

DIAGNÓSTICO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DE INVERSIONES ALROCK

S.A.S EN BUCARAMANGA.

MARTHA MILENA MARTÍNEZ MANTILLA

Trabajo de grado en modalidad Pasantía

Para optar por el título de:

COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social – Periodismo

2020

DIAGNÓSTICO DEL CLIMA LABORAL DE INVERSIONES ALROCK S.A.S. EN

BUCARAMANGA

MARTHA MILENA MARTÍNEZ MANTILLA

Trabajo de grado en modalidad Pasantía

Para optar por el título de:

COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA

Supervisor:

MG. GIOVANNI BOHÓRQUEZ PEREIRA

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social - Periodismo

2020

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

AGRADECIMIENTOS

Toda la gloria sea para Dios. Gracias a mi padre Jorge Arturo Martínez Reyes y a mi hijo Gabriel Rojas Martínez por ser mi motor de vida.

Vanessa Vásquez Tordecilla y Felipe Ariza Vanegas, amigos, colegas.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	14
1.1 Ubicación.	14
1.2 Reseña Histórica de la organización:	14
1.3 Nuestro nombre	14
1.2. Misión, visión y valores corporativos.	15
1.2.1 Misión.....	15
1.2.2 Visión	15
1.2.3 Valores corporativos	15
1.2.4 Lema.....	15
1.2.5 La filosofía <i>Alrock</i>	15
1.4 Estructura Organizacional	16
1.5 Comunicación y medios.	18
2. OBJETIVOS.....	19
2.1 Objetivo General	19
2.2 Objetivos Específicos	19
3. REFERENTE CONCEPTUAL.....	20
4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	27

4.1 Describir los procesos de comunicación y medios de divulgación de mayor presencia en Inversiones AIRock.	27
4.2 Establecer la percepción del Clima Organizacional que tiene los colaboradores de Inversiones AIRock S.A.S.	32
4.3 Mostrar cuantitativamente las opiniones que tienen los colaboradores de Inversiones AIRock S.A.S. sobre el Clima Organizacional.	32
4.4 Proponer el uso de un Plan Estratégico de Comunicación, PEC, para el fortalecimiento del Clima Organizacional en Inversiones AIRock S.A.S.	58
4.5 Apoyar actividades referentes a la comunicación y divulgación de Inversiones AIRock S.A.S.	60
5. CONCLUSIONES	61
6. RECOMENDACIONES	63
BIBLIOGRAFÍA.....	64
ANEXOS.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfico 1 Propuesta de Organigrama.	16
Gráfico 2. PQRS mayo.....	30
Gráfico 3. PQRS junio	31
Gráfico 4. Actividades que le gustaría en la empresa.	35
Gráfico 5. Posibles circunstancias de desmotivación.....	36
Gráfico 6. Canales de información.....	43
Gráfico 7. Canales comunicativos preferidos por los empleados.	44
Gráfico 8. Medios de comunicación para exponer queja.	45
Gráfico 9. Valores corporativos.	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Observaciones Comensales	30
Tabla 2. Satisfacción trabajo realizado	33
Tabla 3. Ambiente de trabajo.	34
Tabla 4. Herramientas necesarias.	38
Tabla 5 Decisiones sin consultar al jefe.	39
Tabla 6. Colaboración entre los empleados.	39
Tabla 7. Solución problemas laborales.	39
Tabla 8. Toma de decisiones justas.	40
Tabla 9. Espacios para compartir con el grupo de trabajo.	40
Tabla 10. Satisfacción necesidades económicas, de ascenso y aprendizaje.	41
Tabla 11. Preocupación bienestar.	41
Tabla 12. Preocupación bienestar.	41
Tabla 13. Siente que pertenece a una familia en Alrock	42
Tabla 14. Medios de comunicación suficientes.	43
Tabla 15. Medios de comunicación suficientes.	44
Tabla 16. Información actualizada empresa.	45
Tabla 17. Información actualizada empresa.	46
Tabla 18. Boletín Informativo.	46
Tabla 19. Comunicación entre compañeros.	47
Tabla 20. Comunicación entre compañeros.	47

Tabla 21. Comunicación entre compañeros.	48
Tabla 22. Trabajo bajo órdenes líder de área	50
Tabla 23. Objetivos realistas líder de área	51
Tabla 24. Respeto del líder de área	52
Tabla 25. Buen ejemplo líder de área.....	53
Tabla 26. Llamado de atención por el líder de área	54
Tabla 27. Líder de área accesible.	55
Tabla 28. Cumplimiento líder de área	56
Tabla 29. Comunicación líder de área.....	57

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: DIAGNÓSTICO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DE INVERSIONES ALROCK SAS.

AUTOR(ES): Martha Milena Martínez Mantilla

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): Mg. Giovanni Bohórquez Pereira

RESUMEN

Uno de los pasos fundamentales para la elaboración de un plan estratégico de comunicación es el diagnóstico de clima organizacional, pues es un proceso de análisis que permite revisar el funcionamiento de la comunicación en la organización. El presente informe de Pasantía, muestra la medición del clima organizacional de la empresa Inversiones Al Rock S.A.S., con el cual se pudo conocer la comunicación interna de la misma. Veintisiete trabajadores participaron en el proceso a través de un cuestionario que permitió determinar el nivel de afinidad del colaborador con la empresa y con su jefe de área. Saber las dinámicas del clima organizacional es una oportunidad para afianzar aspectos como el sentido de pertenencia a través de la cultura organizacional, el bienestar de sus trabajadores y con ello la calidad integral de sus servicios

PALABRAS CLAVE:

Diagnóstico, Comunicaciones internas, Comunicación organizacional, Clima organizacional.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: DIAGNOSIS OF THE ORGANIZATIONAL CLIMATE OF ALROCK S.A.S INVESTMENTS.

AUTHOR(S): Martha Milena Martínez Mantilla

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: Mg. Giovanni Bohórquez Pereira

ABSTRACT

One of the fundamental steps for the elaboration of a strategic communication plan is the diagnosis of the organizational climate, since it is an analysis process that allows for a review of the functioning of communication in the organization. The present report of Internship, shows the measurement of the organizational climate of the company Inversiones Al Rock S.A.S., with which it was possible to know the internal communication of the same one. Twenty seven workers participated in the process through a questionnaire that allowed to determine the level of affinity of the collaborator with the company and with his area manager. Knowing the dynamics of the organizational climate is an opportunity to strengthen aspects such as the sense of belonging through the organizational culture, the welfare of its workers and thus the overall quality of its services..

KEYWORDS:

Diagnosis, Intern Communications, Organizational Communication, Organizational Environment.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

La comunicación es eficaz sólo cuando el receptor entiende el mensaje del emisor, en los términos en que este ha querido darle su mensaje, existen factores que están en contra de una buena comunicación tales como: diferencias culturales, métodos de comunicación, lenguaje, diferencias de percepciones de cada persona.

Se logra una comunicación verdadera si estamos interesados en el lenguaje de la otra persona, de tal forma que esta se puede expresar libre y con sinceridad, si escuchamos atentamente y observamos con conciencia y somos capaces de ponernos en el lugar del otro. Solo entonces estaremos estableciendo las bases de una buena comunicación.

Ahora, un ambiente laboral grato está determinado en gran medida por la buena comunicación que se establezca entre las personas. Para el ser humano es fundamental disfrutar de relaciones humanas armónicas, en un ambiente organizacional es fundamental que este principio se aplique, por ello, la comunicación interna es la función clave que alinea toda la organización, es la encargada de motivar al equipo humano; no se puede ignorar que para ser competitivas y enfrentarse con éxito al cambio al que nos empuja inexorablemente el mercado, han de saber motivar a su equipo humano, retener a los mejores, inculcarles una verdadera cultura corporativa para que se sientan identificados y sean fieles a la organización.

Para lograr esa eficacia en la comunicación interna se debe desarrollar en primera instancia El Diagnóstico de Clima Organizacional siendo la estrategia fundamental que permite descubrir los objetivos individuales a un gran objetivo colectivo para potencializar las oportunidades, desarrollar las fortalezas y detectar las amenazas para prevenirlas y por consiguiente convertir en una debilidad en una coyuntura en crecimiento.

El presente trabajo registra el proceso de Pasantía que se llevó a cabo en *Inversiones AlRock S.A.S* de Bucaramanga y se centra en mostrar cómo se realizó el análisis interno utilizando para ello el Diagnóstico de Clima Laboral bajo los principios del autor Andrés Aljure.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1 Ubicación.

Inversiones AlRock S.A.S, se encuentra ubicado en la calle 105 No 26-93, Barrio Provenza.

1.2 Reseña Histórica de la organización:

Juan Sebastián Pérez Aceros, ingeniero santandereano crea en enero de 2015 *AlRock Burger*, bajo el concepto de proporcionar a los comensales una nueva opción gastronómica y de entretenimiento en su negocio, combinando la cultura del rock con la comida rápida característica de la ciudad de Bucaramanga.

En abril de 2018 fue merecedor al premio de la revista “La Barra” en la categoría “Mejor restaurante casual”, posteriormente en el mes de mayo obtuvo el 2do lugar en la primera edición de Burger Master en Bucaramanga. y a finales de ese mismo año abrió un nuevo punto de venta en el municipio de Lebrija en Santander.

En marzo de 2019 *AlRock Burger* llega a Bogotá en su proceso de expansión con el fin de posicionar la marca e iniciar un nuevo desafío en la capital del país.

