

**Plan de Comunicación Estratégico para el Bienestar Laboral de CO&TEX S.A.S**

**Diana Milena Pérez Hincapié**

**Universidad Católica de Manizales UCM**

**Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Teología**

**Programa de Publicidad**

**Manizales – Caldas**

**2018**

## Tabla de Contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>5</b>
<b>Problema de Investigación .....</b>	<b>7</b>
<b>Justificación.....</b>	<b>9</b>
<b>Antecedentes .....</b>	<b>10</b>
CO&TEX S.A.S.....	10
La empresa .....	10
Plan de comunicación actual CO&TEX S.A.S .....	12
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>15</b>
General .....	15
Específicos .....	15
<b>CAPÍTULO 1 .....</b>	<b>16</b>
<b>Marco de Referencia .....</b>	<b>16</b>
Acercamiento a los referentes teóricos y conceptuales del proyecto de desarrollo.....	16
Comunicación estratégica .....	17
Comunicación Organizacional.....	19
Bienestar laboral y su impacto de una comunicación acertada .....	21
Indicadores de Gestión.....	23
Plan de Comunicaciones .....	25
Fases de un plan de comunicación interna .....	26
Indicadores de un plan de Comunicación.....	29
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>31</b>

<b>Metodología.....</b>	<b>31</b>
Matriz DOFA.....	31
Tipo de Investigación.....	33
Muestra y Población .....	33
Encuesta.....	35
<b>Impacto del plan de Bienestar Laboral .....</b>	<b>36</b>
Análisis de la información.....	36
Clima Organizacional.....	36
Seguridad y salud en el trabajo.....	43
Bienestar Laboral.....	46
Diagnóstico estratégico.....	54
Propuesta .....	54
Plan de Comunicación.....	54
<b>Conclusiones.....</b>	<b>62</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>64</b>

## Lista de Tablas

Tabla 1. Plan de Comunicación Interno CO&TEX S.A.S 2016 / 2017.....	13
Tabla 2. Matriz DOFA CO&TEX S.A.S .....	31
Tabla 3. Población CO&TEX S.A.S.....	33
Tabla 4. Nivel de Confianza .....	34
Tabla 5. Valor total de la muestra aplicada.....	35
Tabla 6 Clima Organizacional / Programa para el área personal.....	56

Tabla 7 Bienestar Laboral / Programa motivacional .....	57
<i>Tabla 8.</i> Seguridad y salud en el trabajo / Programa para el área de salud .....	60

### **Lista de Figuras**

Figura 1 Ambiente de trabajo. Fuente (Elaboración propia) .....	37
Figura 2 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia .....	37
Figura 3 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia. ....	38
Figura 4 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia .....	39
Figura 5 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia .....	40
Figura 6 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia .....	41
Figura 7 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia .....	42
Figura 8 Seguridad y Salud en el Trabajo. Fuente: Elaboración propia .....	43
Figura 9 Seguridad y Salud en el Trabajo. Fuente: Elaboración propia .....	44
Figura 10 Seguridad y Salud en el Trabajo. Fuente: Elaboración propia. ....	45
Figura 11 Seguridad y Salud en el Trabajo. Fuente: Elaboración propia .....	46
Figura 12 Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia. ....	47
Figura 13. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia .....	48
Figura 14. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia .....	49
Figura 15. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia. ....	50
Figura 16. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia. ....	51
Figura 17. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia. ....	52
Figura 18. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia. ....	53

## Introducción

*“La comunicación es reconocida por las empresas como un factor clave para la rentabilidad y un aliado para conseguir sus objetivos estratégicos en situaciones de cambio”.* (Morales, 2012, pp. 46-51)

Es decir, la comunicación interna de cualquier organización, es una herramienta estratégica; mediante su correcto uso se puede transmitir de manera eficaz a los colaboradores el objetivo y valor que promueve la organización, lo que genera entonces una cultura y sentido de pertenencia hacia la empresa. Por esta razón, es importante que en todas las organizaciones exista un lenguaje de comunicación único donde permita a todos los miembros interactuar de manera fluida teniendo claro y definido sus principios y valores.

Con relación a lo anterior, tenemos que el objetivo principal del proyecto de desarrollo como trabajo de grado, está en proponer un plan de comunicación que brinde a todos los colaboradores de CO&TEX S.A.S una solución pensada y articulada donde sean ellos los que se apropien y entiendan su papel como integrantes de dicha organización con los diferentes programas y actividades que se proponen desde la dirección de Gestión Humana. A partir de esto, se formula la creación de estrategias innovadoras que abarquen la necesidad de cada uno de los integrantes, siendo involucrados de manera positiva, generando recursos para orientar su desempeño hacia la motivación y coordinación de un excelente bienestar laboral.

Para Morales, (2012) *la Comunicación Interna concierne a todos los componentes de la empresa desde la dirección general, pasando por los cuadros, directivos y empleados*. Se entiende entonces que las estrategias de comunicación se deben dar de forma bidireccional, esto significa entablar una sinergia clara y constante entre colaboradores y superiores. Se necesita interacción constante y colaborativa entre todos los miembros de la organización; de esta manera se logra una buena cultura organizacional orientada a una motivación constante del trabajador por parte de talento humano.

En este sentido, este proyecto se enfoca hacia la creación de una estrategia comunicativa sujeta y proyectado en un Plan de Comunicación que permita a la organización CO&TEX S.A.S generar un mismo lenguaje encauzado siempre al bienestar laboral, fomentando la satisfacción, el desempeño y la motivación de los colaboradores e incrementando su calidad de vida laboral y personal.

En consecuencia, para alcanzar el objetivo anteriormente mencionado, es importante utilizar medios y herramientas de información (Entrevistas – Encuestas - PQRS) que nos permitan tener una percepción mas amplia desde los mismos colaboradores de la organización; de esta manera llevar a cabo mejoras o posibles soluciones dentro de un Plan de Bienestar Laboral.

Finalmente, se tiene en cuenta que el plan de comunicación a desarrollar se debe complementar con indicadores de medición y análisis de impacto, obteniendo información clave, regular y formal de las opiniones de los colaboradores en cuanto a su satisfacción y aportes para el Plan de Bienestar Laboral, logrando así una Comunicación efectiva dándole un valor agregado no sólo a las actividades a desarrollar, sino a COYTEX S.A.S como una organización holística e innovadora.

## **Problema de Investigación**

A través de la historia se ha entendido el Bienestar Laboral como una alternativa que integra lo psicosocial y lo teórico, implementado en un adecuado sistema de comunicación organizacional; si atendemos las palabras de Kats & Kahn (1986), la comunicación dentro de una organización podría entenderse como una red tejida entre los elementos que conforman dicha organización, unida a esta su característica esencial, ser un sistema. A esta definición podemos sumar la de Marín (1997), añadiendo que la comunicación es el cemento con el que las unidades integradas en la empresa se mantienen unidas. Varias definiciones que coinciden desde sus inicios en programas de bienestar, pensando en mejorar las condiciones del colaborador en su sitio de trabajo. Para la actualidad el tema se desarrolla desde la psicología moderna, integrado a un tema de estudio de gran importancia para las ciencias sociales y la psicología misma, planteando inicialmente un plan de comunicación integrado a toda organización.

Teniendo en cuenta los requerimientos establecidos que exige un proyecto de desarrollo, se inicia por los antecedentes del problema, es así como esto nos ayuda a delimitar dicha investigación, buscando ilustrar y entender cómo llegar al planteamiento del problema, encontrando finalmente resolver y direccionar el proyecto para lograr los objetivos establecidos.

Para orientar dicho proyecto se plantea una pregunta problema que nos brinde la oportunidad de avanzar en un proceso coherente de investigación, de la siguiente manera.

*¿Cómo generar un Plan de Comunicaciones estratégico para el Plan de Bienestar laboral de CO&TEX S.A.S , que tenga impacto en su organización y que sea efectivo?*

Desde esta perspectiva, para lograr metas estratégicas, la temática por abordar el Plan de Bienestar Laboral como eje principal de investigación y establecer procesos comunicacionales se centra en ofrecer una difusión exitosa del mensaje mediante un plan estratégico de comunicación y los pertinentes indicadores que permitan medir el impacto dentro de la organización.

CO&TEX S.A.S y su Plan de Bienestar Laboral se enfocan en el talento humano (Administrativo y Operativo) para generar tácticas innovadoras de comunicación y espacios con el bienestar de los mismos. Estas actividades han tenido un éxito por separado, sin embargo, no presentan una articulación en su plan de comunicación, que se materialice y centre la participación de todos los colaboradores. Es importante generar e implementar un adecuado plan de comunicación que sea efectivo.

Se tiene en cuenta, que el problema de investigación nace de una necesidad de comunicación presentada en la organización CO&TEX S.A.S expuesta directamente por su Coordinadora de Bienestar Laboral, pues resulta de forma significativa en el Bienestar de su Talento Humano y de la autonomía y sentido de pertenencia de cada colaborador.



## Justificación

“La planificación de la comunicación interna consiste en implementar, según la estrategia, una serie de variables de comunicación como elementos comunes que intervienen en todo el proceso comunicacional a través de un conjunto de programas coherentes e integrados” (Sánchez, 2015)

El Plan de Comunicación estratégica de toda organización puede definir entonces el centro principal en la gestión organizacional y laboral. Lo anterior enmarcado en un contexto planeado, con objetivos claros que hacen posible que la organización y sus colaboradores estén en constante aprendizaje y adaptación; es así como esta investigación permite desarrollar una posible solución en la parte de comunicación para la empresa CO&TEX S.A.S, autores como Aristóteles afirma: “*el hombre es sociable por naturaleza*”, con lo anterior se entiende entonces la importancia de un Plan de Comunicación asertivo para una organización en constante evolución en su parte de Bienestar Laboral, así también coincide Urrutia (1999) con su afirmación: “ La información interna es inherente a las organizaciones. Y es que, una empresa es, al fin y al cabo, un conjunto de personas que interaccionan intercambiando información, Por ello, la información interna en una organización se considera mucho mas importante que la información externa” (Arrivas Urrutia, 2000).

Con la presente investigación se quiere mostrar de igual manera el impacto entre la comunicación y el desarrollo organizacional generando un positivo cambio con el bienestar

laboral por medio de un Plan de Comunicación bien constituido reflejado en el clima laboral, la cultura y la toma de decisiones.

## **Antecedentes**

### **CO&TEX S.A.S**

#### **La empresa**

Empresa de confección fundada el 11 de Septiembre de 1980. Inicia labores con 40 personas y una producción de 400 unidades diarias. Actualmente cuenta con una planta de personal de 1.700 personas y una capacidad de más de 20.000 unidades diarias.

Empresa orgullosamente colombiana. Pertenecer al sector textil los obliga a estar a la vanguardia de las tendencias en prendas de vestir, razón por la cual todos sus procesos de diseño y confección son elaborados por manos expertas apoyados en tecnología de punta.

CO & TEX le abre las puertas a su empresa y al mundo. Su propósito es ser un aliado en sus proyectos empresariales dentro del sector textil, seguros de poder ofrecerle un servicio excelente, confiable y un producto competitivo cumpliendo con altos estándares de calidad.

(CO&TEX S.A.S, 2017)

#### ***Misión***

Diseño, elaboración y comercialización de prendas de vestir, bordados y procesos industriales, aplicando tecnología de punta, en busca de la satisfacción del cliente, el bienestar de los trabajadores y la conservación del medio ambiente, aportando al desarrollo socioeconómico del país. (CO&TEX S.A.S, 2017)

### ***Visión***

CO & TEX incrementará su capacidad productiva mediante un plan de internacionalización generando rentabilidad y crecimiento, asegurando el bienestar de los trabajadores y preservando el medio ambiente. (CO&TEX S.A.S, 2017)

### ***Política de Calidad***

La alta dirección de CO & TEX S.A.S asume el compromiso de implementar y mejorar continuamente su sistema de gestión integrado basado en los requisitos normativos, ISO 9001, OHSAS 18001 e ISO 14001, identificando riesgos y oportunidades dentro del contexto de la organización y así lograr sus propósitos y el direccionamiento estratégico establecido, dando cumplimiento a la legislación vigente y otros requisitos que se suscriban aplicables a su actividad.

Cumpliendo con los acuerdos establecidos con sus clientes, logrando su satisfacción con el Diseño, elaboración y comercialización de prendas de vestir, bordados y procesos Industriales, realizados con buena eficiencia y excelente calidad.

Están comprometidos con el bienestar físico y mental de sus trabajadores, contratistas, subcontratistas y visitantes, identificando los peligros, evaluando y valorando los riesgos y estableciendo los respectivos controles, con el fin de lograr un ambiente de trabajo seguro y así minimizar y evitar los riesgos de incidente, accidente y enfermedad laboral en la organización.

De la misma manera, consideran el Medio Ambiente como factor primordial dentro de su actividad empresarial, y por esto; propone por la protección del entorno, minimizando y controlando los aspectos e impactos ambientales, por medio de programas ambientalmente sostenibles.

