES SOBRE LA PERIODICIDAD DEL ENTRENAMIENTO SOBRE SEGURIDAD INDUSTRIAL.....50

GRÁFICO No. 11

ILUSTRACIÓN DE RESULTADOS DE LOS COLABORADES QUE HAN
SUFRIDO ALGÚN TIPO DE ACCIDENTE DE
TRABAJO.....51

INTRODUCCIÓN

El trabajo de titulación que se plantea, surge del interés del autor de la puesta en práctica de los diversos temas que conciernen a la Comunicación dentro de las organizaciones, considerando que su manejo adecuado proveerá de ambientes laborales donde los colaboradores se sientan satisfechos con sus labores.

Por este motivo se propone la realización de una campaña comunicacional basada en Seguridad Industrial para la EMPRESA INKATONSA S.A., se ha considerado que la naturaleza de su negocio requiere de una constante información y entrenamiento sobre el tema entre sus colaboradores, pues uno de sus mayores objetivos corporativos, es disminuir o bajar a cero, la cantidad de incidentes o accidentes que se suscitan en sus instalaciones; también se plantean estrategias de comunicación que permitan una eficiente difusión de los temas de Seguridad Industrial, con el fin de establecer bases sólidas de comunicación para campañas futuras, considerando en todo momento, que la inducción y entrenamiento de los empleados, evitarán situaciones de peligro en sus labores durante su permanencia en la Empresa.

Entre los beneficios que esta campaña otorgará se menciona, que los involucrados percibirán un mejor desempeño y mayor productividad en sus labores, ya sea en trabajos manuales o con maquinaria pesada, donde se requiere el constante uso de equipos de protección personal.

La campaña prevista se empeñará en fortalecer la cultura de comunicación, pues requiere que todos siempre se mantengan informados de lo que sucede y sucederá en la organización, así como también, prevenir todo tipo de accidentes e incidentes.

Un referente especial que se pretende incluir es la participación de miembros de las familias en las charlas, pues de esta manera, no solo los colaboradores de la empresa conocerán sus funciones, sino también su círculo familiar, quienes podrán colaborar en la concientización de los temas de seguridad industrial en los empleados.

Fruto de esta investigación, además se presentará un programa de entrenamiento sobre temas de seguridad industrial, incluido en el calendario de ejecución, que servirá de base para futuros programas de comunicación.

RESUMEN

Como es primordial en el marco de un adecuado ambiente laboral dentro de una empresa que maneja gestiones en Seguridad industrial y que tiene como mayor reto al igual que muchas empresas, disminuir o eliminar los incidentes o accidentes laborales, y a su vez ha aceptado contar con falencias en el área comunicacional interna, es imperativo crear una campaña comunicacional basada en temas de Seguridad Industrial y el correcto uso de los Equipos de Protección Personal.

Esta circunstancia motivó al autor del presente trabajo de titulación, a plantear la implementación de una campaña de comunicación que constará de nueve capítulos, cubriendo diversos temas, donde se identifica el problema real y razones de las falencia comunicacionales, y la falta de cultura de parte de los colaboradores hacia un eficiente desempeño de labores, haciendo uso adecuado de los equipos de protección personal que se les asigna.

Se efectuaron entrevistas a profundidad a los directivos de la Empresa, con la finalidad de conocer sus percepciones y comentarios acerca de la campaña; así mismo a los colaboradores, tanto de planta como administrativos, se les realizó encuestas, para conocer sus inquietudes y conocimientos acerca del nivel comunicacional existente en la empresa, además de sondear su posición frente a temas de Seguridad Industrial.

La campaña comunicacional contará con la inclusión de diversas herramientas, que se aplicarán en el último trimestre del presente año, según calendario a presentar, definiendo este período como un plan piloto: primero para preparar el terreno de adaptación de los colaboradores con los temas mencionados y posteriormente para que sirva para la base de las futuras campañas que avizora aplicar la Empresa.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA

La eficaz gestión en Seguridad Industrial es uno de los mayores retos que hoy en día persiguen muchas empresas, sobre todo aquellas en las que sus trabajadores deben ejecutar diversas tareas que conlleven la utilización de herramientas y maquinarias de especial manejo, que laboren en lugares con riesgo y deban utilizar correctamente los equipos de protección personal, así como enfrentarse a actividades que, si no se desempeñan de la manera adecuada, a corto o largo tiempo, puedan ocasionarles lesiones o enfermedades ocupacionales.

Es así, que la empresa INKATONSA S.A., no es la excepción al tener como uno de sus mayores objetivos corporativos el disminuir o reducir a cero, la cantidad de incidentes o accidentes que se suscitan en sus instalaciones. En ocasiones existen circunstancias que pudiesen evitarse, si todos los colaboradores contaran con el debido entrenamiento y demostraran su compromiso con la empresa, al cumplir con cada una de las normativas de seguridad que deben aplicarse al momento de ejecutar sus labores. Cabe recalcar que este objetivo de la empresa no solo se fundamenta en sus metas corporativas, sino en requisitos de ley establecidos en el Código de Trabajo Ecuatoriano.

Los directivos de la empresa INKATONSA S.A reconocen que una de las mejores formas para inducir a sus colaboradores a cumplir con los requerimientos de Seguridad Industrial, es la constante capacitación que se les debe brindar, recalcándoles la importancia que tiene que cada uno de ellos se protejan por su beneficio, el de sus familias y por ende, el de su empresa.

Se ha determinado además, que existe un alto índice de falencias comunicacionales a nivel interno, obteniendo como resultado que varios de los colaboradores no le brinden la suficiente importancia a los temas de Seguridad Industrial.

Se ha considerado que para alcanzar el éxito y mejorar el rendimiento laboral, se debe implementar una Campaña Comunicacional y de prevención en temas de Seguridad Industrial en la Empresa INKATONSA S.A, cuyo mayor objetivo será instruir y capacitar a todos los colaboradores de la empresa, incluidos aquellos que laboran en el área administrativa, sobre temas de Seguridad Industrial.

Si bien es cierto que muchos de los colaboradores conocen reglas básicas de prevención y manejo de Seguridad Industrial, es conveniente que las primeras charlas de inducción se las dirija a todos, con la finalidad de iniciar desde cero y con el mismo ritmo continuar con las posteriores capacitaciones.

El planteamiento previsto contiene la eficaz utilización de varios medios comunicacionales, necesarios en este largo y continuo proceso de entrenamiento que se requiere fortalecer en la Empresa INKATONSA S.A, pues con la difusión de los temas de Seguridad Industrial, los colaboradores todos el tiempo contarán con la información presente en cada actividad que ejecuten.

Este trabajo de titulación pretende establecer las bases necesarias de comunicación, fortalecidas con las correctas herramientas, en el primer modelo piloto que se aplicaría en la empresa durante el último trimestre del año 2011, para que en los años posteriores, la campaña comunicacional y de prevención en temas de Seguridad Industrial se desarrolle con mayores elementos e incluya la activa participación de los colaboradores, quienes

serán uno de los públicos que mayor beneficio lograrán, evitando situaciones de peligro con la aplicación de mejores actitudes en sus labores.

Formulación del problema

El presente trabajo de titulación intentará responder las siguientes preguntas:

¿Qué relevancia tiene en una Empresa que se dedica a la fabricación de tubos de concreto la implementación de una Campaña de Prevención en temas de Seguridad Industrial?

¿Qué beneficios obtendrán los colaboradores de la Empresa INKATONSA S.A., implementando una campaña comunicacional y de prevención en temas de Seguridad Industrial?

¿Qué repercusión se obtendrá en los colaboradores de la empresa INKATONSA S.A., con la implementación de la Campaña Comunicacional que promueva y los capacite sobre temas de Seguridad Industrial?

¿Cuál será el efecto en la comunicación interna y cómo afectará la cultura de Seguridad Industrial de los colaboradores?

OBJETIVOS

Objetivos Generales

Diseñar una campaña comunicacional de prevención en temas de seguridad industrial para la empresa INKATONSA S.A., para **inducir y reforzar** el conocimiento del tema en todos los colaboradores y evitar accidentes e incidentes.

Objetivos Específicos

- Diseñar una campaña de comunicación sobre temas de seguridad industrial.
- Establecer los mecanismos comunicacionales que se emplearán para la difusión de la campaña.
- Elaborar el calendario para la ejecución de la campaña con modelo piloto en el último trimestre del año 2011 y dejar las bases para las futuras campañas anuales.

JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

JUSTIFICACIÓN

La finalidad de este trabajo de investigación es definir las mejores estrategias de comunicación que permitan una eficiente difusión de diversos temas de Seguridad Industrial, entre los colaboradores de la empresa INKATONSA S.A. y a su vez establecer las bases de futuras campañas, considerando en

todo momento, que la inducción y entrenamiento en estos temas, pueden evitar accidentes e incidentes en la Empresa.

Al momento, la Empresa INKATONSA S.A. no cuenta con un programa de comunicación que le permita capacitar de forma adecuada a sus colaboradores en los temas de seguridad, siendo de suma importancia que los trabajadores conozcan lo necesario y vital que resulta, que ellos manejen con eficiencia estos contenidos, para que en todo momento prevalezca su integridad física y el buen estado de todos los equipos y activos de la empresa.

Dentro del material que se presentará, se destacará la importancia que conlleva el utilizar los equipos de seguridad industrial en las diferentes actividades que realizan los colaboradores. Entre los beneficios que esta campaña otorgará se pueden mencionar: mejor desempeño y mayor productividad por parte de los colaboradores que laboran con maquinaria pesada, montacargas, manipulación de material denso (cemento, piedra, arena), manejo de máquinas para doblar hierro, etc., actividades que requieren el constante uso de equipos de protección personal; adicionalmente, la comunicación interna se optimizará debido al tratamiento de las diferentes falencias detectadas en sus redes formales e informales de comunicación. Además la motivación laboral se reflejará en los colaboradores, al ser partícipes de los programas de entrenamiento que se proyecta a implementarse. Y por último, uno de los mejores beneficios que también obtendrá la empresa es el fortalecimiento de su imagen, tanto interna como externa, pues sus públicos internos al proyectar satisfacción laboral convencerán a los públicos externos sobre la competitividad que la empresa refleja, situación que le permitirá tener una mejor ubicación en el mercado de su negocio.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

IDEA A DEFENDER O HIPÓTESIS

Este trabajo de titulación está dirigido a todos los colaboradores de la Empresa INKATONSA S.A., creando e implementando una campaña integral de comunicación y prevención, haciendo hincapié en los beneficios que se pueden lograr en temas de seguridad Industrial, no solamente para un período a corto plazo, sino más bien, siendo un plan a utilizarse a futuro. Es imprescindible que en un principio, la campaña se ponga en marcha como un plan piloto, que funcionaría en el último trimestre del año 2011 para luego así aplicarlo en los siguientes años. Esta recomendación se la plantea con la finalidad de que los colaboradores de la empresa se vayan acostumbrado a esta implementación, para que en el siguiente año los cambios se produzcan sin mayor inconveniente, debido a que es un nuevo proceso en el que participarán todos los empleados, donde se podrá crear una cultura de seguridad y concientizar a los trabajadores sobre la importancia del uso de los equipos, actitud que no solamente los beneficiará a ellos, sino también a sus familias y a la empresa. Con la implementación de bases comunicacionales a nivel interno se fortalecerá la identificación de los empleados con la empresa, generando una imagen de pertenencia, que será bien vista y reconocida por el público externo. Es así, que el autor de esta tesina ha determinado que al ofrecer la Campaña Comunicacional de Prevención en temas de Seguridad Industrial a la empresa INKATONSA S.A. sus públicos percibirán a corto y mediano plazo los diversos beneficios, para lo cual se han determinado las siguientes variables:

VARIABLE INDEPENDIENTE (Causa): Diseñar una campaña de comunicación de prevención en temas de Seguridad Industrial a la empresa INKATONSA S.A.

VARIABLE DEPENDIENTE (Efecto): Fortalecer la comunicación interna de la empresa y consolidar la cultura de los colaboradores en temas de seguridad industrial.