Inversiones Al Rock S.A.S no cuenta con una identidad corporativa definida, por lo tanto, con base en una entrevista realizada al gerente de la organización se propone lo siguiente:

1.3 Nuestro nombre

La cocina al carbón es una tradición ancestral empleada por el hombre que brinda a los alimentos matices interesantes, tener una técnica propia de cocina conlleva a una libertad, un ímpetu juvenil y nosotros lo llevamos más allá lo hacemos *AlRock*.

1.2. Misión, visión y valores corporativos.

1.2.1 Misión.

Nuestro objetivo es difundir el espíritu del Rock and Roll a través de experiencias gastronómicas de calidad, el estilo *AlRock Burger*, a su vez generar un ambiente cálido y sano a clientes, empleados y proveedores que nos permita alcanzar a futuro nuestro éxito.

1.2.2 Visión

En el año 2022 la marca *AlRock Burger* debe ser reconocida en el sector de comidas rápidas de Bucaramanga y Bogotá, caracterizada por una propuesta gastronómica de calidad y el apoyo a la escena del rock nacional e internacional. Todo esto en conjunto con la generación de un ambiente sano e innovador para nuestros clientes, empleados y proveedores.

1.2.3 Valores corporativos

- **PASIÓN:** Satisfacción por el trabajo que hacemos.
- **COMPROMISO:** Potenciar y alentar nuestro talento humano.
- **PERSEVERANCIA:** El éxito es un proceso de largo plazo.

1.2.4 Lema

“El sabor del rock en tu mesa”

1.2.5 La filosofía *Alrock*

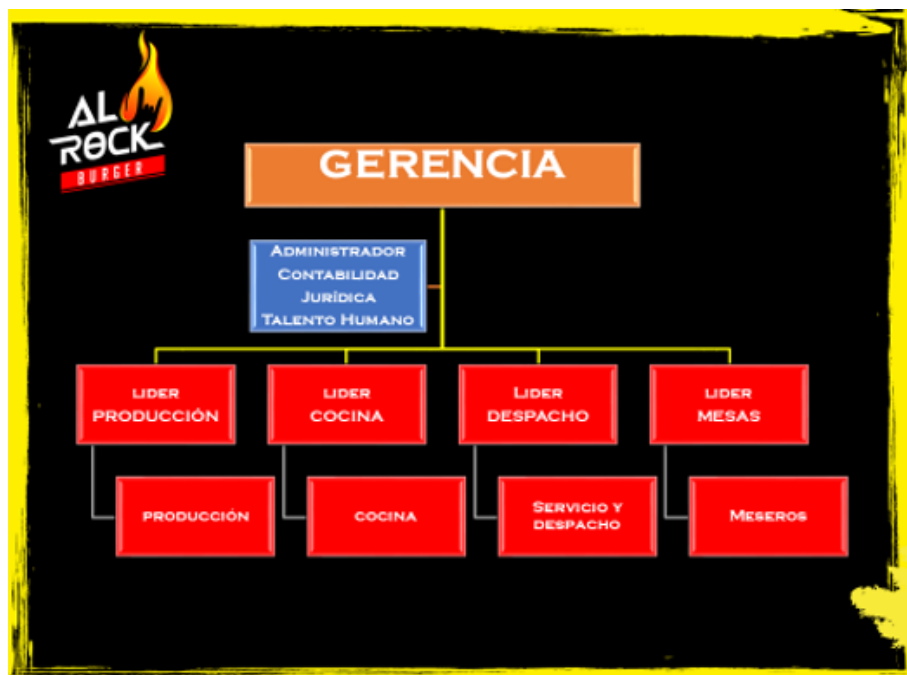
- **SERVIR A TODOS:** Tenemos una mentalidad abierta no tratamos de servir a un grupo en general somos incluyentes.
- **LA AMABILIDAD:** Cada día el mundo en su afán nos hace personas toscas, por eso queremos rescatar esta cualidad y hacer que nuestro personal se destaque por ello.

- **MÚSICA EN TU VIDA:** La música como un lenguaje universal y un conductor de energía.
- **TODO SE DEBE COMPROBAR:** Asegúrate que todos los detalles están en orden para que las cosas salgan bien.
- **TRABAJO EN EQUIPO:** Ayuda a tus compañeros sin que tengan que pedirlo, somos un grupo colaborativo.
- **CALIDAD:** Garantizamos ingredientes frescos y de la mejor calidad.

1.4 Estructura Organizacional

Inversiones Al Rock S.A.S aunque no cuenta con un organigrama, se proyecta el siguiente esquema y se explica las funciones de cada uno de los integrantes.

Gráfico 1 Propuesta de Organigrama.



Fuente. Elaboración propia.

Gerencia

La gerencia de *Inversiones AlRock S.A.S* está conformado por su único dueño Juan Sebastián Pérez Aceros.

Administrador

Es el responsable de supervisar, controlar y hacer cumplir las normas y políticas para alcanzar las metas de la organización. Actualmente la administración está a cargo de Javier Gómez.

Contabilidad

Es la persona encargada de documentar informes financieros sobre la organización, redacta los movimientos y estados contables. La persona encargada es Marymar Pedrozo.

Jurídica

Es el encargado de orientar las acciones a desarrollar en el marco legal de la organización para el cumplimiento de la ley. La persona encargada es Juan Diego Bravo, Asesor Jurídico y Contable.

Talento Humano

Se encarga del reclutamiento, selección de personal, bienestar de los trabajadores, seguridad y salud ocupacional basado en las políticas y normas de la organización. La persona encargada es Paula Pérez Aceros, Psicóloga.

Producción

Son los encargados de recibir y transformar las materias primas en productos terminados, por ejemplo, elaboración de salsas, adobo de carnes, entre otras. Está área conformada por 3 empleados

Cocina

Son los responsables de preparar los alimentos que serán servidos en las mesas de acuerdo a las instrucciones entregadas por su líder de área. Está área conformada por 10 empleados.

Despacho

Son los encargados de recibir las comandas y pasarlas a cocina, a su vez recibir y supervisar que el producto final que se ofrece en la carta vaya acorde el cliente ordeno. Esta área está conformada por 4 personas.

Mesas

Son los encargados de atender a los comensales proporcionándoles alimentos y bebidas. Esta área está conformada por 10 empleados.

1.5 Comunicación y medios.

Inversiones Alrock S.A.S no cuenta con un departamento de comunicación y divulgación propio, sin embargo, acude para sus comunicaciones externas, en particular lo referente a publicidad con la agencia *Visuadio*.

Con base en lo anterior la organización tomó la decisión de fortalecer las comunicaciones internas y externas acudiendo a la búsqueda de una estudiante de modalidad Pasantía de Comunicación Social-Periodismo.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

- Realizar un diagnóstico de Clima Organizacional en *Inversiones AlRock S.A.S*, a fin de aportar al fortalecimiento de las comunicaciones corporativas.

2.2 Objetivos Específicos

- Describir los procesos de comunicación y medios de divulgación de mayor presencia en *Inversiones AlRock S.A.S*.
- Establecer la percepción del Clima Organizacional que tiene los colaboradores de *Inversiones AlRock S.A.S*.
- Mostrar cuantitativamente las opiniones que tienen los colaboradores de *Inversiones AlRock S.A.S*, sobre el Clima Organizacional.
- Proponer el uso de un Plan Estratégico de Comunicación, PEC, para el fortalecimiento del Clima Organizacional en *Inversiones AlRock S.A.S*.
- Apoyar actividades referentes a la comunicación y divulgación de *Inversiones AlRock S.A.S*.

3. REFERENTE CONCEPTUAL

La comunicación organizacional en una empresa garantiza el buen funcionamiento de la misma, ya que es el pilar la información que gestiona las actividades administrativas básicas (planeación, organización, dirección y control) Para lograr los objetivos y cumplir las funciones.

En la actualidad este componente, es un elemento imprescindible dentro de las organizaciones dado que por medio de esta se coordinan el trabajo en las empresas, el rendimiento de los empleados mejora ya que comprenden cómo deben desempeñar sus funciones y saben que su trabajo repercute directamente en el proceso de la organización.

Según Gary Kreps (1995, p. 67), la comunicación organizacional es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella. Para otros autores como Carlos Ramón Padilla (1991, p. 75), la comunicación organizacional es la esencia, el corazón mismo, el alma y la fuerza dominante dentro de una organización.

En estos procesos es imperante la forma en que se comunica en una empresa, debido a que tendrá un efecto favorable o desfavorable en muchas personas y actividades dentro de una empresa que también se refleja en otras áreas como la imagen externa de una compañía y todo lo que esto implica. Por ello, para Fernández Collado (1999) afirma que existen dos tipos de comunicación dentro de la comunicación organizacional.

Comunicación Interna:

Una es la comunicación que se origina en el interior de la organización y está dirigida a los miembros internos de la misma. Su importancia radica no sólo en cumplimiento de obligaciones y tareas sino en su valor como miembros de una empresa Fernández Collado define la comunicación

interna como: “El conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan bien informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”. (Fernández Collados, 1999, p.42).

Comunicación Descendente.

Este tipo de comunicación, corresponde al flujo de la información desde los niveles superiores de autoridad (jefes, administradores) Hasta los niveles inferiores. Es importante este tipo de comunicación ya que el 50% de la comunicación interna se debe a la que tiene el jefe con el subordinado, se recalca que para este tipo de comunicación sea efectiva no sólo es necesario el color y los medios audiovisuales, sino también la sensibilidad al decir el mensaje y de esta forma la elaboración del mensaje va a ser clara, honesta y concreta.

En la comunicación descendente también puede existir sobrecarga de información y se da cuando los empleados reciben más información de la que puede manejar o necesitar.