Lo anterior se logra mediante la participación de personal idóneo y comprometido con los objetivos de calidad, ambiental, seguridad y salud en el trabajo y con los principios y valores de la organización. Esta política está dirigida a partes interesadas.

Una empresa con sentido y responsabilidad social. (CO&TEX S.A.S, 2017)

### **Plan de comunicación actual CO&TEX S.A.S**

El área de Gestión Humana de la organización cuenta con un plan de Bienestar Laboral Integral que fomenta el sentido de pertenencia y el excelente clima organizacional, elaborando cada año actividades innovadoras que integran al colaborador con sus familias aportando al desarrollo del Talento Humano. Dichas estrategias se difunden través de medios convencionales utilizados en la organización como lo son: Altavoz, pantallas, correo directo, carteleras y PQRS. Sin embargo, no cuentan con un plan articulado de comunicación donde se les facilite la fluidez del mensaje con los miembros de la empresa. Así mismo se sienten obligados a improvisar en el momento que por ley deben comunicar como lo es con el tema **SG SST** Sistema de Gestión y Seguridad en el Trabajo.

Tabla 1. *Plan de Comunicación Interno CO&TEX S.A.S 2016 / 2017*

<b>ACTIVIDAD (Táctica)</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>BREVE DESCRIPCIÓN</b>	<b>INDICADOR DE IMPACTO</b>	<b>MATERIA L DE APOYO</b>
“Taller de Pintura”	Inculcar el Sentido de pertenencia por parte de los colaboradores con sus hijos en el mes de Abril.	Abril 2016: Se realiza un “Taller de Pintura” con los hijos de los operarios.	Encuesta de Satisfacción	Video
Campaña “Un amor irremplazable”	involucrar a las familias de los colaboradores en fechas top. Día de la Madre.	Mayo 2016: Se realiza campaña para el mes de Mayo, con los hijos de los colaboradores (Taller de Pintura) “Un amor irremplazable”	Encuesta de Satisfacción Buen Clima laboral	Video
Concurso de fotografía	Involucrar a las familias de los colaboradores en fechas top. Día de la Madre.	Mayo 2016: Se realiza segundo momento de la campaña “Un amor irremplazable”. Se hace un concurso de fotografía con las mamás y sus hijos. La ganadora es imagen de la campaña del mes de Mayo.	Encuesta de Satisfacción. Se tiene un engagement alto con los colaboradores	Fotografías
Campaña “El regalo perfecto, para el papá perfecto”	Involucrar a las familias de los colaboradores en fechas top. Día del Padre.	Junio 2016: Se realiza campaña para mes de Junio, con las familias de los colaboradores. Se realiza un video emotivo, donde se les pregunta a las familias: Por qué es el papá perfecto.	Se reportan PQRS positivos	Video, Fotografía
Campaña “Cometas en el cielo”	Hacer partícipe a la familia de los colaboradores en las diferentes actividades realizadas	Hacer partícipe a la familia de los colaboradores en las diferentes actividades realizadas	Encuesta de Satisfacción	Video
Campaña “Entre amigos compartimos historias”	Compartir momentos agradables con mi compañero de trabajo. Incrementar el positivismo y cultura organizacional por parte de los colaboradores	Septiembre 2016: Se realiza actividad en la planta de producción con los colaboradores en el mes de amor y amistad	Se reportan PQRS positivos.	Video
Cumpleaños	Sentido de	Octubre 2016: Se realiza	Se reportan	Fotografías

COYTEX S.A.S Aniversario. Temática: Carnaval de Barranquilla	pertenencia por la empresa	fiesta a todos los colaboradores . Reinado carnaval de Barranquilla.	PQRS positivos. Buen clima organizacional.	
Cumpleaños Presidente Coytex S.A.S	Sentido de pertenencia por la empresa	Noviembre 2016: Se celebra cumpleaños del presidente, involucrando cargos administrativos y operarios. Del igual manera se hace video por parte del personal en agradecimiento.	Se reportan PQRS positivos.Buen clima organizacional.	Video
Campaña “Navidad en Familia”	Hacer sentir a los colaboradores que todos somos una gran familia	En el mes de Diciembre, además de bonificar a los colaboradores, se le da regalos a sus hijos 1.800 operarios.	Se reportan PQRS positivos. Buen clima organizacional.	Fotografía
PQRS	Escuchar de manera objetiva a los colaboradores, dando una solución concreta.	Se instalan buzones en las diferentes áreas de la organización.	Encuesta de Satisfacción	Informes PQRS

Datos obtenidos CO&TEX S.A.S (Fuente: Elaboración propia)

## **OBJETIVOS**

### **General**

Diseñar un plan de comunicación estratégico para la empresa CO&TEX S.A.S enfocado en la difusión del Plan de Bienestar Laboral ,orientado al Sistema de gestión y seguridad en el trabajo. Para el periodo Enero-Diciembre 2019.

### **Específicos**

- Indagar acerca del estado actual del plan de Bienestar Laboral de CO&TEX S.A.S
- Conocer el impacto del plan de bienestar laboral de CO&TEX S.A.S en los colaboradores
- Caracterizar los medios actuales de difusión de CO&TEX S.A.S para el plan de Bienestar Laboral.
- Diseñar un del Plan de Comunicación de CO&TEX S.A.S con sus respectivos indicadores de impacto.

## CAPÍTULO 1

### **Marco de Referencia**

#### **Acercamiento a los referentes teóricos y conceptuales del proyecto de desarrollo**

El plan de Bienestar Laboral de la empresa CO&TEX S.A.S. es una iniciativa dirigida a la calidad de vida de los colaboradores (Administrativos y Operarios) a cargo del área de Gestión Humana. Para poder materializar de forma efectiva el plan de comunicaciones a desarrollar, es necesario hacer de la misma una herramienta fundamental cuya base principal es la difusión del mismo, en términos de participación y satisfacción en las personas beneficiadas por el plan.

En consecuencia, la iniciativa de este proyecto de desarrollo se sostiene en fusionar la comunicación como elemento principal aplicado a ésta organización (CO&TEX S.A.S) con su plan de Bienestar Laboral y la manera en la que es desarrollado actualmente. Generando entonces opciones de comunicación designadas a beneficiar gran cantidad de colaboradores y de este modo fortalecer vínculos entre empresa-trabajador-familia.

Para poder desarrollar de manera efectiva el presente proyecto, en este caso de comunicación organizacional, es necesario abarcar elementos teóricos y conceptuales de manera precisa y contundente.

Por tal razón, es importante mencionar ejes temáticos que soportan este proyecto de desarrollo; estos comprenden áreas como: comunicación estratégica, comunicación organizacional, bienestar laboral, impacto de una comunicación acertada y, por supuesto, un plan de comunicación asertivo como aporte principal de este trabajo.



## **Comunicación estratégica**

*La estrategia de comunicación es un inductor de la naturaleza de largo plazo en la que se desarrolla la imagen de la empresa, la que como hemos visto se construye a partir de la relación que la organización desarrolla en la sociedad (F.J Garrido M, 2017)*

Para abordar el tema de la comunicación estratégica y su importancia, es necesario involucrar autores de la comunicación que aborden el tema de manera explicativa obteniendo así, un marco teórico válido.

Por su parte, (Mintzberg, Quinn & Voyer , 1996) consideran que la comunicación estratégica se define como un plan o pauta que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente”

De igual manera, la comunicación estratégica consiste en tomar pautas puntuales en una organización, donde se puedan cumplir objetivos centrales y competitivos, a corto, mediano y largo plazo; de esta forma se fortalece la presencia y participación de los colaboradores con una comunicación óptima tanto a nivel interno como externo.

Dentro de este marco, (F.J Garrido M, 2017) analiza las perspectivas más cercanas a la comunicación corporativa y enlaza sus elementos esenciales a las necesidades de las organizaciones y empresas en el ámbito estratégico, partiendo de la premisa de que “la comunicación en la empresa se entenderá siempre como estratégica”.

Atendiendo a estas consideraciones, se evidencia la importancia de tener una comunicación bidireccional que permita elaborar un plan de comunicación consecutivo, constante y verás, atendiendo las necesidades de cada uno de los colaboradores.

No obstante, podemos entonces entender la comunicación estratégica como un plan que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente. (F.J Garrido M, 2017).

Finalmente, SCHEINSOHN, sostiene “que la comunicación estratégica, pretende avanzar un paso más allá. No hay que limitarse sólo a integrar diferentes técnicas comunicacionales en los territorios restringidos de productos y las marcas. Sostiene que la comunicación debe ser articulada de manera inteligente a través de una gestiona global y con la aplicación lógica eminentemente estratégica”. (2009)

Al comparar estas evidencias, lo que se quiere lograr es hacer de la Comunicación una estrategia ,que aborde cada uno de los objetivos planteados logrando para la organización un desarrollo continuo e integrado a una comunicación coherente haciendo partícipes cada uno de los miembros de dicha organización.

Es importante entonces, abordar el tema de Comunicación Organizacional como una de las fuentes principales para el correcto desarrollo de este proyecto.

## **Comunicación Organizacional**

*Goldhaber, Gerald M & Salvador Lara Coinciden en la definición de la Comunicación Organizacional como el efecto de comunicar en un sistema abierto de una organización la información formal e informal que se genera para la adecuada relación y desempeño laboral de sus integrantes, tanto grupal como interpersonal.(1991)*

La comunicación organizacional en las empresas, es uno de los pilares fundamentales para medir el éxito de una compañía. Si se tiene un plan de comunicación acertado, se evidencia un clima organizacional positivo, convirtiéndose en un valor agregado como base y fundamento que debe partir desde cada una de las áreas de una compañía.

“En nuestros días, la comunicación organizacional se ha convertido en un aspecto fundamental para las empresas, hasta el punto que para su planificación estratégica, este elemento ejerce una gran influencia en la optimización de sus operaciones y recursos. Por comunicación, derivado del latín *communicare*, que significa “poner en común, compartir algo”, y se puede definir como el proceso en el cual se transmiten y reciben mensajes y/o ideas entre dos o más individuos, ya sea través del lenguaje o por otros medios. (Fiske, 1982) define a la comunicación como una interacción social por medio de mensajes”. (A. Cuevas Manzanares).

Atendiendo a estas consideraciones, se entiende por comunicación organizacional una disciplina que puede ser aplicada directamente a los colaboradores como un fenómeno natural, reconocida como un conjunto de técnicas y actividades que trabajadas de manera unilateral se logra el objetivo deseado, mejorando el flujo de comunicación a nivel interno en la organización.

Cuando se habla de tema de comunicación organizacional, se encuentra un amplio número de significados y conceptos teóricos desde el mas simple hasta el más complejo. Como lo expresa (Fernandez C, 1999)al interior de las organizaciones este proceso se define como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”.

Lo cual indica que este proceso está integrado por las actividades orientadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes presente entre los miembros de la organización, entre la organización y entorno, con el propósito de intercambiar ideas y por consiguiente generar conocimiento. (A. Cuevas Manzanares).

Así mismo, el autor Restrepo J, (1995) plantea el establecimiento de cuatro (4) Dimensiones, las cuales están presentes en los procesos de comunicación al interior de una organización, a saber:

1. Información: en las operaciones que son objeto de cada organización. Esta dimensión hace referencia a todas y cada unas de las transacciones de planificación y control, que se realizan para que la organización entre en funcionamiento.

2. Divulgación: son todas las actividades estructuradas para exteriorizar a la organización en su entorno.

3. Generador de Relaciones: las cuales están encaminadas a la formación, la socialización y /o el refuerzo de procesos culturales.

4. Participación: en donde explícita-mente se le da la palabra al otro, se le escucha y se le reconoce. (A. Cuevas Manzanares).

Finalmente otra teoría igualmente válida es la de (Fernandez C., 1997) donde afirma: La comunicación organizacional se entiende, como: "Un conjunto de técnicas y actividades

encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos"

### **Bienestar laboral y su impacto de una comunicación acertada**

Moreno coincide en la importancia de una comunicación acertada en las organizaciones, hoy día las empresas se preocupan por crear programas de bienestar laboral, esto con el objeto de mejorar la calidad de vida de los trabajadores, promover la integración entre ellos y el buen clima organizacional.

Estos programas con frecuencia se extienden al núcleo familiar de los trabajadores, pues en la medida que su entorno se sienta a gusto e involucrado con la empresa, se afianza el sentido de pertenencia para con esta.

Dentro de los programas de bienestar usualmente se encuentran actividades como recreación, flexibilidad en horarios laborales, celebración de fechas especiales (cumpleaños, día de profesiones, fiestas de navidad etc), programas de autocuidado, capacitaciones en temas no laborales, campañas, concursos, incentivos pecuniarios y no pecuniarios, jornadas culturales y deportivas etc.