CAPÍTULO 2

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes

Inkatonsa S.A. es una empresa ecuatoriana especializada en la fabricación de prefabricados de hormigón con 33 años de experiencia en el mercado nacional, siendo durante este tiempo protagonista y partícipe de las más importantes obras viales, urbanísticas y de interés social dentro de la Provincia del Guayas y del país. Entre las principales obras que se pueden encontrar son: Aporte en la “Ciudad Deportiva” Ismael Pérez Perasso, Primera fase de “Mucho Lote”, Urbanización Terranostra, Ciudad Punta Carnero (Salinas-Ecuador), Alcantarillado Ciudad de Esmeraldas, etc. La empresa está ubicada en la Av. Juan Tanca Marengo Km. 6 (Urb.”Lomas de Prosperina” al lado del Colegio Americano). Y cuenta con oficinas en la Ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, con una amplia planta. Aproximadamente cuenta con 80 trabajadores, incluyendo a las personas que están en oficinas. Cuenta con 3 áreas: Producción, Comercial, Financiera. De aquí se derivan los demás departamentos de la Empresa.

Entre los productos prefabricados de hormigón que elabora, los que más desarrollo comercial han tenido son los tubos de hormigón, que están fabricados con una pared cilíndrica que le confiere básicamente estanqueidad y velocidad de desplazamiento a los líquidos que circulan en su interior. La tubería de hormigón tiene como finalidad conducir o drenar todas las aguas lluvias y servidas que se generen dentro de su ámbito de acción. A diferencia de otros sistemas de drenaje como son los ductos cajón, su forma cilíndrica permite un desplazamiento mas rápido de los líquidos y sólidos, produce una auto limpieza y siempre permanece libre de obstáculos como palos y otros objetos. Existen dos tipos de tuberías de hormigón: el denominado hormigón armado (que no es otra cosa que el resultado de unir el cemento, arena, piedra, agua y hierro), producto que trabaja a la

compresión, es decir permite soportar cargas puntuales que se generen sobre la tubería. El otro tipo de tubería es la del hormigón simple, que a diferencia del armado, no posee hierro, es decir, es menos resistente a las cargas. Adicionalmente a cada tipo de tubería de hormigón existen las denominadas “clases” que se basan en capacidad de resistencia a las cargas, así el hormigón armado posee cinco clases y el hormigón simple, tres. La empresa INKATONSA S.A. produce sus productos basados en las normas generales y exigidas por la ASTM C-14, INEN 1590 **para tubería simple (sin hierro)** y ASTM C-76, INEN 1591 **para tubería armada (con hierro)**. Fabrica con modernas máquinas electrónicas que garantizan la producción y entrega de cantidades ilimitadas de producto a nivel nacional, así también cuenta con un suficiente stock de almacenamiento. **INKATONSA S.A. es la única fábrica en el país que utiliza maquinaria especializada a base de VIBRACIÓN Y COMPRESIÓN HIDRÁULICA, permitiéndoles ofrecer tubería en todos los diámetros, convirtiéndolos en los únicos proveedores. Mantiene un estricto control de calidad en todos los procesos productivos, que son:**

- a) Resistencia(Prueba Hidráulica)
- b) Hidrostática (Presión interna de agua)
- c) Absorción (Prueba de concreto)
- d) Pruebas de juntas (Impermeabilidad)

Los materiales que utilizan permiten que producto sea perfecto, porque las cantidades son manejadas automáticamente.

Cabe resaltar que ofrecen un valor agregado a sus clientes, que constituye el servicio de transporte para entrega en el sitio de la obra, en cualquier punto del país, a lo cual se suma la oferta de mejores precios del mercado y condiciones de comercialización.

2.2. MARCO TEÓRICO

Carlos Fernández Collado, en el libro 'La comunicación humana en el mundo contemporáneo' (2001), menciona que comunicación Organizacional 'es un proceso de creación, intercambio, procesamiento y almacenamiento de mensajes en un sistema de objetivos determinados'.

La comunicación se dibuja como un recurso de vital importancia para el funcionamiento de la organización. Sin embargo en la realidad empresarial se le ha concedido una atención muchas veces insuficiente y se ha entendido de modo distinto el concepto de comunicación, el proceso y los contenidos de lo que se debe comunicar. La gestión de este recurso debe tener como objetivo básico, cubrir las necesidades de comunicación de los distintos actores de la organización y de su entorno más inmediato. El éxito exige, como punto de partida, lograr un cambio de valores y de cultura organizativa que predisponga a comunicarse.

Paúl Capriotti nos menciona 'ante la necesidad de alcanzar un fuerte impacto comunicativo, se hace imprescindible que toda la comunicación de la organización se encuentre integrada, y que cada una de las diferentes partes de la misma cumpla una función de apoyo y reafirmación de las demás'

La comunicación en las Organizaciones se ha demostrado que es de vital importancia, conlleva a una eficaz relación entre colaboradores y porque en base a la comunicación se logrará generar diferentes mecanismos de ayuda para la interrelación entre los empleados de la Organización, es decir, una Empresa que está encaminada hacia un mismo objetivo o una misma meta, en la que todos los trabajadores apuntan hacia la superación grupal y personal que "se colocan la camiseta", por lo general tendrá un mejor desempeño y esto conllevará a que se logren los objetivos planteados.

E. Puyal (2001): 'La comunicación interna y externa en la empresa' (en línea). Fecha de acceso el 16 de julio del 2011 en <http://ciberconta.unizar.es/leccion/comui/inicio.html>

(Capriotti, Paúl: La imagen de la Empresa para una comunicación integrada, El Ateneo, Barcelona, 1992)

La comunicación será importante cuando se necesite estar en permanente contacto con alguien, para que exista un correcto funcionamiento, pero muchas veces dentro de las organizaciones se presentan inconvenientes, accidentes, malentendidos, solo porque la comunicación no fue la correcta y las directrices para realizar un trabajo no son las adecuadas.

Tan importante es la comunicación que será la base para crear estrategias, planes y programas para la subsistencia de cualquier actividad o para crear programas de cambio o de estrategias de transformación, pero en la mayor parte de los casos esto no se da y es muy frecuente encontrar fracasos, ya que su sistema de comunicación, tanto interno como externo, ha sido muy deficiente, a su vez han demandado un cantidad considerable de esfuerzo y dinero, que probablemente será difícil de recuperar después. Cuando se desea planear algo y ponerlo en marcha, deberá existir una buena comunicación para evitar posibles inconvenientes.

Es de vital importancia la eficaz comunicación, es un factor que influye en el comportamiento y actitudes de los empleados, pues es comprobado que un trabajador motivado se desempeña mejor, y su productividad es más elevada y su rendimiento aumenta, circunstancias que conllevan a una mayor producción que beneficia a todo el conglomerado en la empresa. Si el empleado no se siente relegado ni discriminado, este será más participativo y comunicador porque se sentirá parte integral e importante de la empresa a la que pertenece. Una de las bases para fomentar este compromiso es que desde un inicio se haga conocer el buen manejo de las redes de comunicación y su papel dentro de toda organización, haciendo hincapié en cuáles son los medios adecuados para enviar y recibir la información, así como los encargados de manejarlas.

R. Adler y J. Marquardt nos indican que en una organización pequeña, las redes de comunicación son tan sencillas que no se notarán; en una organización grande son más intrincadas, y donde encontraremos mejor detalladas las formas de comunicación en una empresa, son los

organigramas, donde observamos que la comunicación fluye hacia arriba, hacia abajo y horizontalmente.

Los canales formales de comunicación permitirán a los colaboradores conocer la cadena de autoridad que existe, donde también se delegan procedimientos y prácticas, se retroalimenta al personal de información valiosa y se los entrena capacita. Esto puede derivar en que los colaboradores prevengan contratiempos, y corrijan errores de manera más eficaz, tengan mejor estado de ánimo en el trabajo, pero hay que tener siempre cuidado de que no exista un exceso de mensajes, esto puede generar algún inconveniente. Por otra parte las redes informales son totalmente diferentes, ya que no tienen una rigidez en cuanto a su dirección, son patrones de interacción basados en amistades, proximidad e intereses compartidos, de tipo personal y profesional. Existe más flexibilidad y se considera que esta manera es la principal dentro de una Empresa. Puede ser muy importante que se propicien las interacciones informales constructivas.

2Adler, R. Comunicación Organizacional, capítulo 1

R. Adler & J. Marquardt, 'Comunicación Organizacional', 8va. Edición, Editorial McGraw Hill, 2005

Explicando un poco más una red formal se puede presentar de las diferentes maneras: En forma de cadena que sigue rigurosamente la cadena formal de mando, aquí se utiliza si la precisión de los datos suministrados son lo más importante. En forma de Rueda es cuando se apoya en una cabeza, un líder que servirá como conducto central para la comunicación del grupo, esto facilitará la comunicación y el surgimiento de un líder, que tiene que ser rápido y de alta precisión.

Por último el de toda la red del canal, aquí se permite que todos los miembros del grupo se comuniquen en forma activa, es más adecuada cuando se busca una mayor satisfacción en los participantes, la precisión es moderada y no es probable que surjan líderes. Es necesario que la comunicación descendente se maneje adecuadamente, es decir, que dentro

de su desarrollo los colaboradores sientan que son escuchados y que son parte fundamental en la compañía, solo así se conseguirá un compromiso alto por parte de los colaboradores y esto se verá reflejado en todas las áreas de la organización y con una motivación, donde la definimos como los impulsos conscientes, como los inconscientes en un nivel secundario, ya que se obtendrá un logro o una compensación verbal tanto así como monetaria, esto es parte de la motivación que debería tener un cooperante, no primordialmente por la recompensa monetaria, sino por la satisfacción de haber logrado algo y en este punto siempre resalta alguien que no está por una compensación salarial, sino por su satisfacción y esto conlleva a que sea como un ejemplo a seguir, el cual se lo define claramente como un líder, mas no precisamente siempre es el jefe directo, sino alguien que se da a notar por medio de sus acciones y estas son utilizadas por sus compañeros. Idalberto Chiavenato, (1993), destaca lo siguiente: "Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos".

<http://www.slideshare.net/gkolord/liderazgo-coaching-presentation>,
Recuperado en septiembre, 2011

El poder de un líder también simboliza el manejo del medio que los otros miembros del grupo desearían tener para satisfacer alguna necesidad, el llamado poder. Todo líder, cualquiera que sean sus objetivos personales, debe ser útil a sus seguidores, o dejará de ser líder. Pero no todos pueden o llegan a ser líderes de un grupo de personas, los llamados líderes serán los llamados en conjunto con las personas que manejan la comunicación de la Empresa, donde los colaboradores manifiestan la necesidad de tener un guía, que tenga ciertas características que los demás no tienen, como llevar una excelente comunicación interna, que en los entornos actuales que son tan complejos y tan competitivos, deben utilizar todas las herramientas que tienen a su disposición para competir, es decir, poder adaptarse constantemente a los cambios de ese entorno.

Para conseguirla es primordial que exista una eficiente comunicación interna, factor que no solo beneficiará a la compañía, sino a todos quienes la integran, pues si la empresa consigue que sus colaboradores se integren y manifiesten su constante compromiso, estos, al ser motivados, tendrán mayor facilidad de adaptación a los cambios, se favorecerá la aparición de climas creativos e innovadores e incluso se favorecerá la relación entre compañeros; es necesario que los empleados desarrollen su potencial y apunten al desarrollo de la empresa, así como los objetivos propuestos.

Conforme se consolida la teoría de la administración y de las organizaciones, ha cobrado fuerza el estudio del liderazgo como una función dentro de las organizaciones. Esta perspectiva enfatiza " las circunstancias sobre las cuales grupos de personas integran y organizan sus actividades hacia objetivos". Según esta perspectiva el líder es resultado de las necesidades de un grupo. Un grupo tiende a actuar o hablar a través de uno de sus miembros. Cuando todos tratan de hacerlo simultáneamente el resultado por lo general es confuso o ambiguo. La necesidad de un líder es evidente y real, y ésta aumenta conforme los objetivos del grupo son más complejos y amplios. Por ello, para organizarse y actuar como una unidad, los miembros de un grupo eligen a un líder. Este individuo es un instrumento del grupo para lograr sus objetivos y, sus habilidades personales son valoradas en la medida que le son útiles al grupo.

Una situación innegable en toda empresa, es que sus colaboradores son sus mejores voceros y los de mayor credibilidad, debido a que ellos puedan expresar al mundo exterior cuál es el verdadero ambiente laboral que se vive casa adentro, es así que los clientes externos le dan mucho crédito a esta información.

Todavía en varias corporaciones, el mayor porcentaje de atención se centra en la comunicación externa, disminuyendo o suponiendo que la de índole interno no tiene mayor valía o se puede manejar sobre el paso, situación que es totalmente negativa, pues de adentro es dónde nace la mejor

información para sobrellevar y manejar adecuadamente la comunicación que va hacia los públicos externos.