Comunicación Ascendente:

Este tipo de comunicación hace referencia al flujo de información que va desde los niveles inferiores hasta los superiores, en muchas ocasiones se ve bloqueado por la pérdida de contacto de los administradores hacia los empleados. Actualmente, en las nuevas corrientes de la comunicación organizacional se ha enfatizado la importancia de este sentido de la información ya que así se pueden atender las verdaderas necesidades del entorno laboral eficazmente.

Cabe resaltar que en este flujo de información se presentan una serie de obstáculos tales como: la demora, la filtración de información y la distorsión.

Un canal de comunicación interna es el medio por el cual puede efectuarse la transmisión de la comunicación y del mensaje. “Tiene como principal función es la de permitir un desarrollo, coordinación y cumplimiento formal de las tareas transmitiendo mensajes que informen y ayuden a los miembros de la organización a comprender su estado actual y sus roles en la misma” (Morales, 2000, p, 3).

Existen dos tipos de canales de información interno:

Canal informal de Comunicación Interna.

Este tipo de canal es el que no está planificado por la organización. Surgen resultado de los lazos que se desarrollan entre los miembros de la empresa durante el desempeño de sus funciones dentro del trabajo diario; este tipo de comunicación es el que más repercute en el clima laboral y en las relaciones laborales.

Una manifestación de ello es el rumor - rumor es diferente a chisme, según Keith Davis (1999, p.86), los rumores son información que se comunica informalmente sin pruebas que la confirmen y es la parte no verificada y no cierta del chisme, aunque de igual manera es indeseable, es por ellos que se debe otorgar un canal de comunicación efectivo donde la información fluya correctamente sin obstáculos.

Canal formal de Comunicación Interna.

La comunicación formal transmite mensajes oficiales de la empresa de forma explícita y están perfectamente definida, este canal es imperante en el funcionamiento de la comunicación ya que es el canal donde circulan la información desde los diversos flujos de comunicación (ascendente, descendente y horizontal) Es importante que por medio de este canal sea transmitida toda la información para evitar los rumores dentro de los flujos de comunicación.

Comunicación Externa.

Según Fernández Collado (1999, p.42), “La comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos” Donde se enfatiza en relacionarse con sus *stakeholders*, es decir, proveedores, competencia, consumidores, medio ambiente, sociedad, entidades financieras, accionistas y gobierno. Como uno de los objetivos principales de la comunicación externa, es preocuparse por ellos, debido a que cualquier decisión se puede ver afectados o beneficiados, además su acción interviene de forma directa o indirectamente en los objetivos de la organización. La comunicación externa, tiene también como propósito conservar y perfeccionar las relaciones públicas para proyectar una mejor imagen corporativa.

Para el buen desarrollo de la comunicación interna y externa, por ende el cumplimiento de los objetivos se debe desarrollar un plan que le dé una dirección a la organización, generando una sinergia en todo el equipo de trabajo donde permita la obtención de los objetivos y orientación a los trabajadores para que sepan hacia dónde se quiere ir y se comprometa con ese destino, es por ello que se implementa una herramienta en la gestión de la comunicación organizacional denominada, Plan Estratégico de Comunicación, PECO.

Plan Estratégico de comunicación.

Para el desarrollo del Plan Estratégico de la Comunicación, PECO, es importante la planeación estratégica de la comunicación, que se define como “el proceso enfocado al análisis de la situación, el establecimiento de los objetivos de la comunicación, a la especificación de los procesos, canales, tácticas y acciones operativas necesarias y de los recursos relacionados para

cumplir con dichos objetivos y a la definición de los mecanismos e indicadores para medir y controlar la gestión y el impacto de la gestión de la comunicación” (Aljure, 2015, p.77).

Lo que le permite a quien está a la cabeza de la organización tener un mejor direccionamiento de los objetivos, metas y planificación del cronograma de las actividades efectiva la comunicación interna y externa, cabe resaltar que otra de las ventajas de la planificación estratégica es la mejora de la comunicación haciéndola mucho más efectiva y asertiva.

En el proceso del PECO, el plan estratégico permite la documentación que se genera como resultado del proceso de planeación y que especifica: análisis de la situación y generación de diagnóstico de comunicación, objetivos de comunicación, públicos asociados a dichos públicos de comunicación, mensajes que han de transmitirse a los públicos identificados y los canales, medios, acciones, actividades o tácticas que deben implementarse para transmitir el mensaje establecidos a los públicos identificados, cronogramas, presupuesto e indicadores

Una de las ventajas de PECO, es que se puede establecer en cierto tiempo de acuerdo a la necesidad y a la planeación de esta, en esto influye el objetivo que se quiere alcanzar con la planeación estratégica, además de que se puede a través de este medio, derivar sub-planes para necesidades o proyectos pequeños que suelen surgir en la marcha de este. Una de las áreas donde se implementa el PECO es en la mejorar de la comunicación interna.

Para llevar a cabo la estrategia organizacional y por consiguiente el PECO es necesario conocer las particularidades de la organización y su entorno, como lo es filosofía corporativa (misión, visión y valores) Objetivos estratégicos anuales (en el caso que los tenga) Características del entorno y características internas de la organización. Con el PECO, debe estar enfocado al cumplimiento de los objetivos corporativos y lograr hacer realidad la misión y la visión, siempre

tiene que ser estar directamente relacionadas porque si no soporta los objetivos, resulta convirtiéndose según Andrés Aljure, es un activismo comunicacional, y no se consideraría la comunicación como un medio para facilitar el logro de la estrategia organizacional sino meramente como el fin.

Diagnóstico Organizacional.

El diagnóstico organizacional es el estudio necesario para evaluar la situación de cualquier empresa, los problemas que existen en la empresa, las áreas que se pueden potencializar; en general el diagnóstico permite generar eficiencia en la organización. Entre los objetivos principales del diagnóstico, se encuentra examinar y mejorar la práctica de la comunicación interna y externa de una organización en todos los niveles.

El diagnóstico no es un fin en sí mismo, sino que es el primer paso esencial para perfeccionar el funcionamiento de la organización. Entre los objetivos principales del diagnóstico, se encuentra examinar y mejorar la práctica de la comunicación interna y externa de una organización en todos los niveles.

Elementos del diagnóstico organizacional

Se dividen en tres etapas fundamentales:

1. Generación de información: que a su vez abarca tres etapas o aspectos: la forma en la que se recolecta la información, herramientas y procesos utilizados. La herramienta implementada en *Alrock Burger*, fue la encuesta para conocer y medir la pertenencia y el clima laboral y los procesos que influyen en el desempeño laboral.

La metodología utilizada para recopilar información, de igual manera para obtener información sobre clientes y comensales, se ha usado las redes sociales de *Inversiones Alrock*

Burger S.A.S para mantener el contacto con ellos y obtener retroalimentación con respecto al servicio de la empresa.

La frecuencia con que se recolecta la información depende del tiempo en que se tenga que ejecutar el plan estratégico de comunicación.

2. Organización de la información: Se tiene en cuenta tres aspectos claves para lograrlo, el diseño de procedimientos para el proceso de la información, el almacenamiento de los datos, el ordenamiento de la información, de modo que sea fácil de consultar.

3. Análisis e interpretación de la información: Se extrae los elementos básicos de la información con el fin de responder a las cuestiones planteadas al inicio de la investigación.

4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Durante la pasantía en *Inversiones AlRock S.A.S*, se trabajó para dar cumplimiento a los objetivos trazados, a continuación, se presenta cómo se realizó el proceso y los resultados obtenidos en cada uno de ellos.

4.1 Describir los procesos de comunicación y medios de divulgación de mayor presencia en *Inversiones AlRock*.

Para este objetivo se registró qué medios y modelos de comunicación (ascendente-descente) priman al interior de la empresa. También se realizó una entrevista con el gerente a fin de conocer de fuente directa, los aspectos corporativos y de imagen. (Ver Anexo A).

Con relación a canales formales de comunicación se pudo evidencia que *AlRock* utiliza una cuenta de *WhatsApp*, también llamadas y reuniones, estas últimas se hace una vez por semana cada 20 días con el objetivo de hacer rendición de cuentas, motivar al personal.

Del grupo de *Whatsapp* es uno de los canales que se utiliza con mayor frecuencia para la comunicación interna porque permite conectar a todos los integrantes de la organización en un mismo grupo y a su vez agrupar acorde a su área de trabajo.

Con respecto a las reuniones grupales es un espacio que permite juntar de manera organizada a los diferentes integrantes de la organización con un propósito en común, fomentando la participación con el fin de comunicar las diferentes labores y actividades a realizar.

Un ejemplo de ello es la organización de eventos. En *Inversiones Alrock S.A.S* esta actividad hace parte del proceso interno de la empresa, está a cargo de la gerencia y la agencia *Visuadio*, y se realizan teniendo como base las fechas especiales y eventos comerciales que sean rentables y llamativas para los comensales. De las fechas especiales se encuentran: Día de la mujer,

Día del Niño, Día de la Madre, Padre, Amor y Amistad, Halloween. Para estas fechas se diseñan piezas graficas o audiovisuales invitando a los comensales a celebrar en el establecimiento, se organiza el espacio comercial y se decora, a los asistentes se les entrega un souvenir.

También desde lo interno se trabaja en la participación en eventos comerciales externos de gran masa. Para ello se acude a la modalidad de patrocinio. En ese orden, durante el tiempo de la pasantía se registró la participación en los espectáculos musicales como: Miel San Marcos, The Katamaran, Dave Evans, Juan Pablo Vega, Los de adentro. Para estos actos se diseñaba pieza grafica o audiovisual invitando a los comensales a ser partícipe de los eventos.