En la planeación de las actividades es muy importante que se tenga en cuenta la opinión de los colaboradores, pues esto garantizará el éxito de estas, muchas veces en las organizaciones suspenden actividades o se desmotivan a seguir con planes de bienestar porque los trabajadores no asisten , pero lo que muchas veces no analizan es que las actividades no corresponden a las

necesidades del personal por tanto no son motivadoras para ellos, es aquí donde juega un papel muy importante el área de recursos humanos, quienes deben ser muy creativos y estratégicos, para iniciar, lo que primero debe hacer es un diagnóstico de la satisfacción de los trabajadores con la empresa y posteriormente hacer un estudio mediante encuestas, utilizando las herramientas de comunicación que tenga al alcance para recolectar información. Ya establecido el programa, para el desarrollo se le debe dar un despliegue total, de modo que toda la organización esté enterada de su contenido, así se motivarán a participar de cada una de las actividades y no hay que olvidar la publicidad en medios de comunicación esto le da reconocimiento a la empresa y la hace atractiva en el mercado laboral.

A medida que se desarrollen las actividades del programa, recursos humanos debe hacer un seguimiento estricto para verificar que se cumplió el objetivo, debe utilizar indicadores para medir asistencia y satisfacción, de esta manera al tener cifras concretas puede mostrar a la alta dirección el impacto que el programa ha tenido y que el presupuesto destinado no es un gasto sino una inversión, que van a tener trabajadores felices, comprometidos, productivos, sanos, pues sus índices de ausentismo disminuirán y su entorno laboral será armónico. (Sanchez Moreno, 2017)

Es importante resaltar que la comunicación interna en las empresas debe fomentar el equilibrio emocional en sus empleados por medio de la motivación, el compañerismo, la solidaridad y el compromiso, que se complemente con una excelente gestión de grupo que facilite el crecimiento personal y colectivo generando un rendimiento constante y regular que permita la obtención de los resultados propuestos. (Fuentes Velásquez).

## Indicadores de Gestión

El indicador de gestión hace referencia a las variables, cuantitativas o cualitativas, que permiten observar la situación y tendencias de cambio generadas en el objeto o fenómeno observado respecto de objetivos y metas previstas o influencias esperadas. (Beltran Jaramillo, 2002)

Los indicadores de gestión son ante todo información, es decir, agregan valor, no son solo datos. Siendo información, los indicadores de gestión deben tener unos atributos, tanto en forma individual, como cuando se presentan agrupados (Senn citado po Beltran, 1998) ; estos son:

- Exactitud: representando la situación tal como es.
- Forma: se debe elegir según la situación, necesidades y habilidades de quien la recibe y procesa. Puede ser numérica, grafica, cualitativa, etc.
- Frecuencia: depende de cuándo se requiera.
- Extensión: alcance en términos de las necesidades o requerimientos de cobertura.
- Origen: externo o interno, la fuente debe tener con habilidad.
- Temporalidad: en relación con el tiempo al que hace referencia.
- Relevancia: depende de cada situación o factor particular.
- Integridad: suministrando una visión completa de una situación determinada.
- Oportunidad: disponible y actualizada cuando se necesite.

Los indicadores de gestión en cada organización componen un instrumento efectivo para obtener información eficaz del núcleo interno de la empresa, suministran información o cifras que tienen un carácter relativo, por lo tanto interpretar sus resultados es de gran importancia pues se mide y se evalúa el impacto obtenido con los colaboradores.

Según dicha perspectiva, el sistema de indicadores formulado por Kaplan y Norton (1999) propone la evaluación del desempeño de la organización de manera global, al integrar los indicadores de la actuación pasada con medidas de inductores de la actuación futura. (Kaplan, R., y Norton, D. , 2000)

Partiendo de los supuestos anteriores y en relación con el diseño de indicadores, según Beltran contar con un conjunto de indicadores que abarquen los factores claves descritos es garantizar la integridad de la función de apoyo para la toma de decisiones.

Destaca también, en cuanto a su naturaleza se refiere, los indicadores de gestión deben reflejar el comportamiento de los signos vitales o factores clave (algunos autores lo llamas factores críticos). Así encontraremos indicadores de efectividad, de eficacia (resultados, calidad, satisfacción del cliente, de impacto), de eficiencia, (actividad, uso de capacidad, cumplimiento de programación etc. ) de productividad. (Beltran Jaramillo, 2002)

Atendiendo a las variables o elementos mencionados, de acuerdo con Beltran Jaramillo, (2002) los aspectos que deben tenerse en cuenta en el diseño de un indicador son los siguientes:

- a. Atributo: rasgo cualitativo que se desprende de la meta.
- b. Escala: corresponde a las unidades de medida en la que se especifica la meta.
- c. Estado: es el valor presente de la escala, el punto de partida o valor actual del indicador y sobre el cual van a establecerse comparaciones en el futuro.
- d. Umbral: es el valor de la escala que se desea alcanzar o mantener.
- e. Horizonte: hace referencia al período en el que se espera alcanzar el umbral.
- f. Fecha de iniciación: cuándo se inicia el horizonte.



- g. Fecha de terminación: corresponde a la finalización del lapso programado para el logro de la meta.
- h. Responsable: persona que tendrá a su cargo la ejecución de la estrategia o el logro de la meta.

Beltran Jaramillo, ( 2002) también recomienda trabajar con valores básicos de referencia en la construcción de cada indicador, entre ellos los siguientes: 1) mínimo, 2) aceptable, 3) satisfactorio, 4) sobresaliente, 5) máximo, y 6) de alarma, para los casos en los que el proceso está a punto de romperse o fracasar.

Los indicadores son parte de un plan de comunicación articulado de cada organización, se muestra el nivel de satisfacción e impacto obtenido. De esta manera se puede medir su impacto y lograr el objetivo propuesto.

### **Plan de Comunicaciones**

La Comunicación Interna es el conjunto de actividades llevadas a cabo por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de las metas institucionales. El Plan de Comunicación Interna es un documento en donde se precisan las estrategias y las tácticas que realizará la organización en torno a la gestión de la comunicación y la información en un tiempo determinado, con el

objetivo principal de obtener la fidelización de sus trabajadores. Un Plan de Comunicación Interna bien elaborado ayudará a que el trabajador se sienta comprometido con la organización, motivado para realizar mejor sus tareas, involucrado y participe del proceso de comunicación. Lo anterior, se verá reflejado positivamente en los resultados y en la productividad de la organización. (Molero Hermosilla, 2005)

La comunicación Organizacional surge como una necesidad de cada organización; pues se ve reflejado en múltiples ventajas, tanto para la empresa como para los colaboradores.

### **Fases de un plan de comunicación interna**

La mejora de los procesos de comunicación interna exige la elaboración de un plan estratégico de comunicación insertado en la cultura de la organización que permita a través de los medios y soportes adecuados cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos y grupos que componen la organización.

Esta estrategia de comunicación pasa necesariamente por varias etapas:

1. El primer paso, la condición inexcusable, es conseguir un firme compromiso de la alta dirección. Sin el apoyo o con un apoyo insuficiente desde la cúpula directiva es imposible la introducción de cualquier tipo de cambio en la organización.
2. Realización de un diagnóstico de la situación de comunicación en la organización. Los planes de comunicación deben basarse en una auditoría de comunicación y no en la intuición o en los gustos del equipo directivo. La auditoría deben detectar los flujos de comunicación, cuáles son sus puntos débiles y dónde se producen los problemas, conocer

las necesidades y expectativas de las personas implicadas con el nuevo plan de comunicación y proyectar una visión del estado de futuro deseable para la empresa.

3. Diseño del Plan: definición de objetivos, selección de medios, planificación de acciones, temporalización, establecimiento de mecanismos y procedimientos para el seguimiento durante y al final de la implementación. Para una elección adecuada de los medios conviene tener en cuenta la finalidad que se trata de conseguir con el mensaje comunicado (motivar o integrar, transmitir cuestiones relativas al trabajo, informar, etc.) y el tipo de información que se desea comunicar (hechos objetivos, sentimientos, temas controvertidos o delicados). Ahora bien, la puesta en marcha de estos soportes no asegura la eficacia de los flujos comunicativos si no se aporta simultáneamente el cambio de valores y cultura organizativa. Por ello, el siguiente punto es esencial en el plan de comunicación.
  
4. Estrategia de comunicación, sensibilización y negociación (Serieyx, 1994). Es necesario sensibilizar, mentalizar y formar en comunicación a los empleados de todos los niveles para que tomen conciencia de su importancia. Hemos podido observar que muchos de los problemas de comunicación interna son de carácter actitudinal, es decir, de predisposición para interrelacionarse. La difusión del proyecto a toda la organización, buscando y alcanzando el cambio actitudinal y el compromiso de los distintos actores implicados es una condición imprescindible para el éxito del mismo.

5. **Implantación y seguimiento.** La implantación debe ir acompañada de un sistema de seguimiento y retroalimentación constante (mediante cuestionarios de clima laboral y entrevistas con los responsables) para identificar las desviaciones a los objetivos y sus causas y poder diseñar acciones correctoras. (Puyal, 2001)

Según (Merlano Medrano, 2012) el desarrollo de una organización se interceptan algunos aspectos como son: sus objetivos, lo económico y sistema organizacional.

El papel de la Comunicación es tan trascendente que se convierte en un eje transversal de todas las dimensiones organizacionales. Veamos algunos ámbitos de la comunicación en las organizaciones:

1. **Ámbito de la información:** Aquí incluye a todas las normas que permiten que la organización trabajen de acuerdo a objetivos establecidos.
2. **Ámbito de divulgación:** Aquí incluye todos los aspectos que buscan captar, persuadir, y convencer a las personas en pro de la organización. Podría incluir aquí: Los boletines, las publicaciones.
3. **Ámbito de formación y socialización:** Aquí esta focalizado en la fomentación de la cultura institucional. Incluye actividades de capacitación, recreativas y las celebraciones.
4. **Ámbito de participación:** Promueve la participación asertiva de los integrantes del equipo de trabajo. Incluye el trabajo en equipo, el reconocimiento y todas las formas de sugerencias o propuestas. (Merlano Medrano, 2012)

## **Indicadores de un plan de Comunicación**

Hoy el sistema de indicadores de gestión de la comunicación le permite a las organizaciones saber en dónde están sus problemas de comunicación y de qué tipo son, puede saber además si las soluciones a implementar deben ser aplicadas en toda la organización o si solo se requieren en una parte de ella.

Esta metodología permite establecer un plan de comunicaciones con elementos y objetivos claramente medibles. Es, por decirlo así, dejar de concentrarnos en los medios a enfocarnos en los objetivos, una organización no desarrolla estrategias de comunicación por que sí, requiere solucionar unos problemas específicos de comunicación y eso es lo que pretende resolver un sistema de indicadores de gestión de la comunicación organizacional. (Aguilera, Cómo usar indicadores de gestión en la comunicación organizacional, 2008)

Teniendo en cuenta el aporte de Aguilera, se concluye entonces que los indicadores de comunicación, son datos concretos y cuantificables que nos permite conocer el grado de cumplimiento de un objetivo. Afirmación que coincide con (Aguayo Llano, 2018) donde afirma: Para elaborar un indicador de evaluación, el primer paso es realizar buenos objetivos para que nuestros indicadores puedan estar en coherencia con los mismos. Los objetivos deben ser concretos y medibles. Cuando se realiza un Plan de Comunicación se tiene en cuenta en cuenta lo siguiente:

Distingo entre objetivos generales (a largo plazo y más estratégicos) y objetivos operativos (más específicos y orientados a la acción).

Guiado por la técnica SMART: crear objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporalizables.

Redactar objetivos de la forma que expresen una acción a llevar a cabo. Para eso ayuda usar verbos en infinitivo: implicar, publicar, atraer, aumentar, desarrollar, analizar...

Una vez tenemos claro nuestros objetivos podremos analizar uno a uno y extraer los indicadores que nos ayudarán a analizar el grado de cumplimiento así como los datos y canales a consultar. Definir estos indicadores nos ayudará a saber qué fuentes consultar o qué herramientas emplear. (Aguayo Llano, 2018)

Partiendo de los supuestos anteriores, el Objetivo Smart se centra fundamentalmente en marcar principios que ayudan a fundamentar y clarificar los objetivos planeados. Sintetiza cinco aspectos fundamentales para formular objetivos y ponerlos en acción.

## CAPÍTULO 2

### Metodología

### Matriz DOFA

Con este análisis se pretende determinar el desempeño que la empresa CO&TEX S.A.S tiene en cuanto a las condiciones actuales de los colaboradores, finalmente plantear posibles estrategias, para el desarrollo del nuevo plan de comunicaciones.