Cuando no existe una buena comunicación interna y los colaboradores no están informados de los acontecimientos de la empresa, por lo general crea un ambiente tenso y de incertidumbre, donde puede ser notoria la desmotivación, inclusive hasta temor de perder su puesto de trabajo lo que conllevaría a perder el sentido de la pertenencia a la empresa.

Muy aparte de una remuneración justa, un buen ambiente, buenas condiciones de trabajo, donde se pueda realizar carrera teniendo la oportunidad de ascender, tener oportunidad de una libre expresión, los trabajadores siempre necesitarán estar informados sobre los planes, metas de la empresa, a donde apunta su ideología, los logros de la empresa, etc. Es decir que los acontecimientos sean notificados en primera instancia por la organización.

<http://www.rppnet.com.ar/liderazgo1.htm>
Recuperado en septiembre, 2011

Es una falencia muy grave que los trabajadores en cualquier situación se enteren de los acontecimientos de su empresa por medios externos, ya sea por el público, medios de comunicación u otros canales, lo que generaría incertidumbre e insatisfacción por este tipo de situación, que en todo caso lo que más provocaría es desmotivación y un descontento general.

Los directivos de toda empresa, ya sean estos gerentes o jefes departamentales, deben comprender que uno de sus mayores papeles y de gran importancia es mantener informados a los colaboradores bajo su tutela sobre todas las actividades que se desarrollan en la organización. Debe de existir un común acuerdo sobre los medios más eficientes a utilizar para su gente y constantemente confirmar si la información distribuida ha sido recibida y comprendida por todos.

Es de suma importancia que toda información a difundirse llegue de manera oportuna, además que su contenido sea claro y preciso.

Identidad de la Empresa

Paul Capriotti, quien analiza la identidad de una organización desde dos perspectivas: la filosofía corporativa y la cultura corporativa. Define a la primera como la concepción global de la organización establecida para alcanzar sus metas y objetivos, es decir lo que la institución quiere ser. La filosofía corporativa debe ser desarrollada, discutida, consensuada y compartida por todos los miembros de la entidad. La definición de la identidad corporativa es el elemento básico de la estrategia de imagen corporativa, puesto que constituye su base y es el aspecto globalizador y unificador de la comunicación corporativa.

Citas basadas en la pág. web. <http://www.fotonostra.com/grafico/corporativo.htm> 30/08/11
<http://www.rppnet.com.ar/identidad.htm>
Recuperado en septiembre, 2011

Toda Empresa logrará que una Imagen e Identidad Corporativa sea de alta calidad, si primero se cuenta con una eficiente Comunicación Interna, podemos mencionar que la identidad Corporativa de una empresa o marca se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma. Así como también muy diferente es la imagen corporativa la que se puede decir que se refiere a cómo se percibe una compañía, es decir, una imagen generalmente aceptada de lo que una Empresa *significa*. La identidad de la Empresa, en definitiva, es un recurso de estrategia y un punto muy importante en la gestión empresarial, mas no un instrumento de marketing como podrían serlo las promociones o publicidades. La imagen que la Empresa demuestre será su carta de presentación y abarcara e impregnará esa percepción en los clientes, tanto así que será la responsable de la dirección de la empresa, esto tiene un papel estratégico que la

convierte en un recurso básico, así como los recursos humanos, sector financiero y materiales de la empresa. La imagen es un concepto de recepción. Es decir, indica la forma en que la organización es percibida por su entorno o sus audiencias (...) Una organización nunca puede sentirse dueña de su imagen, ni a tener un perfecto control sobre ella. La imagen evoluciona en las mentes de las personas con relativa autonomía de la entidad que la proyecta», dicen Tironi y Cavallo (2004, p.69). Según Norberto Chaves en su libro: “La imagen corporativa”, la noción de imagen va íntimamente relacionada con otros componentes básicos de la comunicación institucional. Este esquema responde a cuatro elementos concretos que son analizables por separado: la realidad, la identidad, la imagen y la comunicación de una institución y/o corporación social. La imagen e identidad se producen luego de haber establecido un eficiente programa de comunicación que haga posible la integración de los diferentes públicos que forman parte de la institución, facilitando la consecución de objetivos comunes entre sus integrantes.

http://www.agifreu.com/docencia/imagen_corporativa.pdf - Recuperado en septiembre, 2011
Ileana Inca Torres, tesina 2010, pág. 21

Hoy en día, existen muchas empresas que debido a la naturaleza de su actividad, cuentan con el área de Seguridad Industrial que entre sus varias tareas se encarga de:

- Revisar y aprobar políticas de seguridad.
- Realizar inspecciones periódicas de seguridad.
- Establecer normas adecuadas de seguridad, que deben estar acorde con las disposiciones legales.
- Poner en funcionamiento y mejorar el programa de seguridad.
- Asesorarse sobre problemas de seguridad.
- Ocuparse del control de las enfermedades ocupacionales.
- Asesorarse sobre problemas del medio ambiente.
- Identificar los riesgos contra la salud que existieren.

- Ejecutar plan de primeros auxilios.

Pero todas estas medidas de prevención acerca de seguridad industrial y todas las actividades que tienen a cargo, requieren del valioso soporte del área de comunicación, con la finalidad de que todos los mensajes sean efectivos y satisfactorios, llegando de forma adecuada y a tiempo a todos los colaboradores de la Empresa, quienes en diferentes niveles deberán cumplir con las diversas normas de Seguridad Industrial.

El tema de seguridad industrial requiere manejarse mancomunadamente con el área comunicacional, pues requiere de la implementación de todo sistema de seguridad y salud ocupacional, que a corto y largo plazo beneficia, desde los trabajadores hasta la empresa. Es importante mencionar que cuando una empresa no ha tenido esta área o su implementación ha sido deficiente, encontrará una inmensa barrera por parte de quienes forman parte de la organización, debido a la falta de comunicación. En nuestro país ha sido muy común que los colaboradores que laboran como obreros, estén acostumbrados a cumplir su labor a “su manera”, que debido a la falta de instrucción (entrenamiento), no detectan o no le dan importancia, a las situaciones de riesgo que pueden existir en sus tareas, pudiendo estas ser evitadas con la acción correcta o la utilización de los adecuados equipos de protección personal, ya sean estos: casco, protectores auditivos, gafas de protección, mascarillas, guantes, botas, etc., implementos que ellos aducen que les causan incomodidad, por lo que dejan de utilizarlos. Datos tomados por los trabajadores de planta. Con la finalidad de disminuir y a un futuro cercano eliminar la desidia que tienen los trabajadores por el uso de los Equipos de Protección Personal es importante que la Empresa capacite e informe constantemente sobre temas seguridad industrial, con la finalidad de crear y fortalecer la cultura sobre este tema, además de reforzar constantemente la información y concientizar a los colaboradores sobre su importancia, recordándoles que se convierte en una necesidad para el

trabajador el cumplir con los requerimientos de seguridad, incluso por su bienestar personal.

La empresa no implementara una 'cultura de multa' por cada infracción de sus trabajadores, pues esta condición lo que provocará es desmotivación e insatisfacción de los colaboradores y no le darán sentido ni atención a los temas de seguridad industrial, que en primera instancia los beneficiará a ellos. Es de suma importancia que a los colaboradores se les haga conocer las múltiples ventajas que obtendrán en temas de seguridad industrial y prevención de riesgos, entre los se pueden anotar: Control de lesiones y enfermedades profesionales, menor rotación de personal por ausencia al trabajo o licencias medicas, reducción de costos de seguros e indemnizaciones, mejor distribución del tiempo, continuidad del proceso normal de producción, control de daños a los bienes de la Empresa (equipos y materiales), entre otros.

Información sobre seguridad industrial tomada de la siguiente pág. Web
<http://seguridadindustrialapuntes.blogspot.com/2009/02/principales-funciones-del-departamento.html> 30/08/11

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

En todas las áreas de la gestión empresarial, las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado nuestra manera de trabajar liberándonos de las cargas más pesadas, optimizando nuestros recursos y haciéndonos más productivos. Gracias a ellas, somos capaces de producir mucho más, de mejor calidad, invirtiendo mucho menos tiempo.

Entre las herramientas comunicacionales que se pueden sugerir a la Empresa para la implementación de la campaña, está el emplear varias de las actuales Tics (Las Tecnologías de la Información y Comunicación), que

básicamente ayudarían a la Empresa a difundir diferentes tipos mensajes que mantengan a sus colaboradores todo el tiempo informados.

Entre las TICS sugeridas se mencionan: el mejorar la calidad del servicio de internet, cuyo mejoramiento será la base para la ejecución de muchas actividades, pues sabemos que con su correcto uso, se podrá obtener información al instante, conocer sucesos y noticias de forma inmediata, siendo un medio de comunicación ágil y rápido. El correo electrónico, otro medio muy conocido y que sustituye en gran porcentaje al correo normal, muy sencillo de utilizar y efectivo al momento de comunicarse u obtener información. Un constante envío de información acerca de las novedades, acontecimientos, logros y metas de la Empresa nos servirá para mantener informados a todos o en su defecto a un gran porcentaje de los colaboradores, al remitirles la información de forma precisa y en el momento adecuado.

-Información basada en <http://www.fotonostra.com/grafico/corporativo.htm> 30/08/11

-Tomado de: ServiciosTic. Definición TIC

<http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html> - Recuperado, octubre 2011

Habría que determinar a quiénes se les debe crear direcciones de correo corporativas para que reciban a tiempo la información de la empresa, incluida la referente a temas de seguridad industrial. Otra gran ayuda para la empresa y sus colaboradores es la página web de la Empresa, donde se detallan los procesos que se utilizan para la fabricación de los tubos, donde también es factible una reestructuración de la página, para que le den mayor uso y exista una mayor interacción de ella. El Intranet, donde los colaboradores podrán investigar, ver y buscar información relacionada con el mundo en que se desempeñan, una base de datos interna que la manejen para información de los colaboradores. El diseñar carteleras con información acerca de la empresa y colocarlas en sitios estratégicos sería de gran ayuda para mantener al tanto sobre los logros e información general. El uso de estas es de fácil uso, de bajo costo y de gran impacto. Debido a que muchas

empresas en el país cuentan con Departamentos de Seguridad Industrial, es importante mencionar que en Ecuador se promulgó la normativa internacional de: "Gestión en Seguridad Industrial y Salud Ocupacional" la que indicaba que la falta de su cumplimiento sería motivo de sanción para la empresa, cuyo control lo ejercen el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) y el Ministerio de Relaciones Laborales. De conformidad con el artículo 441 del Código de Trabajo, "en todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de 10 trabajadores; los empleados están obligados a elaborar y someter a la aprobación del Ministerio de Trabajo y Empleo, el Reglamento de Seguridad e Higiene, el mismo que será renovado cada dos años". INKATONSA S.A., cuenta actualmente con esta normativa, pero no todos los empleados han tenido una charla de inducción. Debido a esto los directivos de la Empresa piensan que es muy importante que todos sus colaboradores cuenten con el suficiente conocimiento en cuanto a Seguridad Industrial, que será de gran importancia para darle realce al eficiente manejo de esta área, para conocimiento y cultura de sus colaboradores.

2.3. MARCO CONCEPTUAL.

- *Comunicación.*- La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo”, poner en común.
- *Campaña Comunicacional.*- Un conjunto de estrategias planificadas y coordinadas en el tiempo que tienen un objetivo determinado, un plan amplio integrado por una serie de piezas diferentes, pero todas enfocadas en un tema en particular, donde se utilizan varios medios y durante un período específico que por lo general se trata a corto plazo.
- *Seguridad.*- Es el grado ideal de compenetración del Hombre, consigo mismo y con el medio ambiente que lo rodea, donde su salud, integridad física y la satisfacción de todas sus necesidades, estén garantizadas por un margen del 100 % de probabilidad.
- *Difusión.*- Es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín *diffusio*, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.
- *Seguridad Industrial.*- Es una disciplina que establece normas preventivas con el fin de evitar Accidentes y Enfermedades Ocupacionales-Profesionales, causados por los diferentes tipos de agentes.
- *Prevención.*- Medios y acciones preparadas con anticipación, que buscan evitar o disminuir los riesgos en torno a eventualidades de carácter natural o artificial.