Finalmente, la gerencia acude a reuniones de integración, con el objetivo compartir con los diferentes empleados de la organización a través de paseos, comida de trabajo entre otras.

En lo relacionado con medios externos la empresa registra redes sociales a saber: Facebook e Instagram de estos medios se puede señalar que desde Facebook *Inversiones Alrock S.A.S* cuenta con dos *Fanpage* correspondientes a las ciudades donde se encuentra, Bucaramanga: Alrock Burger creada en 2016 y Bogotá: *Alrock Burger Dc* en 2019, actualmente cuenta con más de diez mil seguidores. Este espacio permite la interacción con los diferentes usuarios de la red social debido a que se puede acceder fácil a la información en tiempo real.

Las redes sociales aportan de manera significativa porque dan a conocer sobre que piensa el público sobre el servicio que recibe de la organización, desde la sección, Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencia, PQRS, encuesta que se le aplica a los comensales al momento de pagar su pedido, se hizo un seguimiento y a partir de estas lecturas se toman decisiones para mejorar, este a su vez es un medio externo.

Respecto a Instagram, la organización tiene dos cuentas de tipo empresarial correspondientes a las dos ciudades donde se encuentran, Bucaramanga: @alrock_burger y Bogotá @alrockburgerdc. En este espacio se divulga información y promueve la interacción con los usuarios. Actualmente cuenta con más de 21,9 mil seguidores.

La metodología utilizada para recopilar información sobre clientes y comensales es mediante los PQRS y las redes sociales de la organización, de esta forma se logra mantener el contacto con ellos y obtener retroalimentación con respecto al servicio mediante el seguimiento tanto por mensajes internos o llamadas telefónicas. La frecuencia con que se recolecta la información es diaria.

A continuación, se presentan los resultados recolectados de los PQRS con relación al periodo de enero a junio de 2019:

Atención al servicio: se seleccionaron 200 PQRS de enero a abril de 2019, donde los comensales expresaron sus diferentes opiniones con relación a la atención, servicio y experiencia en *AlRock*, con base en la anterior se tuvo en cuenta las observaciones más reincidentes, a su vez se hizo un seguimiento para confirmar la información suministrada.

POR MEJORAR	TOTAL
Temperatura Alta - Más ventilación	37
Demora entrega / Pedido incompleto	34
Volumen alto música	21
Cartas Nuevas: Menú vegetariano – Menú infantil, Más sabores granizadas	17
Comida Fría o Cruda	15
Maíz Duro o dulce	14
Falta de atención al cliente	13
Granizadas muy Dulces	10
Utilizar material Biodegradable : Cambiar aluminio por papel, no pitillos o portavasos	8
Espacio Pequeño	7
Mensajeros en la entrada / olor a cigarrillo	4
Desaseo Baño / ventilación baño	4
Wifi	4
Placebo costoso : 8 piezas	3
Porción papa pequeña	3
Silla Bebé	3
Mejorar Presentación Perro	2
Pelos en la comida	1
TOTAL	200

Tabla 1 Observaciones Comensales

Fuente: PQRS enero-abril 2019

Mayo: Se realizaron 137 PQRS a comensales.

Gráfico 2 PQRS mayo



Fuente: PQRS mayo 2019

Durante el mes de mayo los resultados de los PQRS fueron: 4.77 Tiempo de espera, 4.88 Presentación de la comida, 4.76 Calidad de las bebidas, 4.89, Atención al Cliente y Ambiente del lugar 4.80.

Junio: Se realizaron 205 PQRS a comensales

Gráfico 3PQRS junio



Fuente: PQRS junio

Durante el mes de junio los resultados de los PQRS fueron: 4.74 Tiempo de espera, 4.90 Presentación de la comida, 4.76 Calidad de las bebidas, 4.95, Atención al Cliente y Ambiente del lugar 4.78.

4.2 Establecer la percepción del Clima Organizacional que tiene los colaboradores de *Inversiones AlRock S.A.S.*

Para el cumplimiento del objetivo del presente objetivo, se retomó lo que en el referente conceptual se advirtió sobre el diagnóstico organizacional, al señalar que no es un fin, sino un primer paso.

Por ello a continuación se registra de manera descriptiva cómo se cumplieron las etapas Generación de la Información y la Organización de la información, para luego exponer las conclusiones, piezas fundamentales para tener datos y poder a partir de ellos tomar decisiones.

Se hace necesario recordar que para la organización de la información se tuvieron en cuenta los aspectos: diseño de procedimientos para el proceso de la información, el almacenamiento apropiado de los datos y el ordenamiento de la información a través de tablas debidamente descritas. La herramienta implementada en *Alrock Burger*, fue la encuesta. Con base en la información obtenida con la entrevista al gerente se plantea una encuesta dirigida con preguntas de selección múltiple y abierta, previamente aprobadas por la gerencia y talento humano, dirigidas a los empleados de las diferentes áreas con el fin de conocer la percepción que tienen sobre la organización. (Ver Anexo B.)

4.3 Mostrar cuantitativamente las opiniones que tienen los colaboradores de *Inversiones AlRock S.A.S.* sobre el Clima Organizacional.

Con propósito de cumplir con lo proyectado a continuación se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los 27 colaboradores. Se concentraron los datos a lo relacionado a los aspectos propios del Clima Organizacional. La primera sección que inicia desde la primera

pregunta hasta el número 37, busca identificar la percepción del empleado sobre el sentido de pertenencia en relación con la empresa.

En la segunda sección que consta de 8 preguntas busca identificar la relación que tiene el empleado con sus respectivos líderes de área (Cocina, mesas, despacho y producción) (Ver Anexo C)

6.1 SECCION 1

1. ¿Se siente satisfecho de ser parte de *Alock*?

Tabla 1. Satisfacción en el lugar de trabajo

Si	78%
No	0%
Algunas veces	28%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta se siente satisfecho por ser parte de *Alock*, el 28% de los encuestados dijeron Algunas veces; 78% dijeron Sí; 0% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

2. ¿Se siente satisfecho por el trabajo que realiza?

Tabla 2. Satisfacción trabajo realizado

Si	78%
No	7%
Algunas veces	11%
No responde	4%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta se siente satisfecho por el trabajo que realiza, el 11% de los encuestados dijeron Algunas veces; 78% dijeron Sí; 7% dijeron NO y un 4% marcaron la opción No Responde.

3. ¿Se siente satisfecho por el trato que recibe dentro *Alrock*?

Tabla 3 Satisfacción trato recibido

Si	52%
No	3%
Algunas veces	41%
No responde	4%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta siente satisfecho por el trato que recibe, el 41% de los encuestados dijeron Algunas veces; 52% dijeron Sí; 3% dijeron NO y un 4% marcaron la opción No Responde.

4. ¿La actitud de mi superior lo impulsa a trabajar más?

Tabla 4 Actitud de mi superior.

Si	41%
No	26%
Algunas veces	29%
No responde	4%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta siente satisfecho por el trato que recibe, el 29% de los encuestados dijeron Algunas veces; 41% dijeron Sí; 26% dijeron NO y un 4% marcaron la opción No Responde.

5. ¿El ambiente de trabajo lo motiva para trabajar?

Tabla 3. Ambiente de trabajo.

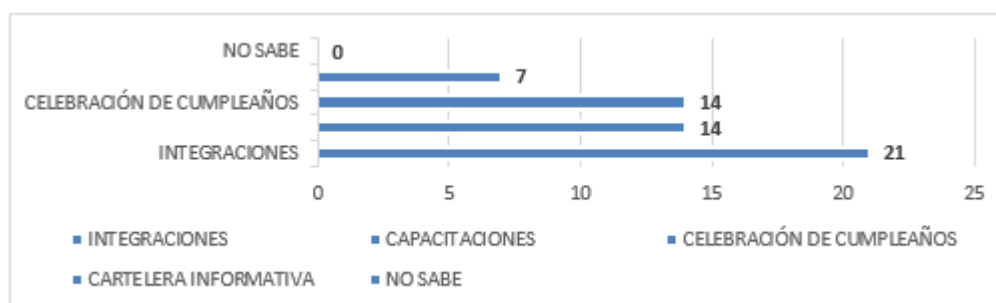
Si	48%
No	4%
Algunas veces	48%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta el ambiente de trabajo lo motiva para trabajar, el 48% de los encuestados dijeron Algunas veces; 48% dijeron Sí; 4% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

6. ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar para que se fortalezcan los valores de la empresa?

Gráfico 4 Actividades que le gustaría en la empresa.



Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta qué tipo de actividad le gustaría realizar para que se fortalezcan los valores de la empresa, el 7% de los encuestados dijeron Cartelera informativa, el 14% Celebración de cumpleaños; 14% dijeron Capacitaciones; 21% dijeron Integraciones y un 0% marcaron la opción No Sabe.

7. ¿Sientes que en *Alock* se preocupan por mantener motivado al trabajador?

Tabla 6 Ambiente de trabajo.