Tabla 2. *Matriz DOFA CO&TEX S.A.S*

<b>FACTOR INTERNO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>FACTOR EXTERNO</b>	<p><b>F1</b> Hay una estandarización de los procesos para alcanzar los objetivos de producción.</p> <p><b>F2</b> Existe un equipo humano con experiencia, lo que permite que haya un buen desempeño laboral.</p> <p><b>F3</b> Se admite el control y autonomía sobre el trabajo en aspectos como el orden de las actividades, la cantidad, el ritmo, la forma de trabajar.</p> <p><b>F4</b> Existe seguridad en las condiciones ambientales y las labores no implican impacto de esfuerzo físico</p>	<p><b>D1</b> No hay un área de comunicaciones establecida</p> <p><b>D2</b> Inconvenientes en las relaciones sociales y apoyo entre compañeros de trabajo.</p> <p><b>D3</b> Grandes esfuerzos para mantener el control de las responsabilidades del cargo de los jefes de áreas.</p> <p><b>D4</b> Limitadas oportunidades de Capacitación</p> <p><b>D5</b> Horarios extensos</p> <p><b>D6</b> Inconformidad con la retroalimentación del desempeño</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
<p><b>O1</b> El nivel de analfabetismo en varios de los trabajadores de la empresa, representa una posibilidad para explorar nuevas estrategias de comunicación para que ellos puedan conocer el quehacer de la empresa.</p>	<p><b>Estrategia para maximizar tanto las F como las O</b></p> <p>Realizar actividades de integración y/ o recreación sin afectar la jornada laboral. Integrar la familia del colaborador.</p> <p>Brindar recreación e</p>	<p><b>Estrategia para minimizar las D y maximizar las O</b></p> <p>Optimizar el proceso de seguimiento al desempeño, garantizando que la metodología utilizada para su evaluación permita incrementar el rendimiento</p>

<p><b>O2</b> Medios audiovisuales  <b>O3</b> Necesidad de los colaboradores por mantenerse informados.  <b>O4</b> Creación de nuevos proyectos  <b>O5</b> Los empleados consideran que tienen buenas relaciones familiares.  <b>O6</b> Estabilidad Laboral</p>	<p>integración junto a su núcleo social a los empleados que se destaquen por su eficiencia.</p> <p>Comunicación educativa para el fortalecimiento de la cultura organizacional.</p>	<p>del trabajador.</p> <p>Realizar plan de capacitación y desarrollo de competencias del personal.</p> <p>Incentivar el trabajo en equipo para dar solución a situaciones conflictivas y así evitar sobre esfuerzos</p> <p>Crear un área de comunicaciones</p>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p><b>A1</b> Cambios en el sistema interno que generan inquietudes sobre el manejo y pueden dificultar la comunicación que se hace por este medio.  <b>A2</b> Poca educación para los trabajadores operativos y sus familias.  <b>A3</b> Disminución en la producción de la empresa.  <b>A4</b> No existe comodidad con las condiciones de la vivienda o su entorno  <b>A5</b> Inconformidad y poca facilidad para desplazamiento y vivienda-trabajo así como con las características de entorno geográfico de las zonas.  <b>A6</b> Dificultades económicas para cubrir las necesidades básicas de la familia. Poco tiempo compartido en familia</p>	<p><b>FA</b>  <b>Estrategia para fortalecer la empresa y minimizar las amenazas</b></p> <p>Realizar seguimiento del estado de salud y físico del empleado y poder contribuir económicamente con prevención o minimización del riesgos generados por su labor</p> <p>Actividades que motiven al colaborador en su sitio de trabajo y fomentar el sentido de pertenencia.</p> <p>Comunicación cara a cara empleado /empleador para generar bienestar y fortalecimiento del clima organizacional</p>	<p><b>DA</b>  <b>Estrategia para minimizar tanto las A como las D</b></p> <p>Proporcionar oportunidades de crecimiento por el buen desempeño del trabajador lo cual le permite estimular su productividad y mejorar sus condiciones y expectativas personales.</p> <p>Promover y dinamizar las actividades laborales para equilibrar las exigencias de su cargo y/o las personales.</p> <p>Fortalecer el clima organizacional, la identidad corporativa, minimizando el rumor y alentado a colaboradores.</p> <p>Proporcionar oportunidades de crecimiento dentro de la empresa por el buen desempeño del trabajador.</p> <p>Lograr que todas las áreas realicen una planificación frecuente de redistribución de</p>



		tareas, facilitando una comunicación bidireccional.
--	--	---

Datos obtenidos: Investigación propia CO&TEX S.A.S

### **Tipo de Investigación**

Se realiza una investigación cuantitativa para establecer hallazgos precisos que permitan avanzar en un plan de comunicación estratégico. Al mismo tiempo se entiende que el presente proyecto de desarrollo se maneja de forma proyectiva, con el fin de establecer y dar solución a un plan de bienestar laboral articulado para la empresa CO&TEX S.A.S.

En este caso es necesario realizar una encuesta como instrumento; de esta forma se plantean estrategias acertadas de comunicación como solución a dicha crisis encontrada.

### **Muestra y Población**

CO&TEX S.A.S, cuenta con 3202 colaboradores distribuidos de la siguiente forma

Tabla 3. *Población CO&TEX S.A.S*

<b>Administrativos</b>	<b>51</b>
<b>Cargos Medios</b>	<b>1539</b>
<b>Operarios</b>	<b>712</b>

Datos obtenidos : CO&TEX S.A.S

Teniendo en cuenta la información anterior, se realiza el instrumento (encuesta) con un margen de error del 5% y un nivel de confianza de 95%

Formula para calcular la muestra correcta

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

Tabla 4. *Nivel de Confianza*

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de Confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

Datos obtenidos: (Feedback Networks Technologies,, 2001-2013)

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. (Feedback Networks Technologies,, 2001-2013)

Atendiendo a estas consideraciones, se aplica la fórmula dando como resultado 280 muestras de la población distribuidas en porcentajes iguales de la siguiente manera:

Tabla 5. *Valor total de la muestra aplicada*

Areas	Personas	Porcentaje	Muestra
Administrativos	51	2.22%	6
Cargos Medios	712	31%	87
Operarios	1539	66.85%	187
Totales	2302	100%	280

Datos obtenidos CO&TEX S.A.S (Fuente: Elaboración propia)

## Encuesta

### Encuesta Bienestar Laboral CO&TEX S.A.S

La siguiente encuesta se realiza con el fin de saber el impacto de comunicación dentro de la organización CO&TEX S.A.S

#### Clima Organizacional

1. ¿Considera que la organización es un buen lugar para trabajar?  Sí  No
2. ¿Cree que su trabajo es compatible con los objetivos de la empresa? / Marca solo un óvalo.  Sí  No
3. ¿Tiene los recursos necesarios para desarrollar sus funciones? / Marca solo un óvalo.  Sí  No
4. ¿Sus jefes o supervisores muestran interés en usted como trabajador? / Marca solo un óvalo.  Sí  No
5. ¿Su jefe le ayuda a solucionar los problemas que se presentan en el trabajo a través de una comunicación fluida y amable? / Marca solo un óvalo.  Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Casi Nunca  Nunca
6. ¿Considera que sus opiniones se tienen en cuenta? / Marca solo un óvalo.  Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Casi Nunca  Nunca
7. ¿Se siente acogido por sus compañeros de área? / Marca solo un óvalo.  Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Casi Nunca  Nunca

#### Seguridad y Salud en el Trabajo

8. ¿Conoce usted el programa de salud ocupacional y seguridad en el trabajo? /  Sí /  No
9. ¿En caso de algún accidente de trabajo, sabe usted a quien dirigirse? /  Compañero de trabajo /  Jefe inmediato /  Salud Ocupacional /  No dice nada
10. ¿Dispone de equipos de protección personal (caso, guantes, botas...) obligatorios para sus tareas? /  Sí /  No /  No aplica
11. En su centro de trabajo, ¿tiene acceso a un servicio de prevención de riesgos laborales o de salud laboral? /  Sí /  No

### Bienestar Laboral

Califique su respuesta del 1 al 5. Siendo 1 la calificación mas baja y 5 la calificación más alta.

12. ¿Considera usted que la organización ofrece empleo incluyente y de calidad? /  1 /  2 /  3 /  4 /  5
13. ¿Existe buena comunicación entre los colaboradores y su jefe inmediato? /  1 /  2 /  3 /  4 /  5
14. ¿En mi lugar de trabajo se ha logrado un nivel de comunicación con mis compañeros que facilita el logro de los resultados? /  1 /  2 /  3 /  4 /  5
15. ¿Existe buena comunicación entre los compañeros de trabajo? /  1 /  2 /  3 /  4 /  5
16. ¿Conoce los medios de comunicación establecidos por la Organización? /  Altavoz /  Cartelera /  Buzón de sugerencias /  Correo electrónico /  Ninguno
17. ¿Conoce los beneficios que la organización le brinda a usted como colaborador? /  Auxilio de Vivienda /  Plan educativo /  Bonificación /  Campañas de Salud /  Becas de Estudio /  Fondo de empleados y sus beneficios /  Cupo C&T Outlet
18. ¿Considera que las actividades que se han realizado en fechas especiales como día de la madre, del padre, amor y amistad y Navidad, aportan a la motivación laboral? /  SI /  NO

## Impacto del plan de Bienestar Laboral

### Análisis de la información

#### Clima Organizacional

1. ¿Considera que la organización es un buen lugar para trabajar?

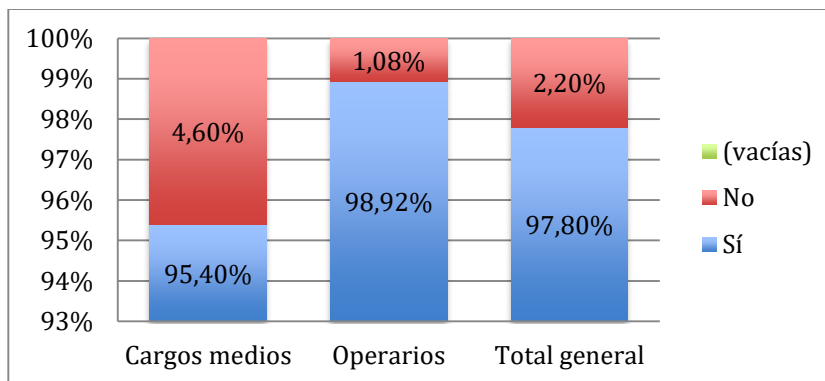


Figura 1 Ambiente de trabajo. Fuente (Elaboración propia)

Según los resultados obtenidos, más del 50% de la población encuestada consideran que la organización es un buen lugar para trabajar en porcentajes divididos de menor a mayor :

Cargos Medios: 95.40% ( Responden SI )

Operarios: El 98.92% ( Responden SI )

Para un total general del 97.80%

E l 2.20% consideran que No

Cargos Medios: El 4.60% (Responden No)

Operarios: El 1.08% (Responden No )

2. ¿Cree que su trabajo es compatible con los objetivos de la empresa?

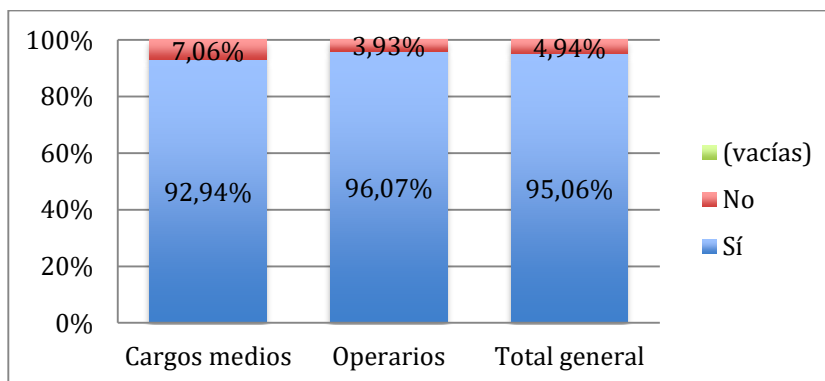


Figura 2 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, más del 50% de la población encuestada consideran que su trabajo es compatible con los objetivos de la empresa en porcentajes diferentes

Cargos Medios: 92.94% ( Responden SI )

Operarios: El 96.07% ( Responden SI )

Para un total general del 95.06%

El 4.94% de los encuestados consideran que No

Cargos Medios: 7.06% ( Responden NO)

Operarios: 3.93%: (Responden NO)

### 3. ¿Tiene los recursos necesarios para desarrollar sus funciones?

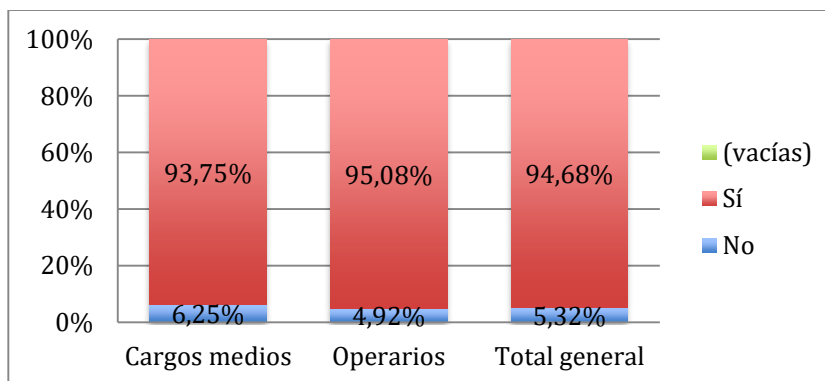


Figura 3 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, más del 50% de la población encuestada consideran que tienen los recursos necesarios para sus tareas en porcentajes divididos de menor a mayor :

Cargos Medios: 93.75% ( Responden SI )

Operarios: El 95.08% ( Responden SI )

Para un total general del 94.68%

El 5.32% de los encuestados consideran que No

Cargos Medios: 6.25% ( Responden NO)

Operarios: 4.92%: (Responden NO)

4. ¿Sus jefes o supervisores muestran interés en usted como trabajador?