- *Medios Comunicacionales.*- Son formas eficaces y rápidas de transmitir un mensaje, mediante diferentes medios.
- *Accidentes Laborales.*- Es un acontecimiento no deseado, que trae como resultado un daño físico a la persona o a la propiedad, a consecuencia del contacto con una fuente de energía que sobrepasa la capacidad de resistencia límite del cuerpo o estructura.
- *Peligro.*- Es lo que puede causar daño a personas, propiedad o medio ambiente.
- *Equipos de Protección Personal.*- Los (EPP) comprenden todos aquellos dispositivos, accesorios y vestimentas que emplea el colaborador para protegerse contra posibles lesiones.
- *Riesgo.*- Es la probabilidad de que algo potencialmente peligroso cause daño.
- Seguridad Industrial: Herramienta de gestión laboral encargada de cuidar el bienestar humano y la propiedad física de las organizaciones.
- *Lesión.*- Son daños a la persona como un corte, fractura, esguince, amputación, etc. Originada por un evento relacionado con el trabajo. Todas deben reportarse como incidentes de seguridad.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA PROPUESTA

3.1 TIPO, DISEÑO Y ENFOQUE

El autor de la presente investigación determina que este trabajo es de carácter descriptivo, porque su finalidad es determinar características y rasgos propios del público que se observará, así como sus formas de conducta para establecer comportamientos concretos, lo que permitirá la comprobación y asociación entre variables; además se podrá determinar la frecuencia con la que ocurre el fenómeno y en quiénes se presenta.

El enfoque de este trabajo será cuali-cuantitativo y se contará con datos de fuentes primarias y secundarias. Lo cualitativo se obtendrá a través de entrevistas estructuradas y formales, mientras que lo cuantitativo se determinará luego de las encuestas efectuadas en el público interno de la empresa. Otra técnica a utilizarse es la de observación de un miembro no participante, cuya finalidad será la de extraer la mayor cantidad de información posible en campo.

3.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACION DE INFORMACIÓN

Técnicas para fuentes primarias:

ENTREVISTAS

Las entrevistas serán formales y estructuradas, cuyo mayor objetivo será obtener información de carácter cualitativo. Las entrevistas se efectuarán a los Directivos de la empresa.

Las personas entrevistadas serán:

Ing. José Moreira – Gerente de Producción

Ing. Adolfo Arias – Gerente Financiero

Ing. Wilmer Amaguaya – Experto en Seguridad Industrial

ENCUESTAS

Las encuestas serán realizadas por muestreo a los colaboradores de la empresa INKATONSA S.A. Los resultados que se obtengan nos permitirán tener información más real de la percepción del público interno con respecto a la comunicación interna y su percepción sobre los temas de Seguridad Industrial, así como de su implementación. Con estos resultados se podrán determinar los medios más adecuados para el diseño de la campaña comunicacional y de prevención que se pretende instaurar.

Técnicas para fuentes secundarias:

En este trabajo de titulación se han utilizado varias fuentes secundarias de la revisión de diversa bibliografía de textos y enlaces de internet, los mismos que tienen relación con el tema de investigación.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población total de la empresa está comprendida por 80 colaboradores, según información de Econ. Adolfo Arias, Gerente Contable.

Para llevar a cabo las encuestas se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{s^2(N-1) + Z^2 * p * q} = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 80}{(0.005)^2 * (80-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$\frac{76.832}{1.1579}$$

$$66.35 \quad n=66$$

Se aplicó la fórmula finita, debido a que la Población (N) es de 80 colaboradores, incorporando un nivel de confianza (z) del 95% = (1.96) donde ---- (p) y ---- (q) es del 0.5 ya que en el ejercicio no se cambió su valor. Se estableció un margen de error (s) del 5% = (0.005), dando como resultado la muestra(n) de 66//

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Las encuestas que se realizaron en el presente trabajo de investigación, se las aplicó a los colaboradores de la Empresa INKATONSA S.A., durante dos días.

De la misma manera, se llevó a cabo las entrevistas en un período de dos días.

Se realizaron 66 encuestas a diferentes colaboradores de la empresa.

Los resultados de las encuestas efectuadas en campo, se ilustran a continuación con el desglose de un cuadro con los datos, un gráfico que representa los porcentajes y además se agrega un comentario surgido de cada pregunta con sus respuestas.

RESULTADOS CUANTITATIVOS:

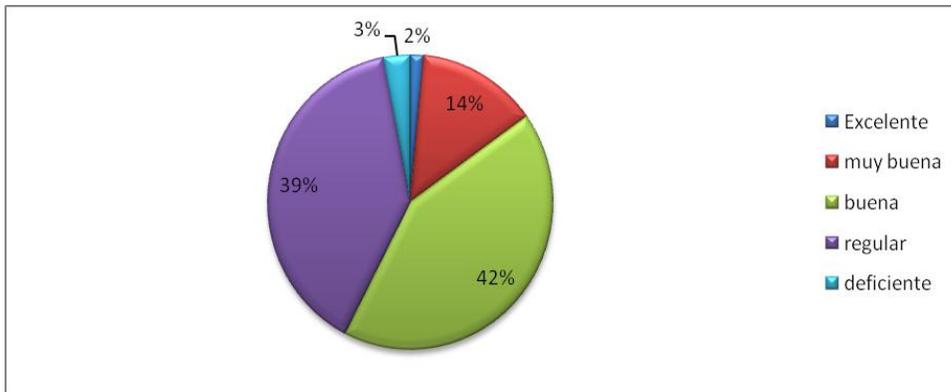
PREGUNTA # 1

“¿Cómo Calificaría Ud. la comunicación interna de la Empresa Inkatonsa?”

CUADRO # 1

	Personas	%
Excelente	1	2
Muy Buena	9	14
Buena	28	42
Regular	26	39
Deficiente	2	3
TOTAL	66	100

Gráfico 1.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

Como se puede apreciar, el 39% de los encuestados, que representan 26 colaboradores, opinan que la comunicación interna de la empresa es regular, frente a los otros colaboradores que perciben que es Buena (42%) y Muy Buena (14%). Estos valores nos demuestran que es necesaria una mejoría en la Comunicación Interna, por lo que está justificado que se diseñe la campaña **COMUNICACIONAL DE PREVENCIÓN EN TEMAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA LA EMPRESA INKATONSA S.A.**

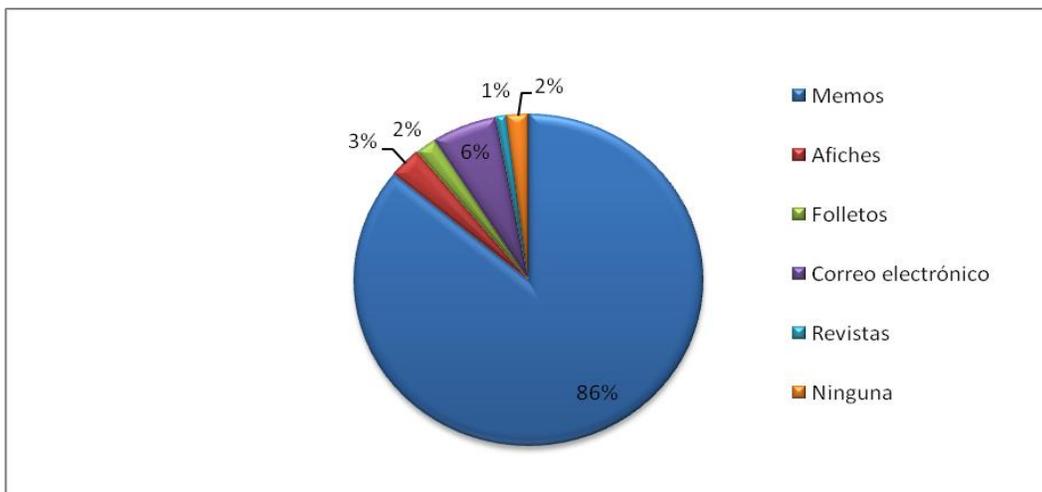
PREGUNTA # 2

“¿Cuáles son los medios a través de los cuales Ud. se informa sobre actividades, charlas, etc. Que realiza la empresa?”

CUADRO # 2

	Personas	%
Cartelera	0	0
Memos	58	86
Afiches	2	3
Folletos	1	2
Correo electrónico	4	6
Revistas	1	1
Ninguna	1	2
TOTAL	67	100

Gráfico 2.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

Un 86% de colaboradores (58), mencionan que reciben información sobre las actividades de la Empresa a través de memos, pero existe una gran falencia en cuanto a otros medios como el correo electrónico que tan solo el 6%, es decir 4 colaboradores, en afiches solo un 3% y a través de carteleras, nadie recibe información, aún cuando este medio es de fácil uso y de gran impacto, por lo que es justificado hacer una revisión de los medios comunicacionales y darles un mejor enfoque y utilización a las herramientas existentes.

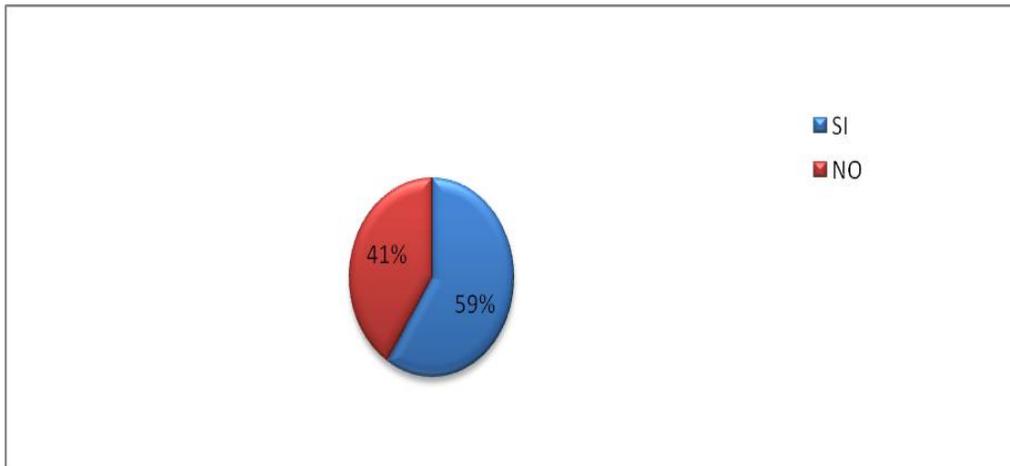
PREGUNTA # 3

“Al ingresar a la Empresa, ¿recibió una charla de inducción para el desarrollo de sus labores?”

CUADRO # 3

	Personas	%
SÍ	39	59
NO	27	41
TOTAL	66	100

Gráfico 3.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

Un gran porcentaje de colaboradores (41%) que representan a 27 personas, mencionaron que no recibieron ninguna charla de inducción acerca de sus funciones al momento de ingresar a la empresa, frente a un 59% que sí la tuvieron. Esto representa una gran falencia organizacional en la empresa que tiene repercusiones en varias áreas, siendo una de las más afectadas la comunicación, situación que origina una serie de inconvenientes en los diferentes niveles jerárquicos, así como en el efectivo cumplimiento de las labores que se encomiendan. Aquí una vez más se confirma la necesidad de implementar medidas de comunicación y uno de los mejores métodos es a través de un plan con las debidas estructuras para mitigar varios inconvenientes que puedan encontrarse.

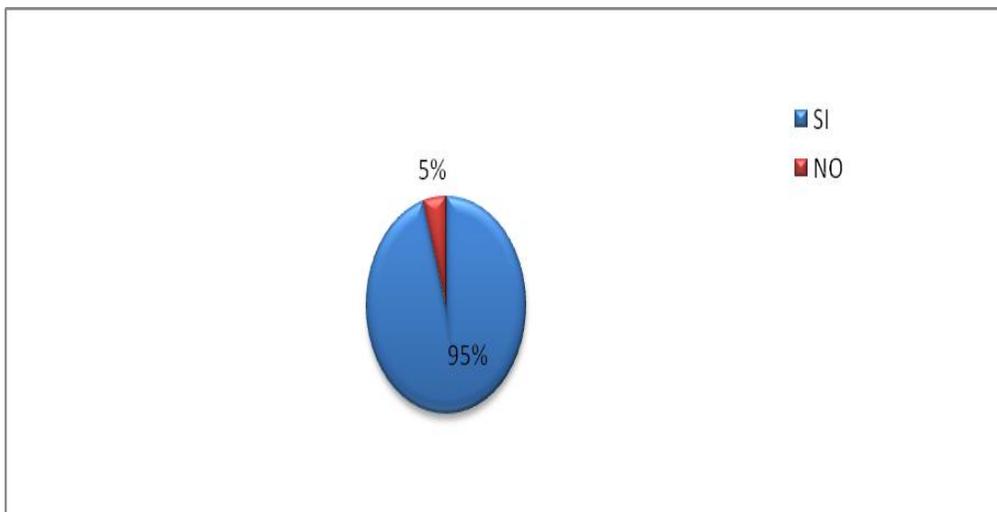
PREGUNTA # 4

“¿Considera importante que se entrene al personal sobre temas de Seguridad Industrial?”