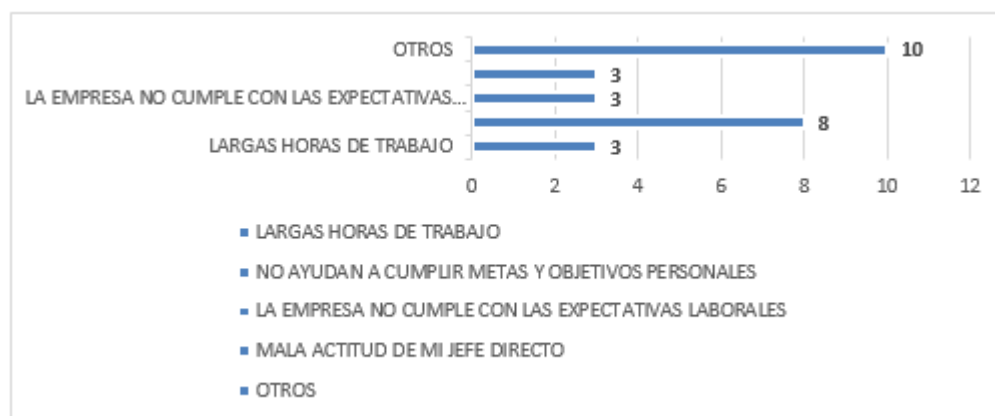
Si	22%
No	22%
Algunas veces	52%
No responde	4%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta sientes que en *Alrock* se preocupan por mantener motivado al trabajador, el 52% de los encuestados dijeron Algunas veces; 22% dijeron Sí; 22% dijeron NO y un 4% marcaron la opción No Responde.

8. Si te has sentido desmotivado, señala las posibles circunstancias:

Gráfico 5 Posibles circunstancias de desmotivación.



Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta Si te has sentido desmotivado, señala las posibles circunstancias, 3 de los trabajadores encuestados dijeron Mala actitud de mi jefe directo; 3 dijeron La empresa no cumple con las expectativas laborales; 8 dijeron No ayudan a cumplir metas y objetivos personales; 3 dijeron Largos horas de trabajo y un 10 marcaron la opción Otros.

9. ¿Encuentra apoyo y confianza en sus superiores para el desarrollo de sus actividades?

Tabla 7. Apoyo y confianza.

Si	22%
No	22%
Algunas veces	52%
No responde	4%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta sientes que en *Alrock* se preocupan por mantener motivado al trabajador, el 52% de los encuestados dijeron Algunas veces; 22% dijeron Sí; 22% dijeron NO y un 4% marcaron la opción No Responde.

10. ¿Al momento de proponer una idea se siente apoyado por sus compañeros de trabajo?

Tabla 8. Apoyo compañeros de trabajo.

Si	41%
No	15%
Algunas veces	44%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta al momento de proponer una idea se siente apoyado por sus compañeros de trabajo, el 44% de los encuestados dijeron Algunas veces; 41% dijeron Sí; 15% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

11. ¿Siente que sus ideas son escuchadas por sus jefes y superiores?

Tabla 9 Ideas escuchadas.

Si	37%
No	18%
Algunas veces	41%
No responde	4%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta siente que sus ideas son escuchadas por sus jefes y superiores, el 41% de los encuestados dijeron Algunas veces; 37% dijeron Sí; 18% dijeron NO y un 4% marcaron la opción No Responde.

12. ¿En *Alrock* le brindan las herramientas necesarias para optimizar su trabajo?

Tabla 4. Herramientas necesarias.

Si	59%
No	4%
Algunas veces	37%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta en *Alrock* le brindan las herramientas necesarias para optimizar su trabajo, el 37% de los encuestados dijeron Algunas veces; 59% dijeron Sí; 4% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

13. ¿Toma decisiones en su trabajo sin consultar con su jefe?

Tabla 5 Decisiones sin consultar al jefe.

Si	0%
No	67%
Algunas veces	33%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta toma decisiones en su trabajo sin consultar con su jefe, el 33% de los encuestados dijeron Algunas veces; 0% dijeron Sí; 67% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

14. ¿Existe colaboración entre los empleados de la empresa *Alrock*?

Tabla 6. Colaboración entre los empleados.

Si	41%
No	0%
Algunas veces	59%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta existe colaboración entre los empleados de la empresa *Alrock*, el 59% de los encuestados dijeron Algunas veces; 41% dijeron Sí; 0% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

15. Los problemas laborales los soluciona con.

Tabla 7. Solución problemas laborales.

Su jefe	48%
Compañeros de trabajo	45%
Solo	0%
Otros	7%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta Los problemas laborales los soluciona con, el 48% de los encuestados dijeron su jefe; 45% dijeron Compañeros de trabajo; 0% dijeron SOLO y un 7% marcaron la opción Otros.

16. La toma de decisiones o las órdenes implementadas en el trabajo son justas, según su criterio.

Tabla 8. Toma de decisiones justas.

Si	37%
No	4%
Algunas veces	59%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta La toma de decisiones o las órdenes implementadas en el trabajo son justas, según su criterio, el 59% de los encuestados dijeron Algunas veces; 37% dijeron Sí; 4% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

17. ¿En *Alock* existen espacios en los cuales sea posible compartir temas de interés con el grupo de trabajo?

Tabla 9. Espacios para compartir con el grupo de trabajo.

Si	29%
No	30%
Algunas veces	41%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta en *Alock* existen espacios en los cuales sea posible compartir temas de interés con el grupo de trabajo, el 41% de los encuestados dijeron Algunas veces; 29% dijeron Sí; 30% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

18. ¿En el trabajo que realiza satisface sus necesidades económicas, de ascensos y aprendizaje?

Tabla 10. Satisfacción necesidades económicas, de ascenso y aprendizaje.

Si	22%
No	30%
Algunas veces	41%
No responde	7%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta en el trabajo que realiza satisface sus necesidades económicas, de ascensos y aprendizaje, el 41% de los encuestados dijeron Algunas veces; 22% dijeron Sí; 30% dijeron NO y un 7% marcaron la opción No Responde.

19. ¿Alock se preocupa por su bienestar?

Tabla 11 Preocupación bienestar.

Si	48%
No	11%
Algunas veces	33%
No responde	8%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta en *Alock* se preocupa por su bienestar, el 33% de los encuestados dijeron Algunas veces; 48% dijeron Sí; 11% dijeron NO y un 8% marcaron la opción No Responde.

20. ¿Alock demuestra tener interés en mí para mi desarrollo personal?

Tabla 12 Preocupación bienestar.

Si	41%
No	11%
Algunas veces	41%
No responde	7%

Fuente: Interés desarrollo personal.

A la pregunta *Alrock* demuestra tener interés en mí para mi desarrollo personal, el 41% de los encuestados dijeron Algunas veces; 41% dijeron Sí; 11% dijeron NO y un 7% marcaron la opción No Responde.

21. Más que un trabajador o empleado ¿siente que hace parte de una familia en *Alrock*?

Tabla 13. Siente que pertenece a una familia en *Alrock*

Si	37%
No	4%
Algunas veces	55%
No responde	4%

Fuente: Interés desarrollo personal.

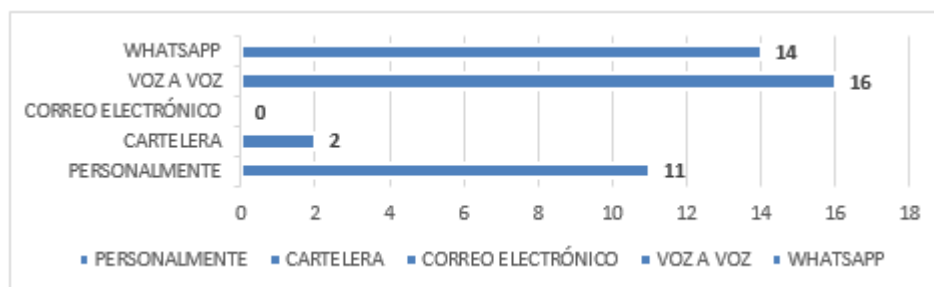
A la pregunta siente que hace parte de una familia en *Alrock*, el 41% de los encuestados dijeron Algunas veces; 41% dijeron Sí; 11% dijeron NO y un 7% marcaron la opción No Responde.

22. Sí respondió la anterior pregunta con un sí o algunas veces, describa en qué momentos se siente parte de la familia *Alrock*:

- Satisfacción por el trabajo bien hecho: 1
- Cuando hay capacitación porque demuestran interés: 6
- Se preocupan por la asistencia a integraciones y capacitaciones: 1
- Cuando se trabaja en equipo y se sacan adelante situaciones: 1
- El trabajo en cocina es un matrimonio. 1
- Tiempo de calidad compartido. 6
- Celebración de cumpleaños: 1
- Cuando hay integraciones en la empresa, el ambiente permite que yo sea tal soy:5
- No responde: 5

23. ¿Cuáles son los canales por los que recibe la información?

Gráfico 6 Canales de información.



Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta cuáles son los canales por los que recibe la información, 14% de los trabajadores encuestados dijeron WhatsApp; 16% dijeron Voz a voz; 0% dijeron Correo Electrónico; 2% dijeron Cartelera y un 11% marcaron la opción Personalmente.

24. ¿Cuenta con los medios de comunicación suficientes para enterarse de lo que acontece en la empresa?

Tabla 14. Medios de comunicación suficientes.

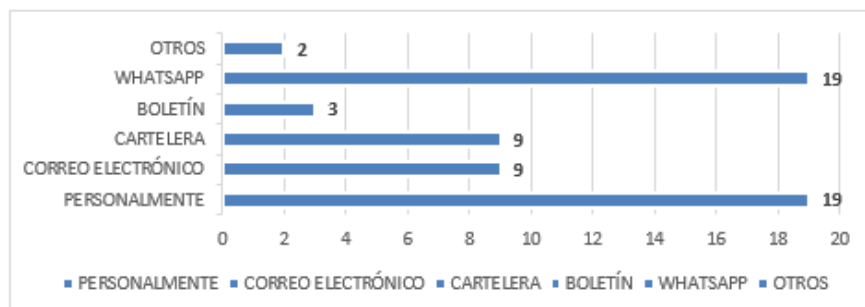
Si	81%
No	19%

Fuente: Interés desarrollo personal.