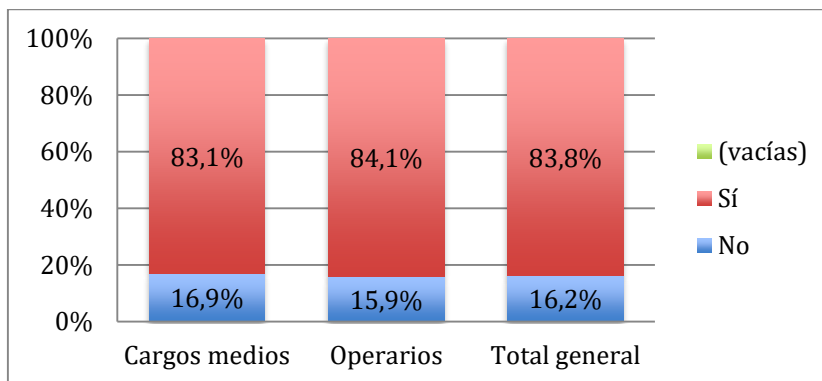


Figura 4 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, más del 50% de la población encuestada consideran que sus supervisores muestran interés en ellos como trabajadores en porcentajes diferentes divididos de menor a mayor :

Cargos Medios: 984.1% ( Responden SI )

Operarios: El 983.1% ( Responden SI )

Para un total general del 983.8%

El 16.2% de los encuestados consideran que No

Cargos Medios: 16.9% ( Responden NO)

Operarios: 15.9%: (Responden NO)

5. ¿Su jefe le ayuda a solucionar los problemas que se presentan en el trabajo a través de una comunicación fluida y amable?

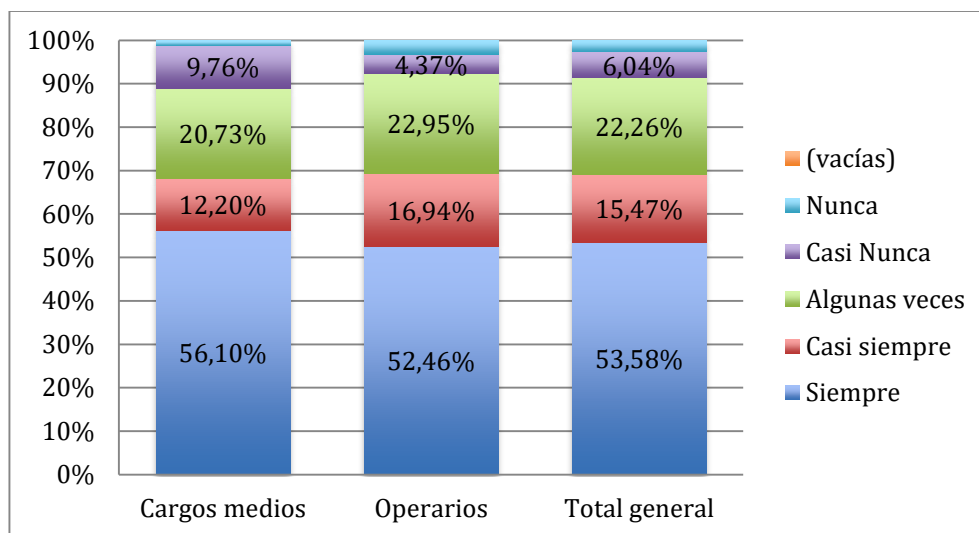


Figura 5 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, más del 50% de los colaboradores encuestados, coinciden que Siempre y Casi Siempre, sus superiores dan solución a problemas a través de una comunicación amable en porcentajes diferentes divididos así:

Cargos Medios: 56.10% (Responden SIEMPRE)

Operarios: 52.46% (Responden SIEMPRE)

Cargos Medios: 12.20% (Responden CASI SIEMPRE)

Operarios: 16.94% (Responden CASI SIEMPRE)

Para un total general del 69.05%

El otro 30.94% de los encuestados tienen opiniones diferentes, y coinciden en que sus superiores algunas veces, casi nunca o nunca presentan una comunicación fluida. El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Cargos medios ( se incluyen administrativos ) con un 56.10% (Respondieron SIEMPRE).



6. ¿Considera que sus opiniones se tienen en cuenta?

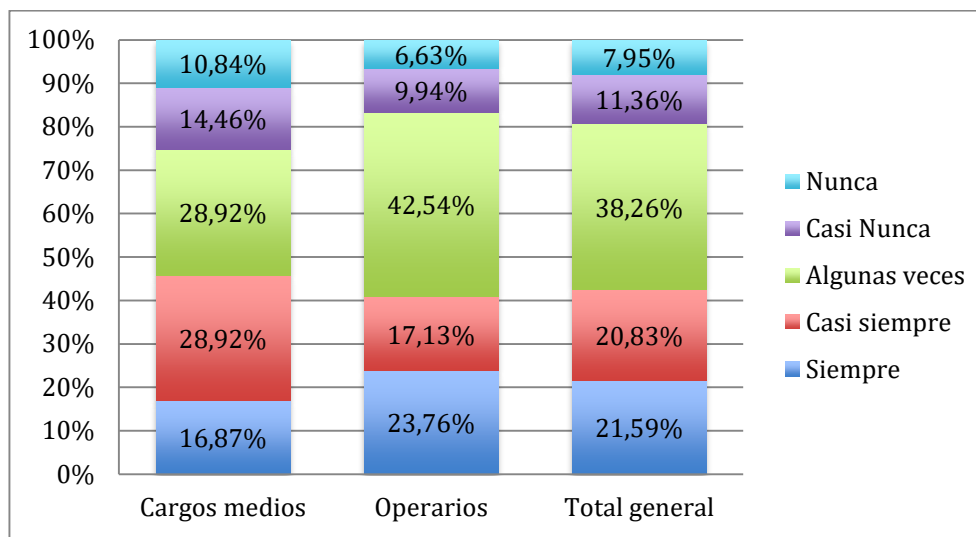


Figura 6 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, menos del 50% de los colaboradores encuestados, coinciden que Siempre y Casi Siempre, sus opiniones se tienen en cuenta en porcentajes diferentes divididos así:

Cargos Medios: 16.87% (Responden SIEMPRE)

Operarios: 23.76% (Responden SIEMPRE)

Cargos Medios: 28.92% (Responden CASI SIEMPRE)

Operarios: 17.13% (Responden CASI SIEMPRE)

Para un total general del 42.42%

El otro 57.57% de los encuestados tienen opiniones diferentes, y coinciden en que algunas veces, casi nunca o nunca se tienen en cuenta sus opiniones. . El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Operarios con un 23.76% (Respondieron SIEMPRE).

### 7. ¿Se siente acogido por sus compañeros de área?

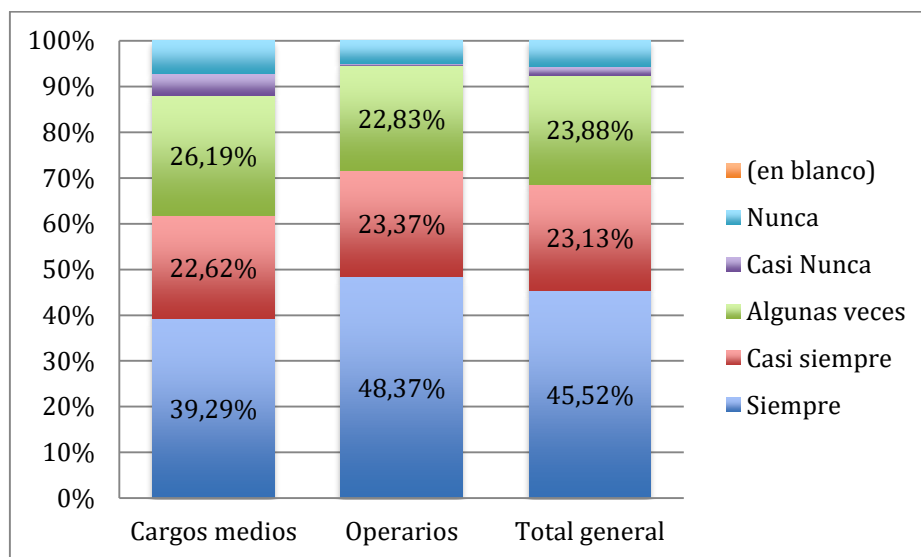


Figura 7 Clima Organizacional. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, más del 50% de los colaboradores encuestados, coinciden que Siempre y Casi Siempre, se sienten acogidos por sus compañeros de área en porcentajes diferentes divididos así:

Cargos Medios: 39.29% (Responden SIEMPRE)

Operarios: 48.37% (Responden SIEMPRE)

Cargos Medios: 22.62% (Responden CASI SIEMPRE)

Operarios: 23.37% (Responden CASI SIEMPRE)

Para un total general del 68.65%

El otro 31.35% de los encuestados tienen opiniones diferentes, y coinciden en que algunas

veces, casi nunca o nunca se sienten acogidos por sus compañeros de área. El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Operarios con un 48.37% (Respondieron SIEMPRE).

### Seguridad y salud en el trabajo

8. ¿Conoce usted el programa de salud ocupacional y seguridad en el trabajo?

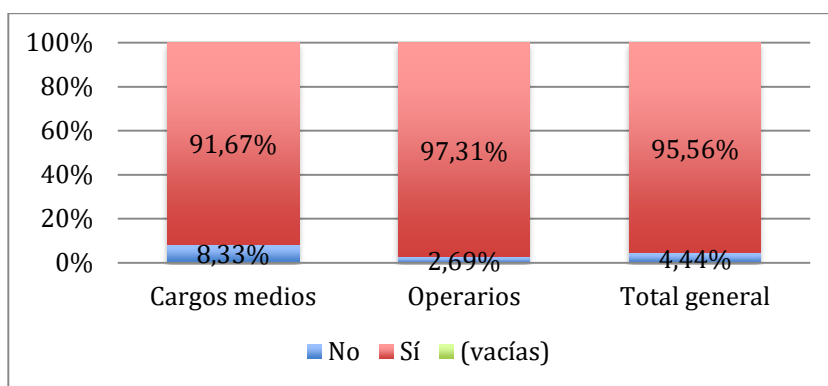


Figura 8 Seguridad y Salud en el Trabajo. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, más del 50% de los colaboradores encuestados, coinciden que SI conocen el programa de salud y seguridad en el trabajo en porcentajes diferentes divididos así:

Cargos Medios: 91.67% ( Responden SI )

Operarios: El 97.31% ( Responden SI )

Para un total general del 95.56%

El 4.44% consideran que No

Cargos Medios: El 8.33% (Responden No)

Operarios: El 2.69% (Responden No )

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Operarios con un 97.31%  
(Respondieron SI).

9. ¿En caso de algún accidente de trabajo, sabe usted a quien dirigirse?

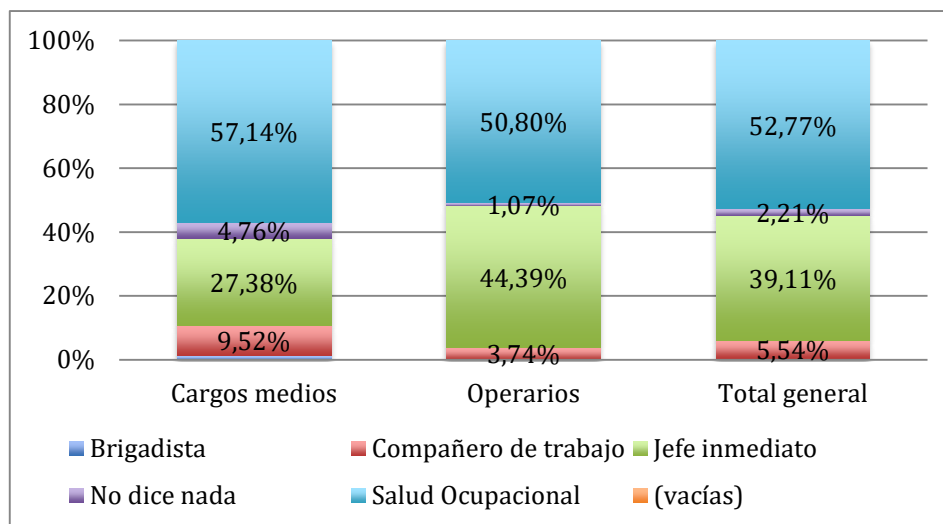


Figura 9 Seguridad y Salud en el Trabajo. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, el 39.11% de los colaboradores encuestados, coinciden que en caso de algún accidente de trabajo se dirigen a su jefe inmediato, el 52.77% se dirigen al área de Salud Ocupacional. El otro 5.54% de los encuestados se dirigen a su compañero de trabajo, el 2.21% no dice nada, y tan solo el 1.19% se dirigen a un Brigadista.