CUADRO # 4

	Personas	%
SÍ	63	95
NO	3	5
TOTAL	66	100

Gráfico 4.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

Como es visible en el gráfico, el 95% de los encuestados, que corresponden a 63 colaboradores, piensan que es importante el entrenamiento en temas de Seguridad Industrial, pues consideran que debido a la naturaleza del negocio, todos deben contar por lo menos con conocimientos básicos para el mejor cumplimiento de cada una de las actividades.

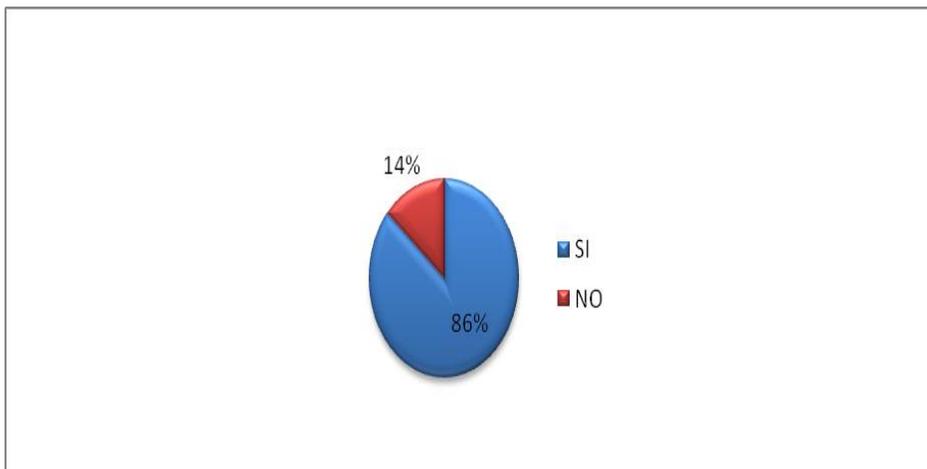
PREGUNTA # 5

“¿Considera que sus labores de trabajo son seguras?”

CUADRO # 5

	Personas	%
SÍ	57	86
NO	9	14
TOTAL	66	100

Gráfico 5.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

86% de los encuestados (57 colaboradores), indicaron que sí consideran que sus labores de trabajo son seguras; el 14% (9 colaboradores) manifestaron que no son seguras sus actividades, porque les hacen falta implementos de seguridad o porque han tenido algún accidente dentro de la Empresa. También este porcentaje de encuestados no recibió la correcta inducción acerca de sus labores, y por eso el motivo de su opinión.

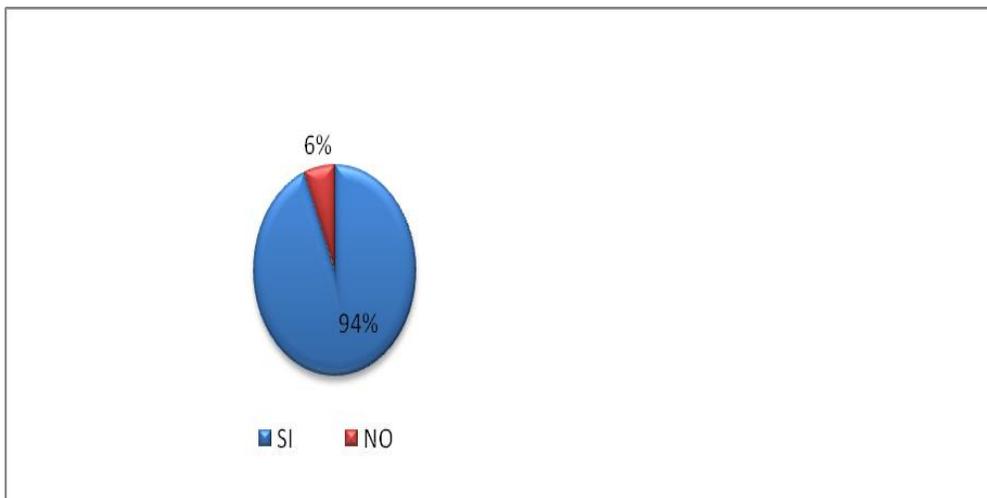
PREGUNTA # 6

“¿Conoce qué son los equipos de Protección Personal (EPP)?”

CUADRO # 6

	Personas	%
SÍ	62	94
NO	4	6
TOTAL	66	100

Gráfico 6.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

Como se puede apreciar, el 94% de encuestados (62 colaboradores) tienen conocimiento o una idea acerca de lo que son los equipos de protección personal, pero vale indicar que expresan que solo son los cascos y botas, mas no por todo lo que implica; El 6% restante indicó que no tienen conocimiento de que son los (EPP), estos colaboradores laboran en oficinas (2) y 1 en planta.

Ante estas respuestas se observa la necesidad de refrescar los conocimientos de los colaboradores en un tema de esencial manejo como son los Equipos de Protección Personal (EPP), cuyo uso y manejo permitirán que las tareas sean eficientes y seguras.

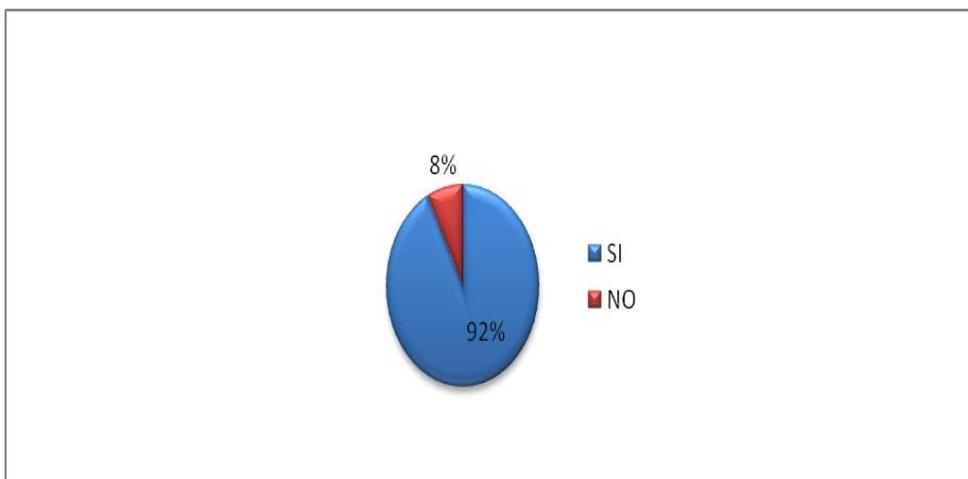
PREGUNTA # 7

“¿Considera necesario el uso de los Equipos de Protección Personal en las tareas que realiza?”

CUADRO # 7

	Personas	%
SÍ	61	92
NO	5	8
TOTAL	66	100

Gráfico 7.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

El 92% de encuestados (61 colaboradores) opinan que es necesario el uso de los equipos de protección personal pues los protegen de algún accidente; una vez más hay que indicar que no saben de la existencia de todos los equipos y asumen que solo se reducen a 2 o 4 máximo. Resultado obtenido por versiones textuales de los trabajadores.

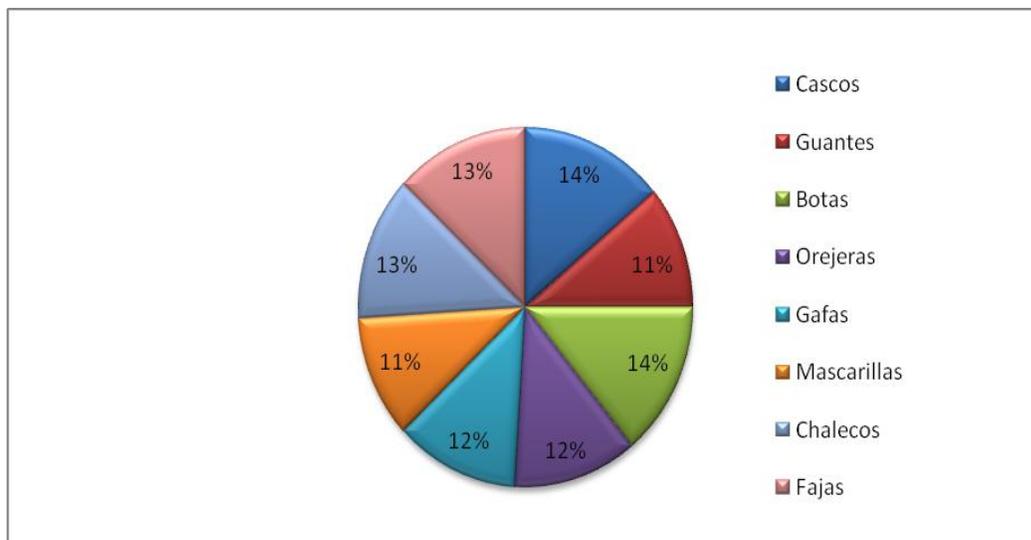
PREGUNTA # 8

“De los equipos de protección personal a continuación, ¿cuales debe usar en sus labores?”

CUADRO # 8

	Personas
Cascos	56
Guantes	46
Botas	55
Orejeras	48
Gafas	50
Mascarillas	46
Chalecos	52
Fajas	51

Gráfico 8.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

Como se puede apreciar, los trabajadores, especialmente los obreros, saben que deben utilizar los equipos de protección personal, pero es preciso mencionar, que al momento de las encuestas muchos de ellos no los utilizaban por incomodidad. Manifiestan que deben usarlos o algunos los enumeran, pero fue más por evitar sanciones.

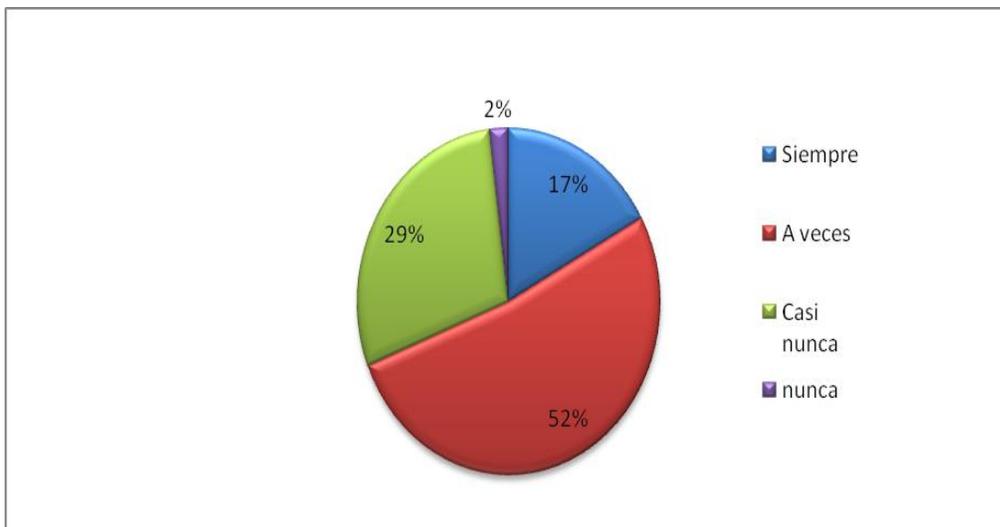
PREGUNTA # 9

“¿Con qué frecuencia utiliza los Equipos de Protección Personal que se le han asignado para sus tareas?”

CUADRO # 9

	Personas	%
Siempre	10	17
A veces	37	52
Casi nunca	17	29
nunca	2	2
TOTAL	66	100

Gráfico 9.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

En esta pregunta y correlacionándola con la anterior, podemos observar que existe una contradicción por parte de los colaboradores (obreros), pues el 52% (37 trabajadores) indica que solo ‘a veces’ utiliza los EPP y otro alto porcentaje como lo es 29% (17 obreros), indica que casi nunca los usan. La mayoría coincide en que dejan de usarlos por incomodidad, olvido o apuro. Además ‘asumen’ que no les pasará nada. Con este resultado una vez más se justifica fortalecer la comunicación de los directivos de la empresa con sus colaboradores a través de un plan comunicacional que contengan estrategias que les permita fortalecer el conocimiento de temas en seguridad industrial, así como reconocer la importancia del mismo.