A la pregunta cuenta con los medios de comunicación suficientes para enterarse de lo que acontece en la empresa, el 81% de los encuestados dijeron y 19% dijeron NO.

25. ¿Por cuáles canales comunicativos le gustaría recibir información de la empresa *Alock*?

Gráfico 7 Canales comunicativos preferidos por los empleados.



Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta por cuáles canales comunicativos le gustaría recibir información de la empresa *Alock*, 19% de los trabajadores encuestados dijeron WhatsApp; 3% dijeron Boletín; 9% dijeron Cartelera; 9% Correo Electrónico; 19% dijeron personalmente y 2% marcaron la opción Otros.

26. ¿Cuenta con un medio que le permita exponer una inconformidad o dar sugerencias?

Tabla 15. Medios de comunicación suficientes.

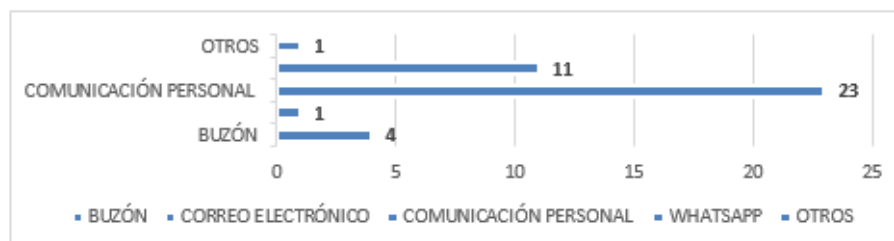
Si	48%
No	52%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta cuenta con un medio que le permita exponer una inconformidad o dar sugerencias, el 48% de los encuestados dijeron Sí y 52% dijeron NO.

27. Si fuera a exponer una queja, recomendación o sugerencia del trabajo ¿qué canal comunicativo le parece más apropiado?

Gráfico 8. Medios de comunicación para exponer queja.



Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta si fuera a exponer una queja, recomendación o sugerencia del trabajo, qué canal comunicativo le parece más apropiado, el 11% de los encuestados dijeron WhatsApp; 23% dijeron Comunicación Personal; 4% dijeron Buzón y 1% dijeron OTROS.

28 ¿Tengo la información actualizada sobre los acontecimientos de la empresa de acuerdo con mi departamento?

Tabla 16. Información actualizada empresa.

Si	48%
No	11%
Algunas veces	41%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta Tengo la información actualizada sobre los acontecimientos de la empresa de acuerdo con mi departamento, el 41% de los encuestados dijeron Algunas veces; 48% dijeron Sí; 11% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

29 ¿Las juntas de trabajo son interesantes y amenas?

Tabla 17. Información actualizada empresa.

Si	52%
No	0%
Algunas veces	48%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción

A la pregunta las juntas de trabajo son interesantes y amenas, el 48% de los encuestados dijeron Algunas veces; 52% dijeron Sí; 0% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

30 ¿Sería interesante contar con un boletín informativo que me proporcione información útil y necesaria acerca de *Alrock*?

Tabla 18. Boletín Informativo.

Si	92%
No	4%
Algunas veces	4%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción

A la pregunta sería interesante contar con un boletín informativo que me proporcione información útil y necesaria acerca de *Alrock*, el 4% de los encuestados dijeron Algunas veces; 92% dijeron Sí; 4% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde.

31 ¿Recibo retroalimentación sobre mi desempeño laboral?

Tabla 25. Retroalimentación desempeño laboral.

Si	15%
No	59%
Algunas veces	26%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta recibo retroalimentación sobre mi desempeño laboral, el 26% de los encuestados dijeron Algunas veces; 15% dijeron Sí; 59% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde

32 ¿La comunicación con mis compañeros es positiva?

Tabla 19. Comunicación entre compañeros.

Si	59%
No	0%
Algunas veces	41%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta recibo retroalimentación sobre mi desempeño laboral, el 41% de los encuestados dijeron Algunas veces; 59% dijeron Sí; 0% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde

33. ¿El flujo de información en mi área de trabajo es adecuado?

Tabla 20. Comunicación entre compañeros.

Si	41%
No	7%
Algunas veces	52%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción

A la pregunta el flujo de información en mi área de trabajo es adecuado, el 52% de los encuestados dijeron Algunas veces; 41% dijeron Sí; 7% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde

34. ¿Cuál es el factor que crees que puede alterar el clima laboral en *Alrock*?

- Actitudes negativas, egos altos: 2
- Los superiores no comparten casi con los trabajadores: 1
- Poca comunicación: 6
- Falta de colaboración entre compañeros: 2
- Malas condiciones del área de trabajo: 1
- Propinas, irrespeto: 3
- Chismes entre compañeros que generan discordias. 4
- Desorden.: 1
- División entre áreas de trabajo. (Subgrupos): 1
- Mal liderazgo: 3
- Inconformidades: 1
- Los jefes no nos alientan, nos desaniman: 1
- Calor sitio de trabajo: 1

35. ¿Se comunica de manera efectiva y rápida con los altos mandos?

Tabla 21. Comunicación entre compañeros.

Si	48%
No	11%
Algunas veces	41%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción

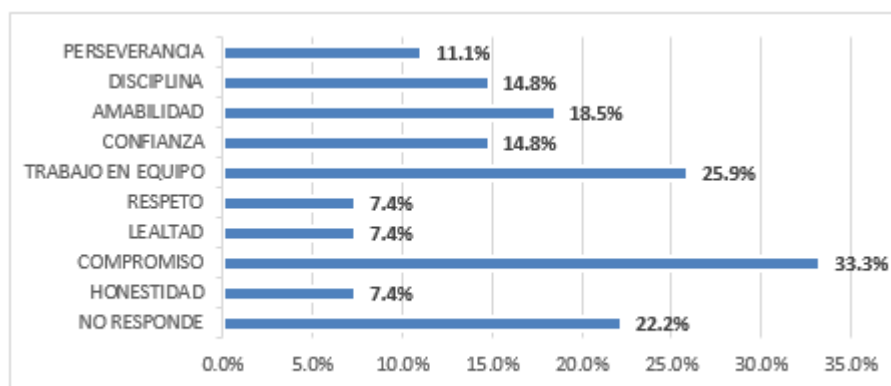
A la pregunta se comunica de manera efectiva y rápida con los altos mandos, el 41% de los encuestados dijeron Algunas veces; 48% dijeron Sí; 11% dijeron NO y un 0% marcaron la opción No Responde

36. Defina en una palabra para usted que significa *Alock*.

- Auténtico
- Seguimos “*Rockeando*”
- Compromiso
- Atracción
- Oportunidad
- Empresa
- Orgullo
- Trabajo
- Calidad
- Innovación
- Perseverancia.
- Emociones
- Economía
- Buen sitio para comer
- Diferente
- Crecimiento
- Familia
- Marca
- Progreso

37. Marque dos valores corporativos con los que usted se siente identificado en *Alock*.

Gráfico 9. Valores corporativos.



Fuente: Encuesta de percepción.

A la pregunta marque dos valores corporativos con los que usted se siente identificado en *Alock*, el 33.3% de los encuestados dijeron compromiso, 25.9% dijeron

Trabajo en equipo, 18.5% Amabilidad, 14.8% dijeron Disciplina, 14.8% dijeron confianza, 11.1% dijeron Perseverancia; 7.4% dijeron Respeto; 7.4% dijeron Lealtad, 7.4% marcaron honestidad y 22.2% no responden.

SECCIÓN 2

RELACIÓN CON EL LÍDER DE ÁREA:

1. ¿Me gusta trabajar bajo las órdenes del líder de área?

Tabla 22. Trabajo bajo órdenes líder de área

Cocina	
Si	30%
No	20%
Algunas veces	50%
No responde	0%
Mesas	
Si	60%
No	0%
Algunas veces	40%
No responde	0%
Despacho	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Producción	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

Se preguntó si le gusta trabajar bajo las órdenes del líder de área.

Cocina: el 30% dijo Si, 20% dijo no, 50% algunas veces y 0% No responde.

Mesas: el 60% dijo Si, 0% dijo no, 40% algunas veces y 0% No responde.

Despacho: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Producción: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

2. ¿Mi líder de área establece objetivos realistas?

Tabla 23. Objetivos realistas líder de área

Cocina	
Si	30%
No	40%
Algunas veces	30%
No responde	0%
Mesas	
Si	70%
No	0%
Algunas veces	30%
No responde	0%
Despacho	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Producción	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

Se preguntó sobre si el líder de área establece objetivos realistas

Cocina: el 30% dijo Si, 40% dijo no, 30% algunas veces y 0% No responde.

Mesas: el 70% dijo Si, 0% dijo no, 30% algunas veces y 0% No responde.

Despacho: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Producción: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

3. ¿Mi líder de área es respetuoso conmigo?

Tabla 24. Respeto del líder de área

Cocina	
Si	30%
No	40%
Algunas veces	30%
No responde	0%
Mesas	
Si	70%
No	0%
Algunas veces	30%
No responde	0%
Despacho	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Producción	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

Se preguntó sobre si el líder de área es respetuoso

Cocina: el 30% dijo Si, 40% dijo no, 30% algunas veces y 0% No responde.

Mesas: el 70% dijo Si, 0% dijo no, 30% algunas veces y 0% No responde.

Despacho: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Producción: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

4. ¿La forma de ser del jefe de área es un buen ejemplo para seguir para desempeñar mi trabajo?