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Operarios con un 44.39%  
(Respondieron Jefe Inmediato)

10. ¿Dispone de equipos de protección personal (caso, guantes, botas...) obligatorios para sus

tareas ?

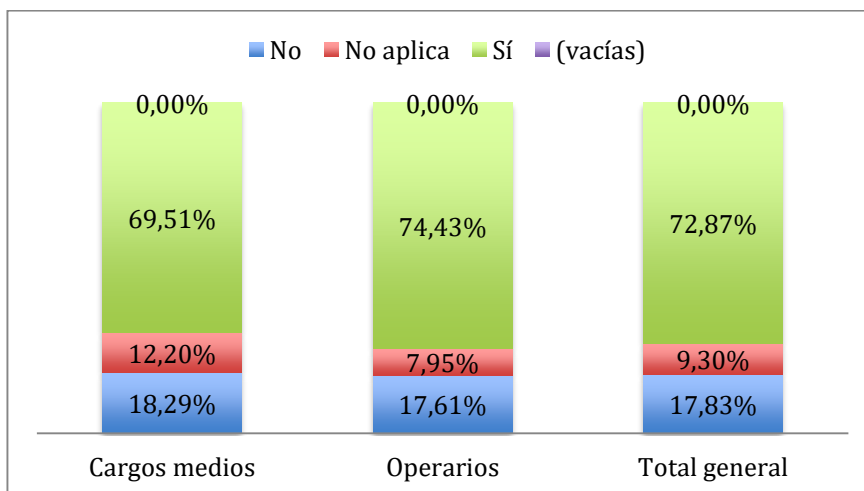


Figura 10 Seguridad y Salud en el Trabajo. Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, más del 50% de los colaboradores encuestados, coinciden que SI disponen de equipos de protección personal en porcentajes diferentes divididos así:

Cargos Medios: 69.51% ( Responden SI )

Operarios: El 74.43% ( Responden SI )

Para un total general del 72.87%

El 9.30% consideran que No

Cargos Medios: El 12.20% (Responden No)

Operarios: El 7.95% (Responden No )

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Operarios con un 74.43% (Respondieron SI).

11. En su centro de trabajo, ¿tiene acceso a un servicio de prevención de riesgos laborales o de salud laboral?

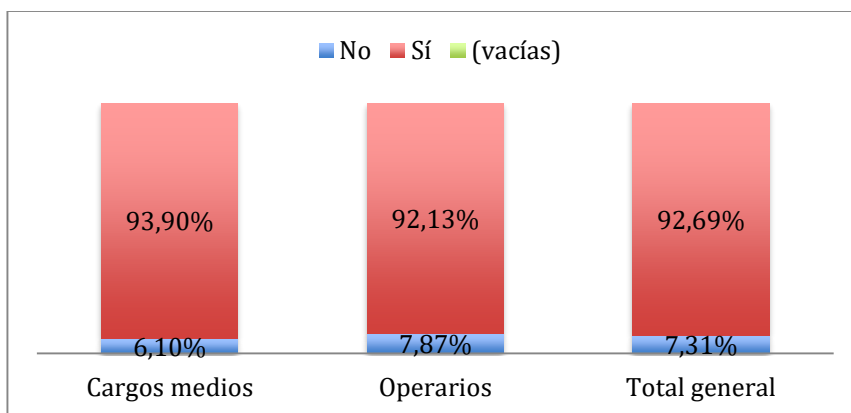


Figura 11 Seguridad y Salud en el Trabajo. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, más del 50% de los colaboradores encuestados, coinciden que SI tienen acceso a un servicio de prevención de riesgos laborales en porcentajes diferentes divididos así:

Cargos Medios: 93.90% ( Responden SI )

Operarios: El 92.13% ( Responden SI )

Para un total general del 92.69%

El 7.31% consideran que No

Cargos Medios: El 6.10% (Responden No)

Operarios: El 7.87% (Responden No )

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Operarios con un 93.90% (Respondieron SI).

## Bienestar Laboral

12. ¿Considera usted que la organización ofrece empleo incluyente y de calidad?

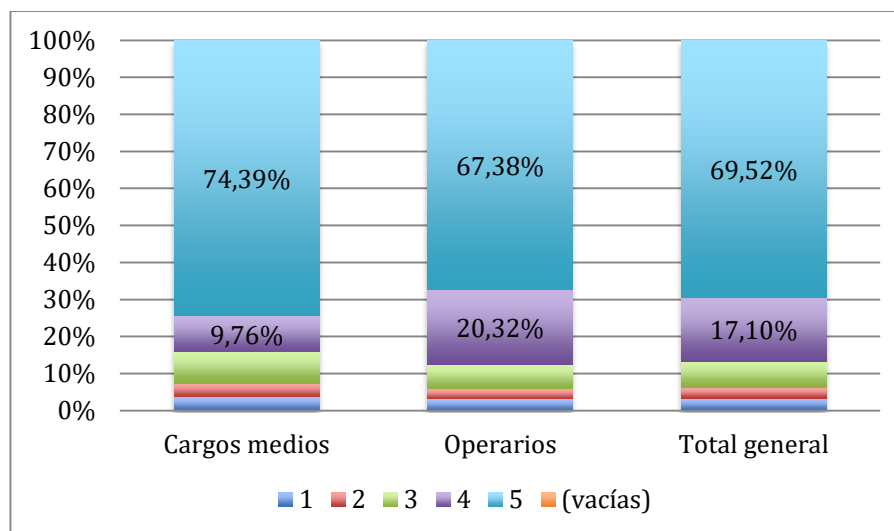


Figura 12 Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos en la escala de likert, siendo 1 la calificación mas baja y 5 la calificación mas alta, el 69.52% de los colaboradores encuestados entre operarios y cargos medios coinciden que la organización ofrece un empleo incluyente y lo califican en 5 (Calificación más alta), el 17.10% lo califican en 4 (Calificación medio-alto). El otro 13.38% coinciden en una calificación medio-baja, en opiniones diferentes del 1 al 3.

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Cargos Medios (se incluyen administrativos) de 74.39% con una calificación de 5 (calificación más alta).

13. ¿Existe buena comunicación entre los colaboradores y su jefe inmediato?

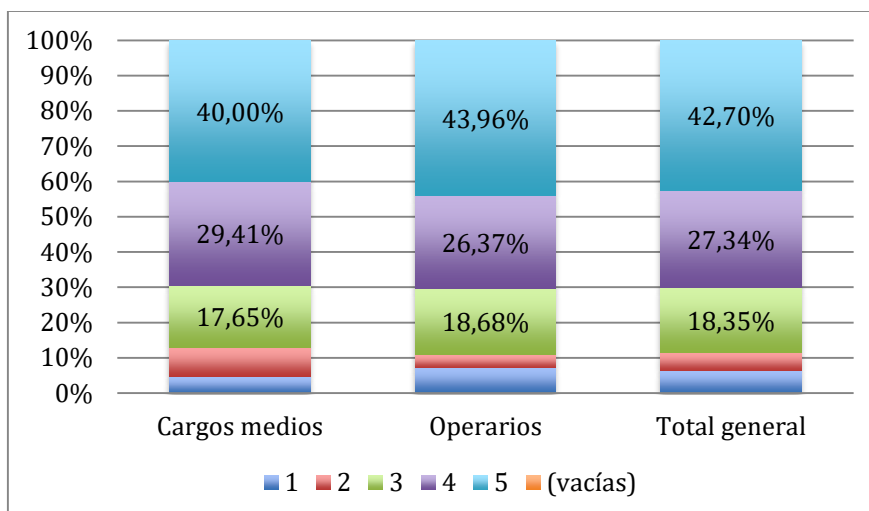


Figura 13. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la escala de likert, siendo 1 la calificación mas baja y 5 la calificación mas alta, el 42.70% de los colaboradores encuestados entre operarios y cargos medios coinciden que existe buena comunicación entre jefes/colaboradores y lo califican en 5 (Calificación más alta), el 27.34% lo califican en 4 (Calificación medio-alto), el 18.35% lo califican en 3 (Calificación Medio). El otro 11.61% coinciden en una calificación baja, en opiniones diferentes del 1 al 2.

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Operarios con un 43.96% en una calificación de 5 (calificación más alta).

14. ¿En mi lugar de trabajo se ha logrado un nivel de comunicación con mis compañeros que facilita el logro de los resultados?



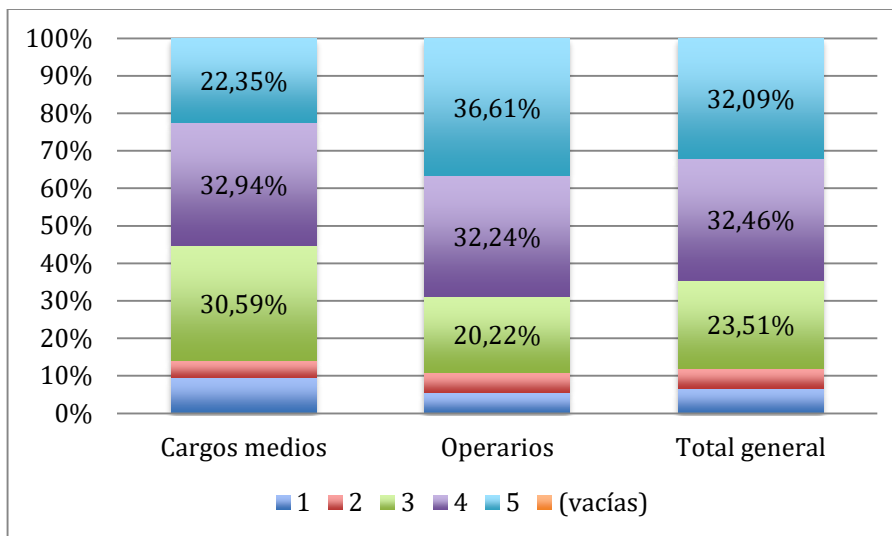


Figura 14. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la escala de likert, siendo 1 la calificación mas baja y 5 la calificación mas alta, el 32.09% de los colaboradores encuestados entre operarios y cargos medios coinciden que su lugar de trabajo se ha logrado un nivel de comunicación con sus compañeros que facilita el logro de los resultados y lo califican en 5 (Calificación más alta), el 32.46% lo califican en 4 (Calificación medio-alto), el 23.51% lo califican en 3 (Calificación Medio). El otro 11.94% coinciden en una calificación baja, en opiniones diferentes del 1 al 2.

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Operarios con un 36.61% en una calificación de 5 (calificación más alta).

15. ¿Existe buena comunicación entre los compañeros de trabajo?

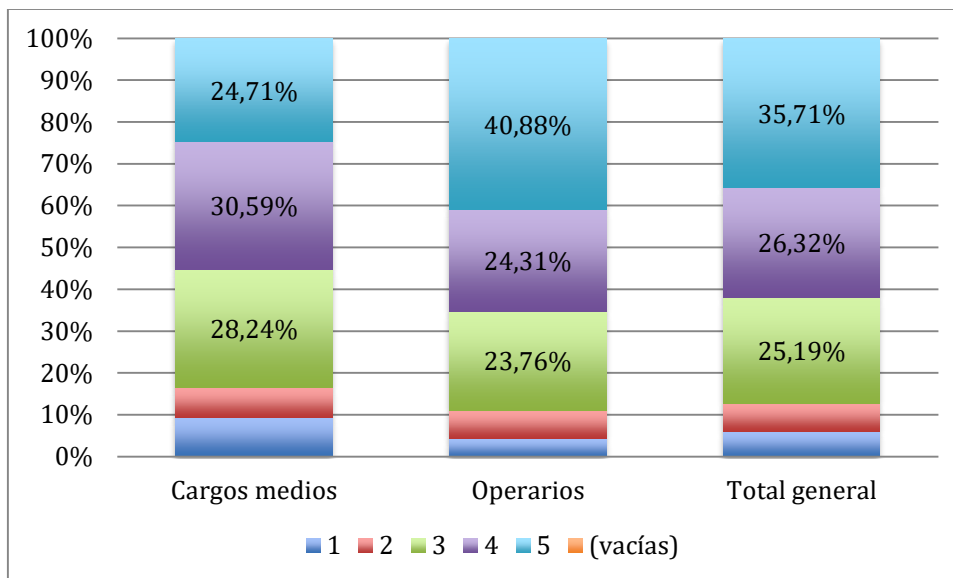


Figura 15. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos en la escala de likert, siendo 1 la calificación mas baja y 5 la calificación mas alta, el 40.88% de los colaboradores encuestados entre operarios y cargos medios coinciden que existe buena comunicación entre compañeros de trabajo y lo califican en 5 (Calificación más alta), el 26.32% lo califican en 4 (Calificación medio-alto), el 25.19% lo califican en 3 (Calificación Medio). El otro 12.78% coinciden en una calificación baja, con opiniones diferentes del 1 al 2.