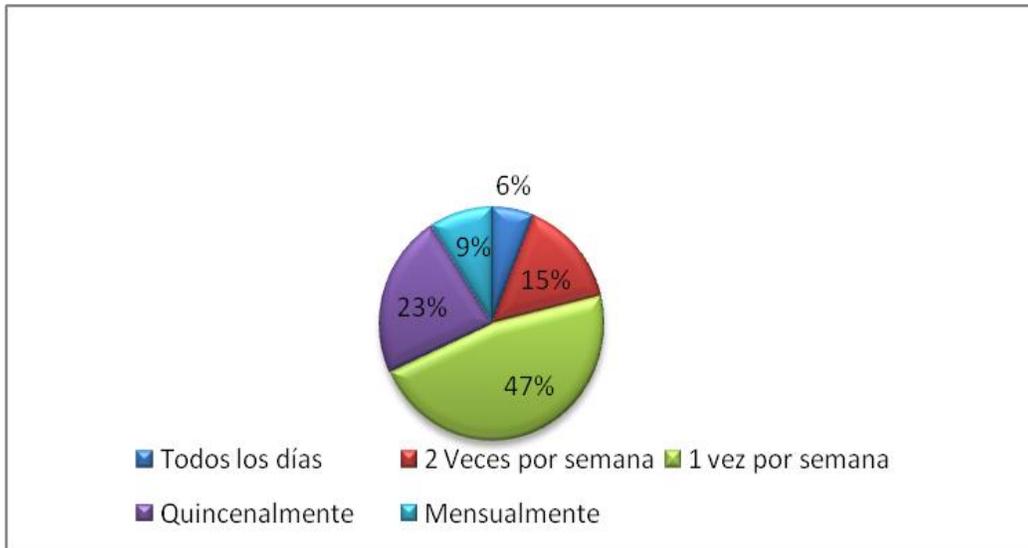
PREGUNTA # 10

“¿Cada cuanto tiempo cree Ud. que se debería instruir/entrenar al personal sobre diversos temas de Seguridad Industrial?”

CUADRO # 10

	Personas	%
Todos los días	4	6
2 veces por semana	10	15
1 vez por semana	31	47
Quincenalmente	15	23
Mensualmente	6	9
TOTAL	66	100

Gráfico 10.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

El 47% de los encuestados (31 colaboradores) mostraron su disponibilidad en recibir entrenamiento en temas de Seguridad Industrial una vez por semana; 23 colaboradores (15%) manifiestan que preferirían que sea quincenal y el porcentaje más bajo (6% - 9 colaboradores), indicaron que creen que es suficiente una vez por mes. Si bien es cierto hay disponibilidad para recibir charlas sobre Seguridad Industrial con distinta periodicidad y es rescatable que reconocen que es una necesidad imperante entre todos.

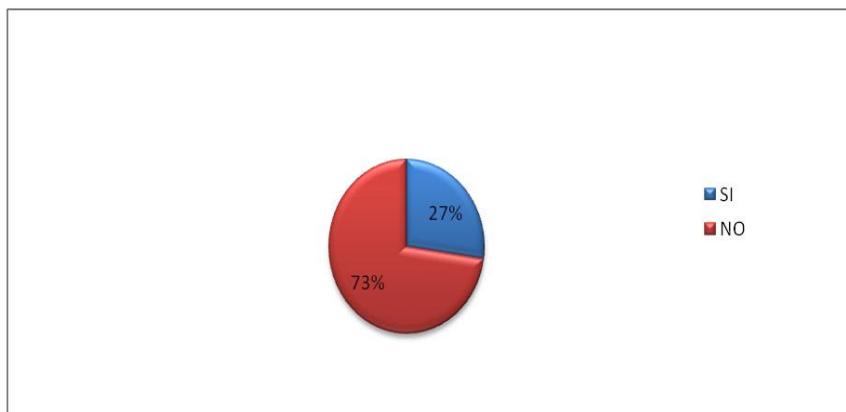
PREGUNTA # 11

“¿En alguna ocasión ha tenido un accidente de trabajo?”

CUADRO # 11

	Personas	%
SÍ	18	27
NO	48	73
TOTAL	66	100

Gráfico 11.



Fuente: Colaboradores de la empresa Inkatonsa – Guayaquil (Sept., 2011)

Como se puede apreciar, el 27% de encuestados, que representan 18 colaboradores, manifiestan haber sufrido algún tipo de accidente laboral, ya sea por descuido propio o porque las circunstancias del caso se dieron así, en muchos de los casos manifiestan que ha sido porque se han olvidado de poner sus equipos de protección personal; el 73% de encuestados que no han sufrido daño alguno, confesaron que sí se olvidan del uso de sus equipos y que seguramente no han tenido accidentes por tener más cuidado. La implementación de una campaña comunicacional será de gran beneficio para todos, porque dentro de sus objetivos está el de crear y fortalecer la cultura de los colaboradores acerca de temas de Seguridad Industrial.

RESULTADOS CUALITATIVOS:

Entrevistado #1

Nombre: Econ. Adolfo Arias

Cargo: Gerente Financiero

1. *¿Cómo definiría Ud. la Comunicación Interna de INKATONSA S.A.?*

En realidad en INKATONSA S.A. siempre ha existido de manera empírica una comunicación interna, basada en el respeto y camaradería, pero así también han existido falencias en cuanto a mensajes internos, es decir, no había los medios correctos para difundir lo que se quería decir a los empleados, talvés muchos se enteraban por medio de otros compañeros de labores. Pero después cambiamos un poco y utilizamos memos para dar a conocer noticias, también tratamos de innovarnos y ya estamos poniendo al día nuestra página web, pero acepto que hay falencias en nuestra comunicación interna.

2. *¿Cree Ud. que se debería dar una mayor atención al tema de comunicación en la empresa?*

Así como le explicaba, estamos tratando de innovarnos en cuanto a tecnología y comunicación, pero lo realizamos de una manera empírica, sin conocimientos sólidos en cuanto a ello, pero creo que sí es importante darle un empuje a la comunicación tanto externa como interna de INKATONSA S.A.

3. *¿Cuáles son los medios comunicacionales con los que cuenta la empresa a la fecha?*

Contamos con nuestra página web, que estamos tratando de darle mayor movimiento.

Manejamos correos internos, memos.

Y algunos folletos que tienen información acerca de los tubos y su calidad.

4. *¿Con qué frecuencia se mantienen informados a los colaboradores de la empresa sobre las diversas actividades que se desarrollan, como por ejemplo: charlas, objetivos, procesos especiales, proyectos, nuevos clientes, logros, etc.?*

Existen reuniones semanales de los vendedores con el Gerente Comercial de la empresa, pero se tratan temas en cuanto a su área, si se abarcan algunas veces sobre nuevas licitaciones que salen y las que se ganan, pero de ahí no sale la información más que dentro de los mismos directivos y el personal que necesite trabajar en dicho tema.

5. *¿Existe algún colaborador designado para efectuar entre sus labores, actividades de comunicación interna?*

La persona que por lo general se encarga de hacer esa labor, es una las asistentes personales del Gerente Comercial de la empresa, la que maneja directamente con los trabajadores de planta, pero de ahí una persona exclusivamente para manejar la comunicación no hay.

6. *¿Cuáles son las falencias comunicacionales que Ud. ha detectado en la empresa?*

Muchas veces no ha habido los medios oportunos para difundir mensajes a los empleados, pero también en gran parte de las ocasiones la información que se maneja es reservada, hablando de contratos y cosas así. Pero de ahí sí creo que falta una persona o un departamento

que se encargue netamente de la comunicación tanto externa como interna de la Empresa.

7. *¿Los colaboradores reciben charlas de inducción con temas de Seguridad Industrial al momento de ingresar a laborar?*

En realidad no, a la mayoría lo que se le da es una charla sobre las labores que le tocará hacer y que deben utilizar los cascos y botas, en ocasiones esporádicas sí se ha dado el caso de que se ha hecho una charla con todos los de planta indicando lo que deben o no hacer.

8. *¿Con qué frecuencia se entrena al personal en temas de Seguridad Industrial?*

Casi nunca, lo que ellos reciben son sus equipos al momento de entrar a la empresa y que deben tenerlos siempre puestos al momento de laborar, ellos tienen esa disposición.

9. *¿Cuál es la frecuencia de accidentes entre sus colaboradores, cuya causa se relacione con temas de Seguridad Industrial?*

En realidad para ser una empresa que trabaje siempre con maquinarias pesadas y materiales que puedan ocasionar daño, no han existido una cantidad considerable de accidentes, pero sí hemos tenido accidentes, gracias a Dios ningún fatal pero si de consideración, yo estimo que unos 4 por año.

10. *¿Considera que podría implementarse una campaña comunicacional para mejorar el clima laboral, así como para instruir a los colaboradores sobre temas de Seguridad Industrial?*

Por supuesto, eso sería de gran ayuda no solamente para los trabajadores de planta y de oficina, sino también para los directivos de la Empresa, ya que de ahí partiríamos la difusión de la campaña comunicacional. Y esto ayudaría de manera significativa a los obreros para tratar de evitar accidentes por el descuido de no usar sus equipos de protección.

Entrevistado #2

Nombre: Ing. José Moreira

Cargo: Gerente de Producción

1. ¿Cómo definiría Ud. la Comunicación Interna de Inkatonsa?

Es aceptable, la comunicación se la maneja bajo un concepto un tanto informal, en cuanto a los empleados de oficina y de manera un poco más reservada con los empleados de planta, pero de ahí creo que es aceptable la comunicación.

2. ¿Cree Ud. que se debería dar una mayor atención al tema de comunicación en la empresa?

Si es para bien, bienvenido sea. Todo cambio es positivo para la empresa, y más aún si es con el tema de la comunicación, ya que es importante siempre estar al tanto de todo lo nuevo y de que exista una información oportuna.

3. ¿Cuáles son los medios comunicacionales con los que cuenta la empresa a la fecha?

Existe tengo entendido la página web de la Empresa, donde está todo acerca de nosotros y de la calidad de nuestros productos, también se

manejan los memos dentro de los empleados, allí se les informa sobre algún acontecimiento.

- 4. *¿Con qué frecuencia se mantiene informado a los colaboradores de la empresa sobre las diversas actividades que se desarrollan, como por ejemplo: charlas, objetivos, procesos especiales, proyectos, nuevos clientes, logros, etc.?***

El Gerente Comercial siempre tiene una reunión con los vendedores, donde se establece que nuevas metas o que clientes se quieren ganar y de los nuevos proyectos adquiridos, pero muy escasa vez los trabajadores de planta se les informa sobre tema de contratos o cosas así, ellos más bien se habla sobre la producción y el stock que existe.

- 5. *¿Existe algún colaborador designado para efectuar entre sus labores, actividades de comunicación interna?***

Precisamente una sola persona encargada sobre la comunicación dentro de la empresa no existe, más bien la secretaria del Gerente Comercial es la que se encarga de enviar y difundir los mensajes a través de memos.

- 6. *¿Cuáles son las falencias comunicacionales que Ud. ha detectado en la empresa?***

Que muchas veces los empleados cambian los mensajes reales, y eso es porque no existe alguien que se encargue netamente sobre este tema.

- 7. *¿Los colaboradores reciben charlas de inducción con temas de Seguridad Industrial al momento de ingresar a laborar?***

Tienen una charla de cómo hacer sus labores y de que les toca realizar, así también que deben usar sus equipos al momento de trabajar.

8. *¿Con qué frecuencia se entrena al personal en temas de Seguridad Industrial?*

Entrenamiento en sí no tienen, pero ellos saben que tienen que utilizar los equipos que les asignamos para que puedan trabajar seguros y evitar accidentes.

9. *¿Cuál es la frecuencia de accidentes entre sus colaboradores, cuya causa se relacione con temas de Seguridad Industrial?*

La mayoría de los accidentes que ocurrieron en la Empresa han sido porque los empleados no utilizan sus equipos o tuvieron algún descuido, pero por suerte no han sido muchos, yo calculo que unos 4 o 5 por año.