Tabla 25. Buen ejemplo líder de área

Cocina	
Si	30%
No	60%
Algunas veces	10%
No responde	0%
Mesas	
Si	80%
No	0%
Algunas veces	20%
No responde	0%
Despacho	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Producción	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

Se preguntó sobre si el líder de área es buen ejemplo.

Cocina: el 30% dijo Si, 60% dijo no, 10% algunas veces y 0% No responde.

Mesas: el 80% dijo Si, 0% dijo no, 20% algunas veces y 0% No responde.

Despacho: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Producción: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

5. ¿Cuándo el jefe de área le llama la atención a alguien, lo hace con justicia?

Tabla 26. Llamado de atención por el líder de área

Cocina	
Si	20%
No	30%
Algunas veces	50%
No responde	0%
Mesas	
Si	60%
No	40%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Despacho	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Producción	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

Se preguntó sobre si el jefe de área le llama la atención a alguien, lo hace con justicia

Cocina: el 20% dijo Si, 30% dijo no, 50% algunas veces y 0% No responde.

Mesas: el 60% dijo Si, 40% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Despacho: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Producción: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

6. ¿Cuándo tengo problemas personales mi líder de área es accesible?

Tabla 27. Líder de área accesible.

Cocina	
Si	30%
No	30%
Algunas veces	30%
No responde	10%
Mesas	
Si	70%
No	30%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Despacho	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Producción	
Si	67%
No	0%
Algunas veces	33%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción.

Se preguntó sobre si cuándo tiene problemas personales el líder de área es accesible.

Cocina: el 30% dijo Si, 30% dijo no, 30% algunas veces y 10% No responde.

Mesas: el 70% dijo Si, 30% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Despacho: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Producción: el 67% dijo Si, 0% dijo no, 33% algunas veces y 0% No responde.

7. ¿Mi líder de área exige de buena forma el cumplimiento del trabajo por parte del personal?

Tabla 28. Cumplimiento líder de área

Cocina	
Si	30%
No	30%
Algunas veces	40%
No responde	0%
Mesas	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Despacho	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Producción	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción

Se preguntó sobre si líder de área exige de buena forma el cumplimiento del trabajo por parte del personal.

Cocina: el 30% dijo Si, 30% dijo no, 40% algunas veces y 0% No responde.

Mesas: el 100% dijo Si, 30% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Despacho: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Producción: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

8. ¿La comunicación con mi líder de área es positiva?

Tabla 29. Comunicación líder de área.

Cocina	
Si	50%
No	10%
Algunas veces	40%
No responde	0%
Mesas	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Despacho	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%
Producción	
Si	100%
No	0%
Algunas veces	0%
No responde	0%

Fuente: Encuesta de percepción

Se preguntó sobre si la comunicación con el líder de área es positiva

Cocina: el 50% dijo Si, 10% dijo no, 40% algunas veces y 0% No responde.

Mesas: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Despacho: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

Producción: el 100% dijo Si, 0% dijo no, 0% algunas veces y 0% No responde.

4.4 Proponer el uso de un Plan Estratégico de Comunicación, PEC, para el fortalecimiento del Clima Organizacional en *Inversiones AlRock S.A.S.*

El diseño y ejecución del PECO lleva la participación de varias áreas dentro de la organización de la mano de DIRCOM, se denomina este término al Director de Comunicaciones y es quién se asegura de que se genere un PECO y se ejecute en lo establecido, además de liderar o apoyar algunos procesos, programas o herramientas de comunicación. Sin embargo, tendrá muchos colaboradores dentro de la organización ya que en su ejecución se trabajará en conjunto con otras áreas para la realización de las responsabilidades diarias que participan en el desarrollo del plan estratégico de comunicación. El DIRCOM muchas veces liderará o acompañará, pero él siempre se asegurará de definir y asegurar la garantía de la coherencia entre “la comunicación, el comportamiento y los hechos de toda la organización, a través del trabajo en equipo y coordinado con sus diferentes estamentos”. (Aljure, 2015, p. 85)

El diseño del PECO es responsabilidad exclusiva del DIRCOM, con la participación de algunos miembros de la organización, ya que muchos de los participantes suministran información relevante para su desarrollo, realización de análisis, generación o validación de definiciones para la contribución de conocimiento, entendimiento, notoriedad e imagen de los *stakeholders* de la organización, contando con el asesoramiento de los procesos por parte del DIRCOM. En el caso de *Inversiones Alrock Burger S.A.S*, la ejecución estaría a cargo de la gerencia ya que actualmente no cuentan con el departamento de comunicación. Para desarrollar el plan estratégico de comunicación es importante diagnosticar las necesidades y dificultades que se presentan en la organización.

Diseñar un Plan Estratégico de Comunicación, PECO, según Aljure (2015), se genera como resultado del proceso de planeación estratégica de comunicación. Se plantea a partir de la necesidad de que las comunicaciones sean planificadas teniendo como fin que estas sean claras y efectivas con los diferentes públicos, conlleva al análisis de situación y generación de diagnóstico de comunicación, objetivos de comunicación, públicos asociados, mensajes, canales, medios, acciones y tácticas para transmitir los mensajes propuestos, cabe resaltar que el PECO se divide en:

Plan de comunicación externa: dirigido a la percepción de los públicos externos.

Plan de comunicación interna: dirigido a los públicos internos de la organización.

El PECO, basado en la metodología de Andrés Aljure tiene las siguientes etapas:

- 1. Análisis de la situación:** se buscará la información base para identificar el estado actual de la organización.
- 2. Análisis DOFA:** sintetizar la información anterior para identificar debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.
- 3. Definición de objetivos:** plantear objetivos que fundamentan los resultados de las etapas anteriores.
- 4. Definición del plan de acción:** desarrollar un plan con estrategias, tácticas, y herramientas para lograr los objetivos. (Cronograma, presupuesto e indicadores).

4.5 Apoyar actividades referentes a la comunicación y divulgación de *Inversiones AlRock S.A.S.*

Con respecto a las demás actividades realizadas durante el tiempo de Pasantía se puede describir lo siguiente:

- Proporcionar información y soporte con relación a los productos y servicios a través de las redes sociales (Horarios, reserva, menú, música en vivo)
- Difusión de los diferentes eventos a través de las redes sociales: fan page de Facebook de Bogotá y Bucaramanga, Instagram.
- Canalizar quejas, reclamos y sugerencias por parte de los clientes vía telefónica, redes, sociales y personalmente.
- Coordinar citas para alianzas comerciales (Empresarios de entretenimiento, Influenciadores, Apps y medios de comunicación). Dalila Tapias – Concierto Juan Pablo Vega, Ivan Gutiérrez – Dave Evans, *Eventsite* plataforma de entretenimiento, Youtuber, influencer y foodies: @jordyoficial, @foodieesposos, @tatanfue, @juanosorio2, @DiegoCaricatura (Ver Anexo D y E)
- Elaboración y socialización de balances sobre las encuestas de los clientes: Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencia, PQRS recibidos.

5. CONCLUSIONES

Los procesos de comunicación y medios de divulgación de mayor presencia en *Inversiones AIRock S.A.S.*, se pueden describir desde la comunicación interna y comunicación externa. De la primera sobre salen como medio de comunicación formal interno es el WhatsApp debido a que permite la fácil comunicación con la gerencia, a su vez permite conectar a todos los integrantes de la organización ya que la información llega de manera directa y oportuna. Las diferentes reuniones entre los miembros permiten mejorar las relaciones de trabajo.

En general la percepción del Clima Organizacional que tiene los colaboradores de *Inversiones AIRock S.A.S.* es bueno debido a que la mayoría de sus empleados siente afinidad y sentido de pertenencia con la organización. Sin embargo, se presentan falencias importantes en las relaciones laborales en el área de cocina. Una estrategia útil para fortalecer este ámbito puede ser basada en el refuerzo de la comunicación gerencial para fomentar procesos de cambio en el diálogo, buscando crear confianza para reactivar la motivación en pro de los objetivos corporativos.

Un Plan Estratégico de Comunicación, PECO, es una propuesta viable para el fortalecimiento del Clima Organizacional porque cabe resaltar que la comunicación debe ser un proceso de intercambio dinámico y constante de información entre los miembros de la organización, involucrando a los colaboradores como principal recurso para lograr los objetivos planteados y así a medida que la organización va creciendo, va fortaleciendo la imagen hacia sus públicos internos (directivos y colaboradores), mejorando la comunicación entre los directores de área y sus subalternos, logrando optimizar los medios de comunicación y la creación de políticas que informen de manera adecuada entre los diferentes departamentos. La implementación de estrategias de comunicación debe ser adoptada por la empresa entendiendo que son parte fundamental para alcanzar los objetivos y que no debe ser considerada únicamente como medio de

emergencia en casos de afectación del clima laboral, crisis o de reputación afectada. Si bien puede ser muy útil, ésta posee un campo de acción integral y como tal puede ser una gran oportunidad para los profesionales de la comunicación ya que muchas de las empresas de la región no cuentan con un departamento formal de comunicación o desconocen el potencial de esta labor.

Los aportes más significativos del referente conceptual utilizado para la Pasantía fueron la fidelización con los clientes porque se logró un acercamiento hacia los comensales que sintieron que sus opiniones y experiencias fueron tenidas en cuenta por parte de la organización.

6. RECOMENDACIONES

Se sugiere la creación de una estrategia comunicativa bidireccional puede ser una herramienta estratégica para el mejoramiento en el manejo de la información y la comunicación de Inversiones Al Rock S.A.S sino también implementar tácticas colectivas de reconocimiento, de convivencia y de comunicación asertiva debido a que las reuniones suelen ser de carácter unidireccional descendente y esto conlleva a que los empleados no tengan la posibilidad de realizar una retroalimentación y una comprensión correcta de lo que se les informa y por ende el clima organizacional queda afectado por las confusiones.

BIBLIOGRAFÍA

Andrés Aljure Saab, El plan estratégico de la comunicación, Método y recomendaciones prácticas para su elaboración, Colombia, Editorial UOC 2015

Carlos Fernández Collado, La comunicación en las organizaciones. México: Editorial. Trillas, 1999

Francisca Morales Serrano, La comunicación Interna. Herramienta estratégica de gestión para las empresas, Barcelona, ed. Gestión 2000, 2001

Gary Krep, La comunicación de las organizaciones Capítulos 3 y 4 Addison-Wesley Iberoamericana, USA, 1995

Carlos G Ramos Padilla, La comunicación, un punto de vista organizacional. México, Editorial Trillas, 1991

Keith Davis, Comportamiento Humano en el trabajo. México, Mc. Graw-Hill, 1999

ANEXOS

Anexo A

ENTREVISTA	
Pregunta	Respuesta
1. <i>¿Cómo nace Alrock Burger?</i>	En enero 15 de 2016 Cesar Téllez vendió un restaurante de comida rápida en el barrio Provenza a Juan Sebastián Pérez, quien bien como una buena idea emprendimiento. Al adquirir este negocio hizo cambio de recetas, logo y remodelación del establecimiento. En 2018 la constituyo ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga como <i>Inversiones Alrock S.A.S</i>
2. <i>¿Por qué el nombre AlRock?</i>	Son hamburguesas al carbón o sea al rock, inspiradas por el género musical.
3. <i>¿Cuál es la identidad corporativa de Alrock: Misión, visión, valores corporativo?</i>	No esta establecidos pero logo, colores institucionales y eslogan si, realizados por la agencia <i>Visuadio</i> .
4. <i>¿Cuál podría ser una posible misión de Alrock?</i>	Transmitir experiencias gastronómicas al mejor estilo de Alrock
5. <i>¿Cuál podría ser una posible visión de Alrock?</i>	Expandir el sabor del rock, afianzando la marca. Liderar en el mercado. Reforzar las ventas con <i>delivery</i> en Bucaramanga y en Bogotá a 2022.
6. <i>¿Cuáles podrían ser los posibles valores corporativos de AlRock?</i>	Pasión, Servicio, Compromiso, perseverancia, lealtad, trabajo en equipo, eficiencia
7. <i>¿Alrock tiene publicaciones en algún medio?</i>	Revista de mesa, periódico vanguardia, nota de televisión en Guane Visión de Piedecuesta.
8. <i>¿Alrock tiene algún premio o reconocimiento?</i>	Premios <i>La Barra</i> en la categoría Mejor Restaurante casual en 2018, 2do lugar mejor hamburguesa en <i>Burger Master 2018</i> en Bucaramanga,

Anexo B

Fecha de Aplicación: ____ / ____ / ____
 Sexo: M ____ F ____
 Edad: 18- 29 ____ 30-39 ____ 40- 50 ____



La siguiente encuesta está formulada con el fin de conocer las opiniones de los trabajadores de AIRock Burger para identificar el sentido de pertenencia y el clima organizacional, procesos que influyen en el desempeño laboral, por favor sea franco y transparente en sus respuestas, su opinión es muy importante para nosotros porque su satisfacción es nuestro primer objetivo. Con el fin de garantizar confidencialidad la encuesta no llevará el nombre de quien la contestó.

Marque con una X en la casilla que corresponde a su respuesta y complete según su criterio, Algunas respuestas pueden ser de selección múltiple

1. ¿Se siente satisfecho de ser parte de AIRock?

Sí ____ No ____
 Algunas veces ____ No Responde ____

2. ¿Se siente satisfecho por el trabajo que realiza?

Sí ____ No ____
 Algunas veces ____ No Responde ____

3. ¿Se siente satisfecho por el trato que recibe dentro AIRock?

Sí ____ No ____
 Algunas veces ____ No Responde ____

4. ¿La actitud de mi superior lo impulsa a trabajar más?

Sí ____ No ____
 Algunas veces ____ No Responde ____

5. ¿El ambiente de trabajo lo motiva para trabajar?

Sí ____ No ____
 Algunas veces ____ No Responde ____

6. ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar para que se fortalezcan los valores de la empresa?

Integraciones ____ Capacitaciones ____
 Celebración de Cumpleaños ____ Cartelera Informativa ____
 No sabe ____ Otros _____

7. ¿Sientes que en AIRock se preocupan por mantener motivado al trabajador?

Sí ____ No ____
 Algunas veces ____ No Responde ____

8. Si te has sentido desmotivado, señala las posibles circunstancias:

Por las largas horas de trabajo ____
 Porque no lo ayudan a cumplir sus metas y objetivos personales ____
 La empresa no cumple con sus expectativas laborales ____
 Mala actitud de mi jefe directo ____

9. ¿Encuentra apoyo y confianza en sus superiores para el desarrollo de sus actividades?

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

10. ¿Al momento de proponer una idea se siente apoyado por sus compañeros de trabajo?

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

11. ¿Siente que sus ideas son escuchadas por sus jefes y superiores?

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

12. ¿En AIRock le brindan las herramientas necesarias para optimizar su trabajo?

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

13. ¿Toma decisiones en su trabajo sin consultar con su jefe?

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

14. ¿Existe colaboración entre los empleados de la empresa AIRock?

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

15. Los problemas laborales los resuelve con:

Su Jefe _____ Su Compañeros de Trabajo _____
 Solo _____ Otros _____

16. La toma de decisiones o las órdenes implementadas en el trabajo son justas, según su criterio:

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

17. ¿En AIRock existen espacios en los cuales sea posible compartir temas de interés con el grupo de trabajo?

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

18. ¿En el trabajo que realiza satisface sus necesidades económicas, de ascensos y aprendizaje?

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

19. ¿AIRock se preocupa por su bienestar?

Sí _____ No _____
 Algunas veces _____ No Responde _____

20. ¿AIRock demuestra tener interés en mí para mi desarrollo personal?

Si No
 Algunas veces No Responde

21. Más que un trabajador o empleado ¿siente que hace parte de una familia en AIRock?

Si No
 Algunas veces No Responde

22. Si respondió la anterior pregunta con un sí o algunas veces, describa en qué momentos se siente parte de la familia AIRock:

23. ¿Cuáles son los canales por los que recibe la información?

Personalmente Cartelera
 Correo electrónico Voz a voz
 Otro ¿Cuál? _____

24. ¿Cuenta con los medios de comunicación suficientes para enterarse de lo que acontece en la empresa?

Si No

25. ¿Por cuáles canales comunicativos le gustaría recibir información de la empresa AIRock?

Personalmente Correo Electrónico Cartelera Boletín
 WhatsApp Otros ¿Cuáles? _____

26. ¿Cuenta con un medio que le permita exponer una Inconformidad o dar sugerencias?

Si No

27. Si fuera a exponer una queja, recomendación o sugerencia del trabajo ¿qué canal comunicativo le parece más apropiado?

Buzón Correo Electrónico Comunicación Personal
 WhatsApp Otros ¿Cuáles? _____

28. ¿Tengo la información actualizada sobre los acontecimientos de la empresa de acuerdo a mi departamento?

Si No
 Algunas veces No Responde

29. ¿Las Juntas de trabajo son interesantes y amenas?

Si No
 Algunas veces No Responde

30. ¿Sería interesante contar con un boletín informativo que me proporcione información útil y necesaria acerca de AIRock?

Si No
 Algunas veces No Responde

31. ¿Recibo retroalimentación sobre mi desempeño laboral?

Si No
 Algunas veces No Responde

32. ¿La comunicación con mis compañeros es positiva?

Si No
 Algunas veces No Responde

33. ¿El flujo de información en mi área de trabajo es adecuado?

Si No
 Algunas veces No Responde

34. ¿Cuál es el factor que cree que puede alterar el clima laboral en AiRock?

35. ¿Se comunica de manera efectiva y rápida con los altos mandos?

Si No
 Algunas veces No Responde

36. Defina en una palabra para usted que significa AiRock

37. Marque dos valores corporativos con los que usted se siente identificado en AiRock:

Honestidad <input type="checkbox"/>	Compromiso <input type="checkbox"/>	Lealtad <input type="checkbox"/>
Respeto <input type="checkbox"/>	Trabajo en equipo <input type="checkbox"/>	Confianza <input type="checkbox"/>
Amabilidad <input type="checkbox"/>	Disciplina <input type="checkbox"/>	Perseverancia <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____		

Anexo C

RELACION CON EL LIDER DE AREA

Especifique su área: _____

1. ¿Me gusta trabajar bajo las órdenes del líder de área?

Si No
 Algunas veces No Responde

2. ¿Mi líder de área establece objetivos realistas?

Si No
 Algunas veces No Responde

3. ¿Mi líder de área es respetuoso conmigo?

Si No
 Algunas veces No Responde

4. ¿La forma de ser del jefe de área es un buen ejemplo a seguir para desempeñar mi trabajo?

Si No
 Algunas veces No Responde

5. ¿Cuándo el jefe de área te llama la atención a alguien, lo hace con justicia?

Si No
 Algunas veces No Responde

6. ¿Cuándo tengo problemas personales mi líder de área es accesible?

Si No
 Algunas veces No Responde

7. ¿Mi líder de área exige de buena forma el cumplimiento del trabajo por parte del personal?

Si No
 Algunas veces No Responde

8. ¿La comunicación con mi líder de área es positiva?

Si No
 Algunas veces No Responde

Anexo D



Anexo E