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Cargos Medios (se incluyen administrativos) con un 28.24% en una calificación de 5 (calificación más alta).

16. ¿Conoce los medios de comunicación establecidos por la Organización?

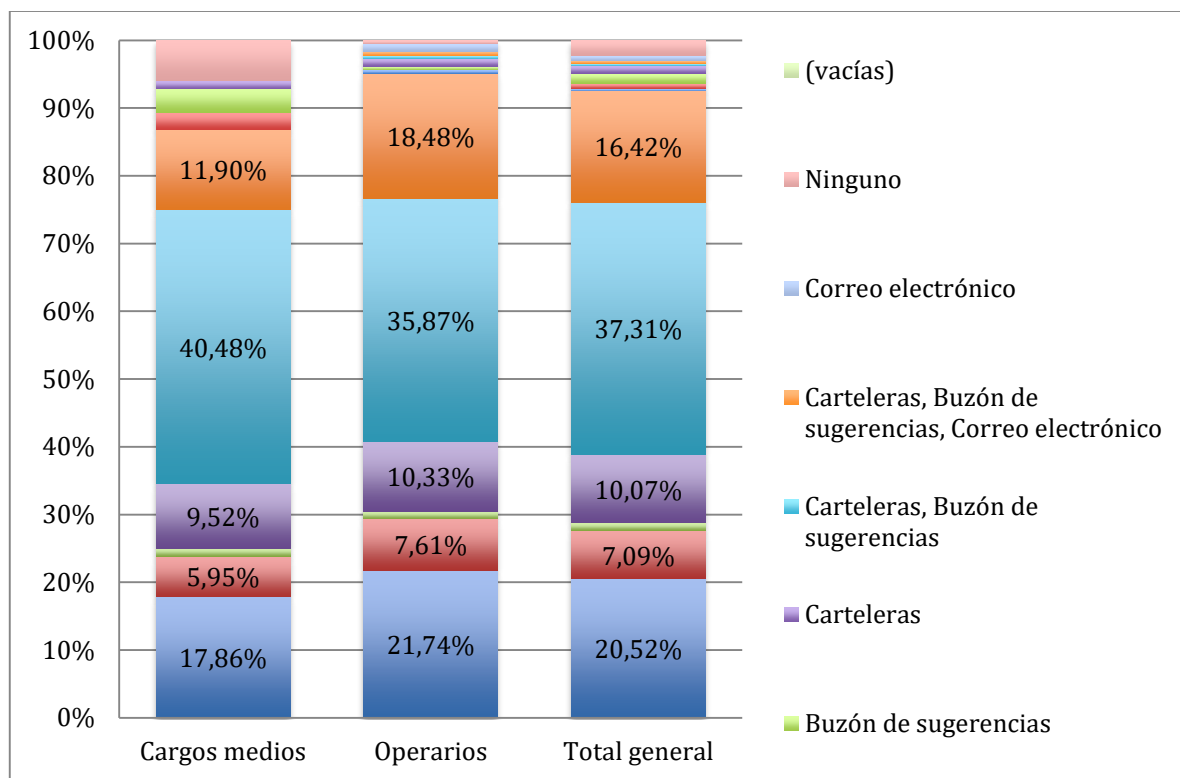


Figura 16. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, el 37.31% de los encuestados entre cargos medios y operarios conocen los medios de comunicación “Cartelera y Buzón de sugerencias” el 20.52% “Correo electrónico”, el 16.42% Cartelera, buzón de sugerencias y correo electrónico”. El otro 25.75% conoce los medios de comunicación en porcentajes diferentes.

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Cargos Medios (se incluyen administrativos) con un 40.40% (respondieron “Cartelera y buzón de sugerencias”).

17. ¿Conoce los beneficios que la organización le brinda a usted como colaborador?

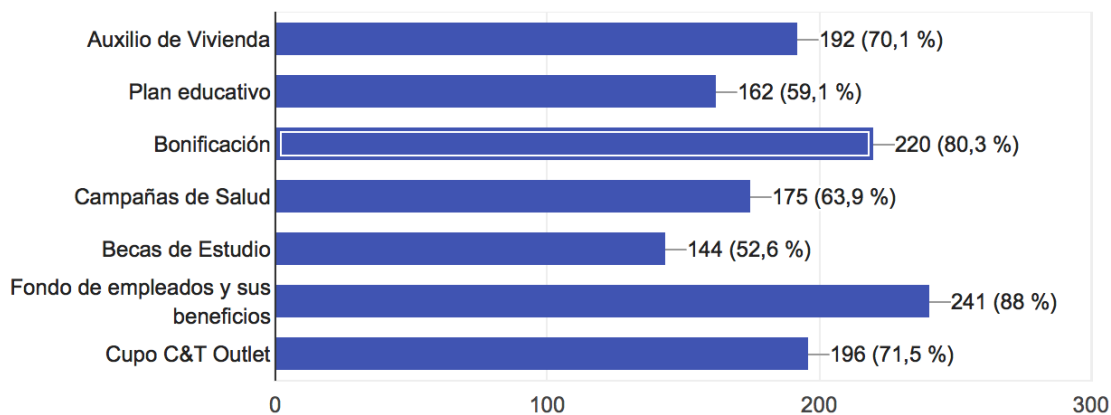


Figura 17. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, el 88% de los colaboradores encuestados coinciden que conocen el beneficio que ofrece el fondo de empleados, el 80.3% Bonificación, el 71.5% Cupo C&T. El porcentaje restante conocen los beneficios que presta la organización en cifras diferentes.

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al “Fondo de empleados”, que corresponde al 88% de los encuestados.

18.¿Considera que las actividades que se han realizado en fechas especiales como día de la madre, del padre, amor y amistad y Navidad, aportan a la motivación laboral?

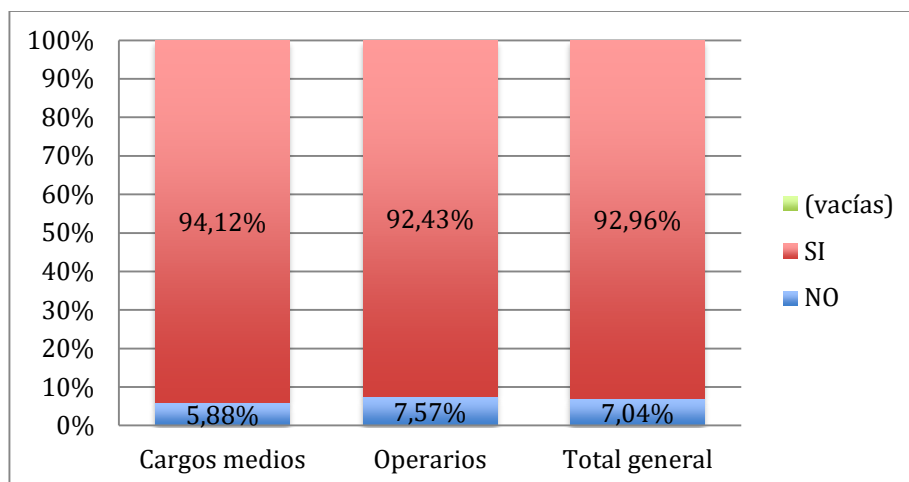


Figura 18. Bienestar Laboral. Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, más del 50% de los colaboradores encuestados, coinciden que las actividades que se han realizado en fechas especiales como día de la madre, del padre, amor y amistad y Navidad, aportan a la motivación laboral en porcentajes diferentes divididos así:

Cargos Medios: 94.12% ( Responden SI )

Operarios: El 92.43% ( Responden SI )

Para un total general del 92.96%

El 7.04% consideran que No

Cargos Medios: El 5.88% (Responden No)

Operarios: El 7.57% (Responden No )

El mayor porcentaje de respuesta corresponde al área de Cargos Medios (se incluyen operarios) con un 94.12% (Respondieron SI).

### **Diagnóstico estratégico**

Al realizar el análisis con los colaboradores encuestados, la información que arroja el estudio psicosocial en las áreas de clima laboral, seguridad y salud en el trabajo y bienestar laboral, permite desarrollar un direccionamiento estratégico que sirve como referencia del estado actual de la organización CO&TEX S.A.S tanto interno como frente a su entorno.

### **Propuesta**

#### **Plan de Comunicación**

Después de analizar el estado actual de comunicación de CO&TEX S.A.S; el presente proyecto propone un programa de Bienestar Laboral como parte de la solución para minimizar y abarcar oportunidades detectadas en la empresa, teniendo en cuenta una comunicación bidireccional entre administrativos, cargos medios y operarios. De esta manera se logra la mejora continua tanto en las condiciones laborales internas como las condiciones del entorno de los colaboradores buscando un excelente desempeño y clima organizacional.

Teniendo en cuenta el apartado anterior, el plan de comunicación de bienestar laboral se divide en tres áreas que integran a los colaboradores en tres aspectos: personal, socio afectiva y ocupacional. Estas áreas permiten la satisfacción integral de las personas y van orientadas al cumplimiento de indicadores manejados por el área de Gestión Humana.

1. Clima Organizacional / Programa para el área personal: Corresponde a todas las acciones articuladas a la formación de cada uno de los colaboradores como el SER, permitiendo desenvolverse en su vida profesional.

2. Bienestar Laboral / Programa Motivacional: Se enfoca en la condiciones física, emocional y social del colaborador permitiendo un acercamiento con sus familias; esto garantiza la calidad de vida de los colaboradores de la organización.
3. Seguridad y Salud en el trabajo / Programa para el área ocupacional. Garantiza las condiciones físicas, ambientales y emocionales del colaborador dentro de la organización, orientado al cumplimiento y buen desempeño del mismo.

Tabla 6 *Clima Organizacional / Programa para el área personal*

PROGRAMA	ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RECURSOS	GRUPO OBJETIVO	INDICADOR
CAPACITACIÓN O FORMACIÓN	Realizar plan de capacitación y desarrollo de competencias del personal.	Contribuir con el mejor desempeño laboral y desarrollo de superación personal	Capacitaciones técnicas internas	Dentro de las funciones de los directivos de áreas se incluye brindar capacitaciones de actualización de temas que surjan necesidades de la evaluación del desempeño de los empleados.	Directores de áreas; Logística de apoyo a las capacitaciones: papelería, video, computador.	Operarios	N-A
	Brindar ayuda económica para formación de los empleados.	Disminuir ausentismos	Auxilio educativo	Destinar un subsidio por semestre para apoyar el pago de la educación profesional y/ o tecnológica de los empleados que se encuentre realizando estudios.	Dinero en efectivo	Colaboradores que no tienen terminados sus estudios de educación técnica y superior incompletos	----
DESARROLLO DE CARRERA	Proporcionar oportunidades de crecimiento dentro de la empresa por el buen desempeño del trabajador.	Lograr mayor productividad del empleado a cambio de su mejora en condiciones y expectativas	Ascensos	En situaciones de vacantes de determinados cargos permitir a otros empleados de un cargo inferior capacitarse y orientarlo para ocupar el nuevo cargo	logística de la gestión	Personal en general	N-A
NECESIDADES PERSONALES	contribuir con el apoyo de necesidades personales y económicas de los empleados para que estas no influyan en la productividad y/o relaciones laborales	Colaborar para que los problemas personales y familiares se resuelvan con tranquilidad	licencias o descansos	Otorgar licencias no contempladas en la ley cuando el trabajador por cualquier circunstancia familiar o personal lo requiera y que ese tiempo sea posteriormente compensado alargando las jornadas de trabajo ordinario o de acuerdo a la condición del trabajador que la licencia sea no remunerado.	Tiempo laboral	Personal en general	N-A

Datos obtenidos: Elaboración propia a partir de Bob (1997)



Tabla 7 Bienestar Laboral / Programa motivacional

PROGRAMA	ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RECURSOS	GRUPO OBJETIVO	PRESUPUESTO
MOTIVACION	Brindar flexibilidad laboral para minimizar las cargas en el horario de los colaboradores	Disminuir el estrés laboral	Brindar flexibilidad en el horario de trabajo	Brindar diferentes opciones de horario: Optar por adelantar o retrasar su jornada laboral para llevar con satisfacción sus diligencias personales o familiares	Tiempo Laboral	Personal en general	N-A
	Incentivar emocionalmente a los empleados	Comunicación fluida y amable entre jefes y operarios	Reconocimiento de méritos. Celebración de cumpleaños	Colaborador del mes. Integración, celebración cumpleaños	Tiempo laboral, dinero, elementos de decoración, refrigerio	Personal en general	-----
DEPORTE	Apoyar actividades extra laborales que contribuyan con el estado de satisfacción y bienestar del empleado	Compensar al colaborador con auxilios para satisfacer sus expectativas personales orientadas al deporte	Convenciones Deportivas	Apoyar a los colaboradores con eventos deportivos programados por la organización.	Escenario Deportivo	Personal en general (Voluntario)	-----
			Jornadas deportivas y culturales	Programacion de Deporte y Cultura	Tiempo laboral	Personal en general (Voluntario)	-----