10. *¿Considera que podría implementarse una campaña comunicacional para mejorar el clima laboral, así como para instruir a los colaboradores sobre temas de Seguridad Industrial?*

Como le comenté anteriormente, si es para bien, bienvenido sea. Todo lo que sea para sumar es bueno y más aún si se va a entrenar a los trabajadores en cuanto a seguridad industrial y así también a nosotros para mejorar la comunicación de la empresa, que en muchas ocasiones hace mucha falta.

Entrevistado #3

Nombre: Ing. Wilmer Amaguaya

Cargo: Experto en Seguridad Industrial

1. *¿Cómo definiría Ud. la importancia de la Comunicación Interna en una Empresa?*

Yo pienso que es la Parte integral de una empresa, es decir, es la parte fundamental.

2. *¿Los colaboradores de una Empresa deberían recibir charlas de inducción con temas de Seguridad Industrial al momento de ingresar a laborar?*

Sí, obligatoriamente debería darse a cada uno de los empleados, sin eso no podrían ni deberían ingresar a la compañía a laborar en ella.

3. *¿Con qué frecuencia se debería entrenar al personal en temas de Seguridad Industrial?*

Normalmente se lo realiza cada tres meses pero siempre con temas diferentes. Pero es recomendable hacer un programa de capacitación anual para toda empresa. Así también dependiendo de la empresa se arma el plan de seguridad industrial.

4. *¿Considera que es importante implementar una campaña comunicacional para mejorar el clima laboral, así como para instruir a los colaboradores sobre temas de Seguridad Industrial?*

Sí, más que solo realizar una campaña, dicho sea de paso es importante para dar inicio, esto debe ser una política de funcionamiento de una Empresa, implementarse tal cultura donde la Compañía se fundamente en esta política, porque sin ella no podría justificarse el resto de acciones.

CAPÍTULO 5

5.1 LA PROPUESTA

Titulo de la Propuesta

DISEÑAR UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL DE PREVENCIÓN EN TEMAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA LA EMPRESA INKATONSA S.A.

Luego de haber recabado información a través de las entrevistas y encuestas realizadas a los colaboradores de la empresa, además de haber revisado y obtenido información teórica de varias fuentes, el autor de esta tesina considera justificado el Diseño de una campaña comunicacional de prevención en temas de seguridad industrial para la empresa INKATONSA S.A., cuya finalidad será la de inducir y fortalecer los temas de seguridad industrial en cada uno de los colaboradores de la Empresa, y lograr en un futuro una cultura bien consolidada, para lo cual es necesaria la determinación de los adecuados medios comunicacionales a utilizarse, así como la elaboración de un cronograma que permita el ordenado desarrollo de cada una de las actividades, las mismas que en un inicio se aplicarán en el último semestre del año 2011, para luego implementarse con mayor fortaleza en el siguiente año.

5.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.-

Basados en la información obtenida en las encuestas realizadas al público interno de la empresa, los canales de comunicación que se ha determinado utilizar en la campaña de comunicación y prevención son:

Canales Tecnológicos

- Página Web
- Correo Electrónico
- Boletines Internos

Material Promocional

- Afiches
- Folletos
- Carteleras
- Reunión de Gerencia a los colaboradores

Actividades de Entrenamiento

- Charlas de Inducción
- Videos
- Tarjeta Informativa

Otras Acciones / Actividades / Iniciativas

- Análisis de Riesgos
- Inducción al personal externo

5.2.1. CANALES TECNOLÓGICOS

PÁGINA WEB.-

La empresa cuenta con una página web en la que se incluirá un espacio donde se irán temas exclusivos de seguridad industrial, cuyo espacio podrá ser revisado por los colaboradores en cualquier momento. Se puede citar como ejemplo:

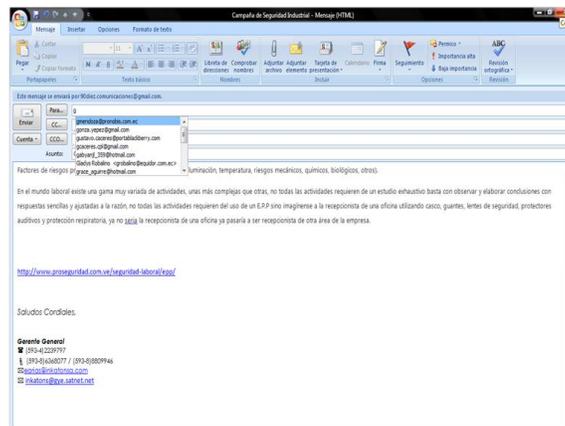
EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL: su significado, clasificación, detalle de cada uno de ellos, situaciones en los que se deben utilizar, etc. La información se actualizará mensualmente, para que exista un tiempo en el que los trabajadores puedan conocer, revisar y confirmar información sobre cada uno de los equipos.



CORREO ELECTRÓNICO.-

Mediante la base de datos se dispondrá del envío semanal durante los meses del plan piloto de la campaña, de correos electrónicos donde se mantendrá informados a los colaboradores acerca de temas de los últimos

equipos de protección personal, links de interés de seguridad industrial y otros datos relacionados al tema.



BOLETINES INTERNOS.-

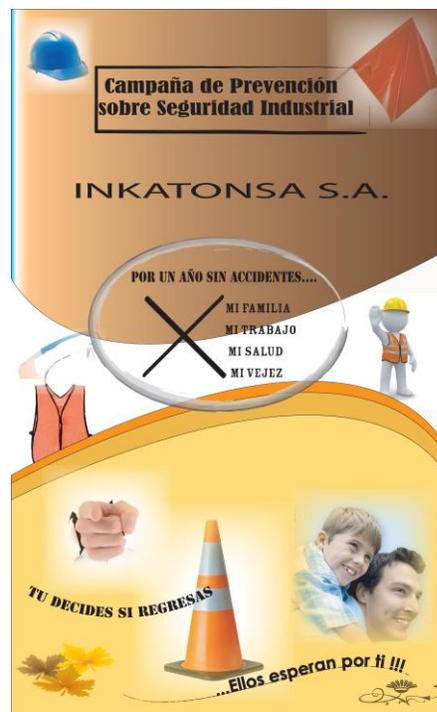
De igual manera, mediante la base de datos, se entregará a los colaboradores acerca de los acontecimientos que ocurren dentro de la Empresa, información variada sobre diversos temas de seguridad industrial, contratos que ganaron, los colaboradores que cumplen a cabalidad con la utilización de los equipos de protección personal, premios, incentivos que se dieron a lo largo del mes, entre otros. Se realizarán trimestralmente.



5.2.2. MATERIAL PROMOCIONAL

AFICHE.-

En el primer período de prueba de la Campaña Comunicacional, que será de Octubre a Diciembre de 2011, se publicará un afiche promocional basado en temas de Seguridad Industrial y el correcto uso de los Equipos de Protección Personal, el cual será colocado en sitios estratégicos de la Empresa; este afiche será uno de los primeros materiales que pretende concientizar a los colaboradores a tener buenas prácticas de trabajo en Seguridad Industrial y uno de los mensajes que se propone incluir, es que el beneficio no solo es personal, sino también familiar, pues ellos siempre esperan su llegada al hogar.



FOLLETOS.-

Se pondrá en marcha la creación de folletos informativos, cuyo contenido incluirá: consejos para los trabajadores y el correcto uso de los EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL, su significado, su clasificación, detalle de cada uno de ellos, situaciones en los que se deben utilizar, etc. Esto se realizará mediante la entrega de dos folletos informativos para cada colaborador: uno para lectura de cada colaborador y el otro para que lo compartan con sus familiares. Estos folletos serán distribuidos en el periodo de prueba de la campaña.



CARTELERAS.-

Como medio de gran impacto y de bajo costo, se propondrá la implementación de dos carteleras grandes, para ser colocadas de la siguiente manera: una en un lugar estratégico de gran circulación en las oficinas y la otra en la planta, para observación y lectura constante de los colaboradores de esa área (obreros). La actualización se efectuará cada semana, con información general acerca de la empresa, temas de seguridad industrial, un espacio para calendario de entrenamientos (charlas, cursos, etc.), información de actividades realizadas, fotografías, e incluso un espacio

de asuntos informales (cumpleaños, aniversarios, premios, etc.) entre otros temas que sean de interés general.



REUNIÓN DE GERENCIA CON LOS EMPLEADOS.-

Mediante una reunión donde el Gerente de la Empresa se dirija a todos sus colaboradores, donde se les indique e informe todo lo relacionado a la empresa durante el mes, sobre el buen trabajo que están realizando o a su vez de alguna falencia que ocurra, también así sobre temas que involucren a los colaboradores de INKATONSA S.A., esto generara un buen ambiente de trabajo, donde el trabajador sienta que es parte de la compañía y no simplemente un obrero más al que se le paga por realizar una tarea determinada, esto conlleva a que se sientan motivados a trabajar bien y tengan un ambiente laboral tranquilo, aunque alguna vez exista algo de presión, esta medida es importante. “La motivación es en síntesis lo que hace que un individuo actúe y se comporte de una determinada manera. Es una combinación de procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos, que decide en una situación dada, con qué vigor se actúa y en qué dirección canaliza su energía”.

5.2.3. ACTIVIDADES DE ENTRENAMIENTO

VIDEOS (CHARLAS DE INDUCCIÓN).-

Se proyectarán videos a los colaboradores, sobre temas de Seguridad Industrial y de la Importancia del correcto uso de los Equipos de Protección Personal. Se iniciará en octubre del 2011. Su frecuencia será mensual.

CHARLAS.-

Una semana dedicada exclusivamente a charlas, esta actividad se llevará a cabo de la siguiente manera: primera y tercera semana de octubre, y estarán dirigida a los ejecutivos de la empresa y a los trabajadores de oficina. En la primera y tercera semana de noviembre, se dictarán charlas a los trabajadores (obreros) acompañados de uno o dos miembros de la familia, de manera especial con la cónyuge e hijos mayores de 15 años, cuya finalidad es concientizar no solo a los obreros de su trabajo, sino también a los miembros de su círculo familiar. En diciembre, durante la segunda y cuarta semana, reforzarán los conocimientos adquiridos. Entre alguno de los temas a tratar en las charlas se contemplan:

- **Identificación de peligros.-** Siempre observar dónde se encuentra y sobre todo, el área de trabajo antes de realizar una tarea, se tiene que identificar posibles situaciones de riesgo.
- **Evaluación de riesgos.-** Cada trabajador tendrá que determinar posibles riesgos que expongan su integridad física y su alrededor, tendrá que tomar acción para solucionar.
- **Medidas de control.-** Solucionar situaciones de riesgo que estén al alcance, caso contrario comunicar a Jefe inmediato.

Ej.

Identificación de Peligros → rotación de alambres

Evaluación de Riesgos → Puede quedar atrapado mano, brazos

Medidas de control → Estar en constante precaución con el compañero, utilizar los guantes, utilizar las botas para evitar posibles resbalones, utilizar casco y gafas

Uso correcto de Equipos de Protección Personal → Saber cuándo utilizarlos y en qué momento.

TARJETA INFORMATIVA.-

El objetivo principal de esta tarjeta es informar a los colaboradores (obreros) que trabajan con maquinarias de alto riesgo, sobre los peligros existentes en sus labores, además de la importancia del uso adecuado de los equipos de protección personal, su clasificación, situaciones en las que se deben utilizar; se la entregará al final de cada mes, las cuales tendrán incluidas frases de motivación, para que el colaborador cree y fortalezca su cultura en cuanto al tema de seguridad industrial. Como ejemplo de las frases se podría decir:

- “Tomar conciencia de lo que es trabajar en un ambiente ordenado y seguro”.
- “Hoy no solo nos preocupamos del auto cuidado, sino que también de nuestros compañeros”.
- “La prevención no es un juego”.

Los supervisores serán los encargados del cumplimiento de la entrega de las tarjetas.



5.2.4. OTRAS ACCIONES / ACCIONES / INICIATIVAS

ANÁLISIS DE RIESGOS.-

Esta actividad estará a cargo de un Experto o personal calificado en temas de seguridad industrial, conjuntamente con el jefe del Personal de la planta. Al personal de planta se lo entrenará en esta área. Se prevé calendarizar esta acción para la tercera semana de Noviembre de 2011.

INDUCCIÓN AL PERSONAL EXTERNO.-

Cuando Personal externo o choferes manejen o ingresen con vehículos, o manejen dentro de la empresa, deberán seguir el patrón de Seguridad Industrial implementado.