PROGRAMA	ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RECURSOS	GRUPO OBJETIVO	PRESUPUESTO
<b>RECREACIÓN Y CULTURA</b>	Organizar actividades extra laborales cubriendo los gastos totales de los Colaboradores	Encuentros agradables entre colaboradores para mejorar la comunicación y sentido de pertenencia por la empresa.	Celebración día de la familia	Fiesta día de la familia. Rifar obsequios a los colaboradores.	.Dinero	Personal en general	-----
			Celebración del niño en navidad	Fiesta para los niños. (hijos de los colaboradores). Entregar obsequios.	Escenario de diversiones y refrigerio. Dinero	Personal en general	-----
			Realizar Actividades Culturales y recreativas un día de fin de año. Ligado a las campañas de comunicación al cliente interno C&T Moda	Caminatas y picnic en centros de recreación , fuera de la ciudad.	Caja de Compensación Familiar Compensar	Personal en general	-----
			Eventos después del trabajo	Financiar un almuerzo o cena entre compañeros de trabajo.	Escenario de comidas	Administrativos y cargos medios	-----
	Realizar actividades de integración y/ o recreación sin afectar la jornada laboral	Crear buenas relaciones sociales entre los empleados.	Celebraciones día del Amor y la Amistad	Determinar la actividad para el cliente interno según campaña de comunicación C&T Moda	Material ATL, BTL Y POP, medios de comunicación	Personal en general	-----
			Celebración día de la madre	Determinar la actividad para el cliente interno según campaña de comunicación C&T Moda	Material ATL, BTL Y POP, medios de comunicación	Personal en general	-----
			Celebración día del padre	Determinar la actividad para el cliente interno según campaña de comunicación C&T Moda	Material ATL, BTL Y POP, medios de comunicación	Personal en general	-----
			Celebraciones Novenas navideñas	Determinar la actividad para el cliente interno según campaña de comunicación C&T Moda	Material ATL, BTL Y POP, medios de comunicación	Personal en general	-----

PROGRAMA	ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RECURSOS	GRUPO OBJETIVO	PRESUPUESTO
<b>CLIMA ORGANIZACIONAL</b>	Mejorar del ambiente físico y espacios de trabajo para actividades de descanso y recreación	Brindar un lugar de trabajo confortable y tranquilo	Programas de recreación	Programar actividades trimestrales, con el propósito de brindar un espacio lúdico con los colaboradores.	Espacio (Casino)	Personal en general (Voluntario)	-----
<b>LIDERAZGO</b>	Fomentar a los empleados con personal a cargo estilos de liderazgo que contribuyan en las áreas funcionales	Mejorar los métodos y estilos de dirección y comunicación entre jefe y colaborador	Capacitaciones	Brindar tres capacitaciones durante el año para los directivos de áreas, en los siguientes temas :Desarrollo de habilidades de liderazgo; Equipos efectivos de trabajo; Desarrollo de habilidades para la coordinación de personal.	Capacitación teórica talleres ARL; transporte	Personal directivo y jefes de áreas funcionales	-----
<b>ESTIMULOS E INCENTIVOS</b>	Inspira, incorporar emociones en la búsqueda del liderazgo	Reconocer e incentivar a los colaboradores que se caracterizan por su buen desempeño en busca de la superación personal y la excelencia .	Reconocimiento	Promocionar el colaborador del mes por proceso o área de trabajo por el esfuerzo realizado, la tarea bien hecha bajo lineamientos establecidos. La persona elegida será publicada dentro de los boletines informativos de la empresa, se ubicará en las carteleras dispuestas para tal fin.	Cartelera, decoración	Personal en general	-----
<b>SOLUCION DE CONFLICTOS</b>	Formar a los colaboradores en la asertividad y su aplicación a las diferentes roles laboral y familiar o personal	Mejorar las relaciones de comunicación entre compañeros de trabajo.	Capacitaciones grupales de estilos de vida saludable	Capacitaciones que abarque los siguientes temas: Comunicación Asertiva;Estrategias para el manejo del conflicto y la negociación; Manejo de la creatividad en la solución de los problemas	Capacitación teórica y talleres ARL, transporte	Personal en general	-----

Datos obtenidos: Elaboración propia a partir de Bob (1997)

Tabla 8. Seguridad y salud en el trabajo / Programa para el área de salud

PROGRAMA	ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RECURSOS	GRUPO OBJETIVO	PRESUPUESTO
<b>SEGURIDAD SOCIAL INTEGRAL</b>	Contribuir con el bienestar físico, mental y emocional del trabajador mediante la adquisición de hábitos sanos.	Sensibilizar y promocionar la salud físicamentaly emocional.	Capacitaciones	Capacitaciones en temas de prevención, educación y promoción de la salud y la seguridad : Cuidando la autoestima, Habilidades para la vida.	Capacitación teórica, talleres ARL, dinero para transporte.	Personal en general	-----
			Anuncios Informativos internos	Brindar información a través de los medios de comunicación interno, en lugares específicos de descanso; cafetería,escaleras.Acercas de los consejos diarios sobre la salud y el bienestar.	Medios de comunicación interno	Personal en general	-----
			Seguridad en el sitio de trabajo	En caso de algún accidente de trabajo, explicar al colaborador los lineamientos a seguir, cómo a quien dirigirse. Campañas de salud	Medios de comunicación, volantes, carteleras. Capacitaciones	Personal en general	-----
<b>SALUD OCUPACIONAL</b>	Desarrollar un programa de tensión laboral con espacios de relajación, esparcimiento para fortalecer los roles laborales y extra laborales	Estimular las sobrecargas laborales para prevenir comportamientos de estrés que pueden afectar las relaciones interpersonales	Pausas activas	Fortalecer el programa seleccionando y capacitando líderes por cada área o proceso para que ejecuten la dirección de las pausas activas. Activar el simulador de la ARP en cada equipo de los funcionarios, estimular la práctica diaria individual; realizar pausas un poco más didácticas y grupales diarias.  Se debe cumplir en todas las areas; incluye administrativos.	Elementos didácticos, papelería, simulador ARL, computador, Video , altavoz, pantallas (videos, música)	Personal en general	-----
	Velar por el cuidado de la salud laboral y general del empleado	Determinar, prevenir y minimizar en lo posible enfermedades y embarazos no deseados según la labor desarrollada.	Exámenes periódicos programados .  Subsidios para la compra de gafas	Durante el año se programara una jornada de exámenes médicos periódicos.Capacitaciones y métodos anticonceptivos.  Brindar un auxilio para la compra de Gafas.	Caja de Compensación Familiar, ARL, Profesional de la Salud.  Auxilio en dinero	Personal en general	-----

PROGRAMA	ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RECURSOS	GRUPO OBJETIVO	PRESUPUESTO
<b>SEGURIDAD SOCIAL INTEGRAL</b>	Contribuir con el bienestar físico, mental y emocional del trabajador mediante la adquisición de hábitos sanos.	Sensibilizar y promocionar la salud físicamentaly emocional.	Capacitaciones	Capacitaciones en temas de prevención, educación y promoción de la salud y la seguridad : Cuidando la autoestima, Habilidades para la vida.	Capacitación teórica, talleres ARL, dinero para transporte.	Personal en general	-----
			Anuncios Informativos internos	Brindar información a través de los medios de comunicación interno, en lugares específicos de descanso; cafetería,escaleras.Acerca de los consejos diarios sobre la salud y el bienestar.	Medios de comunicación interno	Personal en general	-----
			Seguridad en el sitio de trabajo	En caso de algún accidente de trabajo, explicar al colaborador los lineamientos a seguir, cómo a quien dirigirse. Campañas de salud	Medios de comunicación, volantes, carteleras. Capacitaciones	Personal en general	-----

## Conclusiones

Para lograr el éxito en cualquier organización, se debe establecer un equilibrio entre los procesos establecidos de la empresa y los que lo ejecutan, de esta manera se tiene claridad con estándares de calidad, buen clima organizacional y sentido de pertenencia por parte de los colaboradores, contribuyendo al fortalecimiento de la empresa.

Se diseña un plan de comunicación de Bienestar Laboral para el área de Gestión Humana de la empresa CO&TEX S.A.S; este se puede aplicar en cada uno de las áreas de la empresa, llevando a cabo las mejoras pertinentes con el fin de mejorarlos.

De igual manera, es conveniente que la empresa CO&TEX S.A.S diseñe un proceso de comunicación organizacional que permita establecer con claridad, el rol comunicacional que desempeña cada miembro de la organización, con el fin que el flujo de información mejore de manera continua, sea más efectiva y responda a los objetivos de la empresa.

Toda actividad empresarial debe ser monitoreada y que se elaboren los indicadores de gestión correspondientes; estos son de vital importancia para una acertada comunicación, dan cuenta al cumplimiento de plan de comunicaciones de Bienestar Laboral o del mismo impacto que se logra al realizar dicha gestión.

Una comunicación acertada y planeada, no puede ser improvisada, de allí se concluye que contar con un plan de comunicación interno es de vital importancia para alinear intereses organizacionales con los colaboradores, así como el fortalecimiento, reputación y clima organizacional.

El programa de Bienestar Laboral está enfocado en satisfacer las necesidades de los colaboradores en tres áreas: Personal, motivacional y laboral. De esta forma se intervienen los riesgos psicosociales de la empresa para buscar mejoras en condiciones internas y externas del colaborador.

Teniendo constituido el plan de comunicación se debe plantear un cronograma continuo y medible para las diferentes actividades propuestas. De acuerdo a sus consideraciones se intervienen a corto, mediano o largo plazo.

Comunicar a todos los colaboradores de la empresa CO&TEX S.A.S sobre el plan de bienestar, con el fin de dar a conocer la nueva perspectiva de la empresa, de esta forma se genera un voz a voz positivo, disposición y motivación para aplicar las actividades planeadas.

Realizar anualmente un estudio (entrevistas, encuestas, focus group) para identificar factores de riesgo psicosociales o alguna necesidad laboral de los colaboradores e intervenir con mejoras para la salud y bienestar del colaborador.

## Bibliografía

- Morales, S. (2012). *La Comunicación Interna: herramienta estratégica de gestión para empresas excelentes* (Vol. 34). Aprende RH: Tu revista de recursos humanos.
- Kats & Kahn. (1986). *Psicología Social de las Organizaciones*. Trillas, México: 5ta Edición.
- Marín, L. (1997). *La Comunicación en las Empresa y las Organizaciones*. Barcelona: Bosch Casa Editorial S.A.
- Sánchez, P. (2015). *Plan de Comunicación Interna*. UNED Ed. 1.
- Arrivas Urrutia, A. (2000). *Comunicación en la empresa. La importancia de la información interna en la empresa*. (R. L. Social, Ed.)
- F.J Garrido M. (2017). *Comunicación Estratégica*.
- Mintzberg, Quinn & Voyer . (1996). *The Strategy Process: Concepts, Text and Cases*. Prentice Hall Pub., Upper Saddle River, NJ.
- SCHEINSON, D. (2009). *Comunicación Estratégica*. (Ediciones Granica S.A) 2009.
- Goldhaber, Gerald M & Salvador Lara. (1991). *Qué es Comunicación Organizacional?* México.
- A. Cuevas Manzanares. *La comunicación organizacional como dinamizador de la mejora continua en los sistemas de gestión*. Editorial Norma Colombia.
- Fiske, J. (1982). *Introducción al Estudio de la Comunicación*. Editorial Norma Colombia.
- Fernandez C. (1999). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- Restrepo J., M. (1995). *Comunicación para la dinámica Organizacioal*. Signo y pensamiento N° 26. Universidad Javeriana.



Fernandez C. (1997). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Editorial Trillas.

Sanchez Moreno, Y. (2017). *Bienestar laboral y su influencia en las organizaciones*.

Fuentes Velásquez, A. *La comunicación interna y su impacto organizacional para lograr resultados*.

Molero Hermosilla, A. (2005). *Plan de Comunicación*.

Puyal, E. (2001). *La comunicación interna y externa en la empresa*.

Merlano Medrano, S. (2012). *La Comunicación Interna en las Organizaciones*.

CO&TEX S.A.S. (2017). *Misión, Visión y Política de calidad*. Colombia.

Beltran Jaramillo, J. (2002). *Indicadores de Gestión. Herramientas para lograr la competitividad*. Bogotá: 2da Edición.

Senn citado po Beltran. (1998). *Indicadores de Gestión*.

Kaplan, R., y Norton, D. . (2000). *Cuadro de mando integral*. Madrid: (The balanced scorecard). Gestión.

Aguilera, J. (2008). *Cómo usar indicadores de gestión en la comunicación organizacional*.

Aguilera, J. (2008). *Cómo usar indicadores de gestión en la comunicación organizacional*.

Aguayo Llano, A. (2018). *Cómo definir indicadores de evaluación en el Plan de Comunicación de tu ONG*.