La campaña para la empresa estará empeñada en fortalecer la cultura de la prevención de accidentes e incidentes, para lo que se pretende implementarla, fruto de esta investigación, además de programas de entrenamiento sobre temas de seguridad industrial, y un calendario que sirva para futuros programas de esta índole, de esta forma se conseguirá lograr ambientes de trabajo libre de lesiones y que prevalezca la salud e integridad de cada uno de los trabajadores.

INKANTONSA S.A., actualmente no cuenta con un departamento de Comunicación, ni tampoco cuenta con un colaborador que se dedique exclusivamente en el tema, situación que crea una falencia y merma la eficiencia del correcto manejo de temas de comunicación, además de la difusión de los relacionados a Seguridad Industrial. Es importante que los trabajadores de INKATONSA crean y fortalezcan su cultura en cuanto a seguridad industrial, pues debido a la naturaleza de las actividades de la empresa, es indispensable que manejen sus conocimientos acerca de este

tema, de forma adecuada y a conciencia, siendo el beneficio no solo para el colaborador, sino también para sus familiares, y por qué no decirlo, para la empresa de igual manera. Se pretende que los colaboradores al involucrarse en el tema, sientan que están protegiendo a sus familias, que son los seres a quienes más aman y valoran, tanto así que tendrá como meta, disminuir significativamente los índices de accidentes e incidentes, para que en un futuro cercano, los se eliminen los comportamientos errados a los que están acostumbrados, esto se logra si se toma conciencia acerca de los temas de seguridad y se comprometen a pensar de manera segura siempre.

5.5. PRESUPUESTO

Cliente: INKATONSA S.A.
Fecha: Septiembre 13 del 2011
Ejecutivo: Gonzalo Yépez

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
	Movilización para realizar encuestas y entrevistas		\$ 20.00
	Suministros:		
2	Tinta	\$ 5.00	\$ 10.00
	Impresiones		\$ 10.00
	Papel		\$ 4.00
1	Concepto de Campaña Comunicacional sobre Seguridad Industrial		\$ 5,500.00
2	Afiches-Concepto-Impresión	\$ 70.00	\$ 140.00
100	Folletos	\$ 4.00	\$ 400.00
70	Tarjetas	\$ 6.00	\$ 420.00
		Subtotal	\$ 6,504.00
		IVA	\$ 780.48
		Total	\$ 7,284.48

CAPITULO 6

VIABILIDAD DE LA PROPUESTA

La propuesta de este proyecto de titulación es viable en la Empresa INKATONSA SA. Considerando en primera instancia que sus directivos han aceptado que existencias falencias comunicacionales y estas también han incidido en el escaso entrenamiento de los colaboradores en temas de Seguridad Industrial.

Se debe considerar que con este proyecto, no solo se abarcará temas de Comunicación, necesarios e imprescindibles en toda organización, sino que al tratar temas de Seguridad Industrial, se dará cumplimiento a los reglamentos establecidos en el Código de Trabajo Ecuatoriano.

La aplicación de varias herramientas comunicacionales será de gran apoyo para esta campaña, pues además de utilizar las existentes, en las que se hará una revisión de su uso, se actualizará información que estará al alcance de los colaboradores. Adicionalmente, el hecho de retomar los procesos de entrenamiento en temas de seguridad industrial para los colaboradores, les da la pauta a ellos, que son parte integral de la empresa y su desempeño será más productivo, generando beneficios globales.

Es tarea primordial de todo Comunicador presentar las recomendaciones necesarias para el desarrollo adecuado y aplicación de acciones que lleven al fortalecimiento de la cultura de una organización, apoyándose en los nuevos y ya conocidos medios comunicacionales, circunstancias que le dan mayor credibilidad a esta propuesta y se defiende su razón de viabilidad y puesta en marcha.

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES

A lo largo del trabajo se analizaron varias hipótesis, de donde surgieron falencias en cuanto a comunicación interna de la Empresa, así también como en el tema de Seguridad Industrial y del correcto uso de los Equipos de Protección Personal

Se determinó que el segmento de los colaboradores más afectado es el correspondiente a los obreros, de donde se deriva una percepción de regular comunicación interna, para lo cual se propuso a la Empresa INKATONSA S.A., una Campaña Comunicacional basada en Seguridad Industrial.

Se percibió en el trabajo de campo de esta investigación, que el nivel de la cultura organizacional de la empresa es bajo, lo que también incide en lo relacionado a temas de Seguridad Industrial, situación crítica, porque la naturaleza del negocio requiere que los colaboradores cuenten con buenos conocimientos sobre el tema para el eficiente desempeño de sus funciones, y así lograr objetivos no solo corporativos, sino también personales.

Como se menciona anteriormente, gran falencia en seguridad industrial es el descuido de los trabajadores, que no utilizan sus equipos de protección, circunstancia que se puede degenerarse en incidentes o accidentes a futuro, para lo cual hay que reforzar sus conocimientos con entrenamientos referentes al tema.

La disposición tanto de los directivos como de los colaboradores ante la ejecución de una campaña comunicacional, brinda un espacio de apertura y aceptación de todos quienes conforman la empresa.

CAPÍTULO 8

RECOMENDACIONES

El autor de la presente tesina, plantea las recomendaciones a continuación detalladas:

- Elaborar y ejecutar de una **CAMPAÑA COMUNICACIONAL DE PREVENCIÓN EN TEMAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA LA EMPRESA INKATONSA S.A.** herramienta de beneficio global en la empresa, permitiendo crear un satisfactorio ambiente laboral con la aplicación de temas relacionados a la naturaleza del negocio.
- Aplicar las diferentes estrategias propuestas en la Campaña, las cuales permitirán canalizar efectivamente los mensajes que se requieran transmitir. Es así que a través del uso de la página web, carteleras, afiches, correo electrónico, entre otros, los colaboradores fortalecerán su sentido de identificación y pertenencia con la empresa.
- Proceder con el cumplimiento del calendario de capacitación dirigido a los trabajadores sobre temas de seguridad industrial, estrategia de gran relevancia en las labores ejecutadas en el día a día.
- Insistir a los Directivos en su participación activa en las diferentes actividades a ejecutarse y previstas en el plan, pues su presencia permitirá que los colaboradores se tornen más activos y comprometidos con sus funciones y con la empresa.
- Implementar la campaña comunicacional con la inclusión de la nueva cultura en temas de seguridad industrial, lo que reforzará la imagen de la empresa y al mismo tiempo la participación en el mercado.

- Con el apoyo del presente plan, se creará una mejor comunicación interna y se concientizará la cultura por parte de los empleados referente a Seguridad Industrial, no solo durante el periodo del pan piloto, sino también en futuras campañas.

CAPÍTULO 9

BIBLIOGRAFÍA

DE TEXTOS

- Información proporcionada por Ing. Wilmer Amaguaya – Experto en Seguridad Industrial.
- Información proporcionada por Inkatonsa S.A.
- _____
- Ronald Adler & Jeanne Marquardt. 'Comunicación Organizacional, McGraw-Hill, 2005
- Seguridad Industrial, Un enfoque integral. Cesar Ramírez Cavazza, Editorial Limusa, 1996
- Seguridad Industrial y Salud – Ray Asfahl, Pearson Educación, 2000
- Comunicación Interna en la Empresa – Marina Romeo, Xavier Roca, Editorial UOC, 2005
- Comunicación Estratégica – Daniel Scheinsohn, Macchi, Ediciones, 2003
- Código de Trabajo Ecuatoriano, actualizado 2010, artículo 441
- (Capriotti, Paúl: La imagen de la Empresa para una comunicación integrada, El Ateneo, Barcelona, 1992)
- R. Adler & J. Marquardt, 'Comunicación Organizacional', 8va. Edición, Editorial McGraw Hill, 2005
- Ileana Inca Torres, tesina 2010, pág. 21

DE INTERNET

<http://seguridadindustrialapuntes.blogspot.com/2009/02/principales-funciones-del-departamento.html> 30/08/11

www.fotonostra.com/grafico/corporativo.htm 30/08/11

www.mitecnologico.com 30/08/11

www.fotonostra.com/grafico/corporativo.htm 30/08/11

www.serviprevencia.com

www.ec.sgs.com

www.xn--diseo-rta.unnoba.edu.ar/wp-content/uploads/campana.pdf
www.marketing-xxi.com/imagen,-relaciones-publicas-y-campanas-de-comunicacion-115.htm
www.riotintolagranja.com/documents/manual_piensa_seguro.pdf
www.xn--diseo-rta.unnoba.edu.ar/wp-content/uploads/campana.pdf
www.marketing-xxi.com/imagen,-relaciones-publicas-y-campanas-de-comunicacion-115.htm
www.sectorfitness.com/index.php?id_articulo=346
www.slideshare.net/gkolord/liderazgo-coaching-presentation
www.rrppnet.com.ar/liderazgo1.htm
www.rrppnet.com.ar/identidad.htm
www.agifreu.com/docencia/imagen_corporativa.pdf
www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html

ANEXOS

ENTREVISTA

1. Cómo definiría Ud. la Comunicación Interna de Inkatonsa?
2. Cree Ud. que se debería dar una mayor atención al tema de comunicación en la empresa?
3. Cuáles son los medios comunicacionales con los que cuenta la empresa a la fecha?
4. Con qué frecuencia se mantiene informado a los colaboradores de la empresa sobre las diversas actividades que se desarrollan, como por ejemplo: charlas, objetivos, procesos especiales, proyectos, nuevos clientes, logros, etc.
5. Existe algún colaborador designado para efectuar entre sus labores, actividades de comunicación interna?
6. Cuáles son las falencias comunicacionales que Ud. ha detectado en la empresa?
7. Los colaboradores reciben charlas de inducción con temas de Seguridad Industrial al momento de ingresar a laborar?
8. Con qué frecuencia se entrena al personal en temas de Seguridad Industrial?
9. Cuál es la frecuencia de accidentes entre sus colaboradores, cuya causa se relacione con temas de Seguridad Industrial?
10. Considera que podría implementarse una campaña comunicacional para mejorar el clima laboral, así como para instruir a los colaboradores sobre temas de Seguridad Industrial?

ENTREVISTA.

1. Cómo definiría Ud. la importancia de la Comunicación Interna en una Empresa?
2. Los colaboradores de una Empresa deberían recibir charlas de inducción con temas de Seguridad Industrial al momento de ingresar a laborar?
3. Con qué frecuencia se debería entrenar al personal en temas de Seguridad Industrial?
4. Considera que es importante implementar una campaña comunicacional para mejorar el clima laboral, así como para instruir a los colaboradores sobre temas de Seguridad Industrial?



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES 'ESPIRITU SANTO'
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Estimado Colaborador: Se agradece su valiosa participación al responder las preguntas a continuación detalladas, cuya finalidad es recabar información sobre su percepción y conocimientos acerca de 'Comunicación Interna' y temas de Seguridad Industrial.

1.-Cómo calificaría Ud. la 'comunicación interna' de la Empresa

excelente

muy buena

buena

regular

deficiente

<input type="checkbox"/>

2.-Cuáles son los medios a través de los cuales Ud. se informa sobre actividades, charlas, etc. que realiza la empresa?

Cartelera

Memos

Afiches

Folletos

Correo electrónico

Revistas

<input type="checkbox"/>

3.-Al ingresar a la empresa, recibió una charla de inducción para el desarrollo de sus labores?

SI

NO

4.-Considera importante que se entrene al personal sobre temas de Seguridad Industrial ?

SI

NO

5.-Considera que sus labores de trabajo son seguras?

SI

NO

6.-Conoce qué son los Equipos de Protección Personal (EPP)?

SI

NO

7.-Considera necesario el uso de los Equipos de protección personal en las tareas que realiza?

SI

NO

8.-De los equipos de protección personal a continuación mencionados, cuáles debe usar en sus labores?

Cascos

Guantes
Botas
Orejas
Gafas
Mascarillas
Chalecos
Fajas

9.-Con qué frecuencia utiliza los Equipos de Protección Personal que se le han asignado para sus tareas?

Siempre
A veces
Casi nunca
nunca

10.-Cada cuanto tiempo cree Ud. que se debería instruir / entrenar al personal sobre diversos temas de Seguridad Industrial?

Todos los días
2 Veces por semana
1 vez por semana
Quincenalmente
Mensualmente

11.-En alguna ocasión ha tenido un accidente de trabajo?

SI

NO

Mencione que le ocurrió:
