



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

003184
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO



ATLANTIDAD DE

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLÁN

7/1/1989
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS
PROFESIONALES
Y CERTIFICACION

LA IMPORTANCIA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL
EN UNA EMPRESA
DE LA INDUSTRIA DE AUTOPARTES

TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
ACTUARIO
PRESENTA
MARIO ENRIQUE SALCEDO MORALES



ACATLÁN, ESTADO DE MEXICO, MAYO DE 1997

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

26
71



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Dios por la vida que me ha dado

A mi Padre a quien le debo todo lo que soy

**A mi Hermano y a mi Madre
por su apoyo y paciencia**

Al Grupo Moresa por la oportunidad de trabajar, aprender y madurar, en especial a Copresa por su valiosa información y a Martha por creer en mí

A la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán con quienes siempre estaré en deuda

**Todo hombre en su vida debe enfrentarse a sí mismo para reclamar su lugar en el mundo
y así pueda vivir . . . satisfecho de su vida**

COPRESA 

UNA EMPRESA MORESA
de Grupo Uniko
Pistones Moresa, S.A. de C.V.
Planta de Pernos
Calle de Guadalupe No. 301
54800 Cuautitlan, Edo. de Mex. Méx.
Tel. 51-51870-00-81
Fax. 51-51872-27-02

México D.F., 06 de octubre de 1995.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLAN
PRESENTE**

Por medio de la presente la Compañía Copresa, manifiesta que no existe ningún inconveniente para que el nombre de la empresa así como la información generada por la misma sea usada en las memorias del desempeño profesional, que sobre "La Importancia del Clima Organizacional en una Empresa de la Industria de Autopartes", realizó el alumno Mario Enrique Salcedo Morales.

Cabe hacer notar que la autorización se suscribe sólo a los efectos didácticos no comerciales, por lo que la empresa queda relevada de toda responsabilidad en el sentido de que dichas memorias del desempeño profesional, lleguen a ser utilizadas para otros fines.

Atentamente,



Lic. Martha Moreno Valdes
Dir. Marketing, Recursos Humanos y
Relaciones Gubernamentales

INDICE

	Pag.
INTRODUCCION	1
I.- TEORIA DEL CLIMA Y COMUNICACION ORGANIZACIONAL	4
I.I.- CLIMA ORGANIZACIONAL	4
I.I.I.- CONCEPTOS	4
I.I.II.- DEFINICIONES	4
I.I.III.- IMPORTANCIA	6
I.I.IV.- ESTRUCTURA	6
I.I.V.- DIMENSIONES	8
I.I.VI.- MEDIOS DE ANALISIS	9
I.II.- COMUNICACION ORGANIZACIONAL	10
I.II.I.- CONCEPTOS	10
I.II.II.- DEFINICIONES	10
I.II.III.- ELEMENTOS	11
I.II.IV.- IMPORTANCIA	12
I.II.V.- REDES DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL	14
I.III.- RELACION ENTRE COMUNICACION, MOTIVACION Y PRODUCTIVIDAD	14
II.- TEORIA DE SISTEMAS PARA EL DISEÑO Y UTILIZACION DE BASES DE DATOS	16
II.I.- TEORIA, CONCEPTOS, DEFINICIONES Y COMENTARIOS	16
II.II.- PRINCIPIOS DE PROGRAMACION	17
II.III.- BASES DE DATOS	18
II.IV.- CAPTURA DE DATOS	20
II.V.- REPORTES	21
II.VI.- DIAGRAMA DE FLUJO DEL SISTEMA	23
III.- DISEÑO, ELABORACION Y APLICACION DE LA INVESTIGACION	24
III.I.- NECESIDADES DE LA EMPRESA	24
III.II.- CREACION DE LOS CUESTIONARIOS	25
III.II.I.- CONCEPTOS	25
III.II.II.- CUESTIONARIOS	27
III.III.- APLICACION DE CUESTIONARIOS	28

	Pag.
IV.- ANALISIS DE LA INFORMACION	31
IV.I.- TEORIA Y CONCEPTOS	31
IV.II.- FORMULAS UTILIZADAS	33
IV.II.I.- FRECUENCIA	33
IV.II.II.- MEDIA	33
IV.II.III.- DESVIACION ESTANDAR	33
IV.II.IV.- MODA	34
IV.III.- DESCRIPCION DE LA ESTADISTICA	34
IV.IV.- ESTADISTICA 1992 Y 1994	37
V.- PRESENTACION DE RESULTADOS	38
CONCLUSIONES	73
APENDICE	75
APENDICE I	75
APENDICE II	79
APENDICE III	99
APENDICE IV	100
BIBLIOGRAFIA	129

INTRODUCCION

En las empresas se encuentran problemas de diferentes tipos : de producción, tecnología, logística, ventas, finanzas y en los recursos humanos. Los problemas con el personal y entre el personal la mayoría de las veces no se les da la importancia que tienen y el impacto tan fuerte que pueden causar en los resultados de la empresa.

En las relaciones humanas se presentan problemas, los cuales se pueden resolver o se pueden ir llevando (soportando). Dentro de las unidades productivas estos problemas se tienen que resolver para que la empresa continúe su desarrollo.

La empresa tiene necesidades y el individuo también tiene necesidades por lo que se da una relación entre ambos para satisfacer mutuamente ambas necesidades :

- Que el individuo lleve a cabo un trabajo para la empresa
- Que la empresa le de un sueldo a cambio de sus servicios.

La interrelación empresa-empleado debe darse de manera saludable para que el individuo se sienta orgulloso de su trabajo y satisfecho por su remuneración, por su parte la empresa orgullosa por tener un empleado de confianza y satisfecha por el trabajo que el empleado desempeña. Si lo anterior no se da ambas partes pierden :

- El empleado se siente frustrado porque no es productivo como el quisiera ya que no le gusta su trabajo y percibe que su sueldo es bajo y no le alcanza para cubrir sus necesidades
- La empresa pierde al tener un empleado descontento al cual no le tiene confianza y se da cuenta que no obtiene el trabajo por el que paga.

En la situación actual de competencia mundial, la empresa y el individuo se enfrentan a otra empresa y a otro individuo que están en coordinación para trabajar al 110%, los primeros no tienen opción de ganar y ni siquiera de competir porque aunque existan elementos económicos, tecnológicos y estratégicos, sino existe una interrelación sana y productiva entre empresa y empleado, estos elementos mucha veces salen sobrando.

En cambio puede la empresa no contar de igual manera o magnitud de elementos económicos, tecnológicos y estratégicos que su competencia, pero si la interrelación empresa-empleado es al 120%, esas diferencias pueden verse disminuidas al competir ambas empresas. Lo anterior porque el cliente no solo compra un producto sino también compra un servicio y éste lo da el personal.

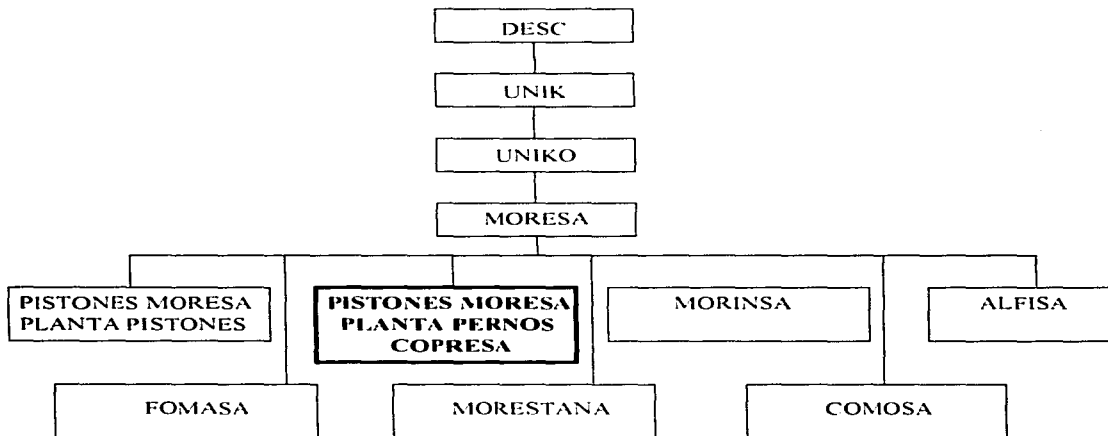
Un estudio de opinión se enfoca en a detectar, ubicar, identificar y ayudar a jerarquizar los problemas, errores y deficiencias que existen entre el personal de la empresa, entre el personal y la empresa y entre la empresa y su entorno.

Dentro de los problemas mas comunes se encuentran :

- Ignorancia del personal sobre la empresa y su entorno
- Errores de la empresa
- Fallas de los altos mandos
- Error de percepción en filosofías y fines de la empresa

La empresa en análisis es : Pistones Moresa S.A. de C.V. Planta Pernos (COPRESA), se dedica a la fabricación de pernos para pistones que se utilizan en motores de combustión interna para autos y camiones. La empresa forma parte del Grupo Moresa y este es parte del Grupo Uniko que a su vez es parte del Grupo Unik, Unik es la división de autopartes del Grupo Desc. Desc es un importante Grupo empresarial mexicano.

A continuación se muestra la estructura del grupo y la posición de la empresa dentro del mismo.



La gerencia de planta al percibir problemas entre su personal, es necesario que identifique esos problemas. Esto no lo puede hacer ella misma ya que seria juez y parte, debe pedir ayuda a un tercero no involucrado directamente con la empresa pero si relacionado con ella. Esto con el fin de mantener la objetividad en el análisis de ese estudio, que presente resultados de la situación de la empresa y de sus empleados.

Este tercero puede ser algún despacho de asesoría externa o un corporativo, el cual va a informar sobre el clima organizacional de la empresa-empleados, tanto buenas prácticas como vicios adquiridos.

El papel que desempeñó el corporativo en este caso fue el de asesor para la compañía, analizó el clima organizacional y se reportaron los resultados a la Gerencia de Planta. Las áreas del corporativo que intervinieron en este proyecto fueron :

- Dirección de Recursos Humanos
- Área de Comunicación Organizacional
- Área de Sistemas

Como parte del área de sistemas del corporativo (aprox. 6 años y aprox. 10 años en el Grupo) y con los conocimientos de muestreo y estadística adquiridos en la carrera, participé en el desarrollo, aplicación, proceso de información y presentación de resultados del Estudio de Opinión de Copresa ('92 y '94).

Con este análisis y la intervención de la empresa-empleados se definen estrategias para mejorar puntos en contra y fortalecer los puntos buenos de la misma.

El estudio de opinión se lleva a cabo a través de las siguientes etapas :

- Un análisis de necesidades de la empresa
- La elaboración de un cuestionario en base a esas necesidades
- La aplicación del cuestionario a todo el personal
- El análisis estadístico de los datos
- La presentación de los resultados obtenidos
- El desarrollo de estrategias de mejora

Y la aplicación de un estudio de opinión en fecha posterior, para evaluar las estrategias adoptadas e implementar nuevas estrategias y eliminar otras según sea la necesidad y situación de la empresa.

El primer estudio se llevo a cabo en 1992 para detectar la situación de la empresa y se repitió en 1994 para detectar de nueva cuenta la situación de la empresa y para evaluar las medidas que se habían tomado en 1992. Por el perfil del trabajo antes expuesto y las características con que cuenta se considera una Memoria del Desempeño Profesional.

CAPITULO I : TEORIA DEL CLIMA Y COMUNICACION ORGANIZACIONAL

I.I.- CLIMA ORGANIZACIONAL

I.I.I.- CONCEPTOS.

- El comportamiento de una persona en su trabajo esta en función de la persona implicada y de su entorno (Lewin).
- La forma de comportarse de un individuo en el trabajo no depende solamente de sus características personales sino también de la forma en que este percibe su clima de trabajo, y los componentes de su organización.
- El clima organizacional constituye una configuración de las características de una organización, así como las características personales de un individuo pueden constituir su personalidad.
- La percepción del clima organizacional es una función de :
 - * Las características del que percibe
 - * De las características de la organización
 - * Y de la interacción de estos dos elementos
- El clima organizacional es un componente multidimensional de elementos y la compañía puede tener tantos climas como departamentos, entre mas descentralizada este la organización, mas se pueden observar climas diferentes.

I.I.II.- DEFINICIONES.

Dependiendo de la forma de analizar al clima organizacional encontramos tres definiciones :

- * **Medida multiple de los atributos organizacionales.** Considera el clima como un conjunto de características que :
 - a) Describen una organización y la distinguen de otras
 - b) Son relativamente estables en el tiempo
 - c) Influyen en el comportamiento de los individuos dentro de la organización

Esta definición se refiere a aspectos físicos de la organización, tamaño, número de empleados, rendimiento de los mismos, tasas de rotación, ausentismo, etc. Lo cual nos limita en nuestro alcance de medir/percibir el clima organizacional de una empresa.

- * **Medida perceptiva de los atributos individuales.** Representa mas bien una definición deductiva del clima organizacional que responde a la polémica que vincula la percepción del clima a los valores, actitudes u opiniones personales de los empleados, y considera incluso su grado de satisfacción.

En esta definición el clima se vuelve sinónimo de opiniones personales y el clima sentido por los empleados es mas en función de sus características personales que de los factores organizacionales.

*** Medida perceptiva de los atributos organizacionales.** El clima esta definido como una serie de características que :

- A) Son percibidas a proposito de una organización y
- B) Que pueden ser deducidas según la forma en que la organización actúa.

Las variables propias de la organización, como la estructura y el proceso organizacional, interactúan con la personalidad del individuo para producir las percepciones. Mediante la evaluación de estas percepciones es como se puede analizar la relación entra las características propias de la empresa y el rendimiento que esta obtiene de sus empleados.

Dentro del clima organizacional encontramos tres variables que lo definen :

- a) Las variables del medio, como el tamaño, la estructura de la organización y la administración de los recursos humanos que son exteriores al empleado.
- b) Las variables personales, como las aptitudes, actitudes y las motivaciones del empleado.
- c) Las variables resultantes, como la satisfacción y la productividad que están influenciadas por las variables del medio y las variables personales.

Teoría Del Clima Organizacional De Linkert.

Esta teoria del clima organizacional o de los sistemas de organización permite visualizar en términos de causa y efecto la naturaleza de los climas que se estudian, y permite tambien analizar el papel de las variables que conforman el clima que se observa. El comportamiento de los subordinados es causado, en parte, por el comportamiento administrativo y por las condiciones organizacionales que estos perciben y, en parte, por sus informaciones, sus percepciones, sus esperanzas, sus capacidades y sus valores. La reacción de un individuo ante cualquier situación siempre esta en función de la percepción que tiene de esta. Lo que cuenta es la forma como ve las cosas y no la realidad objetiva.

A continuación se presentan los cuatro factores que influyen en la percepción individual del clima :

- a) Los parametros ligados al contexto, a la tecnología y a la estructura misma del sistema organizacional.
- b) La posición jerárquica que el individuo ocupa dentro de la organización, así como el salario que gana.
- c) Los factores personales tales como la personalidad, las actitudes y el nivel de satisfacción.
- d) La percepción que tienen los subordinados, los colegas y los superiores del clima de la organización.

y existen tres tipos de variables

- a) Variables causales, son variables independientes que determinan el sentido en que una organización evoluciona así como los resultados que obtiene.
- b) Variables intermediarias, estas variables reflejan el estado interno y la salud de la empresa, por ejemplo, las motivaciones, las actitudes, los objetivos de rendimiento, eficacia de la comunicación y la toma de decisiones.
- c) Variables finales, son las variables dependientes que resultan del efecto conjunto de las dos precedentes. Estas variables reflejan los resultados obtenidos por la organización; por ejemplo, la productividad, los gastos de la empresa, las ganancias, las pérdidas. Estas variables constituyen la eficacia organizacional de una empresa.

La combinación y la interacción de estas variables permite determinar dos grandes tipos de clima organizacional, cada uno de ellos con dos subdivisiones.

- Clima de tipo autoritario

- Autoritarismo explotador, la dirección no le tiene confianza a sus empleados. La mayor parte de las decisiones y de los objetivos se toman en la cima de la organización y se distribuyen según una función puramente descendente.
- Autoritarismo paternalista, la dirección tiene una confianza condescendiente en sus empleados, la mayor parte de las decisiones se toman en la cima, pero algunas se toman en los escalones inferiores.

- Clima de tipo participativo

- Consultivo, la dirección tiene confianza en sus empleados. La política y las decisiones se toman generalmente en la cima pero se permite a los subordinados que tomen decisiones mas específicas en los niveles inferiores.
- Participación en grupo, la dirección tiene plena confianza en sus empleados. Los procesos de toma de decisiones están diseminados en toda la organización y muy bien integrados a cada uno de los niveles.

En función de la teoría de Linkert, los climas de tipo autoritario corresponden a un clima cerrado, mientras que los climas de tipo participativo corresponden a un clima abierto.

I.I.III.- IMPORTANCIA.

- El clima es parte importante del desarrollo de una organización, en su evolución y en su adaptación al medio exterior.

Se vuelve importante para un administrador el ser capaz de analizar y diagnosticar el clima de su organización por tres razones :

- a) Evaluar las fuentes de conflicto, de estrés o de insatisfacción que contribuyen al desarrollo de actitudes negativas frente a la organización.
- b) Iniciar y sostener un cambio que indique al administrador los elementos específicos sobre los cuales debe dirigir sus intervenciones.
- c) Seguir el desarrollo de su organización y prever los problemas que puedan surgir.

- El clima constituye la personalidad de una organización y contribuye a la imagen que esta proyecta a sus empleados e incluso al exterior.

I.I.IV.- ESTRUCTURA.

Dentro de los componentes del clima organizacional encontramos :

- Los Comportamientos :

- a) Aspectos Individuales
 - Actitudes
 - Percepciones
 - Personalidad
 - Estrés
 - Valores
 - Aprendizaje
- b) Grupo
 - Estructura
 - Procesos
 - Cohesión
 - Normas y Papeles
- c) Motivación
 - Motivos
 - Necesidades
 - Esfuerzo
 - Refuerzo
- d) Liderazgo
 - Poder
 - Políticas
 - Influencia
 - Estilo

- Estructura de la Organización :

- a) Macrodimensiones
- b) Microdimensiones

- Procesos Organizacionales :

- a) Evaluación del Rendimiento
- b) Sistema de Remuneración
- c) Comunicación
- d) Toma de Decisiones

Dentro de los resultados del clima organizacional encontramos :

- Rendimiento :

- a) Individual :
 - Alcance de los Objetivos
 - Satisfacción en el Trabajo
 - Satisfacción en la Carrera
 - Calidad del Trabajo
- b) Grupo :
 - Alcance de los Objetivos
 - Moral
 - Resultados
 - Cohesión

c) Organización

- Producción

- Eficacia
- Satisfacción
- Adaptación
- Desarrollo
- Supervivencia
- Tasa de Rotación
- Ausentismo

La forma en que interactúan los componentes tales como el comportamiento de los individuos y de los grupos, la estructura y los procesos organizacionales, para crear un clima organizacional que a su vez produce resultados de rendimiento organizacional, individual o de grupo. Así los resultados que se observan en una organización provienen de su tipo de clima que es resultado de los diferentes aspectos objetivos de la realidad de la organización como la estructura, los procesos y los aspectos psicológicos y de comportamiento de los empleados.

I.I.V.- DIMENSIONES.

Según diferentes autores las dimensiones a analizar en el clima organizacional es muy variable, a continuación presentaremos las mas importantes para el caso que nos afecta, el clima organizacional dentro de una empresa privada.

Según Linkert :

- Los Métodos de Mando
- Las Características de las Fuerzas Motivacionales
- Las Características de los Procesos de Comunicación
- Las Características de los Procesos de Influencia
- Las Características de los Procesos de Toma De Decisiones
- Las Características de los Procesos de Planificación
- Las Características de los Procesos de Control
- Los Objetivos de Rendimiento y de Perfeccionamiento

Según Litwin y Stringer :

- Estructura
- Responsabilidad Individual
- Remuneración
- Riesgos y Toma de Decisiones
- Apoyo
- Tolerancia al Conflicto

Según Pritchard y Karasick :

- Autonomía
- Conflicto y Cooperación
- Relaciones Sociales
- Estructura

- Remuneración
- Rendimiento
- Motivación
- Estatus
- Flexibilidad e Innovación
- Centralización de la Toma de Decisiones
- Apoyo

Según Moos e Insel :

- Implicación
- Cohesión
- Apoyo
- Autonomía
- Tarea
- Presión
- Claridad
- Control
- Innovación
- Confort

Según Bowers y Taylor :

- Apertura a los Cambios Tecnológicos
- Recursos Humanos
- Comunicación
- Motivación
- Toma de Decisiones

Primordialmente el instrumento de medición que se utilice (cuestionarios) debe asegurarse de cubrir por lo menos las cuatro dimensiones siguientes :

- Autonomía individual, incluye la responsabilidad, la independencia de los individuos y la rigidez de las leyes de la organización.
- Grado de estructura que impone el puesto, mide el grado al que los objetivos y los métodos de trabajo se establecen y se comunican a los empleados por parte de sus superiores.
- Tipo de recompensa, se basa en los aspectos monetarios y las posibilidades de promoción.
- Consideración, agradecimiento y apoyo, se refiere al estímulo, al apoyo que un empleado recibe de su superior.

I.I.VI.- MEDIOS DE ANALISIS.

- Los instrumentos de medida mas frecuentemente utilizados son los cuestionarios escritos, ya que corresponden a la naturaleza multidimensional y perceptiva del clima. Por sus dimensiones, estos cuestionarios cubren las siguientes variables :

- a) humanas
- b) estructurales
- c) relacionadas con la tarea
- d) tecnológicas

En general se encuentran en estos cuestionarios escalas de respuestas de tipo nominal o de intervalo.

Medir la distancia entre el clima actual y el clima ideal, permite ver hasta que punto el interrogado está a gusto con el clima en el que trabaja y, también indica las dimensiones que necesitan una intervención de parte de la Dirección para mejorar la percepción del clima.

- La encuesta puede ser válida si se interroga una muestra representativa de empleados por cada departamento de la organización. El clima total equivale entonces a la medida de los climas reunidos de todos los departamentos.
- La medida en que un cuestionario incluya mas preguntas o características relativas a las dimensiones analizadas, mejor será su capacidad para poder delimitar, de la manera mas global posible, el clima organizacional tal y como lo viven sus miembros.

I.II.- COMUNICACION ORGANIZACIONAL

I.II.I.- CONCEPTOS.

- Uno de los ingredientes mas importantes en la fórmula para conducir a la excelencia a cualquier organización es la comunicación.
- Es un hecho conocido por toda persona que labora en una organización que conforme mayor sea la responsabilidad, mas tiempo se dedica a la comunicación y al manejo de información como parte medular del quehacer diario.
- La comunicación es el puente que la organización tiende a sus empleados para demandar de ellos eficiencia y eficacia por medio de la productividad. Por otro lado la comunicación es el ámbito a través del cual los empleados transmiten a la organización la información sobre el conjunto de satisfactores que requieren para cubrir sus necesidades.
- La calidad de la comunicación está determinada por el grado en que las ideas del receptor, resultado del mensaje recibido, son similares a las ideas que el emisor tenia en mente al iniciar el proceso.

I.II.II.- DEFINICIONES.

- La comunicación es uno de los elementos y ámbitos importantes para la organización ya que ayuda a mantenerla unida y proporciona los medios para transmitir información necesaria para la realización de actividades, obtención de metas y de objetivos organizacionales.

- La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje y espera que esta última de una respuesta.
- La intención de quien comunica es cambiar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación.
- La comunicación es el acto o serie procesal de actos realizado por una persona, cuya finalidad o resultado es hacer brotar en otra persona, mediante el manejo de símbolos y signos, una idea o un conjunto de ideas que influyan en la modificación o refuerzo de su conducta.

BARRERAS DE LA COMUNICACION :

- a) Las barreras semánticas, originadas por las diferencias de significado que las palabras y los actos comunicativos pueden tener para distintas personas.
- b) Las barreras físicas, causadas por deficiencias en los canales o ya sean del emisor y/o receptor.
- c) Las barreras psicológicas.
- d) Las barreras administrativas, resultado de la distribución de la autoridad y la responsabilidad.

I.II.III.- ELEMENTOS.

Uno de los modelos mas utilizados y que se considera de los mas completos es aquel desarrollado por Shanon y Weaver con los siguientes elementos :

- a) Fuente o emisor, pueden ser una o varias personas con ideas, información y un proposito para comunicar.
- b) Encodificación, una vez que el emisor tiene una idea que comunicar, debe traducirla en palabras orales o escritas, o algún tipo de símbolos que posean un significado claro y comprensible para el receptor.

Existen cuatro factores que afectan al emisor y a la encodificación :

- Las habilidades comunicativas
- Las actitudes
- El grado de conocimiento del emisor sobre el tema
- La posición del emisor dentro del sistema

c) Mensaje, es la forma que se le da a una idea o pensamiento que el comunicador desea transmitir al receptor, ya sea en forma verbal o no verbal.

d) Medio, es el vehiculo por el cual el mensaje viaja del emisor al receptor, y dependiendo del mensaje es el medio a utilizar :

- Mensaje formal importante, medio escrito
- Retroalimentación importante, medio oral
- Presentar a un grupo un programa, medio audiovisual

Mientras mejor se escoja el medio para transmitir los mensajes, la posibilidad de interferencias no deseadas en la comunicación se minimizarán.

e) Decodificación, significa pasar del código a la idea, es decir, que el receptor encuentre significado e interprete el mensaje que le envió el emisor.

f) Receptor, es la persona o personas que recibe o reciben un mensaje del emisor, y está afectado por:

- Sus habilidades comunicativas
- Sus actitudes, hacia el mismo, al emisor y al mensaje
- El grado de conocimiento sobre el tema que se le comunica
- Su posición dentro del sistema

g) Retroalimentación, suministra una vía para la respuesta del receptor al mensaje del emisor. Dicha respuesta permite al emisor determinar si el receptor ha recibido su mensaje y si este ha producido en dicho receptor la respuesta pretendida.

Algunos principios para asegurar la calidad de la comunicación :

- a) Conocer al receptor
- b) Enviar el mensaje en el momento adecuado
- c) Dosificar la información
- d) Usar un lenguaje sencillo
- e) Utilizar la retroalimentación
- f) Recurrir a la redundancia
- g) Usar canales alternativos

III.IV.- IMPORTANCIA.

La comunicación organizacional es el proceso mediante el cual un individuo o una de las subpartes de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra subparte; por lo cual la comunicación es una herramienta de trabajo importante con la cual los individuos pueden entender su papel y se pueden desempeñar de acuerdo con el de la organización.

Determinación de necesidades de comunicación :



Determinación de necesidades de comunicación para :

A) El Personal :

1.- Receptor

- Instrucciones de Trabajo
- Retroalimentación sobre el Desempeño
- Noticias
- Información de Caracter Personal

2.- Emisor

- Datos sobre Resultados
- Información del Contexto
- Información sobre Aspectos de la Operación
- Información de Caracter Personal

B) La Organización :

1.- Emisor

A) Ambito Interno

- Aspectos Culturales
- Aspectos Operativos
- Información del Contexto

B) Ambito Externo

- Imagen
- Comunicación Comercial
- Aspectos Operativos

2.- Receptor

A) Ambito Interno

- Resultados
- Contexto Interno
- Clima de Organización
- Contexto Externo
- Retroalimentación para Los Esfuerzos de Difusión Interna

B) Ambito Externo

- Contexto
- Retroalimentación para los Esfuerzos de Comunicación Comercial
- Retroalimentación para los Esfuerzos de Imagen

I.IV.- REDES DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL.

Los mensajes de la comunicación organizacional siguen unos caminos dentro del espacio de la misma denominados redes de comunicación, gran parte son líneas formales de comunicación, en tanto que otras son líneas informales.

La comunicación formal, es aquella en donde los mensajes siguen los caminos oficiales dictados por la jerarquía y especificados en el organigrama de la organización, y puede ser de las siguientes formas :

a) La comunicación descendente, sirve para enviar los mensajes de los superiores a los subordinados. Uno de los propósitos mas comunes de estos comunicados es proporcionar las instrucciones suficientes y específicas de trabajo : "quién debe hacer qué, cuando, como, donde y porque".

b) La comunicación ascendente, es la que va del subordinado hacia los superiores, el principal beneficio de este tipo de comunicación es ser el canal por el cual la administración conoce la opinión de los subordinados, lo cual permite tener información del clima organizacional en esos ambitos.

c) La comunicación horizontal, se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de los mensajes horizontales tienen como objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel.

La comunicación informal, es cuando la comunicación dentro de la organización no sigue los caminos establecidos por la estructura y comprende toda información no oficial que fluye entre los grupos que conforman la organización.

I.III.- RELACION ENTRE COMUNICACION, MOTIVACION Y PRODUCTIVIDAD.

La comunicación, la motivación y la productividad son procesos organizacionales.

La relación mas obvia e inmediata entre la comunicación, motivación y productividad es aquella que señala la responsabilidad e interés de los estratos altos de la organización por motivar a sus estratos bajos a través de técnicas comunicativas y así lograr mayor productividad.

Se analizará a mayor detalle :

La comunicación es una palabra de origen latino (communicare) que quiere decir compartir o hacer común. Cuando se comunican los individuos se esfuerzan en compartir, en hacer común aquello que se desea comunicar.

La motivación es un proceso del individuo frente a la organización.

La productividad es un medio que tiene la organización para evaluar la eficiencia de su recurso humano.

Desde el punto de vista del individuo, la organización debe proveerle una situación laboral que lo mantenga satisfecho. En cuanto a la organización, el individuo debe desempeñar conductas que logren ciertas metas y objetivos establecidos por ella. La comunicación no es otra cosa mas que compartir, hacer comunes los ambitos de motivación y productividad en la organización.

La comunicación es el puente que se tiende entre individuos y su organización, no siempre resulta en un acuerdo entre ambas partes. La comunicación representa la "region del esfuerzo" para hacer comunes las perspectivas individual y organizacional. Este esfuerzo no necesariamente se ve recompensado siempre por el entendimiento y el acuerdo de ambas partes, sucede que en algunos ambitos organizacionales no existe ni siquiera tal esfuerzo por hacer comunes los procesos motivacionales y productivos.

La comunicación individuo-organización, y viceversa, no siempre es exitosa, ni resulta en un acuerdo o entendimiento para y entre ambas partes, sin embargo, si en alguna región de la organización se da la relación entre motivación y productividad es precisamente en el ámbito de la comunicación. La comunicación efectiva impacta de manera relevante a la motivación, y esta, a su vez, crea un ambiente propicio para lograr mayor productividad, si bien también existen otros factores que influyen para el logro de esta última.

CAPITULO II : TEORIA DE SISTEMAS PARA EL DISEÑO Y UTILIZACION DE BASES DE DATOS.

III.- TEORIA, CONCEPTOS, DEFINICIONES Y COMENTARIOS.

Ante la diversidad de paquetes para el manejo de información, como :

- Hojas Electrónicas
- Bases de Datos

Se decidió utilizar bases de datos con el formato dbf (data base format) por el perfil de información que se manejaría, cuestionarios de 60 a 70 preguntas con varias opciones y de 100 a 150 encuestados, la estructura de almacenamiento de la información sobre campos y registros.

Se utilizó programación en Clipper 5.0 por la facilidad de compilar los programas y generar ejecutables los cuales se pueden correr en cualquier maquina sin necesidad de contar con otros programas o complicadas configuraciones de equipo. El formato dbf es fácilmente convertible a formatos de hojas de cálculo si es necesario transportar la información.

Aunque la "Gestión de base de datos" es un término informático, también se puede aplicar a las distintas formas en que se clasifica, se almacena y se usa la información. Un gestor de base de datos que manipula información de bases de datos enlazadas por un campo común se llama "Gestor de bases de datos relacionales".

Un archivo de datos se define como un conjunto de registros formados por uno o mas campos dispuestos de la misma forma. El registro se define como un conjunto de campos y el campo es un conjunto de caracteres de información.

Un sistema de bases de datos es un sistema de archivo que se encarga de la estructuración e interpretación de los datos, y el software que permite el uso y/o modificación de los datos de una base de datos es un "Sistema manejador de bases de datos" (dbms: data base management system).

Una base de datos es una colección de datos interrelacionados, almacenados mas o menos permanentemente en una computadora tal que :

- a) Los datos son compartidos por diferentes usuarios y programas de aplicación, pero existe un mecanismo común para la inserción, actualización, borrado y consulta de los datos.
- b) Tanto los usuarios finales como los programas de aplicación no necesitan conocer los detalles de las estructuras de almacenamiento.

La arquitectura de un sistema de bases de datos consta principalmente de lo siguiente :

- Esquema interno, se relaciona con el almacenamiento físico de la información.
- Esquema externo, se relaciona con el usuario, con la forma en que los datos son vistos por cada usuario.
- Esquema conceptual, el cual es un nivel de "indireccionamiento" entre los dos anteriores. El esquema conceptual define la vista global de los datos.

Todo sistema va a contar básicamente con tres elementos vitales :

- 1.- Información con que se alimenta al sistema.
- 2.- Procesos sobre la información.
- 3.- Información que el sistema emite como resultados.

El proceso de diseño de una base de datos requiere que se piense en la forma en que los usuarios van a preguntar sobre la información de la base de datos.

Diseño de sistemas, al plantearse las necesidades de un sistema y los procesos que realizará, se procede a hacer un diseño preliminar que consta básicamente de :

- 1.- La estructura del sistema en forma jerárquica.
- 2.- El diseño de los archivos.
- 3.- El diseño de entradas.
- 4.- El diseño de salidas.
- 5.- Procesos del sistema.

Ventajas en el uso de una base de datos :

- 1.- Disminución de la redundancia en los datos, se refiere a la repetición de la información.
- 2.- Evitar la inconsistencia, se refiere a la actualización de la información.
- 3.- Los datos pueden compartirse, se refiere al uso de la misma información por diferentes usuarios.
- 4.- Pueden aplicarse métodos especiales para la seguridad de la información.

II.II.- PRINCIPIOS DE PROGRAMACION UTILIZADOS.

Para evitar un posible daño en las bases de datos al ejecutar los programas de captura, la mecánica a seguir es dar de alta variables de memoria de cada una de las respuestas que se van a manejar. Luego al momento de ser capturado el dato por el usuario, este es validado, es decir que la respuesta esté dentro del rango solicitado o que no haya repeticiones. Ya capturadas y validadas todas las respuestas se abre la base de datos y en un solo proceso, sin intervención e interrupción por parte del usuario, se graba el registro y se cierra la base de datos.

Para la elaboración de reportes se debe cuidar el acceso a las bases de datos, ya que mientras menos tiempo esté abierta la base de datos menos tiempo estará en riesgo la base para que sufra daño, la mecánica que se utilizó fue la siguiente :

Primero se da de alta en memoria las variables a manejar según las respuestas del cuestionario, luego se abre la base y se lee generando contadores y acumuladores, al terminar se cierra la base y se pasa a calcular con las variables de memoria, contadores y acumuladores, es decir la estadística solicitada. Para finalizar se manda el reporte a impresión con las variables, contadores, acumuladores y estadística previamente calculados.

II.III.- BASES DE DATOS.

Las bases de datos son el corazón de cualquier sistema y el cuidado que se tenga en su diseño y protección asegura el éxito del sistema, su confiabilidad, así como su flexibilidad para cumplir futuros requerimientos. Se utilizaron dos bases de datos por sistema y su descripción es la siguiente :

- Base de Datos Principal (1992) :

Nombre :	Copresa.Dbf
No. de Campos :	117
Tipo de Campo :	Númérico
Longitud de Campo :	3
No. de Registros :	136

- Base de Datos Secundaria (1992) :

Nombre :	Copresac.Dbf
No. de Campos :	2
1.-Tipo de Campo :	Caracter
Longitud de Campo :	51
2.-Tipo de Campo :	Númérico
Longitud de Campo :	3
No. de Registros :	99

- Base de Datos Principal (1994) :

Nombre :	Copresa.Dbf
No. de Campos :	117
Tipo de Campos :	Númérico
Longitud De Campos :	3
No. de Registros :	101

- Base de Datos Secundaria (1994) :

Nombre :	Copresac.Dbf
No. de Campos :	2
1.- Tipo de Campo :	Caracter
Longitud de Campo :	51
2.- Tipo de Campo :	Númérico
Longitud de Campo :	3
No. de Registros :	99

En la base principal se capturó cada una de las respuestas de los cuestionarios, siendo cada registro un cuestionario. El número de registros viene siendo el número de encuestados y cada campo la respuesta a cada pregunta. Aquí se dan dos casos de preguntas, preguntas con varias respuestas y de preguntas con varias opciones con varias respuestas, ejemplo :

De pregunta con varias respuestas :

- En el cuestionario -

Pregunta 5. Turno en que trabaja ?

- 1.- 1er. turno o mixto
- x 2.- 2do. turno
- 3.- 3er. turno
- 4.- 4o. turno

- En la base de datos principal -

Número del registro : 7 (por ejemplo)

Nombre del campo : preg05

Captura de dato : 2

De pregunta con varias opciones con varias respuestas :

- En el cuestionario -

Pregunta 19. Sobre que aspectos de la empresa te gustaría recibir mas información ? Por favor, enumera del 1 al 12, considerando el 1 como el que mas te interesa y el 12 como el menos interesante para ti.

- | | |
|---|---------------------------------|
| (01) Calidad y Excelencia | (04) Organización y sus Cambios |
| (12) Deportes y Sociales | (02) Planes y Objetivos |
| (11) Economía Familiar | (06) Prestaciones |
| (10) Entorno de la Industria | (05) Producción |
| (09) Higiene y Seguridad | (03) Proyectos |
| (08) Normas, Politicas y
Procedimientos de la Cia. | (07) Ecologia |

- En la base de datos principal -

Número del registro : 3 (por ejemplo)

Nombre del campo :	preg19a	Dato capturado :	01
	preg19b		12
	preg19c		11
	preg19d		10
	preg19e		09
	preg19f		08
	preg19g		04
	preg19h		02
	preg19i		06
	preg19j		05
	preg19k		03
	preg19l		07

En la base secundaria se capturó un resumen de cada pregunta del cuestionario (no se transcribieron las preguntas del cuestionario ya que eran muy extensas) ya que se requieren incluir en el reporte estadístico, ejemplo :

En el cuestionario :

Preg. 15 Que tan satisfecho te sientes con respecto a la comunicación que mantienes con tu jefe ?

En el reporte :

15. Satisfacción por la comunicación con su jefe.

II.IV.- CAPTURA DE DATOS.-

En el programa de captura de datos (copresal.prg) la mecánica que se siguió es la siguiente :

La sección de alta de variables en memoria, de cada pregunta se da de alta su variable, es decir donde será guardada su respuesta tomando en cuenta los dos tipos de preguntas que maneja el cuestionario y mencionados anteriormente. El usuario no interviene en la definición de esta sección.

La sección de captura de datos, de cada pregunta se captura su respuesta validando esta por los rangos y directrices puestas en la definición del cuestionario. En esta sección el usuario interviene completamente ya que captura la información y lleva a cabo las correcciones en los cuestionarios cuando por la validación se rechaza alguna respuesta.

La sección de grabado de datos, al terminar de capturar todos las respuestas de un cuestionario, es decir lo que será un registro, se abre la base de datos (base principal) se graba la información y se cierra la base. Es importante hacer notar que el usuario no puede intervenir en esta sección, para asegurar la seguridad e integridad de la base.

II.V.- REPORTES.-

Dentro de la sección de reportes manejamos tres niveles de reportes que son :

- 1er nivel, reporte global
- 2o nivel, reporte por turno y reporte por clasificación
- 3er nivel, reporte por clasificación y área

Los cuatro reportes siguen la misma línea de programación que es :

- a) Alta de variables, en base a las respuestas de los cuestionarios.
- b) Proceso de información, lectura de la base de datos y calculo de contadores, acumuladores.
- c) Calculo de estadísticas, en base a contadores y acumuladores.
- d) Impresión de reporte, ya con las estadísticas calculadas se manda impresión un reporte según el nivel que se requiera.

De los cuatro puntos anteriores son comunes para todos los reportes los puntos a) y c) ya que las variables son las mismas y el cálculo de las estadísticas también lo son. Los puntos b) y d) son diferentes y se tienen que tener uno por reporte ya que la lectura y proceso se debe hacer restringido según la definición del reporte, ejemplo por turno o clasificación; y la impresión difiere ya que varía el número de reportes según las restricciones del reporte, ejemplo número de turnos o número de clasificaciones.

A continuación se muestran ejemplos de cada uno de los reportes :

1er nivel, es el reporte general donde se dan los resultados globales de la empresa, ejemplo :

	Frecuencia	f / % opc. 1	f / % opc. 2
Preg. 1. sexo	101	19 / 19%	82 / 81%

En este reporte se aprecia la opinión general de la empresa, no hay separación o clasificación de ningún tipo podemos decir que es "la opinión de copresa" en cada rubro o dimensión que abarca el cuestionario. En el ejemplo se muestra la distribución por sexo del personal 81% son hombres y 19% son mujeres.

Para el segundo nivel se desarrollaron dos reportes, en base a turno y en base a clasificación :

2o nivel, en el reporte en base a turno se dan los resultados por cada turno de trabajo en la empresa, ejemplo:

Análisis por turno : 1			
	Frecuencia	f / % opc. 1	f / % opc. 2
Preg. 1. sexo	56	12 / 21%	44 / 79%
Análisis por turno : 2			
	Frecuencia	f / % opc. 1	f / % opc. 2
Preg. 1. sexo	29	6 / 21%	23 / 79%
Análisis por turno : 3			
	Frecuencia	f / % opc. 1	f / % opc. 2
Preg. 1. sexo	14	0 / 0%	14 / 100%
Análisis por turno : 4			
	Frecuencia	f / % opc. 1	f / % opc. 2
Preg. 1. sexo	2	1 / 50%	1 / 50%

En este reporte se aprecia la opinión de cada turno de la empresa en cada rubro o dimensión que abarca el cuestionario. En el ejemplo podemos ver la distribución por sexo por turno, el primer turno 79% son hombres y 21% son mujeres. en el segundo se repite la distribución pero en el tercero son solamente hombres y en el cuarto es 50% hombres y 50% mujeres.

2o nivel, en el reporte en base a clasificación se dan los resultados por cada nivel de trabajo en la empresa, ejemplo:

Análisis por clasificación : 1 (supervisores)			
	Frecuencia	f / % opc. 1	f / % opc. 2
Preg. 1. sexo	8	0 / 0%	8 / 100%
Análisis por clasificación : 2 (gerentes o jefes)			
	Frecuencia	f / % opc. 1	f / % opc. 2
Preg. 1. sexo	8	1 / 13%	7 / 88%
Análisis por clasificación : 3 (no sindicalizados)			
	Frecuencia	f / % opc. 1	f / % opc. 2
Preg. 1. sexo	18	6 / 33%	12 / 67%
Análisis por clasificación : 4 (sindicalizados)			
	Frecuencia	f / % opc. 1	f / % opc. 2
Preg. 1. sexo	67	12 / 18%	55 / 82%

En este reporte se aprecia la opinión de cada puesto de la empresa en cada rubro o dimensión que abarca el cuestionario. En el ejemplo podemos ver la distribución por sexo por puesto, en gerentes existe 1 mujer y 7 hombres, no hay mujeres entre los supervisores, en personal no sindicalizado se distribuyen 33% mujeres 73% hombres y en personal sindicalizado 18% mujeres y 82% hombres.

3er nivel, en el reporte en base a clasificación y área se dan los resultados por puesto y área de trabajo en la empresa, en este caso se da una combinación de 4 clasificaciones con 11 áreas, lo que genera 44 reportes de 69 preguntas y de 14 páginas cada uno. Cada reporte refleja cada una de las dimensiones que abarca el cuestionario por ejemplo distribución por sexo, opinión del servicio de comedor, gusto por el trabajo propio etc. Las combinaciones generadas en este reporte son las siguientes :

Clasificación	Area	
Supervisores	Contraloría	Almacén
	Producción	Calidad
	Inspección Final	Relaciones Industriales
	Mantenimiento	Ingeniería
	Compras-Tráfico	Sistemas
	Gerencia General	
Gerente/Jefe	Contraloría	Almacén
	Producción	Calidad
	Inspección Final	Relaciones Industriales
	Mantenimiento	Ingeniería
	Compras-Tráfico	Sistemas
	Gerencia General	
No Sindicalizados	Contraloría	Almacén
	Producción	Calidad
	Inspección Final	Relaciones Industriales
	Mantenimiento	Ingeniería
	Compras-Tráfico	Sistemas
	Gerencia General	
Sindicalizados	Contraloría	Almacén
	Producción	Calidad
	Inspección Final	Relaciones Industriales
	Mantenimiento	Ingeniería
	Compras-Tráfico	Sistemas
	Gerencia General	

II.VI.- DIAGRAMA DE FLUJO DEL SISTEMA.- VER ANEXO I

CAPITULO III : DISEÑO, ELABORACION Y APLICACION DE LA INVESTIGACION.

III.1.- NECESIDADES DE LA EMPRESA

CONCEPTOS

TEORIA.-

Se debe considerar que desde el principio se necesitan cifras para tomar decisiones correctas y el muestreo se emplea comunmente para evaluar actitudes y opiniones de la población, la meta es la descripción de la población así como la explicación de la misma.

Debe haber una necesidad de realizar la investigación y es importante saber que se busca exactamente, así como los objetivos de la encuesta deben expresarse con claridad, al igual que la forma en que se emplearan los resultados.

Los propósitos de la encuesta deben permitir la derivación de una lista bastante amplia de renglones que podrían proveer información sobre los problemas investigados.

COMENTARIO.-

Al detectarse un ambiente difícil en la empresa, diferentes tipos de actitudes y un desarrollo no como el esperado o el necesario para poder competir en estos momentos de competencia mundial. Es necesario analizar a la empresa, a sus empleados, ya que la empresa es el personal con que cuenta. Se tiene que analizar el clima y comunicación organizacional que existe en la misma y se debe dar un perfil de empresa reconociendo sus problemas para darles solución, sus aciertos para fortalecerlos y sus deficiencias para corregirlas.

TEORIA.-

Hay tres elementos en el proceso de muestreo: selección de la muestra, recolección de información y formulación de una inferencia acerca de la población. La encuesta o investigación debe abarcar un periodo de tiempo, y para llevar a cabo un estudio de opinión se debe tomar en cuenta los siguientes puntos :

- A) Población Estudiada
- B) Los Datos a Recolectar
- C) Métodos de Recolección de la Información
- D) Diseño de los Cuestionarios
- E) El Orden de las Preguntas
- F) El Contenido de las Preguntas
- G) Redacción de las Preguntas
- H) Tipos de Preguntas
- I) Selección de los Encuestadores
- J) Adiestramiento de los Encuestadores
- K) Supervisión de los Encuestadores
- L) Control de la Calidad del Trabajo de Campo
- M) Corrección en el Campo
- N) Investigación de la Ausencia de Respuesta
- O) Referencia Temporal y Periodo de Referencia

COMENTARIO.-

En nuestro estudio se llevó a cabo una muestra del 100% del personal, es decir un censo, esto por dos razones :

- El tamaño de la empresa, facilitó el levantamiento de los cuestionarios.
- El tipo de información que se recabó, es importante que todos los empleados sean tomados en cuenta, den su opinión (su percepción).

III.II.- CREACION DE LOS CUESTIONARIOS

III.II.I.- CONCEPTOS

Los elementos de una población son las unidades de las que se busca la información, son los individuos las unidades elementales que forman la población acerca de la cual se van a hacer inferencias. La población se define en términos de : contenido, unidades, extensión y tiempo.

Las características de los elementos de la población se transforman en variables mediante las operaciones de medición de la encuesta

El momento en que la encuesta se llevará al campo y el periodo al que se referirán los datos son dos de las cuestiones que deben decidirse tomando en cuenta los propósitos de la encuesta.

TEORIA.-

Para el contenido de las preguntas hay que tener presente las necesidades de la encuesta y la información que deberá recolectarse.

COMENTARIO.-

En este punto se unieron esfuerzos por parte del Corporativo y la Gerencia de Planta, para poder detectar las necesidades de la empresa respecto al cuestionario. Se tenía que conocer el estado de ánimo de la empresa, sus quejas respecto a comedor, sanitarios, comunicación con subordinados y comunicación con el jefe inmediato así como de los servicios de la empresa. Su nivel de conocimientos respecto al reglamento de trabajo, a la filosofía de la empresa, al entorno y situación de la empresa. Su nivel de satisfacción en lo referente a capacitación, medios de comunicación, desarrollo personal, identificación con la empresa, su nivel de disposición al trabajo, su motivación, su participación, sus razones por las que el empleado trabaja, su gusto por el trabajo. Debido a las necesidades anteriores se desarrollaron cada una de las preguntas del cuestionario.

TEORIA.-

Si se trata de un cuestionario que el respondiente deberá contestar sin ayuda , la forma deberá tener un aspecto atractivo. Las preguntas deberán ser sencillas y claras, el número de preguntas deberá reducirse al mínimo posible y deberá haber espacio adecuado para el registro de las respuestas, sobre todo cuando se especifique la categoría de "otros". También deberá haber espacio adecuado para la codificación.

COMENTARIO.-

En este punto el cuestionario se desarrolló de manera sencilla pero en todo momento el personal de la empresa contaba con la ayuda de los encuestadores (mas de uno) para aclarar cualquier duda. Aprovechando que el cuestionario se aplicaría a todo el personal se desarrolló cubriendo varios temas de interés para la Gerencia de Planta. El cuestionario cuenta con 69 preguntas, aunque es una cifra alta, la mayoría de las preguntas son de opción múltiple por lo que es sencilla y rápida su contestación. En el caso de la codificación, este tema se tocará en el siguiente capítulo.

TEORIA.-

Las preguntas deben arreglarse en forma lógica, de modo que una pregunta conduzca a la siguiente. Las preguntas generales deben ir seguidas siempre de preguntas específicas. En la medida de lo posible, las preguntas deben admitir respuestas sencillas, de sí y no. Si hay alguna pregunta que tienda a afectar negativamente la respuesta de las preguntas siguientes, deberá posponerse hasta el final. Hay en general cierta resistencia a contestar preguntas de carácter confidencial o embarazosa, en consecuencia, una pregunta que tienda a ofender deberá omitirse o modificarse convenientemente.

COMENTARIO.-

En adición al comentario anterior y a la teoría mencionada la mayoría de las preguntas del cuestionario son cerradas, de opción múltiple y por lo tanto fáciles de contestar. El cuestionario inicia con preguntas sencillas de datos generales (edad, sexo, turno, etc.), se continúa con preguntas de opinión sobre la empresa (capacitación, comunicación, entorno, etc.). Luego preguntas un poco más sensibles sobre la relación empleado/empresa (identificación, motivación, servicios, etc.) y se concluye con preguntas íntimas de trabajo (condiciones, gusto por el trabajo, razón de trabajar etc.). Al final una sección libre para que el empleado exprese lo que guste. Estas dos últimas secciones se han dejado al final ya que el empleado a tomado confianza al cuestionario, a los encuestadores y al proyecto.

TEORIA.-

La elección del lenguaje que se empleará en la formulación de una pregunta tiene la mayor importancia. Si la terminología es ambigua, los respondientes tendrán que emplear su propio criterio y diversas personas juzgarán de modo diferente, esto provoca confusiones y errores. El principio básico de la buena redacción de las preguntas, consiste en emplear las palabras más sencillas que trasmitan el significado exacto. El significado de la pregunta se aclara cuando las palabras empleadas son bien conocidas y significan lo mismo para todos.

COMENTARIO.-

Se tuvo especial cuidado en la redacción de las preguntas para evitar confusión entre los entrevistados. Los cuestionarios piloto se fueron afinando con entrevistas individuales. Para poder cubrir cualquier duda se asignaron dos o más encuestadores por grupo de entrevistados y se programó una plática antes de cada sesión explicando el motivo, forma y contenido del cuestionario, así como el uso de la información recabada, para beneficio del personal y de la empresa.

TEORIA.-

Respecto a los tipos de preguntas encontramos cerradas, de opción múltiple y abiertas, cuando el encuestado tiene la libertad de escoger la forma de como responder.

- Deben preferirse las preguntas cerradas, cuando las alternativas posibles sean limitadas conocidas y claras.

- Cuando el tema es complejo o se desconocen las dimensiones pertinentes, puede usarse con provecho el tipo de pregunta abierta.

COMENTARIO.-

Analizando el cuestionario éste cuenta con 2 preguntas que son abiertas, es decir, de opinión y 67 de opción múltiple y 3 preguntas de ambos tipos, abiertas y cerradas. La última sección de opinión libre es para incluir aquellos aspectos que salen del alcance de los entrevistados, pero que pueden estar afectando al personal y no haber sido detectados por la Gerencia de Planta.

III.II.II.- CUESTIONARIOS

Al revisar los cuestionarios podemos detectar las diferentes áreas a las cuales se dirigen las preguntas, como son las siguientes :

SECCION I

Datos generales : sexo, edad, estado civil, nivel de estudios, turno, antigüedad, nivel y área.

SECCION II

Opinión sobre datos específicos : capacitación, comunicación interpersonal, medios de comunicación, entorno y desarrollo de la empresa, desarrollo personal en la empresa, identificación del personal con la empresa, participación, motivación, servicios que ofrece la empresa, trabajo.

SECCION III

Opinión libre sobre algún tema de la empresa.

Para poder consultar los cuestionarios de ambas encuestas ('92 y '94) ver anexo II

Se presentan dos cuestionarios de las dos encuestas aplicadas a la misma empresa pero en fecha diferente ('92 / '94) los cuestionarios son casi iguales, la diferencia radica en que la pregunta 65, sobre servicios del corporativo, en el '92 tiene la opción de auditoría interna a nivel corporativo y en el '94 ese departamento a nivel corporativo ya no existía, por lo que se suprime la opción en '94.

III.III.- APLICACION DE CUESTIONARIOS

CONCEPTOS

TEORIA.-

Hay muchas clases de errores cuando se recolectan datos de una muestra de objetos o de todo el grupo : ignorancia, exageración, rechazo, error en el registro de la información, etc. y el encuestador debe ser capaz de crear una atmósfera cordial y de hacer que el respondiente se sienta cómodo.

Debe ser capaz de plantear las preguntas en forma adecuada e inteligente y de registrar la respuesta en forma correcta y completa. Si el respondiente tiene algunas preguntas pertinentes, el encuestador debe ser capaz de contestarlas en forma amistosa y cortés. El entrevistador debe tener el tacto suficiente para desalentar la conversación superflua y para provocar respuestas de quienes aparentemente no están dispuestos a cooperar.

COMENTARIO.-

En este aspecto los encuestadores fueron capacitados con anterioridad para dar una plática previa a la sesión para responder el cuestionario. En dicha plática se explica el porqué de la encuesta, sus beneficios tanto para la empresa como para el empleado, el valor que tiene la información y la opinión de los entrevistados, así como la estructura y la forma en que deberá contestarse el cuestionario. El encuestador debe convencer de la necesidad de contestar el cuestionario verazmente. Para apoyar y lograr la sinceridad de las respuestas de los entrevistados el cuestionario se pidió que se respondiera de forma anónima, para dar confianza a los entrevistados así como por el carácter delicado de la información.

Cabe mencionar que en algunos casos, no la mayoría, hubo empleados que aunque se les indicó que el cuestionario era anónimo ellos decidieron poner su nombre.

TEORIA.-

En algunas ocasiones, como ocurre en las encuestas de opinión, no queremos que el individuo seleccionado discuta el tema con los miembros de su familia o con sus amigos para expresar el consenso de la opinión general.

COMENTARIO.-

Previendo este problema, las entrevistas se llevaron a cabo por grupos del personal de la empresa y en continuo, por ejemplo, los obreros del tercer turno se entrevistaron a las 6:00 am cuando salen de laborar y los del primer turno se entrevistaron a las 7:00 am cuando entran a laborar, y los del segundo turno se entrevistan a las 3:00 pm cuando entran a laborar. En el caso del personal de confianza por su volumen se pudo entrevistar a todos juntos en una sola sesión. Con lo anterior se evitó "el chisme" y la predisposición a ciertas preguntas, ya que se evita el contacto del personal de un turno con otro, no se les da tiempo a que comenten entre ellos los cuestionarios ni lo que cada uno respondió para evitar que haya influencia. Es necesario saber si hay ignorancia, no para "correr gente" sino para capacitar al personal.

TEORIA.-

Hay dos maneras de recolección de la información de las unidades de la muestra :

- Por el método de la entrevista se prepara un conjunto estandar de preguntas y se pide al entrevistador que utilice la misma redacción, plantee las preguntas al respondiente de modo uniforme y registre las respuestas. Esto puede llamarse el método de cuestionario.
- En el otro método se hace una lista de renglones y se trata de obtener información sobre ellos, pero las preguntas exactas que deban formularse no están estandarizadas. El investigador puede decidir sobre el planteamiento de las preguntas y los recursos que empleará para provocar respuestas aceptables. Esto puede llamarse el método de la lista de registro.

COMENTARIO.-

Se decidió aplicar un cuestionario de manera sencilla para que el entrevistado lo respondiera con la ayuda del encuestador. Pero por el volumen de los entrevistados, la necesidad de llevarlos a cabo rápido para evitar los comentarios entre los empleados y no se diera distorsión de la información, no se llevaron a cabo entrevistas individuales. De esta manera también se lograría una percepción general al explicar el cuestionario a un grupo y no estar repitiendo la misma explicación a cada entrevistado y pudiera haber alguna omisión. En cambio en grupo y con varios encuestadores es difícil que se den las omisiones, ya que entre los mismos encuestadores se complementan.

TEORIA.-

Los encuestadores deben conocer los propósitos de la encuesta y la forma en que se emplearán los resultados, la forma en que deben recolectarse y de como la entrevista debe explicarse a fondo con ejemplos. Los encuestadores deben conocer las definiciones de los términos empleados en el cuestionario y los problemas relacionados con la entrevista de campo. La capacitación a los entrevistadores es la creación de uniformidad en los procedimientos de la encuesta.

COMENTARIO.-

Como ya se mencionó los entrevistadores recibieron una capacitación sobre los fines de la encuesta, el valor de la información y las posibles decisiones que se podrían tomar con la información, por ejemplo, compra de mejor material para el comedor, renovación de los sanitarios, etc. Cada encuestador analizó el cuestionario aclarándose sus dudas en conceptos y términos, se hicieron prácticas sobre las pláticas que se tendrían que dar a los grupos de entrevistados sobre el cuestionario y de explicaciones sobre las preguntas mas complejas del mismo.

TEORIA.-

Para el control de la calidad de los encuestadores es necesario que los supervisores por medio de la observación en el campo evalúen la actuación de los entrevistadores y por medio de la reentrevista se aseguren del desempeño de los mismos.

COMENTARIO.-

En este aspecto no se contrataron supervisores, pero en cada entrevista de grupo se contaba con mas de un entrevistador y mutuamente se complementaban y se corregían si era necesario y se atendían las dudas de los entrevistados.

TEORIA.-

En lo referente a la corrección en el campo, el supervisor revisa los cuestionarios para cerciorarse de que no haya omisiones, inconsistencias, escritura ilegible y otros errores, antes de pasarlos a la sede. Con esto se puede instruir al encuestador para corregir futuros errores, y el trabajo del codificador se facilita cuando el supervisor se ha cerciorado de que las anotaciones sean legibles.

COMENTARIO.-

Por tener mas de un encuestador por grupo de entrevistados fue posible verificar, complementar y corregir las respuestas de los cuestionarios en campo, ya que mientras uno o unos encuestadores revisaban cuestionarios otros vigilaban y asesoraban al personal encuestado.

TEORIA.-

Cuando en cuestionarios se encuentra la ausencia de respuesta es necesario que el entrevistador o el supervisor traten de ponerse en contacto con el encuestado para obtener la información. Si no lo logra, por lo menos podrá obtener alguna información para la clasificación adecuada del encuestado.

COMENTARIO.-

Aunque era difícil la ausencia de respuesta por lo mencionado anteriormente (verificación de cuestionarios en campo), sucedían casos de no respuesta, si se podía deducir la respuesta con la información existente se complementaba, si no, se cancelaba y se especificaba el dato en la frecuencia de respuesta de esa pregunta. No se podía contactar al entrevistado ya que como se comentó anteriormente los cuestionarios fueron contestados de manera anónima.

CAPITULO IV : ANALISIS DE LA INFORMACION.

IV.1.- TEORIA Y CONCEPTOS.

PROCESAMIENTO Y CORRECCION DE DATOS.

TEORIA.-

Una vez recolectados los datos, la escena pasa del campo a la oficina. Los datos deben de recibir una revisión a fondo, deben ser codificados, procesados y tabulados. Estas operaciones son tan importantes como la recolección de los datos. Los errores tenderán a presentarse a cada paso y de allí la necesidad de ser cautelosos.

No puede darse por sentado que los datos provenientes del campo estén libres de errores por completo. Aún los mejores encuestadores cometen errores, una pregunta puede dejar de formularse, o la respuesta puede anotarse erróneamente. Resulta importante la verificación de que no falten anotaciones en el cuestionario, a veces se puede deducir de otros datos de la forma lo que se omitió, si no es así, quizá deba recurrirse al encuestador. Además de verificar que el cuestionario esté completo, debemos asegurarnos que las anotaciones sean consistentes y correctas. Las inconsistencias deben aclararse antes de que los cuestionarios se pasen para el análisis.

COMENTARIO.-

Después de la respuesta de cuestionarios por parte de los empleados en planta, se pasó al corporativo para el análisis de la información. Antes de pasar a captura, los cuestionarios se revisaron para detectar cualquier omisión de información, y tratar de deducir la respuesta con el resto de la información del cuestionario. Por el anonimato del cuestionario no era posible consultar al encuestado, por lo que se optó por inactivar la respuesta afectando solamente la frecuencia de esa respuesta en específico. Cabe mencionar que los cuestionarios fueron chequeados al momento de levantar la encuesta, teniendo presente al encuestado y solicitando su ayuda en caso de preguntas no contestadas.

CODIFICACION.

TEORIA.-

Las respuestas de los cuestionarios revisados se traducirán ahora a términos numéricos para facilitar el análisis. Esto se logra elaborando una lista de códigos para las posibles respuestas a una pregunta. La lista de códigos debe considerarse a la luz de los propósitos de la encuesta y de la forma en que se emplearán los resultados. Hay varios métodos para la aplicación de los códigos, a veces se proveen recuadros para los códigos junto al renglón que va a codificarse o en el margen de la forma, conectados a los renglones por números. En este caso no hay necesidad de transcribir los datos originales, lo que ahorra tiempo y errores de copiado.

Otra variante del método consiste en imprimir los números del código en el cuestionario frente a las posibles respuestas a cada pregunta. El encuestador marca el renglón que representa la respuesta y así se indica en forma automática el código adecuado. No se escribe toda la respuesta, el método ahorra tiempo y dinero; no hay errores de copiado.

Este método funcionará cuando se haya contemplado de antemano el conjunto de las respuestas posibles, como ocurre en una encuesta repetitiva. Sin embargo, resulta más difícil la detección de los errores de los encuestadores cuando no se conoce la respuesta completa. En segundo lugar, el procedimiento es muy rígido, si debe subdividirse un código o añadirse otro nuevo, ya es demasiado tarde para incluir estos cambios. El cuestionario ya ha sido impreso, junto con los códigos.

COMENTARIO.-

Se tomaron en cuenta los dos problemas mencionados, se llevaron a cabo encuestas piloto para detectar posibles respuestas no contempladas y ampliar su rango de respuesta, además de saber que las preguntas planteadas satisfacían las necesidades de la Gerencia de Planta. Por otro lado el ahorro de tiempo en el llenado y en la codificación de los cuestionarios ya que esta es automática al responder el cuestionario, dieron pie a utilizar el método de cuestionarios.

TABULACION, CONTROL DE PROCESAMIENTO DE DATOS Y EMPLEO DE COMPUTADORAS

TEORIA.-

Cuando el material ha sido corregido y codificado, está listo para el análisis y para elaborar distribuciones de frecuencias. Si se dispone de computadoras, la información codificada se captura antes de iniciar la verdadera tabulación.

Cuando la información contenida en los cuestionarios se prepara para el procesamiento de datos en computadoras, es importante tomar medidas para limitar la pérdida de calidad en el procesamiento a un nivel compatible con el costo y la utilidad de los datos. Para este fin se emplean técnicas de control de calidad, de modo que los errores de corrección, codificación y captura se encuentren dentro de límites aceptables.

Ahora se tabula en computadoras buena parte del trabajo de encuestas. La gran ventaja de la tabulación por computadora no es solo el ahorro de tiempo, sino el alcance y la flexibilidad del procesamiento permitidos por las computadoras. Pueden estudiarse simultáneamente un gran número de variables. Mediante técnicas tales como la simulación en computadora, se puede simular y analizar la operación de sistemas muy complejos, que no pueden estudiarse económicamente por otros medios. Las computadoras pueden aplicar un gran número de criterios complejos para determinar si una anotación es inaceptable y cuando pueden imputarse adecuadamente los datos faltantes. Otra ventaja es la posibilidad de ejecución de tabulaciones detalladas y complejas, lo que no podría hacerse con el equipo convencional.

COMENTARIO.-

Después de revisar los cuestionarios, se capturaron en una base de datos, por medio de un sistema descrito en el capítulo II, vale la pena mencionar que para la captura se tomó en cuenta medios de revisión para evitar duplicidad o respuestas no contempladas, esto por medio de la programación en el sistema de captura.

Aunque ya se mencionó en el capítulo II sobre la posibilidad de detalle de la estadística y más adelante en este capítulo se menciona la estadística combinada, se debe comentar que la base de datos es tan detallada que se puede generar cualquier análisis que se requiera sobre la información recabada. La estadística es la base para la generación de las gráficas, el análisis y el comparativo, que conforman el siguiente capítulo del presente trabajo.

IV.II.- FORMULAS UTILIZADAS.

IV.II.I.- FRECUENCIA.

Es el número de casos que se presentaron en cada respuesta a cada pregunta del cuestionario. Si tiene varias opciones la respuesta, se da la frecuencia total a la pregunta y las frecuencias parciales a las diferentes opciones de respuesta. Además de las frecuencias parciales se da el dato de la distribución en porcentaje de esas frecuencias parciales. ejemplo :

Pregunta 1 sexo	Frecuencia 101	mujeres 19	hombres 82
	Distribución	19 %	81 %

Las frecuencias se calculan a través de contadores, y un cálculo para la distribución de porcentajes, se suman por separado cada opción y se divide entre su frecuencia total.

IV.II.II.- MEDIA.

La media se calculó en las preguntas de opinión en que la respuesta califica alguna dimensión de la empresa. Por ejemplo la opinión sobre los sanitarios, el aspecto de mantenimiento etc.

Frecuencia 101	Media 3.38
----------------	------------

La media se calculó como la suma de todas las calificaciones que se obtuvieron como respuesta a la pregunta y la división de esta suma entre su frecuencia total.

IV.II.III.- DESVIACION ESTANDAR.

La desviación estandar se calculó en las preguntas de opinión en que la respuesta califica alguna dimensión de la empresa. Por ejemplo la opinión sobre los sanitarios, el aspecto de mantenimiento etc.

Frecuencia 101	Media 3.38	Desviación 0.90
----------------	------------	-----------------

El cálculo de la desviación estandar es como sigue :

La raíz cuadrada del cociente de la sumatoria de las diferencias de la media con cada punto al cuadrado entre la frecuencia total menos uno.

$$s = \sqrt{\left\{ \frac{1}{n-1} \right\} \left[\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \right]}$$

Esta definición implica que primero que hay que calcular la media y luego calcular las diferencias con cada punto, para poder obtener la desviación estandar. Para evitar este doble barrido de la base de datos se utilizó la siguiente fórmula :

La desviación estandar es la raíz cuadrada del cociente de la diferencia entre la sumatoria del cuadrado de cada punto y el producto del cuadrado de la media por la frecuencia, entre la frecuencia total menos uno.

$$s = \sqrt{\frac{1}{n-1} \left[\sum_{i=1}^n X_i^2 - n\bar{X}^2 \right]}$$

Esta definición implica solo un barrido de la información, por un lado calculando la sumatoria del cuadrado de cada punto y por otro, al mismo tiempo, el cálculo de la media. Al final del barrido de la base se calcula el cuadrado de la media por el número de respuestas y como ya se tiene el acumulado de los cuadrados de cada punto, se puede calcular directamente la desviación estandar.

Este procedimiento es importante si consideramos que se calculan por reporte de 69 preguntas, 65 desviaciones estandar, lo que implicaría 130 barridos de la base a solamente 65 barridos, es un ahorro importante de tiempo en tiempo de máquina

La comprobación del uso de esta fórmula se puede consultar en el anexo III. del presente trabajo.

IV.II.IV.- MODA.

La moda se calculó en las preguntas de opinión en que la respuesta califica alguna dimensión de la empresa. Por ejemplo la opinión sobre los sanitarios, el aspecto de mantenimiento.

Frecuencia 101 Media 3.38 Desviación 0.90 Moda 03

La moda se calculó con un programa que compara y escoge la mayor frecuencia entre cada respuesta parcial de cada pregunta del cuestionario.

IV.III.- DESCRIPCION DE LA ESTADISTICA.

La presentación de resultados se dará en el siguiente capítulo, así como el análisis de cada dimensión obtenida del cuestionario y su comparativo entre las estadísticas de '92 y '94. A continuación se presenta una descripción de la estadística elaborada, así como de su estructura.

DESCRIPCION Y ESTRUCTURA.

La estadística proporciona los datos obtenidos de las encuestas por pregunta, dando según el tipo de pregunta los siguientes datos :

Preguntas específicas : frecuencia total, frecuencias parciales y distribución en porcentajes de las frecuencias parciales. Ejemplo edad, sexo, turno.

Preguntas de opinión : frecuencia total, media, desviación estandar, moda, frecuencias parciales y distribución en porcentajes de frecuencias parciales.

Los diferentes aspectos que cubre la estadística son:

SECCION I DATOS GENERALES

Generales

- 1.- Sexo
- 2.- Edad
- 3.- Estado Civil
- 4.- Nivel de Estudios
- 5.- Turno
- 6.- Antigüedad
- 7.- Clasificación de Personal
- 8.- Area

SECCION II DATOS ESPECIFICOS

Capacitación

- 9.- Suficiencia de la Capacitación
- 10.- Opinión sobre Programas de Calidad y C.E.P.
- 11.- Participa en Educación Abierta en la Planta ?
- 12.- Opinión sobre el Plan de Educación Abierta
- 13.- Excelencia en Manufactura, conoce los Conceptos ?
- 14.- Excelencia en la Administración conoce los Conceptos ?

Comunicación Interpersonal

- 15.- Satisfacción por la Comunicación con su Jefe ?
- 16.- Satisfacción por la Comunicación con Subordinados ?
- 17.- Satisfacción por la Comunicación en General ?

Medios de Comunicación e Información

- 18.- Medios por los que Recibe Información
- 19.- Información que les Interesaría Recibir

Entorno y Desarrollo de la Empresa

- 20.- Nivel de Competencia de la Empresa
- 21.- Opinión sobre Calidad de Nuestros Productos
- 22.- Opinión sobre Imagen y Prestigio de la Empresa
- 23.- Opinión sobre Tecnología de Nuestros Productos
- 24.- Exigencias del Mercado, Estamos Preparados ?
- 25.- Sabes el Significado del T.L.C. ?
- 26.- Estamos Listos para Enfrentar el T.L.C. ?
- 27.- Posibilidades de Desarrollo de la Empresa
- 28.- Sabes lo que la Empresa hace en Ecología ?
- 29.- Satisfacción por Trabajar en la Empresa
- 30.- Como son tus Posibilidades de Desarrollo ?

Identificación del Personal con la Empresa

- 31.- Conoces la Filosofía de la Empresa ?
- 32.- Conoces el Concepto de Servicio al Cliente Interno ?
- 33.- Conoces el Concepto de Servicio al Cliente Externo ?
- 34.- Conoces el Reglamento Interior de Trabajo ?
- 35.- Conoces las Normas, Políticas y Procedimientos ?
- 36.- Conoces los Planes y Objetivos de las Empresa ?
- 37.- Conoces el Nivel de Productividad de la Empresa ?
- 38.- Conoces la Organización de la Empresa ?
- 39.- Conoces al Gerente de Planta ?
- 40.- Conoces al Personal de Relaciones Industriales ?
- 41.- Conoces las Prestaciones que Otorga la Empresa ?
- 42.- Conoces Nuestros Productos, sabes como Funcionan ?
- 43.- Opinión sobre Programa de Integración Familiar ?
- 44.- Participa algún Familiar en ese Programa ?
- 45.- Participas tu en ese Programa ?
- 46.- Consideras Provechoso ese Programa ?

Participación

- 47.- Existe algún Medio para dar a conocer tus Ideas ?
- 48.- Participas en tu Evaluación de Desempeño ?
- 49.- Tus Ideas son Tomadas en Cuenta ?
- 50.- Participas en Planes y Objetivos de tu Area ?
- 51.- Participas en Toma de Decisiones de tu Area ?
- 52.- Participas en las Mejoras de tu Area ?

Motivación

- 53.- Recibes Reconocimiento de tu Jefe o de la Empresa ?
- 54.- No aplica en la Estadística ya que es una Pregunta de Abierta
- 55.- Satisfacción por Reconocimientos que te Hacen
- 56.- No aplica en la Estadística ya que es una Pregunta de Abierta
- 57.- Opinión sobre las Relaciones entre el Personal
- 58.- Opinión sobre el Ambiente de Trabajo
- 59.- Opinión sobre Motivación para Logro de Objetivos
- 60.- Opinión sobre Servicios Sanitarios - Mantenimiento
- 60.- Opinión sobre Servicios Sanitarios - Higiene
- 60.- Opinión sobre Servicios Sanitarios - Instalaciones
- 61.- Opinión sobre el Comedor - Horarios
- 61.- Opinión sobre el Comedor - Servicio / Atención
- 61.- Opinión sobre el Comedor - Instalaciones
- 61.- Opinión sobre el Comedor - Higiene
- 61.- Opinión sobre el Comedor - Comida / Calidad
- 61.- Opinión sobre el Comedor - Comida / Cantidad
- 61.- Opinión sobre el Comedor - Utillería

- 62.- Opinión sobre el Servicio Médico - Horarios de Consulta
- 62.- Opinión sobre el Servicio Médico - Servicio / Atención
- 62.- Opinión sobre el Servicio Médico - Instalaciones
- 63.- Opinión sobre Vigilancia en la Empresa
- 64.- Opinión Servicio de Rel. Ind. - Atención Oportuna
- 64.- Opinión Servicio de Rel. Ind. - Trato Amable
- 64.- Opinión Servicio de Rel. Ind. - Solución a Problemas
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Personal
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Compensaciones
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Capacitación
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Higiene y Seguridad
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Ecología
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Comunicación
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Reclutamiento y Selección
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Seguros
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Relaciones Laborales
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Eventos
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Contraloría
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Auditoría
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Impuestos
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Sistemas
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Bancos
- 65.- Opinión Servicio de Corporativo - Planeación Financiera
- 66.- Pago de Nómina Via Cajero Automatico Interno

Trabajo

- 67.- Opinión Condiciones Area de Trabajo - Seguridad
- 67.- Opinión Condiciones Area de Trabajo - Orden y Limpieza
- 67.- Opinión Condiciones Area de Trabajo - Temperatura
- 67.- Opinión Condiciones Area de Trabajo - Iluminación
- 67.- Opinión Condiciones Area de Trabajo - Mobiliario
- 67.- Opinión Condiciones Area de Trabajo - Equipo
- 68.- Te Gusta tu Trabajo ?
- 69.- Razones por las que Trabajas ?

Los datos anteriores se pueden dar en una estadística según se requiera, es decir, por empleados, por sindicalizados, por turno, por área, y estadísticas combinadas, ejemplo los sindicalizados del tercer turno, los empleados de finanzas, etc. Se puede conocer lo opinión del personal de la empresa en cada aspecto de la encuesta y ser tan específicos como se requiera.

IV.IV.- ESTADISTICA 1992 Y 1994.

La presentación de las estadísticas de 1992 y 1994 se lleva acabo en el anexo IV. del presente trabajo.

CAPITULO V : PRESENTACION DE RESULTADOS

En este capítulo se presentan las gráficas que se obtuvieron como resultado de la estadística obtenida y del análisis realizado.

Se cuenta con un total de 66 gráficas, 33 gráficas del estudio de opinión de 1992 y 33 gráficas del estudio de opinión de 1994, para cada gráfica se lleva a cabo un breve comentario y en el caso del estudio de 1994 se adiciona un comparativo contra 1992, es un breve comentario en el cual se mencionan los cambios mas relevantes entre los dos estudios.

Se presenta en primer lugar dos gráficas por hoja de 1992 ambas con su comentario y mostrando algún aspecto del estudio, luego en la hoja siguiente se presentan las mismas dos gráficas del estudio de 1994 ambas con su comentario y su comparativo con el estudio de 1992.

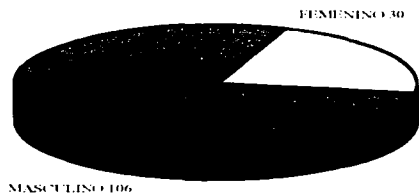
Se van a poder observar mejoras en muchos casos, en otros no se aprecia cambio y también varios casos en donde empeoró el aspecto en análisis.

Cabe mencionar que en aspectos o situaciones en las que se maneja la opinión y percepción del personal, es difícil incrementar calificación o porcentaje de aceptación de manera significativa de una evaluación a otra. Se tiene que trabajar fuertemente para lograr un incremento importante y principalmente que el personal perciba ese cambio y que no es simplemente un cambio temporal sino constante y permanente.

Los datos con los que se elaboraron las siguientes gráficas vienen en las estadísticas generales de cada estudio ('92 y '94) y que se incluyen en la presente tesis, no se elaboraron gráficas de estadísticas mas detalladas (turno y área) por ser un gran número de gráficas a presentar..

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL**

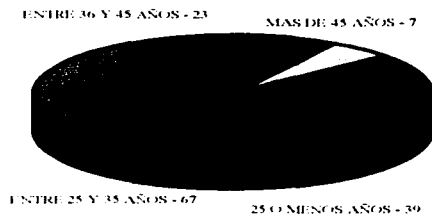
SEXO



MASCULINO 106

FEMENINO 30

EDAD



ENTRE 25 Y 35 AÑOS - 67

MÁS DE 45 AÑOS - 7

25 O MENOS AÑOS - 39

DICIEMBRE 1992

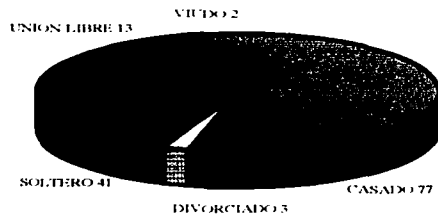
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 77.94% del personal es masculino, lo cual va acorde con el giro de la empresa, metalmecánica.
- Se observa que el 77.94% del personal es menor a 35 años, una planta en su mayoría de personal joven.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL**

EDO CIVIL



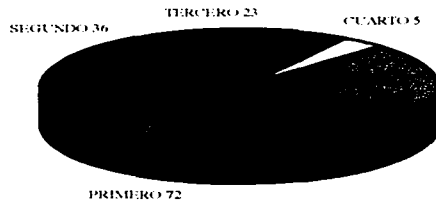
SOLTERO 41

VIUDO 2

DIVORCIADO 5

CASADO 77

TURNO



SEGUNDO 36

TERCERO 23

CUARTO 5

PRIMERO 72

DICIEMBRE 1992

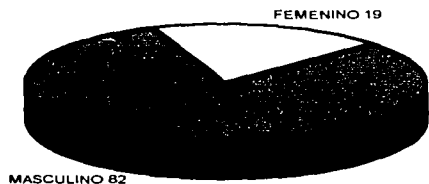
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 56.62% del personal es casado, lo que brinda estabilidad y baja rotación del mismo.
- Se observa que el 52.94% del personal se encuentra en el primer turno.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL**

SEXO



FEBRERO 1994

EDAD



TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

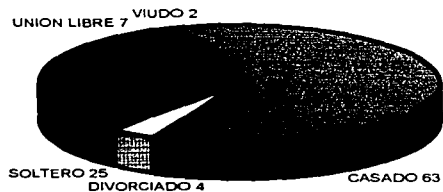
- Se observa que el 81.19% del personal es masculino.
- Se observa que el 78.22% del personal es menor a 35 años.

COMPARATIVO :

- Se mantiene e inclusive aumenta de 77.94 a 81.19% la cantidad de personal masculino.
- Aunque se reduce el personal de 136 a 101 empleados, se mantiene de 77.94 a 78.22% el personal menor a 35 años.

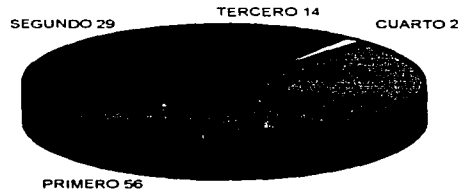
**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL**

EDO CIVIL



FEBRERO 1994

TURNO



TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

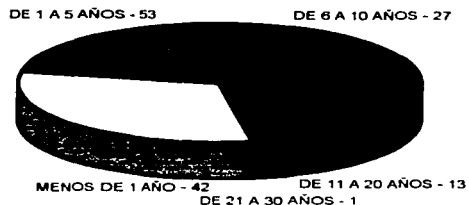
- Se observa que el 62.38% del personal es casado.
- Se observa que el 55.45% del personal se encuentra en el primer turno.

COMPARATIVO :

- Se incrementa de 56.62 a 62.38% el personal casado.
- Se incrementa de 52.94 a 55.45% el personal del primer turno.

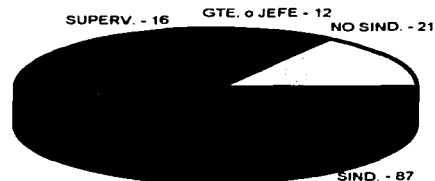
**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL**

ANTIGÜEDAD



DICIEMBRE 1992

CLASIFICACION

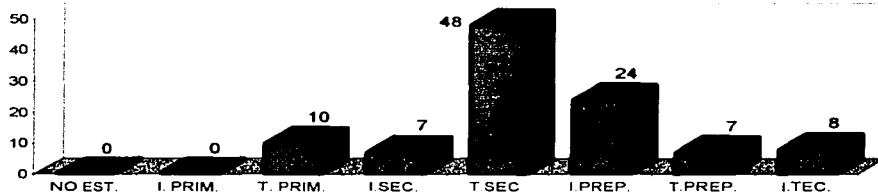


TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 30.88% del personal, su antigüedad es menor a 1 año, porcentaje que hay que disminuir. También se observa que el 58.82% del personal su antigüedad esta entre 1 y 10 años, cifra que muestra la estabilidad del personal de la empresa.
- Se observa que el 63.97% del personal es sindicalizado y 15.44% no sindicalizado.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL
NIVEL DE ESTUDIOS - NIVEL BASICO**



GRAFICA DE NIVEL DE ESTUDIOS 1 de 2
DICIEMBRE 1992

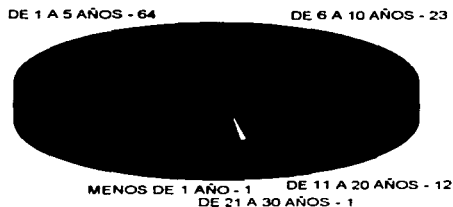
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO NIVEL BASICO 104
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 87.5% del personal terminó la secundaria, esto ya nos habla de una empresa educada.
- Se observa que el 34.55% del personal terminó la preparatoria, esto significa que hay que fomentar estudios de preparatoria abierta.

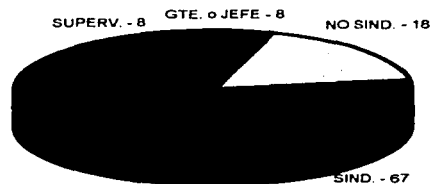
**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL**

ANTIGÜEDAD



FEBRERO 1994

CLASIFICACION



TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

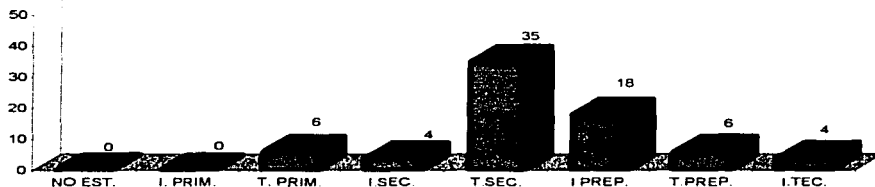
COMENTARIOS :

- Se observa que el 99% del personal, su antigüedad es menor a 1 año.
- Se observa que el 86.14% del personal su antigüedad esta entre 1 y 10 años.
- Se observa que el 66.34% del personal es sindicalizado y 17.82% no sindicalizado.

COMPARATIVO :

- Disminuye drásticamente de 30.88 a .99% el personal de antigüedad menor a 1 año.
- Se incrementa favorablemente de 58.82 al 86.14% el personal de antigüedad entre 1 y 10 años.
- Aumenta del 63.97 al 66.34% el personal sindicalizado y de 15.44 al 17.82% el no sindicalizado.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL
NIVEL DE ESTUDIOS - NIVEL BASICO**



GRAFICA DE NIVEL DE ESTUDIOS 1 de 2
FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO NIVEL. BASICO 73
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

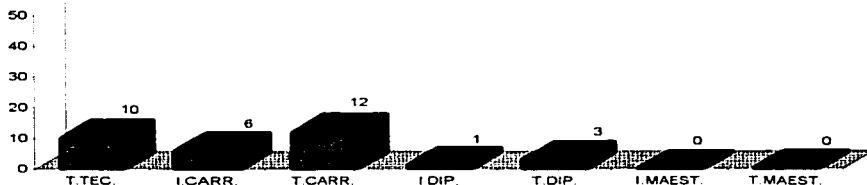
COMENTARIOS :

- Se observa que el 90.1% del personal terminó la secundaria.
- Se observa que el 37.62% del personal terminó la preparatoria.

COMPARATIVO :

- Se incrementó de 87.5 a 90.1% el personal que terminó la secundaria.
 - Se incrementó de 34.55 a 37.62% el personal que terminó la preparatoria.
- Los resultados demuestran un aumento importante.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL
NIVEL DE ESTUDIOS - NIVEL SUPERIOR**



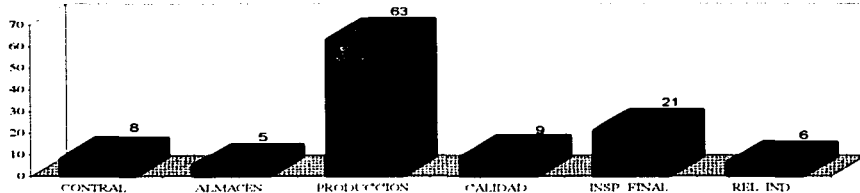
GRAFICA DE NIVEL DE ESTUDIOS 2 de 2
DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO NIVEL SUPERIOR 32
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 11.76% del personal terminó una carrera, por otro lado el % entre gerentes, jefes y personal no sindicalizado es del 24.26% del personal, hay que fomentar que el personal no sindicalizado termine sus estudios profesionales.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL
AREA**



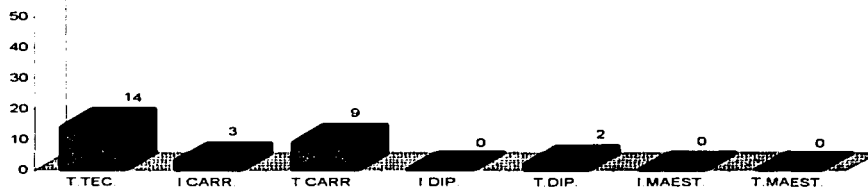
DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 46.32% del personal esta en el área de producción, lo anterior comprensible por el giro del negocio.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL
NIVEL DE ESTUDIOS - NIVEL SUPERIOR**



GRAFICA DE NIVEL DE ESTUDIOS 2 de 2
FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO NIVEL SUPERIOR 28
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

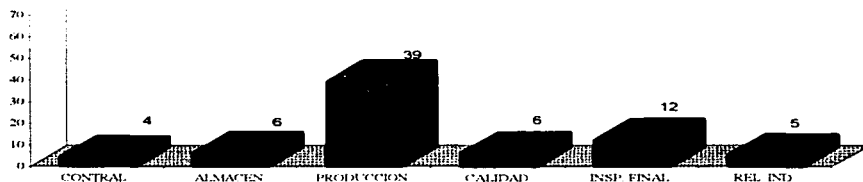
COMENTARIOS :

- Se observa que el 10.89% del personal terminó una carrera, por otro lado el % entre gerentes, jefes y personal no sindicalizado es del 25.74% del personal.

COMPARATIVO :

- Disminuye de 11.76 a 10.89% el personal que terminó una carrera.
- Crece de 24.26 a 25.74% el personal entre gerentes, jefes y personal no sindicalizado.
- Se tiene que fomentar a los empleados a terminar sus estudios superiores.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL
AREA**



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Se observa que el 38.61% del personal está en el área de producción.

COMPARATIVO :

- El personal total de la planta disminuye 25.74% mientras que el personal de producción disminuye 38.1%.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL
AREA**



DICIEMBRE 1992

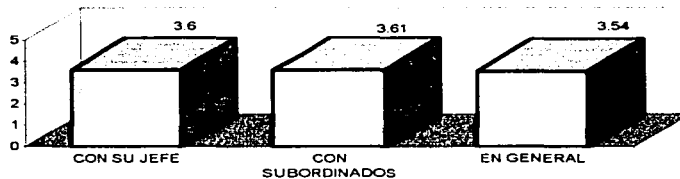
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 12.5% del personal lo componen las áreas de contraloría, relaciones industriales, sistemas y gerencia general, es decir áreas administrativas.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
COMUNICACION**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Las 3 calificaciones se encuentran sobre la calificación 3, que se considera regular, esto indica que se tiene que trabajar en mejorar la comunicación entre el personal.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CARACTERISTICAS DEL PERSONAL
AREA**



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

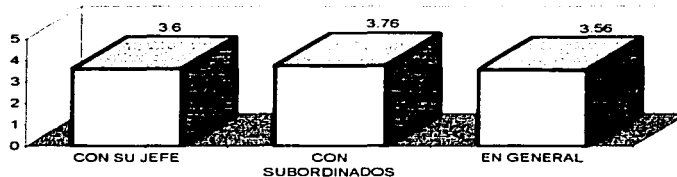
- Se observa que el 11.88% del personal lo componen las áreas de contraloría, relaciones industriales, sistemas y gerencia general, es decir áreas administrativas.

COMPARATIVO :

- Disminuye de 12.5 a 11.88 % el % de áreas administrativas.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
COMUNICACION**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Las 3 calificaciones se encuentran sobre la calificación 3, que se considera regular.

COMPARATIVO :

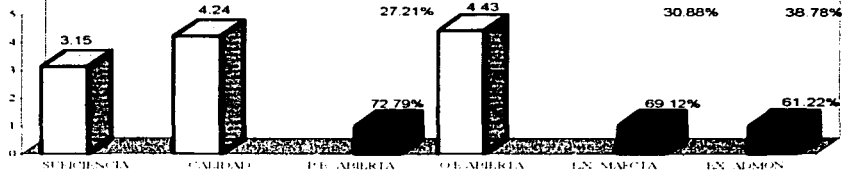
- Las calificaciones casi se mantienen , se tienen que aplicar medidas correctivas ya que en dos años la percepción del personal poco ha cambiado respecto de la comunicación en la empresa.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

CAPACITACION

□ MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)

■ PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

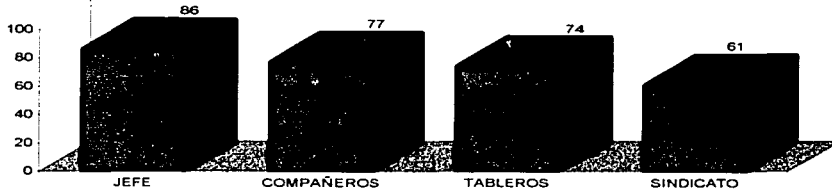
COMENTARIOS :

- Por la calificación de 3.15 el personal considera que no es suficiente la capacitación, es regular.
- La buena calificación de 4.24 nos indica que los programas de calidad y de control estadístico de proceso, el personal los considera como buenas herramientas de trabajo.
- El 72.79% del personal no participa del programa de educación abierta. El 27.21% del personal que participa en el programa de educación abierta opina que es un buen programa ya que tiene una calificación de 4.43.
- El 69.12% del personal y el 61.22% del personal no sindicalizado, no conoce los conceptos de excelencia en manufactura y excelencia en administración, respectivamente. Por lo que se deben de promover estos conceptos.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

MEDIOS DE COMUNICACION

FRECUENCIA



DICIEMBRE 1992

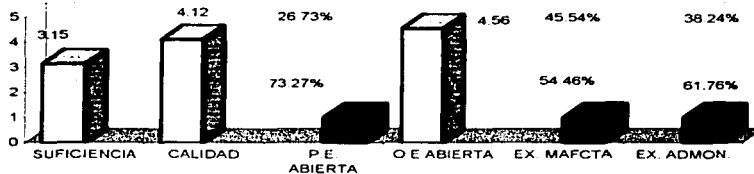
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se aprecia que el principal medio de comunicación son los jefes, seguidos por los compañeros y luego los tableros, siendo sano que los jefes sean el mejor medio.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA CAPACITACION

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Por la calificación regular de 3.15 el personal considera que no es suficiente la capacitación.
- La alta calificación de 4.12 sobre los programas de calidad y de CEP, se consideran buenas herramientas..
- El 26.73% del personal participa en el programa de educación abierta y lo califica bien con 4.56.
- El 54.46% del personal y el 61.76% del personal no sindicalizado, no conoce los conceptos de excelencia en manufactura y en administración respectivamente.

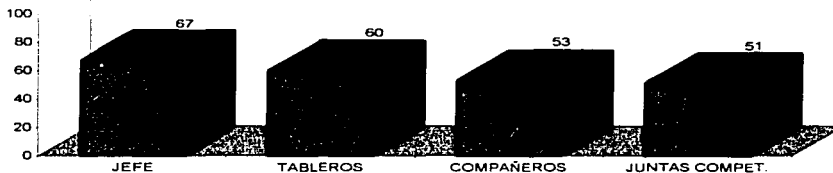
COMPARATIVO :

- Se mantiene la calificación regular de 3.15 sobre suficiencia de la capacitación, se tiene que mejorar.
- Aunque disminuye de 4.24 a 4.12 es buena la calificación de los programas de calidad y CEP.
- Se mantiene la participación y sube la calificación de 4.43 a 4.56 en el programa de educación abierta
- Disminuye de 69.12 a 54.46% el personal que no conoce los conceptos de excelencia en la manufactura, pero sube de 61.22 a 61.76% el personal no sindicalizado que no conoce los conceptos de excelencia en la administración.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

MEDIOS DE COMUNICACION

FRECUENCIA



FEBRERO 1994

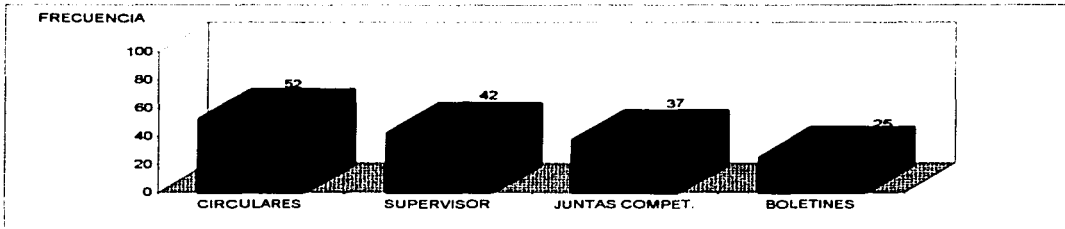
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Se aprecia que el principal medio de comunicación son los jefes, seguidos por los tableros y luego los compañeros.
- #### COMPARATIVO :
- Se mantiene el medio principal de comunicación que son los jefes.
 - Se mejora el medio de los tableros sobre los compañeros, lo cual beneficia a la empresa.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

MEDIOS DE COMUNICACION



DICIEMBRE 1992

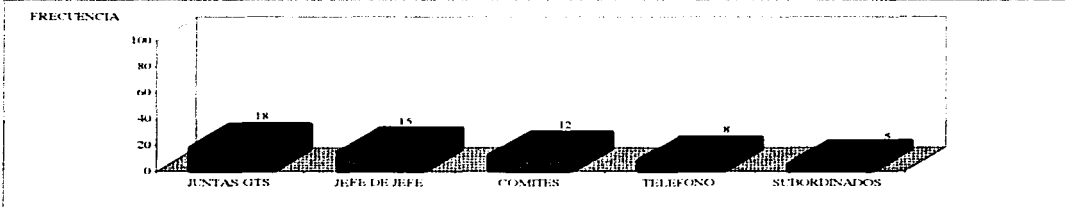
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que en 6o lugar se encuentran los supervisores y en 8o los boletines. Hay que promover mas los boletines.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

MEDIOS DE COMUNICACION



DICIEMBRE 1992

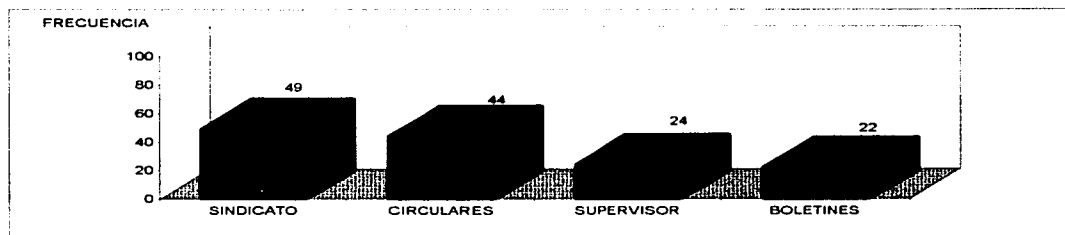
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que las juntas de gerentes están en 9o lugar, por lo específico de las mismas, cabe hacer notar que en último lugar se encuentran los subordinados, es decir, la comunicación fluye de arriba hacia abajo.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

MEDIOS DE COMUNICACION



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

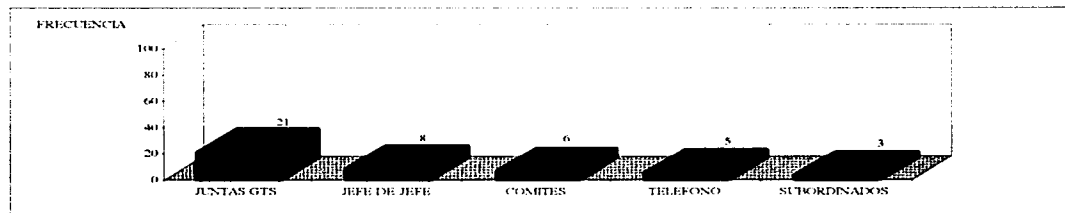
- Se observa que en 7o lugar se encuentran los supervisores y los boletines en 8o lugar.

COMPARATIVO :

- Caen un lugar de importancia los supervisores de 6 a 7 y los boletines conservan su posición.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

MEDIOS DE COMUNICACION



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Las juntas de gerentes están en 9o lugar.
- Se observa que en último lugar se encuentran los subordinados.

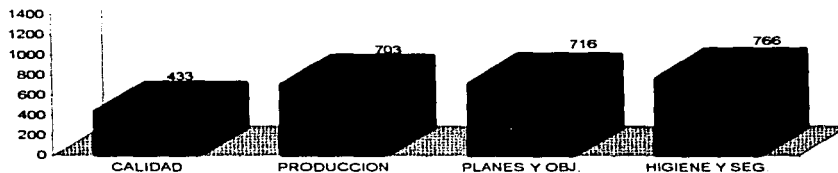
COMPARATIVO :

- Las juntas de gerentes y los subordinados mantienen su posición de 9o y último lugar respectivamente.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

ASPECTOS DE INTERES

SUMATORIA DE VALORES



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

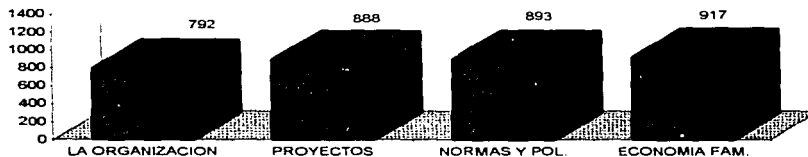
COMENTARIOS :

- Se observa que el aspecto de interés que mas le gustaría recibir información al personal es el de calidad con 433 puntos, aspecto importante en los momentos actuales de globalización, hay que fomentarlos.
- Se observa que en 3er lugar está planes y objetivos, es decir el futuro de la empresa.
- Se observa que en 4o lugar está higiene y seguridad, protección para los empleados.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

ASPECTOS DE INTERES

SUMATORIA DE VALORES



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

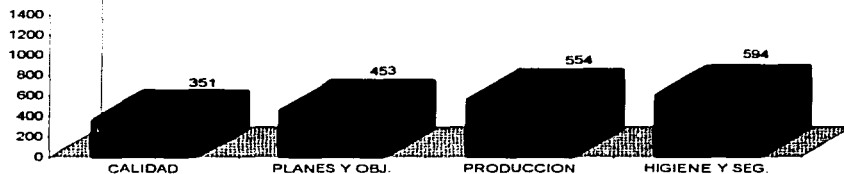
COMENTARIOS :

- Se observa que los aspectos de la organización ocupan el 5o lugar, lo que sucede en la empresa.
- Se observa que aspectos de economía familiar están en 8o lugar.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

ASPECTOS DE INTERES

SUMATORIA DE VALORES



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Se observa que en 1er lugar es el aspecto de calidad.
- Se observa que en 2o lugar es el aspecto de planes y objetivos.
- Se observa que en 4o lugar es el aspecto de higiene y seguridad.

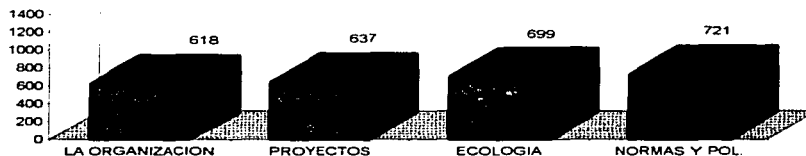
COMPARATIVO :

- Los aspectos de calidad e higiene mantienen su posición de 1er y 4o lugar respectivamente.
- Los aspectos de producción caen del 2o al 3er lugar.
- Los aspectos de planes y objetivos suben del 3er lugar al 2o lugar.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

ASPECTOS DE INTERES

SUMATORIA DE VALORES



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Se observa que aspectos de la organización ocupan el 5o lugar.
- Se observa que ecología está en 7o lugar.

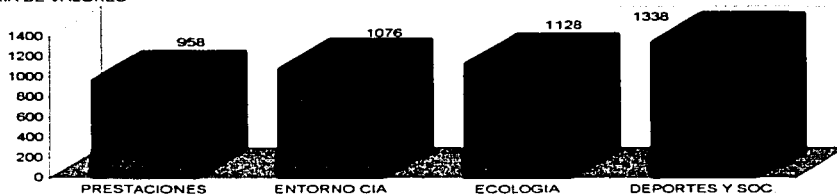
COMPARATIVO :

- Aspectos de la organización y proyectos conservan su posición 5 y 6 respectivamente.
- Ecología sube al 7o lugar, lo que significa que aumenta el interés sobre el medio ambiente.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

ASPECTOS DE INTERES

SUMATORIA DE VALORES



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

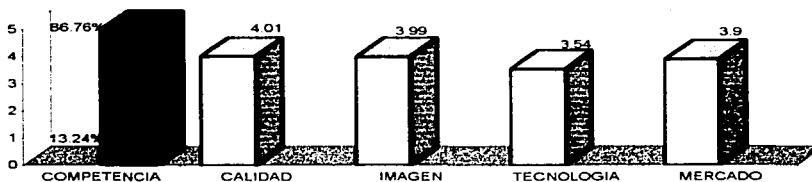
COMENTARIOS :

- Se observa que aspectos de ecología están en 11o lugar, hay que fomentar mas la preocupación por estos temas.
- Se observa que deportes y sociales de la compañía está en último lugar.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

DESARROLLO DE LA EMPRESA

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

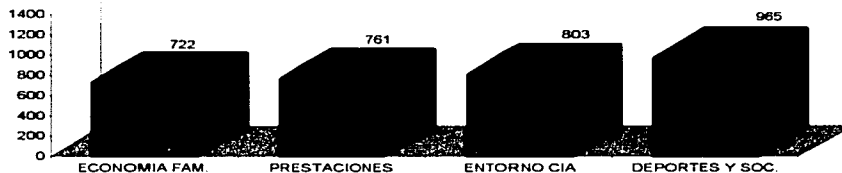
COMENTARIOS :

- Se observa que el 86.76% del personal ubica a los competidores de la empresa como internacionales, es importante que los empleados ubiquen a los competidores de la misma.
- Se observa la buena calificación de 4.01 y 3.99, opinión del personal sobre la calidad y la imagen de los productos y de la empresa.
- La calificación sobre la tecnología que se utiliza es regular.
- Se observa que es regular la calificación sobre la preparación de la empresa para responder a las exigencias del mercado.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

ASPECTOS DE INTERES

SUMATORIA DE VALORES



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Se observa que economía familiar está en 9o lugar.
- Se observa que deportes y sociales está en el último lugar.

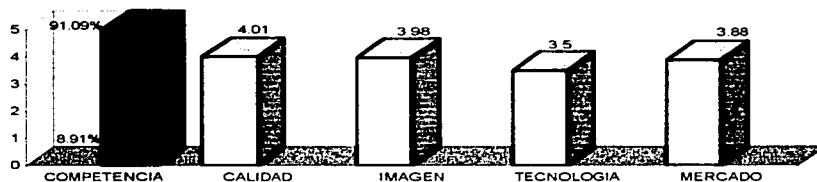
COMPARATIVO :

- El aspecto de economía familiar cae del 8o al 9o lugar.
- El aspecto de deportes y sociales mantiene el último lugar en importancia.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

DESARROLLO DE LA EMPRESA

□ MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 ■ PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

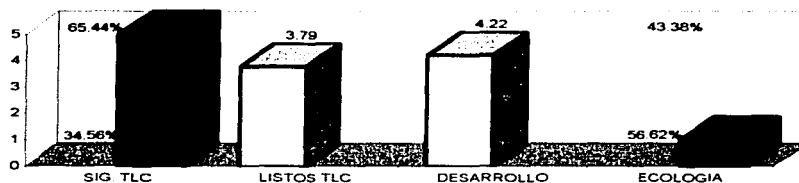
- Se observa que el 91.09% del personal ubica a los competidores de la empresa como internacionales.
- Se observan buenas calificaciones sobre calidad de productos e imagen de empresa.
- Se observa una calificación regular para la tecnología.
- Se observa una calificación regular sobre respuesta a exigencias del mercado.

COMPARATIVO :

- Se incrementa el conocimiento sobre los competidores de 86.76 a 91.09%.
- Las demás calificaciones se mantienen por lo que hay que trabajar sobre estos conceptos.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
DESARROLLO DE LA EMPRESA**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

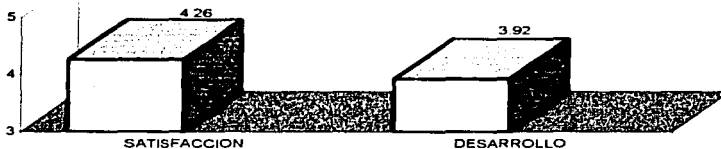
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 65.44% del personal conoce el significado del TLC, se tiene que dar a conocer mas sobre este tratado.
- Se observa por la calificación de 3.79 el personal opina que estamos regularmente preparados para el TLC.
- Se observa por la calificación de 4.22 el personal considera que hay buenas oportunidades de desarrollo de la empresa.
- Se observa el 56.62% del personal desconoce las actividades de la empresa respecto de la ecología.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
DESARROLLO DE LA EMPRESA**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

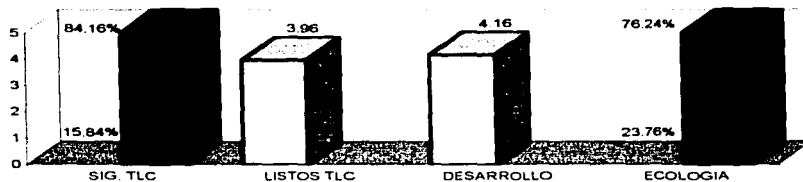
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa la buena calificación de 4.26 que muestra la satisfacción del personal por trabajar en la empresa.
- Se observa la calificación regular de 3.92 que muestra la opinion del personal sobre las oportunidades de desarrollo dentro de la empresa.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
DESARROLLO DE LA EMPRESA**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

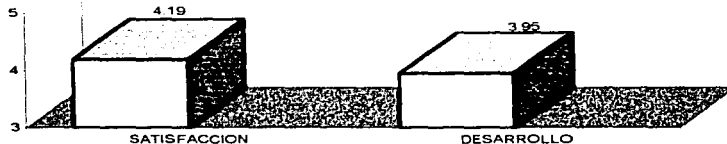
- Se observa que el 84.16% del personal conoce el significado del TLC y este 84% opina que estamos "listos" para este tratado con una calificación del 3.96, que se considera regular.
- Se observa una buena calificación para el desarrollo de la empresa.
- Se observa que el 76.24% del personal ubica las actividades de la empresa en pro de la ecología.

COMPARATIVO :

- Se incrementa el conocimiento del TLC de 65.44 al 84.16%.
- Se incrementa el conocimiento sobre acciones en pro de la ecología de 43.38 a 76.24%.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
DESARROLLO DE LA EMPRESA**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

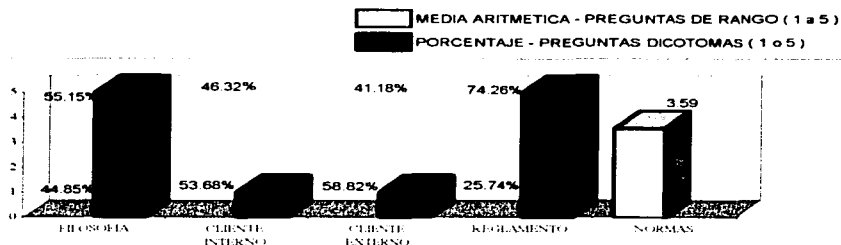
COMENTARIOS :

- Se observa buena calificación de 4.19 por la satisfacción del personal de trabajar en la compañía.
- Se observa la calificación regular de 3.95 por las posibilidades de desarrollo del personal en la compañía.

COMPARATIVO :

- Disminuye un poco la buena calificación de 4.26 a 4.19 sobre satisfacción de trabajar en la compañía.
- Se mantiene la calificación regular del desarrollo del personal en la empresa.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
IDENTIFICACION CON LA EMPRESA**



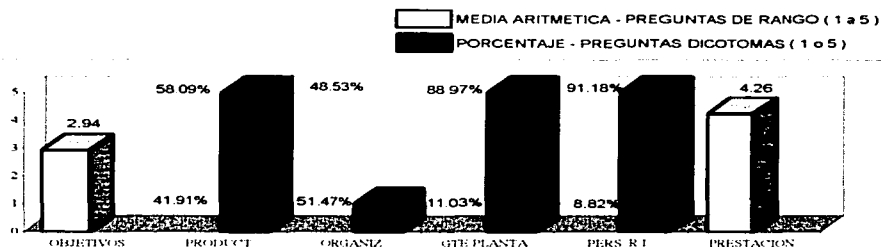
DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 44.85% del personal no conoce la filosofía de la empresa.
- Se observa que el 53.68% del personal no conoce el servicio al cliente interno.
- Se observa que el 58.82% del personal no conoce el servicio al cliente externo.
- En los tres casos anteriores es urgente dar a conocer estos conceptos al personal.
- Se observa que el 25.74% del personal no conoce el reglamento interior de trabajo.
- La calificación de 3.59 nos dice que el personal conoce algunas normas y políticas de su área.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
IDENTIFICACION CON LA EMPRESA**



DICIEMBRE 1992

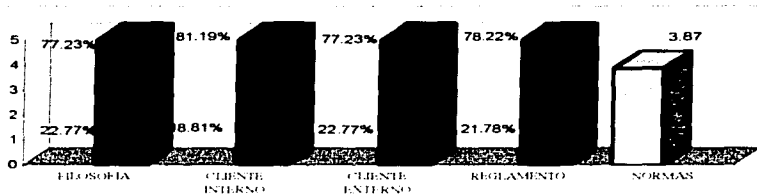
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa por la baja calificación de 2.94 que el personal no conoce los objetivos de la empresa.
- Se observa que el 41.91% del personal no conoce la productividad de la empresa.
- Se observa que el 51.47% del personal no conoce la organización de la empresa.
- Por los tres casos anteriores es necesario involucrar más al personal en la empresa.
- Se observa que el 88.97% del personal conoce al gerente de planta, es necesario que todos lo conozcan.
- Se observa que el 91.18% del personal conoce al personal de relaciones industriales.
- La calificación de 4.26 representa que el personal sí conoce sus prestaciones.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
IDENTIFICACION CON LA EMPRESA**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

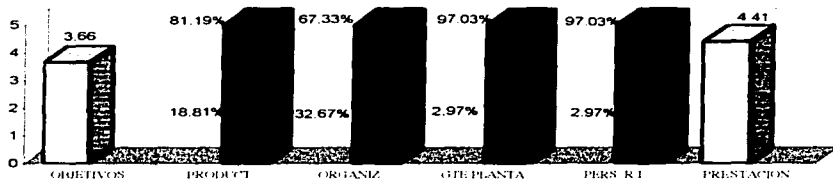
- Se observa que el 22.77% del personal no conoce la filosofía de la empresa.
- Se observa que el 18.81% del personal no conoce el concepto de servicio al cliente interno.
- Se observa que el 22.77% del personal no conoce el concepto de servicio al cliente externo.

COMPARATIVO :

- Aumenta favorablemente de 55.15 a 77.23% el conocimiento de la filosofía de la empresa.
- Aumenta de manera importante de 46.32 a 81.19% el conocimiento del servicio al cliente interno.
- Aumenta favorablemente de 41.18 a 77.23% el conocimiento del servicio al cliente externo.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
IDENTIFICACION CON LA EMPRESA**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

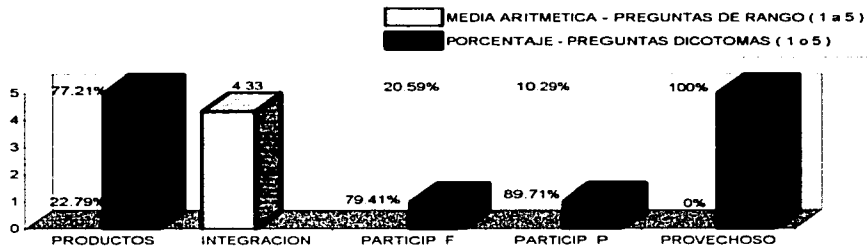
COMENTARIOS :

- Se observa una calificación regular sobre conocimiento de objetivos de la cía de 3.66.
- Se observa que el 81.19% del personal conoce la productividad de la compañía.
- Se observa que el 67.33% del personal conoce la organización de la compañía.

COMPARATIVO :

- Crece el conocimiento sobre los objetivos de la compañía de 2.94 a 3.66.
- Crece el conocimiento sobre la productividad de la compañía de 58.09 a 81.19%.
- Crece el conocimiento sobre la organización de la compañía de 48.53 a 67.33%.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
IDENTIFICACION CON LA EMPRESA**



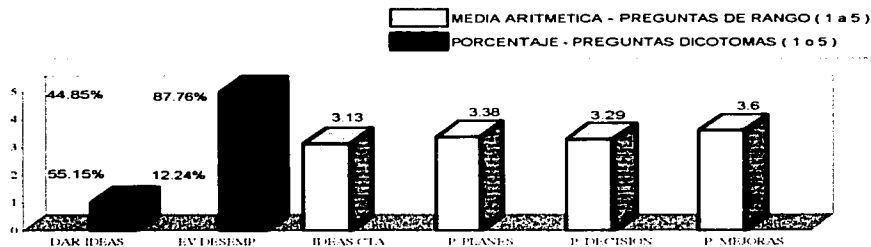
DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 77.21% del personal conoce los productos que fabrica la empresa.
- Se observa que es buena la calificación del programa de integración familiar de la empresa, 4.33, el 20.59% de familiares de los empleados participan en este programa y el 10.29% de los empleados participan en este programa.
- Se observa que el 100% de los empleados cuyas familias participan en el programa o ellos mismos opinan que el programa es provechoso.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
PARTICIPACION**



DICIEMBRE 1992

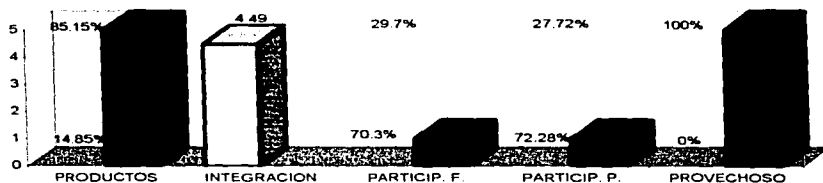
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 55.15% del personal no conoce un medio o un sistema para dar a conocer sus ideas.
- Se observa que el 87.76% del personal que esta sujeto a evaluación del desempeño comenta que si participa con su jefe en la evaluación de su desempeño.
- Se observa que es regular la calificación de 3.13 sobre si las ideas del personal son tomadas en cuenta.
- Se observa que es regular la calificación de 3.38 sobre la participación del personal en los planes de su área.
- Se observa que es regular la calificación de 3.29 sobre la participación del personal en las decisiones de su área.
- Se observa que es regular la calificación de 3.6 sobre la participación del personal en las mejoras de su área.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
IDENTIFICACION CON LA EMPRESA**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

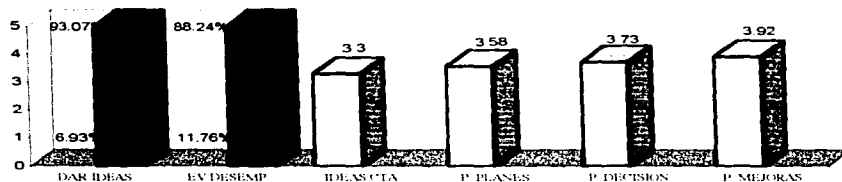
- Se observa que el 85.15% del personal conoce los productos que fabrica la empresa.
- Se observa que es buena la calificación del programa de integración familiar, 4.49, el 29.7% de los familiares de los empleados participan en este programa y el 27.72% de los empleados.

COMPARATIVO :

- Aumenta favorablemente de 77.21 a 85.15% el personal que conoce los productos que se fabrican.
- Aumenta de manera importante de 20.59 a 29.7% la participación de familiares en el programa de integración familiar así como de 10.29 a 27.72% la participación de los empleados en este programa.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
PARTICIPACION**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Se observa que el 93.07% del personal conoce un medio para dar a conocer sus ideas.
- Se observa la calificación regular de 3.73 sobre la participación del personal en las decisiones de su área.
- Se observa la calificación regular de 3.92 sobre la participación del personal en las mejoras de su área.

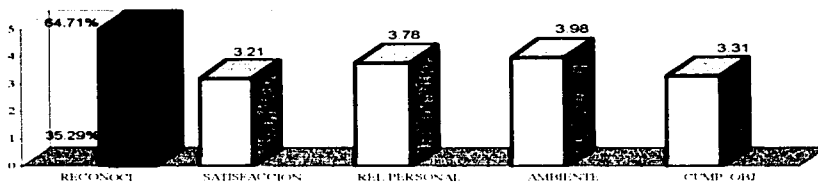
COMPARATIVO :

- Aumenta de manera importante de 45 a 93% el conocimiento de un medio para dar a conocer ideas.
- Aumenta favorablemente de 3.29 a 3.73 la participación del personal en toma de decisiones de su área.
- Aumenta favorablemente de 3.6 a 3.92 la participación del personal en mejoras de su área.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

MOTIVACION

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

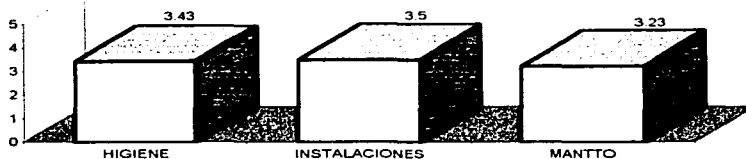
COMENTARIOS :

- Se observa que el 64.71% del personal es reconocido por sus resultados, ya sea por su jefe o la empresa. De este 64.71% califica de regular con 3.21 el reconocimiento que recibe.
- Se observa la calificación regular de 3.78 respecto de las relaciones entre el personal.
- Se observa la calificación regular de 3.98 del ambiente laboral.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

SERVICIOS SANITARIOS

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

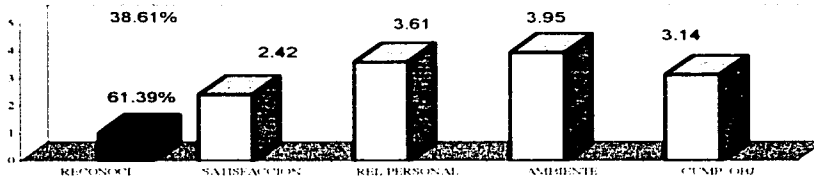
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa la calificación regular de 3.43 sobre la higiene de los servicios sanitarios.
- Se observa la calificación regular de 3.5 sobre las instalaciones de los servicios sanitarios.
- Se observa la calificación regular de 3.23 sobre el mantenimiento de los servicios sanitarios.
- En los tres casos anteriores es necesario mejorar los servicios sanitarios.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
MOTIVACION**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

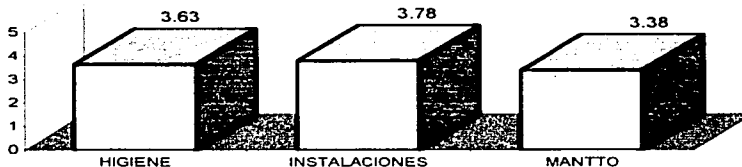
- Se observa el 38.61% del personal es reconocido por sus resultados y califica con 2.42 ese reconocimiento.
- Se observa la calificación regular de 3.61 sobre las relaciones entre el personal.
- Se observa la calificación regular de 3.14 sobre el cumplimiento de objetivos.

COMPARATIVO :

- Disminuye dramáticamente de 64.71 a 38.61% el personal que recibe reconocimiento por su trabajo y de igual manera cae la calificación de estos reconocimientos de 3.21 a 2.42.
- Disminuyen de 3.78 a 3.61 las rel. entre el personal y 3.31 a 3.14 el cumplimiento de objetivos.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS SANITARIOS**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

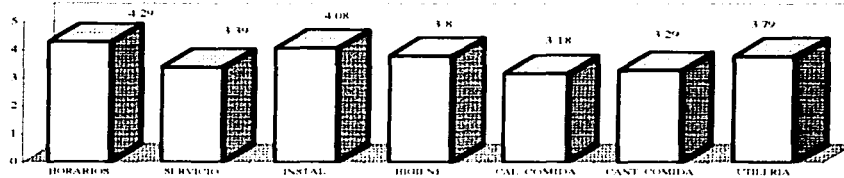
- Se observa la calificación regular de 3.63 sobre la higiene de los servicios sanitarios.
- Se observa la calificación regular de 3.78 sobre las instalaciones de los servicios sanitarios.
- Se observa la calificación regular de 3.38 sobre el mantenimiento de los servicios sanitarios.

COMPARATIVO :

- Aumenta de 3.43 a 3.63 la calificación de higiene.
- Aumenta de 3.5 a 3.78 la calificación de las instalaciones.
- Aumenta de 3.23 a 3.38 la calificación sobre el mantenimiento.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS DEL COMEDOR**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

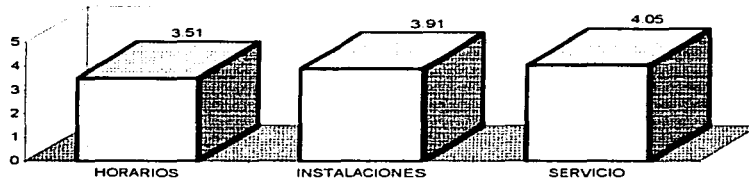
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa la buena calificación de 4.29 sobre los horarios del comedor.
- Se observa la calificación regular de 3.39 sobre los servicios del comedor.
- Se observa la buena calificación de 4.08 sobre las instalaciones del comedor.
- Se observa la calificación regular de 3.8 sobre la higiene del comedor.
- Se observa la calificación regular de 3.18 sobre la calidad de la comida del comedor.
- Se observa la calificación regular de 3.29 sobre la cantidad de la comida que dan en el comedor.
- Se observa la calificación regular de 3.79 sobre la utileria del comedor.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS MEDICOS**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

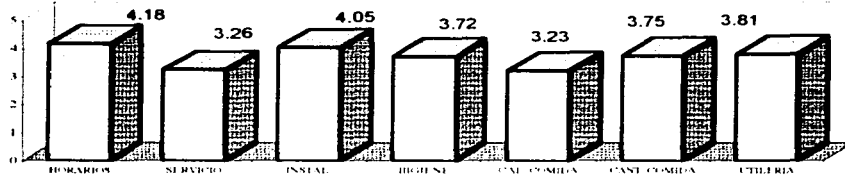
COMENTARIOS :

- Se observa la calificación regular de 3.51 sobre los horarios del servicio médico.
- Se observa la calificación regular de 3.91 sobre las instalaciones del servicio médico.
- Se observa la buena calificación de 4.05 sobre el servicio del servicio médico.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

SERVICIOS DEL COMEDOR

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Se observa la calificación regular de 3.26 sobre los servicios del comedor.
- Se observa la calificación regular de 3.75 sobre la cantidad de la comida.
- Se observa la calificación regular de 3.28 sobre la utillería del comedor.

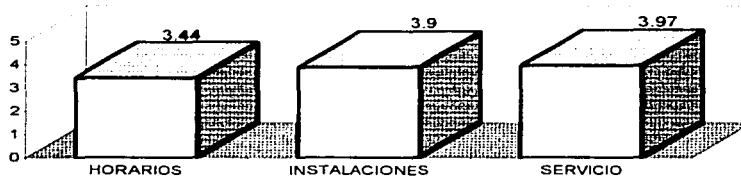
COMPARATIVO :

- Disminuye la calificación del servicio del comedor de 3.39 a 3.26.
- Aumenta de 3.29 a 3.75 la calificación sobre la cantidad de la comida.
- Disminuye la calificación sobre la utillería de 3.79 a 3.28.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

SERVICIOS MEDICOS

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

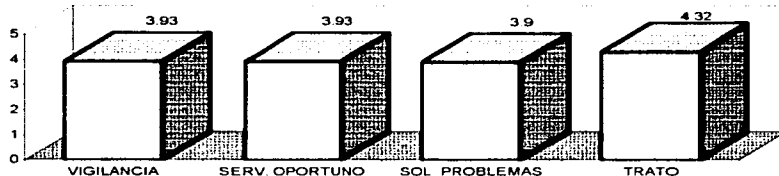
- Se observa la calificación regular de 3.44 sobre los horarios del servicio médico.
- Se observa la calificación regular de 3.9 sobre las instalaciones del servicio médico.
- Se observa la calificación regular de 3.97 sobre el servicio del servicio médico.

COMPARATIVO :

- Disminuye la calificación de 3.51 a 3.44 sobre los horarios del servicio médico.
- Se mantiene la calificación sobre las instalaciones del servicio médico.
- Disminuye la calificación de 4.05 a 3.97 sobre el servicio del servicio médico.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS DE RELACIONES INDUSTRIALES

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

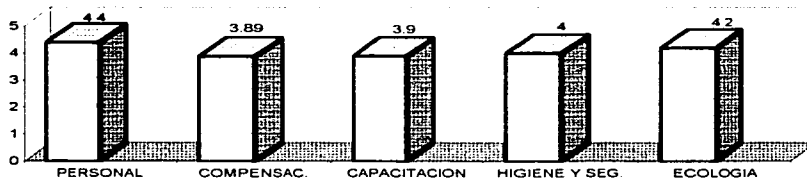
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa la calificación regular de 3.93 sobre los servicios de vigilancia.
- Se observa la calificación regular de 3.93 sobre el servicio oportuno del área.
- Se observa la calificación regular de 3.9 sobre la solución a problemas por parte del área.
- Se observa la buena calificación de 4.32 sobre el trato que brinda el área.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS CORPORATIVOS

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

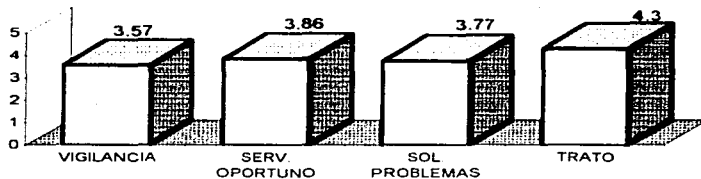
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa la buena calificación de 4.4 sobre el servicio del área de personal.
- Se observa la calificación regular de 3.89 sobre los servicios del área de compensaciones.
- Se observa la calificación regular de 3.9 sobre los servicios del área de capacitación.
- Se observa la buena calificación de 4 sobre el servicio del área de higiene y seguridad.
- Se observa la buena calificación de 4.2 sobre el servicio del área de ecología.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS DE RELACIONES INDUSTRIALES

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

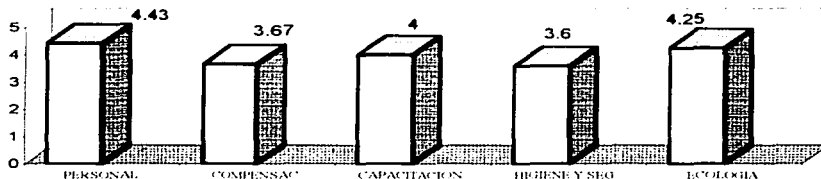
- Se observa la calificación regular de 3.57 sobre la vigilancia.
- Se observa la calificación regular de 3.86 sobre el servicio oportuno del área.
- Se observa la calificación regular de 3.77 sobre la solución a problemas.

COMPARATIVO :

- Disminuye de 3.93 a 3.57 la calificación del servicio de vigilancia.
- Disminuye de 3.93 a 3.86 la calificación del servicio oportuno del área.
- Disminuye de 3.9 a 3.77 la calificación de la solución a problemas.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS CORPORATIVOS

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

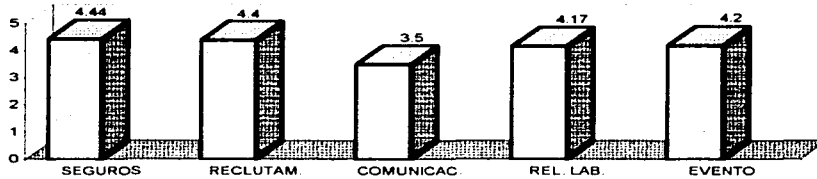
- Se observa la calificación regular de 3.67 sobre los servicios del área de compensaciones.
- Se observa la buena calificación de 4 sobre los servicios del área de capacitación.
- Se observa la calificación regular de 3.6 sobre los servicios del área de higiene y seguridad.

COMPARATIVO :

- Disminuye de 3.89 a 3.67 la calificación de los servicios del área de compensaciones.
- Aumenta la calificación de 3.9 a 4 sobre los servicios del área de capacitación.
- Disminuye de 4 a 3.6 la calificación sobre los servicios del área de higiene y seguridad.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS CORPORATIVOS**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

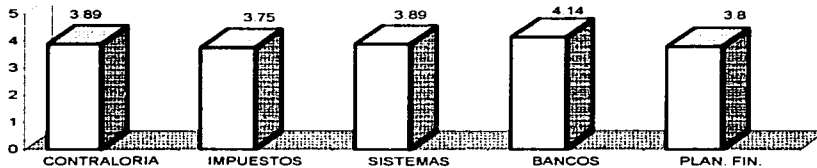
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa la buena calificación de 4.44 sobre el servicio que da el área de seguros.
- Se observa la buena calificación de 4.4 sobre el servicio que da el área de reclutamiento.
- Se observa la calificación regular de 3.5 sobre el servicio que da el área de comunicación.
- Se observa la buena calificación de 4.17 sobre el servicio que da el área de relaciones laborales.
- Se observa la buena calificación de 4.2 sobre el servicio que da el área de eventos.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS CORPORATIVOS**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

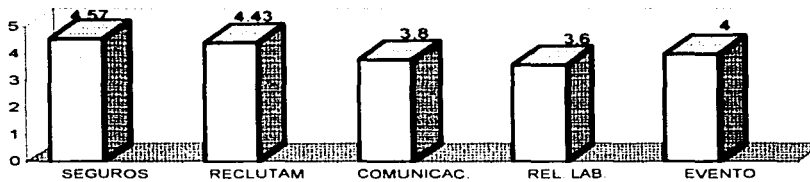
COMENTARIOS :

- Se observa la calificación de 3.89 sobre el servicio que da el área de contraloría.
- Se observa la calificación de 3.75 sobre el servicio que da el área de impuestos.
- Se observa la calificación de 3.89 sobre el servicio que da el área de sistemas.
- Se observa la buena calificación de 4.14 sobre el servicio que da el área de bancos.
- Se observa la calificación regular de 3.8 sobre el servicio del área de planeación financiera.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

SERVICIOS CORPORATIVOS

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Se observa la buena calificación de 4.57 sobre los servicios del área de seguros.
- Se observa la calificación regular de 3.8 sobre el servicio del área de comunicación.
- Se observa la calificación regular de 3.6 sobre el servicio del área de relaciones laborales.

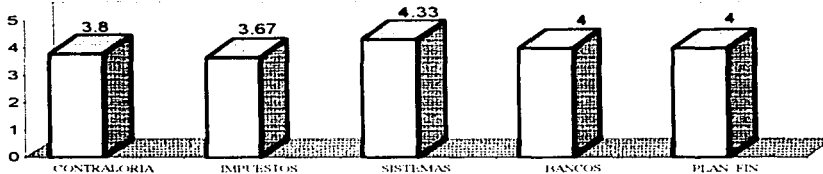
COMPARATIVO :

- Aumenta favorablemente de 4.44 a 4.57 la calificación sobre el área de seguros.
- Aumenta de manera importante de 3.5 a 3.8 la calificación sobre el área de comunicación.
- Disminuye de 4.17 a 3.6 la calificación sobre el área de relaciones laborales.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA

SERVICIOS CORPORATIVOS

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

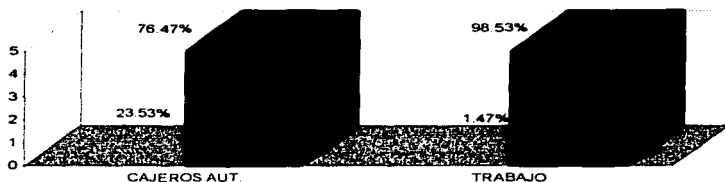
- Se observa la calificación de 3.67 sobre los servicios del área de impuestos.
- Se observa la buena calificación de 4.33 sobre el servicio del área de sistemas.
- Se observa la buena calificación de 4 sobre el servicio del área de planeación financiera.

COMPARATIVO :

- Disminuye la calificación de 3.75 a 3.67 sobre el área de impuestos.
- Aumenta favorablemente de 3.89 a 4.33 la calificación del área de sistemas.
- Aumenta favorablemente de 3.8 a 4 la calificación sobre el área de planeación financiera.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS CORPORATIVOS**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

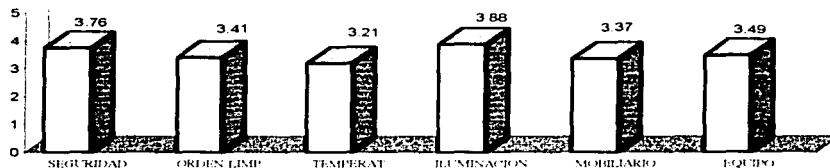
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa que el 76.47% del personal esta de acuerdo en recibir el pago de su nómina por cajeros automáticos instalados dentro de la empresa.
- Se observa que al 98.53% del personal de Copresa le gusta su trabajo, factor muy importante para el desarrollo saludable de una empresa.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CONDICIONES DE TRABAJO**

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



DICIEMBRE 1992

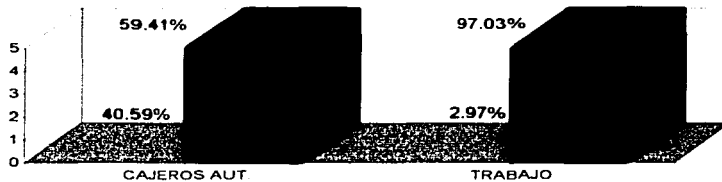
TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

COMENTARIOS :

- Se observa la calificación regular de 3.76 sobre la seguridad del área de trabajo.
 - Se observa la calificación regular de 3.41 sobre el orden y la limpieza del área de trabajo.
 - Se observa la calificación regular de 3.21 sobre la temperatura del área de trabajo.
 - Se observa la calificación regular de 3.88 sobre la iluminación en el área de trabajo.
 - Se observa la calificación regular de 3.37 sobre el mobiliario en el área de trabajo.
 - Se observa la calificación regular de 3.49 sobre el equipo del área de trabajo.
- En los 6 casos anteriores es necesario elevar estas calificaciones para un mejor desarrollo del personal.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
SERVICIOS CORPORATIVOS

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

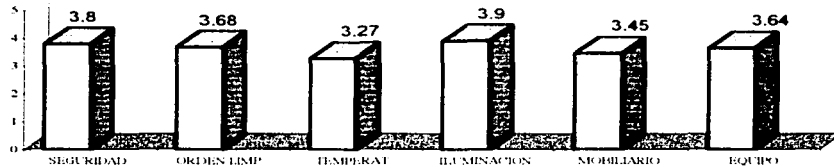
- Se observa que el 59.41% del personal esta de acuerdo con recibir su nómina por cajeros automáticos.
- Se observa que el 97.03% del personal de Copresa le gusta su trabajo.

COMPARATIVO :

- Disminuye de 76.47 a 59.41% el personal que esta de acuerdo en recibir su nómina via cajeros.
- Disminuye de 98.53 a 97.03% el personal que le gusta su trabajo, es necesario trabajar conjuntamente con el personal para ubicarlos en actividades de su agrado.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
CONDICIONES DE TRABAJO

MEDIA ARITMETICA - PREGUNTAS DE RANGO (1 a 5)
 PORCENTAJE - PREGUNTAS DICOTOMAS (1 o 5)



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

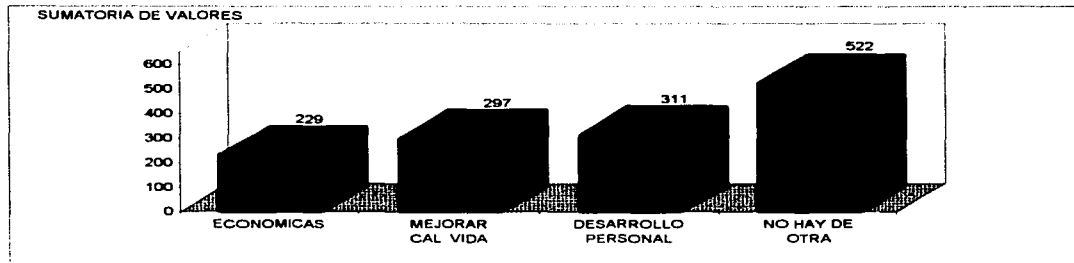
- Se observa la calificación regular de 3.68 sobre el orden y limpieza del lugar de trabajo.
- Se observa la calificación regular de 3.64 sobre el equipo en el lugar de trabajo.

COMPARATIVO :

- Aumenta favorablemente de 3.41 a 3.68 la calificación sobre orden y limpieza.
- Aumenta favorablemente de 3.49 a 3.64 la calificación sobre equipo.

Es necesario trabajar mas sobre los aspectos referentes a las condiciones de trabajo y elevar el nivel de las mismas para así lograr un mejor ambiente de trabajo.

**ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
RAZONES POR LAS QUE TRABAJAS**



DICIEMBRE 1992

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 136

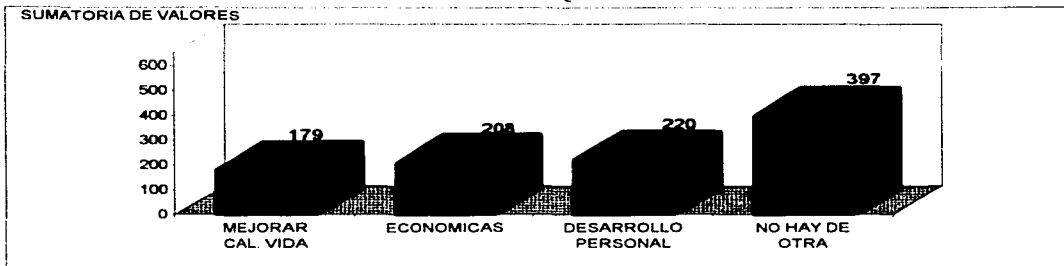
COMENTARIOS :

Esta pregunta es importante para ubicar al personal en su razón para trabajar.

- Se observa que la principal razón por la que el personal trabaja es la económica siguiendole la de mejorar la calidad de vida, en tercer lugar el desarrollo personal y en último porque no le queda de otra.

Estas respuestas muestran el interés y la necesidad económica del personal respecto del trabajo.

ESTUDIO DE OPINION - COPRESA
RAZONES POR LAS QUE TRABAJAS



FEBRERO 1994

TOTAL DE PERSONAL EN ESTUDIO 101

COMENTARIOS :

- Se observa que la principal razón por la que el personal trabaja es la de mejorar la calidad de vida en segundo lugar las razones económicas, muy de cerca en tercer lugar el desarrollo personal y en último porque no le queda de otra.

COMPARATIVO :

- Se observa que la razón económica pasa a segundo lugar, y está en primero mejorar la calidad de vida. Se mantiene en tercero y cuarto el desarrollo personal y no hay de otra respectivamente. Se aprecia la conciencia que el personal tiene acerca de su trabajo.

CONCLUSIONES

COMO HERRAMIENTA

El estudio de opinión presentado nos muestra una foto clara y específica de la empresa, su situación entre sus empleados, su sentir, su opinión en dos momentos diferentes en el tiempo ('92 y '94).

El primer estudio presenta una serie de situaciones existentes, ya el segundo estudio evalúa las acciones que se tomaron para mejorar las situaciones existentes y planear de nueva cuenta acciones de mejora.

COMO RESULTADOS ESPECIFICOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA

Es una herramienta muy útil cuando se le da seguimiento, podemos apreciar en varios casos que hubo mejoras muy importantes de un estudio a otro. También en otros casos no hubo cambios, la opinión se mantuvo y en otros casos desafortunadamente la situación empeoró.

Ejemplos de mejoras de un estudio a otro :

- En el '92 el 89% del personal conocía al Gte. de Planta para el '94 ya lo conocía el 98% del personal.
- En el '92 el 46% del personal conocía el concepto de servicio al cliente interno en el '94 ya conocía este concepto el 81% del personal.

Es importante ubicar deficiencias existentes para aplicar medidas correctivas inmediatas.

Ejemplos de opiniones que se mantuvieron de un estudio a otro :

- En el '92 el personal calificó con 3.6 la comunicación con su jefe para el '94 se mantuvo esa calificación.
- En el '92 el personal calificó con 3.15 la suficiencia de la capacitación para el '94 se mantuvo esa calificación.

Es necesario detectar claramente la raíz del problema para poder resolverlo.

Ejemplos de situaciones que empeoraron de un estudio a otro :

- En el '92 el 65% del personal decía que era reconocido por sus resultados y calificaba con 3.21 ese reconocimiento para el '94 el 39% del personal decía que era reconocido por sus resultados y la calificación que dió a ese reconocimiento fue de 2.42.

Es grave la situación de que el personal muestre esta caída en la motivación y debe aplicarse acciones inmediatas para elevar ambas calificaciones..

EXPERIENCIA PERSONAL GLOBAL

Al aplicar ambos estudios puedo decir que jamás creí ver y apreciar el sentir de una planta, sí, de una planta productiva como si fuera una persona que nos dice que le duele, que le gusta, que no le gusta, que sabe, que no sabe, que quiere, que no quiere, que necesita, etc.

Y es muy importante que si le preguntamos que le duele y nos lo dice y no le ayudamos a mejorar, como cualquier persona se va a molestar, se va a enojar, no va a creer mas en nosotros. Para que me preguntas? Si no vas a hacer nada !

RECOMENDACIONES PARA PROXIMOS TRABAJOS

Es muy importante concientizar a todos los niveles de la empresa de los resultados del estudio, para que el personal este involucrado tanto en el problema como en la solución.

Por otro lado es necesario seguir aplicando estos estudios con el compromiso de mejorar y llevar un detallado seguimiento de las situaciones de la empresa y de las acciones de mejora.

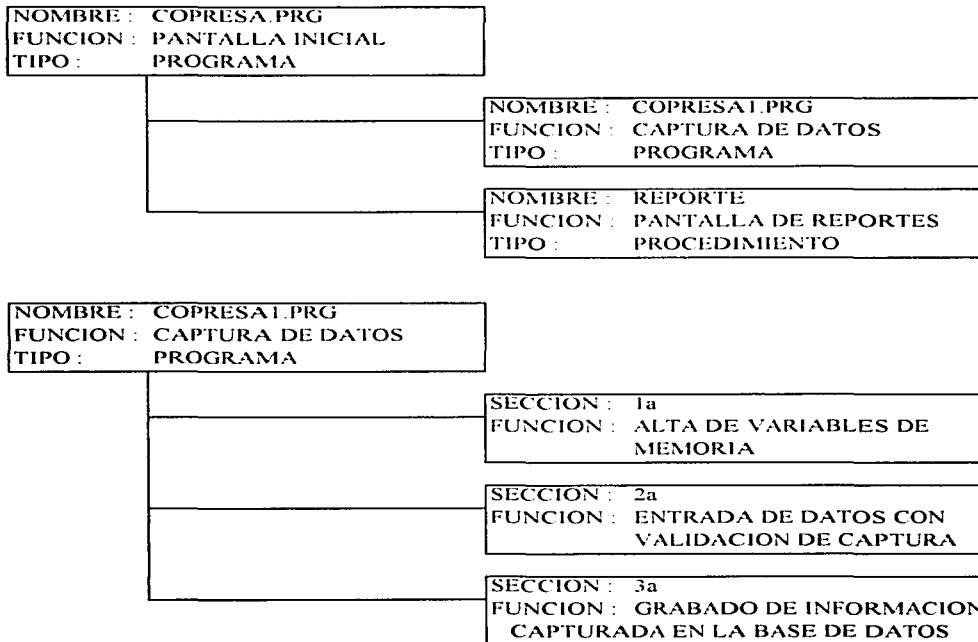
APORTACIONES ESPECIFICAS

Al evaluar las situaciones de una empresa en lo referente a su personal y llevar a cabo acciones específicas para mejorar dichas situaciones, esto redundará claramente en sus resultados. Una mejora en el desempeño de la empresa, en su productividad, sus resultados financieros, su calidad técnica. Por motivos de confidencialidad no se pudieron incluir dichos datos en el presente trabajo, pero a la fecha son muy sobresalientes las cifras de la empresa la cual actualmente, se considera de clase mundial.

APENDICE I

A continuación se presenta el diagrama de flujo del sistema del estudio de opinión utilizado en el presente trabajo. Dicho diagrama muestra las diferentes partes de que se compone el sistema que son :

- A) Captura de Datos
- B) Emisión de Reportes



NOMBRE : REPORTE
FUNCION : PANTALLA DE REPORTES
TIPO : PROCEDIMIENTO

FUNCION : REPORTES DE 1er NIVEL
GENERAL

FUNCION : REPORTES DE 2o NIVEL
EN BASE A TURNO

FUNCION : REPORTES DE 2o NIVEL
EN BASE A CLASIFICACION

FUNCION : REPORTES DE 3er NIVEL
EN BASE A CLASIFICACION Y AREA

FUNCION : REPORTES DE 1er NIVEL
GENERAL

NOMBRE : COPRESA5.PRG
FUNCION : DEFINICION DE VARIABLES
TIPO : PROGRAMA

NOMBRE : COPRESA2.PRG
FUNCION : PROCESO DE DATOS
TIPO : PROGRAMA

NOMBRE : COPRESA3.PRG
FUNCION : CALCULO DE ESTADISTICAS
TIPO : PROGRAMA

NOMBRE : COPRESA4.PRG
FUNCION : IMPRESION DE REPORTE
TIPO : PROGRAMA

**FUNCION : REPORTES DE 2o NIVEL
EN BASE A TURNO**

**NOMBRE : COPRESA5.PRG
FUNCION : DEFINICION DE VARIABLES
TIPO : PROGRAMA**

**NOMBRE : COPRESA6.PRG
FUNCION : PROCESO DE DATOS
TIPO : PROGRAMA**

**NOMBRE : COPRESA3.PRG
FUNCION : CALCULO DE ESTADISTICAS
TIPO : PROGRAMA**

**NOMBRE : COPRESA7.PRG
FUNCION : IMPRESION DE REPORTE
TIPO : PROGRAMA**

**FUNCION : REPORTES DE 2o NIVEL
EN BASE A CLASIFICACION**

**NOMBRE : COPRESA5.PRG
FUNCION : DEFINICION DE VARIABLES
TIPO : PROGRAMA**

**NOMBRE : COPRESA8.PRG
FUNCION : PROCESO DE DATOS
TIPO : PROGRAMA**

**NOMBRE : COPRESA3.PRG
FUNCION : CALCULO DE ESTADISTICAS
TIPO : PROGRAMA**

**NOMBRE : COPRESA9.PRG
FUNCION : IMPRESION DE REPORTE
TIPO : PROGRAMA**

**FUNCION : REPORTE DE 3er NIVEL
EN BASE A CLASIFICACION Y AREA**

**NOMBRE : COPRESA5.PRG
FUNCION : DEFINICION DE VARIABLES
TIPO : PROGRAMA**

**NOMBRE : COPRESA10.PRG
FUNCION : PROCESO DE DATOS
TIPO : PROGRAMA**

**NOMBRE : COPRESA3.PRG
FUNCION : CALCULO DE ESTADISTICAS
TIPO : PROGRAMA**

**NOMBRE : COPRESA11.PRG
FUNCION : IMPRESION DE REPORTE
TIPO : PROGRAMA**

APENDICE II

A continuación se presentan los cuestionarios que se aplicaron al personal de Copresa en Diciembre de 1992 y en Febrero de 1994. Constan de 10 paginas y 69 preguntas cada uno.

Cuestionario 1992

SECCION I

INSTRUCCIONES : Las preguntas de la 1 a la 8 comprenden información de tipo general. Por favor, encierra en un círculo el número de la respuesta que vaya de acuerdo contigo.

1. SEXO

- 1 Femenino
- 2 Masculino

2. EDAD

- 1 25 años o menos
- 2 Entre 25 y 35 años
- 3 Entre 36 y 45 años
- 4 Más de 45 años

3. ESTADO CIVIL

- 1 Casado
- 2 Divorciado (a) o Separado (a)
- 3 Soltero (a)
- 4 Unión Libre
- 5 Viudo (a)

4. NIVEL DE ESTUDIOS (sólo marca tu máximo nivel)

- 1 No realizó estudios
- 2 Inició primaria y no ha terminado
- 3 Terminó primaria
- 4 Inició secundaria y no ha terminado
- 5 Terminó secundaria
- 6 Inició preparatoria o vocacional y no ha terminado
- 7 Terminó preparatoria o vocacional
- 8 Inició estudios técnicos o comerciales y no ha terminado
- 9 Terminó estudios técnicos o comerciales
- 10 Inició una carrera profesional y no ha terminado
- 11 Terminó una carrera profesional
- 12 Inició algún diplomado y no ha terminado
- 13 Terminó estudios de diplomado
- 14 Inició estudios de maestría y no ha terminado
- 15 Terminó estudios de maestría

5. TURNO EN QUE TRABAJA

- 1 1er turno o mixto
- 2 2do. turno
- 3 3er. turno
- 4 4o. turno

6. ANTIGUEDAD EN LA EMPRESA

- 1 Menos de 1 año
- 2 De 1 a 5 años
- 3 De 6 a 10 años
- 4 De 11 a 20 años
- 5 De 21 a 30 años
- 6 Más de 30 años

7. CLASIFICACION DE PERSONAL

- 1 Supervisores
- 2 Gerente o Jefe
- 3 No sindicalizado excluyendo a los anteriores
- 4 Sindicalizado

8. AREA EN QUE TRABAJA

- 1 Contraloría
- 2 Almacén
- 3 Producción
- 4 Calidad
- 5 Inspección final
- 6 Relaciones Industriales
- 7 Mantenimiento
- 8 Ingeniería
- 9 Compras - Tráfico
- 10 Sistemas
- 11 Gerencia General

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

SECCION II

INSTRUCCIONES : En esta parte del cuestionario se solicita tu opinión respecto a diversos aspectos de la empresa. Encierra en un círculo el número que más se acerque a tu opinión, excepto en los casos en que se solicite otra cosa. Por favor, lee detenidamente cada pregunta antes de responder y si tienes alguna duda, favor de consultar al encargado de la encuesta.

CAPACITACION

- | | | | | | |
|---|--------------|---|---------|---|------------|
| 9. Consideras que la capacitación que ofrece la empresa es : | Insuficiente | | Regular | | Suficiente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Cómo consideras los programas de Calidad y el Control Estadístico de Proceso (CEP) como herramientas de trabajo ? | Innecesarios | | Regular | | Necesarios |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Participas en el Programa de Enseñanza Abierta que se imparte en tu planta (primaria, secundaria o preparatoria) ? | No | | | | Si |
| | 1 | | | | 5 |
| 12. Esta pregunta es solo para las personas que respondieron "si" a la pregunta anterior. Cómo consideras el programa que se imparte en tu planta ? | Malo | | Regular | | Bueno |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Conoces los conceptos de Excelencia en Manufactura ? | No | | | | Si |
| | 1 | | | | 5 |
| 14. Esta pregunta es sólo para personal no sindicalizado. Conoces los conceptos de Excelencia en la Administración ? | No | | | | Si |
| | 1 | | | | 5 |

COMUNICACION INTERPERSONAL

- | | | | | | |
|--|--------------|---|---------|---|------------|
| 15. Que tan satisfecho te sientes con respecto a la comunicación que mantienes con tu jefe ? | Insatisfecho | | Regular | | Satisfecho |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

16. Esta pregunta es solo para aquellos que tienen personal a su cargo.
Que tan satisfecho te sientes con la comunicación que tienes con el personal a tu cargo ?

Insatisfecho		Regular		Satisfecho
1	2	3	4	5

17. **En general, como te sientes con la comunicación de la empresa ?**

Insatisfecho		Regular		Satisfecho
1	2	3	4	5

MEDIOS DE COMUNICACION E INFORMACION

18. **A través de qué medio o persona sueles recibir la información que te resulta más útil e interesante ? Por favor, selecciona de 3 a 5 respuestas y encierralas en un círculo.**

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1 Compañeros de trabajo | 8 Boletines de comunicación |
| 2 Circulares o memos | 9 Subordinados (personal a tu cargo) |
| 3 Delegados sindicales | 10 Supervisores |
| 4 Jefe de tu jefe inmediato | 11 Tableros de información |
| 5 Tu jefe inmediato | 12 Teléfono |
| 6 Juntas gerenciales | 13 Juntas de competitividad o productividad |
| 7 Comités | |

19. **Sobre qué aspectos de la empresa te gustaría recibir más información?. Por favor, enumera del 1 al 12, considerando el 1 como el que más te interesa y el 12 como el menos interesante para ti.**

- | | |
|--|--------------------------------|
| () Calidad y Excelencia | () Organización y sus cambios |
| () Deportes y sociales | () Planes y objetivos |
| () Economía familiar | () Prestaciones |
| () Entorno de la industria | () Producción |
| () Higiene y seguridad | () Proyectos |
| () Normas, políticas y procedimientos de la empresa | () Ecología |

ENTORNO Y DESARROLLO DE LA EMPRESA

20. **Contra que tipo de competidores consideras que se enfrenta Copresa ?**

Nacionales		Internacionales
1		5

21. **Cómo consideras la calidad de nuestros productos ?**

Mala		Regular		Excelente
1	2	3	4	5

22. **Cómo consideras que son la imagen y el prestigio de nuestra empresa ?**

Malos		Regulares		Excelentes
1	2	3	4	5

- | | | | | | |
|---|---------------------------|---|--------------|---|---------------------------------|
| 23. Cómo consideras la tecnología que empleamos para la fabricación de nuestros productos ? | Obsoleta
1 | 2 | Regular
3 | 4 | Avanzada
5 |
| 24. Consideras que estamos preparados para responder a las exigencias de nuestros mercados ?
(calidad, costo - precio, servicio - oportunidad de entregas) | No
1 | 2 | Regular
3 | 4 | Si
5 |
| 25. Sabes lo que significa el Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá ? | No
1 | | | | Si
5 |
| 26. Esta pregunta es solo para las personas que respondieron "sí" a la pregunta anterior.
Consideras que nuestra empresa está lista para enfrentar los retos del tratado de Libre Comercio ? | No
1 | 2 | Regular
3 | 4 | Si
5 |
| 27. Cómo consideras las posibilidades de crecimiento y desarrollo de la empresa ? | Sin
Posibilidades
1 | | | | Con Altas
Posibilidades
5 |
| 28. Conoces las acciones que realiza la empresa para contribuir al cuidado del ambiente ? | No
1 | | | | Si
5 |

DESARROLLO PERSONAL DE LA EMPRESA

- | | | | | | |
|---|-------------------|---|---|---|-----------------|
| 29. Cómo te sientes al trabajar en esta empresa ? | Insatisfecho
1 | 2 | 3 | 4 | Satisfecho
5 |
|---|-------------------|---|---|---|-----------------|

Por qué ? _____

- | | | | | | |
|---|------------|---|----------------|---|-------------|
| 30. Cómo consideras tus posibilidades de desarrollo personal dentro de la empresa ? | Malas
1 | 2 | Regulares
3 | 4 | Buenas
5 |
|---|------------|---|----------------|---|-------------|

Por qué ? _____

IDENTIFICACION DEL PERSONAL CON LA EMPRESA

31. Conoces la filosofía de la empresa ?	No 1				Si 5
32. Conoces el significado de "SERVICIO AL CLIENTE INTERNO" (dentro de la empresa) ?	No 1				Si 5
33. Conoces el significado de "SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO" (fuera de la empresa) ?	No 1				Si 5
34. Conoces el reglamento interior de trabajo de Copresa ?	No 1				Si 5
35. Conoces las normas, políticas y procedimientos relacionados con tu área de trabajo ?	No 1	2	Algunos 3	4	Si 5
36. Conoces los planes y objetivos de la empresa	No 1	2	Algunos 3	4	Si 5
37. Conoces el nivel de productividad de tu empresa ?	No 1				Si 5
38. Conoces la forma en que está organizada la empresa ?	No 1				Si 5
39. Conoces al Gerente General de tu empresa ?	No 1				Si 5
40. Conoces al personal de Relaciones Industriales de tu empresa ?	No 1				Si 5
41. Conoces las prestaciones que otorga la empresa ?	No 1	2	Algunas 3	4	Si 5
42. Conoces - sabes como funcionan los productos de la empresa ?	No 1				Si 5
43. Cómo consideras el programa de integración familiar que se lleva a cabo en Copresa ? Cocina, actividades manuales, pláticas diversas, cursos de verano, primeros auxilios, etc.	Malos 1	2	Regular 3	4	Bueno 5

44. Participa alguno de tus familiares en ese programa ?	No 1				Si 5
45. Participas tu directamente en alguna de las actividades del Programa de Integración ?	No 1				Si 5
46. Si contestaste que "si" a cualquiera de las dos preguntas anteriores, consideras que el programa resulta provechoso ?	No 1				Si 5

PARTICIPACION

47. Existe en tu empresa un medio o sistema a través del cual puedes dar a conocer tus ideas ?	No 1				Si 5
48. Esta pregunta es sólo para personal sujeto a evaluación de desempeño. Participas con tu jefe inmediato en la evaluación de tu desempeño ?	No 1				Si 5
49. Consideras que tus ideas son tomadas en cuenta ?	Nunca 1	2	Algunas Veces 3	4	Siempre 5
50. Participas en el establecimiento de objetivos y planes en tu área de trabajo ?	Nunca 1	2	Algunas Veces 3	4	Siempre 5
51. Participas en la toma de decisiones en tu área de trabajo ?	Nunca 1	2	Algunas Veces 3	4	Siempre 5
52. Participas en el establecimiento de mejoras dentro de tu área de trabajo ?	Nunca 1	2	Algunas Veces 3	4	Siempre 5

MOTIVACION

53. Recibes reconocimiento por parte de tu jefe o de la empresa por los resultados que vas logrando ?	No 1				Si 5
54. Si respondiste que "si" a la pregunta anterior, dinos que tipo de reconocimiento recibes	<hr/> <hr/> <hr/>				

55. Cómo te sientes con respecto a esos reconocimientos que te hace tu jefe o la empresa ?	Insatisfecho					Satisfecho
	1	2	3	4		5
56. Menciona que tipo de reconocimientos te gustaria recibir por los logros que vas alcanzando	_____					

57. Cómo consideras las relaciones que hay entre el personal de la empresa ?	Insatisfactorias					Satisfactorias
	1	2	3	4		5
58. Cómo consideras el ambiente de trabajo de la empresa ?	Desagradable					Agradable
	1	2	3	4		5
59. En tu opinión, la motivación del personal para hacer su trabajo y lograr los objetivos de la empresa es :	Baja					Alta
	1	2	3	4		5

SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA

60. Que opinas sobre los servicios sanitarios?	Malo			Regular		Bueno
Mantenimiento	1	2	3	4		5
Higiene	1	2	3	4		5
Instalaciones	1	2	3	4		5
61. Que opinas del comedor ?	Malo			Regular		Bueno
Horarios	1	2	3	4		5
Servicio - Atención	1	2	3	4		5
Instalaciones	1	2	3	4		5
Higiene	1	2	3	4		5
Comida - Calidad	1	2	3	4		5
Comida - Cantidad	1	2	3	4		5
Utilería (vasos, platos, cubiertos, mesas, etc.)	1	2	3	4		5

62. Cómo consideras el servicio médico y de enfermería que hay en la empresa ?	Malo		Regular		Bueno
Horarios para consulta	1	2	3	4	5
Servicio - Atención	1	2	3	4	5
Instalaciones	1	2	3	4	5
63. Cómo consideras el servicio de vigilancia de la empresa ?	Deficiente		Regular		Eficiente
	1	2	3	4	5
64. Que opinas del servicio del área de relaciones industriales de Copresa ?	Malo		Regular		Bueno
Atención oportuna	1	2	3	4	5
Trato amable	1	2	3	4	5
Solución de problemas	1	2	3	4	5

65. Esta pregunta es solo para el personal que tenga relación con el Corporativo de Moresa. Cómo consideras el servicio que presta el Corporativo ?. Favor de marcar solo las áreas con las que tienes relación.

Dirección de Recursos Humanos y Relaciones Públicas	Malo		Regular		Bueno
Personal	1	2	3	4	5
Compensaciones	1	2	3	4	5
Capacitación	1	2	3	4	5
Higiene y Seguridad	1	2	3	4	5
Ecología	1	2	3	4	5
Comunicación	1	2	3	4	5
Reclutamiento y Selección	1	2	3	4	5
Seguros	1	2	3	4	5
Relaciones Laborales	1	2	3	4	5
Eventos	1	2	3	4	5

Dirección de Finanzas	Malo		Regular		Bueno
Contraloría	1	2	3	4	5
Auditoría	1	2	3	4	5
Impuestos	1	2	3	4	5
Sistemas	1	2	3	4	5
Bancos	1	2	3	4	5
Planeación Financiera	1	2	3	4	5
66. Te gustaría recibir el pago de tu nómina a través de Cajeros Automáticos instalados en tu empresa ?	No 1				Si 5

TRABAJO

67. Cómo consideras las condiciones de tu área de trabajo ?	Malas		Regulares		Buenas
Seguridad	1	2	3	4	5
Orden y Limpieza	1	2	3	4	5
Temperatura	1	2	3	4	5
Iluminación	1	2	3	4	5
Mobiliario	1	2	3	4	5
Equipo	1	2	3	4	5
68. Te gusta tu trabajo ?	No 1				Si 5

Por qué ? _____

69. A continuación se mencionan algunas razones por las cuales la gente trabaja. Por favor enumera del 1 al 4 considerando el 1 para la razón principal por la cual tu trabajas y el 4 para la razón menos importante.

() Por desarrollo personal

() Por razones económicas

() "Porque no me queda de otra"

() Por mejorar mi calidad de vida

SECCION I

INSTRUCCIONES : Las preguntas de la 1 a la 8 comprenden información de tipo general. Por favor, encierra en un círculo el número de la respuesta que vaya de acuerdo contigo.

1. SEXO

- 1 Femenino
- 2 Masculino

2. EDAD

- 1 25 años o menos
- 2 Entre 25 y 35 años
- 3 Entre 36 y 45 años
- 4 Más de 45 años

3. ESTADO CIVIL

- 1 Casado
- 2 Divorciado (a) o Separado (a)
- 3 Soltero (a)
- 4 Unión Libre
- 5 Viudo (a)

4. NIVEL DE ESTUDIOS (sólo marca tu máximo nivel)

- 1 No realizó estudios
- 2 Inició primaria y no ha terminado
- 3 Terminó primaria
- 4 Inició secundaria y no ha terminado
- 5 Terminó secundaria
- 6 Inició preparatoria o vocacional y no ha terminado
- 7 Terminó preparatoria o vocacional
- 8 Inició estudios técnicos o comerciales y no ha terminado
- 9 Terminó estudios técnicos o comerciales
- 10 Inició una carrera profesional y no ha terminado
- 11 Terminó una carrera profesional
- 12 Inició algún diplomado y no ha terminado
- 13 Terminó estudios de diplomado
- 14 Inició estudios de maestría y no ha terminado
- 15 Terminó estudios de maestría

5. TURNO EN QUE TRABAJA

- 1 1er turno o mixto
- 2 2do. turno
- 3 3er. turno
- 4 4o. turno

6. ANTIGUEDAD EN LA EMPRESA

- 1 Menos de 1 año
- 2 De 1 a 5 años
- 3 De 6 a 10 años
- 4 De 11 a 20 años
- 5 De 21 a 30 años
- 6 Más de 30 años

7. CLASIFICACION DE PERSONAL

- 1 Supervisores
- 2 Gerente o Jefe
- 3 No sindicalizado excluyendo a los anteriores
- 4 Sindicalizado

8. AREA EN QUE TRABAJA

- 1 Contraloría
- 2 Almacén
- 3 Producción
- 4 Calidad
- 5 Inspección final
- 6 Relaciones Industriales
- 7 Mantenimiento
- 8 Ingeniería
- 9 Compras - Tráfico
- 10 Sistemas
- 11 Gerencia General

SECCION II

INSTRUCCIONES : En esta parte del cuestionario se solicita tu opinión respecto a diversos aspectos de la empresa. Encierra en un círculo el número que más se acerque a tu opinión, excepto en los casos en que se solicite otra cosa. Por favor, lee detenidamente cada pregunta antes de responder y si tienes alguna duda, favor de consultar al encargado de la encuesta.

CAPACITACION

- | | | | | | |
|---|--------------|---|---------|---|------------|
| 9. Consideras que la capacitación que ofrece la empresa es : | Insuficiente | | Regular | | Suficiente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Cómo consideras los programas de Calidad y el Control Estadístico de Proceso (CEP) como herramientas de trabajo ? | Innecesarios | | Regular | | Necesarios |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Participas en el Programa de Enseñanza Abierta que se imparte en tu planta (primaria, secundaria o preparatoria) ? | No | | | | Si |
| | 1 | | | | 5 |
| 12. Esta pregunta es solo para las personas que respondieron "sí" a la pregunta anterior. Cómo consideras el programa que se imparte en tu planta ? | Malo | | Regular | | Bueno |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Conoces los conceptos de Excelencia en Manufactura ? | No | | | | Si |
| | 1 | | | | 5 |
| 14. Esta pregunta es sólo para personal no sindicalizado. Conoces los conceptos de Excelencia en la Administración ? | No | | | | Si |
| | 1 | | | | 5 |

COMUNICACION INTERPERSONAL

- | | | | | | |
|--|--------------|---|---------|---|------------|
| 15. Que tan satisfecho te sientes con respecto a la comunicación que mantienes con tu jefe ? | Insatisfecho | | Regular | | Satisfecho |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

16. Esta pregunta es solo para aquellos que tienen personal a su cargo.
Que tan satisfecho te sientes con la comunicación que tienes con el personal a tu cargo ?

Insatisfecho			Regular		Satisfecho
1	2		3	4	5

17. En general, como te sientes con la comunicación de la empresa ?

Insatisfecho			Regular		Satisfecho
1	2		3	4	5

MEDIOS DE COMUNICACION E INFORMACION

18. A través de qué medio o persona sueles recibir la información que te resulta más útil e interesante ? Por favor, selecciona de 3 a 5 respuestas y encierralas en un círculo.

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1 Compañeros de trabajo | 8 Boletines de comunicación |
| 2 Circulares o memos | 9 Subordinados (personal a tu cargo) |
| 3 Delegados sindicales | 10 Supervisores |
| 4 Jefe de tu jefe inmediato | 11 Tableros de información |
| 5 Tu jefe inmediato | 12 Teléfono |
| 6 Juntas gerenciales | 13 Juntas de competitividad o productividad |
| 7 Comités | |

19. Sobre qué aspectos de la empresa te gustaría recibir más información?. Por favor, enumera del 1 al 12, considerando el 1 como el que más te interesa y el 12 como el menos interesante para ti.

- | | |
|--|--------------------------------|
| () Calidad y Excelencia | () Organización y sus cambios |
| () Deportes y sociales | () Planes y objetivos |
| () Economía familiar | () Prestaciones |
| () Entorno de la industria | () Producción |
| () Higiene y seguridad | () Proyectos |
| () Normas, políticas y procedimientos de la empresa | () Ecología |

ENTORNO Y DESARROLLO DE LA EMPRESA

20. Contra que tipo de competidores consideras que se enfrenta Copresa ?

Nacionales				Internacionales
1				5

21. Cómo consideras la calidad de nuestros productos ?

Mala			Regular		Excelente
1	2		3	4	5

22. Cómo consideras que son la imagen y el prestigio de nuestra empresa ?

Malos			Regulares		Excelentes
1	2		3	4	5

- | | | | | | |
|---|---------------------------|---|--------------|---|---------------------------------|
| 23. Cómo consideras la tecnología que empleamos para la fabricación de nuestros productos ? | Obsoleta
1 | 2 | Regular
3 | 4 | Avanzada
5 |
| 24. Consideras que estamos preparados para responder a las exigencias de nuestros mercados ?
(calidad, costo - precio, servicio - oportunidad de entregas) | No
1 | 2 | Regular
3 | 4 | Si
5 |
| 25. Sabes lo que significa el Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá ? | No
1 | | | | Si
5 |
| 26. Esta pregunta es solo para las personas que respondieron "si" a la pregunta anterior.
Consideras que nuestra empresa está lista para enfrentar los retos del tratado de Libre Comercio ? | No
1 | 2 | Regular
3 | 4 | Si
5 |
| 27. Cómo consideras las posibilidades de crecimiento y desarrollo de la empresa ? | Sin
Posibilidades
1 | | | | Con Altas
Posibilidades
5 |
| 28. Conoces las acciones que realiza la empresa para contribuir al cuidado del ambiente ? | No
1 | | | | Si
5 |

DESARROLLO PERSONAL DE LA EMPRESA

- | | | | | | |
|---|-------------------|---|---|---|-----------------|
| 29. Cómo te sientes al trabajar en esta empresa ? | Insatisfecho
1 | 2 | 3 | 4 | Satisfecho
5 |
|---|-------------------|---|---|---|-----------------|

Por qué ? _____

- | | | | | | |
|---|------------|---|----------------|---|-------------|
| 30. Cómo consideras tus posibilidades de desarrollo personal dentro de la empresa ? | Malas
1 | 2 | Regulares
3 | 4 | Buenas
5 |
|---|------------|---|----------------|---|-------------|

Por qué ? _____

IDENTIFICACION DEL PERSONAL CON LA EMPRESA

31. Conoces la filosofía de la empresa ?	No 1				Si 5
32. Conoces el significado de "SERVICIO AL CLIENTE INTERNO" (dentro de la empresa) ?	No 1				Si 5
33. Conoces el significado de "SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO" (fuera de la empresa) ?	No 1				Si 5
34. Conoces el reglamento interior de trabajo de Copresa ?	No 1				Si 5
35. Conoces las normas, políticas y procedimientos relacionados con tu área de trabajo ?	No 1	2	Algunos 3	4	Si 5
36. Conoces los planes y objetivos de la empresa	No 1	2	Algunos 3	4	Si 5
37. Conoces el nivel de productividad de tu empresa ?	No 1				Si 5
38. Conoces la forma en que está organizada la empresa ?	No 1				Si 5
39. Conoces al Gerente General de tu empresa ?	No 1				Si 5
40. Conoces al personal de Relaciones Industriales de tu empresa ?	No 1				Si 5
41. Conoces las prestaciones que otorga la empresa ?	No 1	2	Algunas 3	4	Si 5
42. Conoces - sabes como funcionan los productos de la empresa ?	No 1				Si 5
43. Cómo consideras el programa de integración familiar que se lleva a cabo en Copresa ? Cocina, actividades manuales, pláticas diversas, cursos de verano, primeros auxilios, etc.	Malo 1	2	Regular 3	4	Bueno 5

44. Participa alguno de tus familiares en ese programa ?	No 1				Si 5
45. Participas tu directamente en alguna de las actividades del Programa de Integración ?	No 1				Si 5
46. Si contestaste que "si" a cualquiera de las dos preguntas anteriores, consideras que el programa resulta provechoso ?	No 1				Si 5

PARTICIPACION

47. Existe en tu empresa un medio o sistema a través del cual puedes dar a conocer tus ideas ?	No 1				Si 5
48. Esta pregunta es sólo para personal sujeto a evaluación de desempeño. Participas con tu jefe inmediato en la evaluación de tu desempeño ?	No 1				Si 5
49. Consideras que tus ideas son tomadas en cuenta ?	Nunca 1	2	Algunas Veces 3	4	Siempre 5
50. Participas en el establecimiento de objetivos y planes en tu área de trabajo ?	Nunca 1	2	Algunas Veces 3	4	Siempre 5
51. Participas en la toma de decisiones en tu área de trabajo ?	Nunca 1	2	Algunas Veces 3	4	Siempre 5
52. Participas en el establecimiento de mejoras dentro de tu área de trabajo ?	Nunca 1	2	Algunas Veces 3	4	Siempre 5

MOTIVACION

53. Recibes reconocimiento por parte de tu jefe o de la empresa por los resultados que vas logrando ?	No 1				Si 5
54. Si respondiste que "si" a la pregunta anterior, dínos que tipo de reconocimiento recibes	<hr/> <hr/> <hr/>				

55. Cómo te sientes con respecto a esos reconocimientos que te hace tu jefe o la empresa ?

	Insatisfecho				Satisfecho
	1	2	3	4	5

56. Menciona que tipo de reconocimientos te gustaría recibir por los logros que vas alcanzando

57. Cómo consideras las relaciones que hay entre el personal de la empresa ?

	Insatisfactorias				Satisfactorias
	1	2	3	4	5

58. Cómo consideras el ambiente de trabajo de la empresa ?

	Desagradable				Agradable
	1	2	3	4	5

59. En tu opinión, la motivación del personal para hacer su trabajo y lograr los objetivos de la empresa es :

	Baja				Alta
	1	2	3	4	5

SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA

60. Que opinas sobre los servicios sanitarios?

	Malo		Regular		Bueno
Mantenimiento	1	2	3	4	5
Higiene	1	2	3	4	5
Instalaciones	1	2	3	4	5

61. Que opinas del comedor ?

	Malo		Regular		Bueno
Horarios	1	2	3	4	5
Servicio - Atención	1	2	3	4	5
Instalaciones	1	2	3	4	5
Higiene	1	2	3	4	5
Comida - Calidad	1	2	3	4	5
Comida - Cantidad	1	2	3	4	5
Utillería (vasos, platos, cubiertos, mesas, etc.)	1	2	3	4	5

62. Cómo consideras el servicio médico y de enfermería que hay en la empresa ?	Malo		Regular		Bueno
Horarios para consulta	1	2	3	4	5
Servicio - Atención	1	2	3	4	5
Instalaciones	1	2	3	4	5
63. Cómo consideras el servicio de vigilancia de la empresa ?	Deficiente		Regular		Eficiente
	1	2	3	4	5
64. Que opinas del servicio del área de relaciones industriales de Copresa ?	Malo		Regular		Bueno
Atención oportuna	1	2	3	4	5
Trato amable	1	2	3	4	5
Solución de problemas	1	2	3	4	5

65. Esta pregunta es solo para el personal que tenga relación con el Corporativo de Moresa. Cómo consideras el servicio que presta el Corporativo ?. Favor de marcar solo las áreas con las que tiens relación.

Dirección de Recursos Humanos y Relaciones Públicas	Malo		Regular		Bueno
Personal	1	2	3	4	5
Compensaciones	1	2	3	4	5
Capacitación	1	2	3	4	5
Higiene y Seguridad	1	2	3	4	5
Ecología	1	2	3	4	5
Comunicación	1	2	3	4	5
Reclutamiento y Selección	1	2	3	4	5
Seguros	1	2	3	4	5
Relaciones Laborales	1	2	3	4	5
Eventos	1	2	3	4	5

Dirección de Finanzas	Malo		Regular		Bueno
Contraloría	1	2	3	4	5
Impuestos	1	2	3	4	5
Bancos	1	2	3	4	5
Planeación Financiera	1	2	3	4	5
66. Te gustaría recibir el pago de tu nómina a través de Cajeros Automáticos instalados en tu empresa ?	No 1				Si 5

TRABAJO

67. Cómo consideras las condiciones de tu área de trabajo ?	Malas		Regulares		Buenas
Seguridad	1	2	3	4	5
Orden y Limpieza	1	2	3	4	5
Temperatura	1	2	3	4	5
Iluminación	1	2	3	4	5
Mobiliario	1	2	3	4	5
Equipo	1	2	3	4	5
68. Te gusta tu trabajo ?	No 1				Si 5

Por qué ? _____

69. A continuación se mencionan algunas razones por las cuales la gente trabaja. Por favor enumera del 1 al 4 considerando el 1 para la razón principal por la cual tu trabajas y el 4 para la razón menos importante.

() Por desarrollo personal
 () "Porque no me queda de otra"

() Por razones económicas
 () Por mejorar mi calidad de vida

APENDICE III

A continuación se presenta la demostración de la fórmula utilizada para el cálculo de la desviación estandar. S^2 es la varianza de la muestra :

$$S^2 = \{1/n-1\} \left[\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \right]$$

Demostración : Note que :

$$\begin{aligned} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 &= \sum_{i=1}^n (X_i^2 - 2X_i\bar{X} + \bar{X}^2) \\ &= \sum_{i=1}^n X_i^2 - 2\bar{X} \sum_{i=1}^n X_i + n\bar{X}^2 \end{aligned}$$

Ya que :

$$n\bar{X} = n \left[\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i \right] = \sum_{i=1}^n X_i$$

Sustituyendo tenemos que :

$$\sum_{i=1}^n X_i^2 - 2\bar{X} \sum_{i=1}^n X_i + n\bar{X}^2 = \sum_{i=1}^n X_i^2 - 2\bar{X} n\bar{X} + n\bar{X}^2 = \sum_{i=1}^n X_i^2 - 2n\bar{X}^2 + n\bar{X}^2 = \sum_{i=1}^n X_i^2 - n\bar{X}^2$$

Entonces tenemos que :

$$\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 = \sum_{i=1}^n X_i^2 - n\bar{X}^2$$

Lo que nos da que :

$$S^2 = \{1/n-1\} \left[\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \right] = \{1/n-1\} \left[\sum_{i=1}^n X_i^2 - n\bar{X}^2 \right]$$

Que a su vez la desviación estandar es :

$$S = \sqrt{\{1/n-1\} \left[\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \right]} = \sqrt{\{1/n-1\} \left[\sum_{i=1}^n X_i^2 - n\bar{X}^2 \right]}$$

SIMBOLOGIA

n	Indice
\sum	Sumatoria
$i=1$	Subindice
X_i	Muestra aleatoria
\bar{X}	Media de la muestra
n	Elementos de la muestra
$\sqrt{\quad}$	Raiz cuadrada
S^2	Varianza de la muestra
S	Desviación estandar de la muestra

Lo Que Se Quería Demostrar

APENDICE IV

A continuación se presentan las estadísticas obtenidas tras aplicar los cuestionarios al personal de Copresa en Diciembre de 1992 y Febrero de 1994.

Cada estadística cuenta con 14 páginas que cubren 69 preguntas y 98 mediciones.

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1992

SECCION 1 - CARACTERISTICAS DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D.	STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%		
						OPC.1	OPC.2	OPC.3	OPC.4	OPC.5	OPC.6	OPC.7	OPC.8	OPC.9	OPC.10	OPC.11	OPC.12	OPC.13	OPC.14	OPC.15
1.	136					30	106													
SEXO						22.06	77.94													
2.	136					39	67	23	7											
EDAD						28.68	49.26	16.91	5.15											
3.	136					77	3	41	13	2										
ESTADO CIVIL						56.62	2.21	30.15	9.56	1.47										
4.	136					0	0	10	7	48	24	7	8	10	6	12	1	3	0	0
NIVEL DE ESTUDIOS						0.00	0.00	7.35	5.15	35.29	17.65	5.15	5.88	7.35	4.41	8.82	0.74	2.21	0.00	0.00
5.	136					72	36	23	5											
TURNO						52.94	26.47	16.91	3.68											
6.	136					42	53	27	13	1	0									
ANTIGÜEDAD						30.88	38.97	19.85	9.56	0.74	0.00									
7.	136					16	12	21	87											
CLASIFICACION DE PERSONAL						11.76	8.82	15.44	63.97											
8.	136					8	5	63	9	21	6	18	3	0	1	2				
AREA						5.88	3.68	46.32	6.62	15.44	4.41	13.24	2.21	0.00	0.74	1.47				

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/1%	F/2%	F/3%	F/4%	F/5%	F/6%	F/7%	F/8%	F/9%	F/10%	F/11%	F/12%	F/13%	F/14%	F/15%
OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13	OPC. 14	OPC. 15					
CAPACITACION																			
9.	136	3.15	1.00	3	11	17	58	41	9										
SUFICIENCIA DE LA CAPACTIACION					8.09	12.50	42.65	30.15	6.62										
10.	136	4.24	1.01	5	3	4	26	27	76										
OPINION SOBRE PROGRAMAS DE CALIDAD Y C.E.P.					2.21	2.94	19.12	19.85	55.88										
11.	136				99				37										
PARTICIPA EN EDUCACION ABIERTA EN LA PLANTA ?					72.79				27.21										
12.	37	4.43	0.83	5	0	0	8	5	24										
OPINION SOBRE EL PLAN DE EDUCACION ABIERTA					0.00	0.00	21.62	13.51	64.86										
13.	136				94				42										
EXCELENCIA EN MANUFACTURA CONOCE LOS CONCEPTOS ?					69.12				30.88										
14.	49				30				19										
EXCELENCIA EN ADMINISTRACION CONOCE LOS CONCEPTOS ?					61.22				38.78										
COMUNICACION INTERPERSONAL																			
15.	136	3.60	1.16	3	9	11	42	37	37										
SATISFACCION POR LA COMUNICACION CON SU JEFE					6.62	8.09	30.88	27.21	27.21										

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%			
					OPC.1	OPC.2	OPC.3	OPC.4	OPC.5	OPC.6	OPC.7	OPC.8	OPC.9	OPC.10	OPC.11	OPC.12	OPC.13	OPC.14	OPC.15	
16.	28	3.61	0.83	4	1	0	11	13	3											
SATISFACCION POR COMUNICACION CON SUBORDINADOS					3.57	0.00	39.29	46.43	10.71											
17.	136	3.54	0.98	3	4	10	56	40	26											
SATISFACCION POR LA COMUNICACION GENERAL					2.94	7.35	41.18	29.41	19.12											
MEDIOS DE COMUNICACION E INFORMACION																				
18.	136				77	52	61	15	86	18	12	25	5	42	74	8	37			
MEDIOS POR LOS QUE RECIBE INFORMACION					15.04	10.16	11.91	2.93	16.80	3.52	2.34	4.88	0.98	8.20	14.45	1.56	7.23			
19.	136				433	1338	917	1076	766	893	792	716	958	703	888	1128				
INFORMACION QUE LES INTERESARIA RECIBIR					4.08	12.61	8.64	10.14	7.22	8.42	7.47	6.75	9.03	6.63	8.37	10.63				
ENTORNO Y DESARROLLO DE LA EMPRESA																				
20.	136				18				118											
NIVEL DE COMPETENCIA DE LA EMPRESA					13.24				86.76											
21.	136	4.01	0.70	4	1	2	20	84	29											
OPINION SOBRE LA CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS					0.74	1.47	14.71	61.76	21.32											
22.	136	3.99	0.72	4	0	2	30	72	32											
OPINION SOBRE IMAGEN Y PRESTIGIO DE LA EMPRESA					0.00	1.47	22.06	52.94	23.53											

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1992

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/1% OPC. 1	F/1% OPC. 2	F/1% OPC. 3	F/1% OPC. 4	F/1% OPC. 5	F/1% OPC. 6	F/1% OPC. 7	F/1% OPC. 8	F/1% OPC. 9	F/1% OPC. 10	F/1% OPC. 11	F/1% OPC. 12	F/1% OPC. 13	F/1% OPC. 14	F/1% OPC. 15
23.	136	3.54	0.86	3	0	14	53	50	19										
OPINION SOBRE LA TECNOLOGIA DE NUESTROS PRODUCTOS					0.00	10.29	38.97	36.76	13.97										
24.	136	3.90	0.98	4	2	10	30	51	43										
EXIGENCIAS DEL MERCADO ESTAMOS PREPARADOS ?					1.47	7.35	22.06	37.50	31.62										
25.	136				47				89										
SABES EL SIGNIFICADO DEL T.I.C. ?					34.56				65.44										
26.	89	3.79	0.94	3	2	2	32	30	23										
ESTAMOS LISTOS PARA ENFRENTAR EL T.I.C. ?					2.25	2.25	35.96	33.71	25.84										
27.	136	4.22	0.70	4	0	1	18	67	50										
POSIBILIDADES DE DESARROLLO DE LA EMPRESA					0.00	0.74	13.24	49.26	36.76										
28.	136				77				59										
SABES LO QUE HACE LA EMPRESA EN ECOLOGIA ?					56.62				43.38										
DESARROLLO PERSONAL EN LA EMPRESA																			
29.	136	4.26	0.74	4	0	4	12	65	55										
SATISFACCION POR TRABAJAR EN LA EMPRESA					0.00	2.94	8.82	47.79	40.44										

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1992

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/% OPC.1	F/% OPC.2	F/% OPC.3	F/% OPC.4	F/% OPC.5	F/% OPC.6	F/% OPC.7	F/% OPC.8	F/% OPC.9	F/% OPC.10	F/% OPC.11	F/% OPC.12	F/% OPC.13	F/% OPC.14	F/% OPC.15	
30.	136	3.92	0.89	4	1	4	41	49	41											
COMO SON TUS POSIBILIDADES DE DESARROLLO?					0.74	2.94	30.15	36.03	30.15											
IDENTIFICACION DEL PERSONAL CON LA EMPRESA																				
31.	136				61				75											
CONOCES LA FILOSOFIA DE LA EMPRESA					44.85				55.15											
32.	136				73				63											
CONOCES EL CONCEPTO DE SERVICIO AL CLIENTE INTERNO?					53.68				46.32											
33.	136				80				56											
CONOCES EL CONCEPTO DE SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO?					58.82				41.18											
34.	136				35				101											
CONOCES EL REGLAMENTO INTERIOR DE TRABAJO?					25.74				74.26											
35.	136	3.59	1.22	3	14	4	44	36	38											
CONOCES LAS NORMAS, POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS?					10.29	2.94	32.35	26.47	27.94											
36.	136	2.94	1.41	3	36	7	46	23	24											
CONOCES LOS PLANES Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA?					26.47	5.15	33.82	16.91	17.65											

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13	OPC. 14
37.	136				57					79								
CONOCES EL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA ?					41.91					58.09								
38.	136				70					66								
CONOCES LA ORGANIZACION DE LA EMPRESA ?					51.47					48.53								
39.	136				15					121								
CONOCES AL GERENTE DE PLANTA ?					11.03					88.97								
40.	136				12					124								
CONOCES AL PERSONAL DE RELACIONES INDUSTRIALES ?					8.82					91.18								
41.	136	4.26	1.02	5	5	0	27	27	77									
CONOCES LAS PRESTACIONES QUE OTORGA LA EMPRESA ?					3.68	0.00	19.85	19.85	56.62									
42.	136				31					105								
CONOCES NUESTROS PRODUCTOS ? SABES COMO FUNCIONAN ?					22.79					77.21								
43.	136	4.33	0.93	5	3	0	25	29	79									
OPINION SOBRE EL PROGRAMA DE INTEGRACION FAMILIAR					2.21	0.00	18.38	21.32	58.09									
44.	136				108					28								
PARTICIPA ALGUN FAMILIAR EN ESE PROGRAMA ?					79.41					20.59								

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13	OPC. 14
45.	136				122				14									
PARTICIPAS TU EN ESE PROGRAMA ?					89.71				10.29									
46.	37				0				37									
CONSIDERAS PROVECHOSO ESE PROGRAMA ?					0.00				100.00									
<u>PARTICIPACION</u>																		
47.	136				75				61									
EXISTE UN MEDIO PARA DAR A CONOCER TUS IDEAS ?					55.15				44.85									
48.	49				6				43									
PARTICIPAS EN TU EVALUACION DE DESEMPEÑO ?					12.24				87.76									
49.	136	3.13	1.10	3	15	15	57	35	14									
TUS IDEAS SON TOMADAS EN CUENTA ?					11.03	11.03	41.91	25.74	10.29									
50.	136	3.38	1.35	4	23	6	35	40	32									
PARTICIPAS EN PLANES Y OBJETIVOS DE TU AREA ?					16.91	4.41	25.74	29.41	23.53									
51.	136	3.29	1.38	3	22	13	39	27	35									
PARTICIPAS EN TOMA DE DECISIONES DE TU AREA ?					16.18	9.56	28.68	19.85	25.74									
52.	136	3.60	1.26	5	13	10	38	33	42									
PARTICIPAS EN LAS MEJORAS DE TU AREA ?					9.56	7.35	27.94	24.26	30.88									

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D.	STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
						OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13
MOTIVACION																		
53.	136					48				88								
RECIBES RECONOCIMIENTO DE TU JEFE O DE LA EMPRESA ?						35.29				64.71								
55.	136	3.21	1.38		3	24	12	45	22	33								
SATISFACCION POR RECONOCIMIENTOS QUE TE HACEN						17.65	8.82	33.09	16.18	24.26								
57.	136	3.78	0.80		4	1	2	49	58	26								
OPINION SOBRE RELACIONES ENTRE EL PERSONAL						0.74	1.47	36.03	42.65	19.12								
58.	136	3.98	0.75		4	1	2	27	75	31								
OPINION SOBRE EL AMBIENTE DE TRABAJO						0.74	1.47	19.85	55.15	22.79								
59.	136	3.31	1.10		4	12	15	44	49	16								
OPINION SOBRE MOTIVACION PARA LOGRO DE OBJETIVOS						8.82	11.03	32.35	36.03	11.76								
SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA																		
60.	136	3.23	1.14		3	12	20	49	35	20								
OPINION SOBRE SERVICIOS SANITARIOS - MANTENIMIENTO						8.82	14.71	36.03	25.74	14.71								
60.	136	3.43	1.09		3	8	14	51	38	25								
OPINION SOBRE SERVICIOS SANITARIOS - HIGIENE						5.88	10.29	37.50	27.94	18.38								

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PRFG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/1%	F/2%	F/3%	F/4%	F/5%	F/6%	F/7%	F/8%	F/9%	F/10%	F/11%	F/12%	F/13%	F/14%	F/15%	
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13	OPC. 14	OPC. 15	
60.	136	3.50	0.99	3	6	9	54	45	22											
OPINION SOBRE SERVICIOS SANTARIOS - INSTALACIONES																				
61.	136	4.29	0.94	5	3	3	19	38	73											
OPINION SOBRE EL COMEDOR HORARIOS																				
61.	136	3.39	1.08	3	7	17	53	34	25											
OPINION SOBRE EL COMEDOR SERVICIO - ATENCION																				
61.	136	4.08	0.87	5	0	5	31	48	52											
OPINION SOBRE EL COMEDOR INSTALACIONES																				
61.	136	3.80	0.92	4	2	6	43	51	34											
OPINION SOBRE EL COMEDOR HIGIENE																				
61.	136	3.18	1.07	3	10	21	56	33	16											
OPINION SOBRE EL COMEDOR COMIDA - CALIDAD																				
61.	136	3.29	1.14	3	13	13	52	37	21											
OPINION SOBRE EL COMEDOR COMIDA - CANTIDAD																				
61.	136	3.79	1.04	3	3	9	46	34	44											
OPINION SOBRE EL COMEDOR UTILERIA																				

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC.1	OPC.2	OPC.3	OPC.4	OPC.5	OPC.6	OPC.7	OPC.8	OPC.9	OPC.10	OPC.11	OPC.12	OPC.13
62	136	3.51	1.05	3	11	7	51	36	31								
OPINION SOBRE EL SERVICIO MEDICO HORARIOS CONSULTA					8.09	5.15	37.50	26.47	22.79								
62	136	4.05	0.95	5	2	5	30	46	53								
OPINION SOBRE EL SERVICIO MEDICO SERVICIO ATENCION					1.47	3.68	22.06	33.82	38.97								
62	136	3.91	0.98	5	3	4	42	40	47								
OPINION SOBRE EL SERVICIO MEDICO INSTALACIONES					2.21	2.94	30.88	29.41	34.56								
63	136	3.93	0.93	4	3	3	37	51	42								
OPINION SOBRE VIGILANCIA EN LA EMPRESA					2.21	2.21	27.21	37.50	30.88								
64	136	3.93	0.85	4	0	4	41	51	40								
OPINION SERVICIO DE REL. IND. ATENCION OPORTUNA					0.00	2.94	30.15	37.50	29.41								
64	136	4.32	0.74	5	0	0	22	48	66								
OPINION SERVICIO DE REL. IND. TRATO AMABLE					0.00	0.00	16.18	35.29	48.53								
64	136	3.90	0.85	4	1	4	38	57	36								
OPINION SERVICIO DE REL. IND. SOLUCION A PROBLEMAS					0.74	2.94	27.94	41.91	26.47								

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D.STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13
65.	15	4.40	0.63	4	0	0	1	7	7								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO PERSONAL.					0.00	0.00	6.67	46.67	46.67								
65.	9	3.89	1.36	5	1	0	2	2	4								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO COMPENSACIONES					11.11	0.00	22.22	22.22	44.44								
65.	10	3.90	0.88	4	0	1	1	6	2								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO CAPACITACION					0.00	10.00	10.00	60.00	20.00								
65.	5	4.00	0.71	4	0	0	1	3	1								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO HIGIENE Y SEGURIDAD					0.00	0.00	20.00	60.00	20.00								
65.	5	4.20	0.45	4	0	0	0	4	1								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO ECOLOGIA					0.00	0.00	0.00	80.00	20.00								
65.	4	3.50	0.58	3	0	0	2	2	0								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO COMUNICACION					0.00	0.00	50.00	50.00	0.00								
65.	10	4.40	0.63	4	0	0	1	2	7								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO RECLUTAMIENTO Y SELECCION					0.00	0.00	10.00	20.00	70.00								
65.	9	4.44	0.73	5	0	0	1	3	5								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO SEGUROS					0.00	0.00	11.11	33.33	55.56								

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/% OPC. 1	F/% OPC. 2	F/% OPC. 3	F/% OPC. 4	F/% OPC. 5	F/% OPC. 6	F/% OPC. 7	F/% OPC. 8	F/% OPC. 9	F/% OPC. 10	F/% OPC. 11	F/% OPC. 12	F/% OPC. 13	F/% OPC. 14	F/% OPC. 15	
65.	6	4.17	0.98	5	0	0	2	1	3											
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO RELACIONES LABORALES					0.00	0.00	33.33	16.67	50.00											
65.	5	4.20	0.84	4	0	0	1	2	2											
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO EVENTOS					0.00	0.00	20.00	40.00	40.00											
65.	9	3.89	0.78	4	0	0	3	4	2											
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO CONTRATORIA					0.00	0.00	33.33	44.44	22.22											
65.	11	4.36	0.67	4	0	0	1	5	5											
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO AUDITORIA					0.00	0.00	9.09	45.45	45.45											
65.	8	3.75	1.28	4	1	0	1	4	2											
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO IMPUESTOS					12.50	0.00	12.50	50.00	25.00											
65.	9	3.89	0.60	4	0	0	2	6	1											
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO SISTEMAS					0.00	0.00	22.22	66.67	11.11											
65.	7	4.14	0.69	4	0	0	1	4	2											
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO BANCOS					0.00	0.00	14.29	57.14	28.57											
65.	5	3.80	0.45	4	0	0	1	4	0											
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO PLANEACION FINANCIERA					0.00	0.00	20.00	80.00	0.00											

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1992
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PRFG.	FREC.	MEDIA	D.STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC.1	OPC.2	OPC.3	OPC.4	OPC.5	OPC.6	OPC.7	OPC.8	OPC.9	OPC.10	OPC.11	OPC.12	OPC.13
66.	136				32				104								
PAGO DE NOMINA VIA CAJERO AUTOMATICO INTERNOS ?					23.53				76.47								
TRABAJO																	
67.	136	3.76	0.95	3	4	3	48	48	33								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - SEGURIDAD					2.94	2.21	35.29	35.29	24.26								
67.	136	3.41	1.04	3	9	8	58	40	21								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - ORDEN Y LIMPIEZA					6.62	5.88	42.65	29.41	15.44								
67.	136	3.21	1.06	3	10	18	59	32	17								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - TEMPERATURA					7.35	13.24	43.38	23.53	12.50								
67.	136	3.88	0.99	4	4	7	30	55	40								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - ILUMINACION					2.94	5.15	22.06	40.44	29.41								
67.	136	3.37	0.96	3	6	12	61	40	17								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - MOBILIARIO					4.41	8.82	44.85	29.41	12.50								
67.	136	3.49	1.03	3	6	14	47	46	23								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - EQUIPO					4.41	10.29	34.56	33.82	16.91								

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1992

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC.1	OPC.2	OPC.3	OPC.4	OPC.5	OPC.6	OPC.7	OPC.8	OPC.9	OPC.10	OPC.11	OPC.12	OPC.13	OPC.14
68.	136				2				134									
TE GUSTA TU TRABAJO ?					1.47				98.53									
69.	136				311	522	229	297										
RAZONES POR LAS QUE TRABAJAS					22.88	38.41	16.85	21.85										

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1994
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D.	STD.	MODA	F/% OPC.1	F/% OPC.2	F/% OPC.3	F/% OPC.4	F/% OPC.5	F/% OPC.6	F/% OPC.7	F/% OPC.8	F/% OPC.9	F/% OPC.10	F/% OPC.11	F/% OPC.12	F/% OPC.13	F/% OPC.14	F/% OPC.15	
CAPACITACION																					
9.	101	3.15	1.06		3	10	8	52	19	12											
SUFICIENCIA DE LA CAPACITACION						9.90	7.92	51.49	18.81	11.88											
10.	101	4.12	0.96		5	2	2	23	29	45											
OPINION SOBRE PROGRAMAS DE CALIDAD Y C.E.P.						1.98	1.98	22.77	28.71	44.55											
11.	101					74				27											
PARTICIPA EN EDUCACION ABIERTA EN LA PLANTA ?						73.27				26.73											
12.	27	4.56	0.70		5	0	0	3	6	18											
OPINION SOBRE EL PLAN DE EDUCACION ABIERTA						0.00	0.00	11.11	22.22	66.67											
13.	101					55				46											
EXCELENCIA EN MANUFACTURA CONOCE LOS CONCEPTOS ?						54.46				45.54											
14.	34					21				13											
EXCELENCIA EN ADMINISTRACION CONOCE LOS CONCEPTOS ?						61.76				38.24											
COMUNICACION INTERPERSONAL																					
15.	101	3.60	0.95		3	3	4	43	31	20											
SATISFACCION POR LA COMUNICACION CON SU JEFE						2.97	3.96	42.57	30.69	19.80											

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1994
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D	STD.	MODA	F/% OPC.1	F/% OPC.2	F/% OPC.3	F/% OPC.4	F/% OPC.5	F/% OPC.6	F/% OPC.7	F/% OPC.8	F/% OPC.9	F/% OPC.10	F/% OPC.11	F/% OPC.12	F/% OPC.13	F/% OPC.14	F/% OPC.15
16.	17	3.76	0.90	3		0	1	6	6	4										
SATISFACCION POR COMUNICACION CON SUBORDINADOS						0.00	5.88	35.29	35.29	23.53										
17.	101	3.56	0.89	4		2	7	38	40	14										
SATISFACCION POR LA COMUNICACION GENERAL.						1.98	6.93	37.62	39.60	13.86										
MEDIOS DE COMUNICACION E INFORMACION																				
18.	101					53	44	49	8	67	21	6	22	3	24	60	5	51		
MEDIOS POR LOS QUE RECIBE INFORMACION						12.83	10.65	11.86	1.94	16.22	5.08	1.45	5.33	0.73	5.81	14.53	1.21	12.35		
19.	101					351	965	722	803	594	721	618	453	761	554	637	699			
INFORMACION QUE LES INTERESARIA RECIBIR						4.46	12.25	9.16	10.19	7.54	9.15	7.84	5.75	9.66	7.03	8.09	8.87			
ENTORNO Y DESARROLLO DE LA EMPRESA																				
20.	101					9				92										
NIVEL DE COMPETENCIA DE LA EMPRESA						8.91				91.09										
21.	101	4.01	0.69	4		0	0	23	54	24										
OPINION SOBRE LA CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS						0.00	0.00	22.77	53.47	23.76										
22.	101	3.98	0.62	4		0	0	20	63	18										
OPINION SOBRE IMAGEN Y PRESTIGIO DE LA EMPRESA						0.00	0.00	19.80	62.38	17.82										

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1994

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13	OPC. 14
23.	101	3.50	0.83	3	2	3	52	31	13									
OPINION SOBRE LA TECNOLOGIA DE NUESTROS PRODUCTOS					1.98	2.97	51.49	30.69	12.87									
24.	101	3.88	0.91	4	2	4	24	45	26									
EXIGENCIAS DEL MERCADO ESTAMOS PREPARADOS ?					1.98	3.96	23.76	44.55	25.74									
25.	101				16				85									
SABES EL SIGNIFICADO DEL TLC ?					15.84				84.16									
26.	85	3.96	1.05	5	3	2	24	22	34									
ESTAMOS LISTOS PARA ENFRENTAR EL TLC ?					3.53	2.35	28.24	25.88	40.00									
27.	101	4.16	0.86	4	2	2	12	47	38									
POSIBILIDADES DE DESARROLLO DE LA EMPRESA					1.98	1.98	11.88	46.53	37.62									
28.	101				24				77									
SABES LO QUE HACE LA EMPRESA EN ECOLOGIA ?					23.76				76.24									
DESARROLLO PERSONAL EN LA EMPRESA																		
29.	101	4.19	0.86	4	2	1	14	43	41									
SATISFACCION POR TRABAJAR EN LA EMPRESA					1.98	0.99	13.86	42.57	40.59									

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1994

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/% OPC. 1	F/% OPC. 2	F/% OPC. 3	F/% OPC. 4	F/% OPC. 5	F/% OPC. 6	F/% OPC. 7	F/% OPC. 8	F/% OPC. 9	F/% OPC. 10	F/% OPC. 11	F/% OPC. 12	F/% OPC. 13	F/% OPC. 14	F/% OPC. 15	
30.	101	3.95	0.88	4	1	2	29	38	31											
COMO SON TUS POSIBILIDADES DE DESARROLLO ?					0.99	1.98	28.71	37.62	30.69											
IDENTIFICACION DEL PERSONAL CON LA EMPRESA																				
31.	101				23				78											
CONOCES LA FILOSOFIA DE LA EMPRESA					22.77				77.23											
32.	101				19				82											
CONOCES EL CONCEPTO DE SERVICIO AL CLIENTE INTERNO ?					18.81				81.19											
33.	101				23				78											
CONOCES EL CONCEPTO DE SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO ?					22.77				77.23											
34.	101				22				79											
CONOCES EL REGLAMENTO INTERIOR DE TRABAJO ?					21.78				78.22											
35.	101	3.87	1.17	5	7	1	31	21	41											
CONOCES LAS NORMAS, POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS ?					6.93	0.99	30.69	20.79	40.59											
36.	101	3.66	1.41	5	15	3	23	20	40											
CONOCES LOS PLANES Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA ?					14.85	2.97	22.77	19.80	39.60											

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1994
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F / %																
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13	OPC. 14	OPC. 15		
37.	101				19				82												
CONOCES EL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA ?					18.81				81.19												
38.	101				33				68												
CONOCES LA ORGANIZACION DE LA EMPRESA ?					32.67				67.33												
39.	101				3				98												
CONOCES AL GERENTE DE PLANTA ?					2.97				97.03												
40.	101				3				98												
CONOCES AL PERSONAL DE RELACIONES INDUSTRIALES ?					2.97				97.03												
41.	101	4.41	0.90	5	2	0	16	20	63												
CONOCES LAS PRESTACIONES QUE OTORGA LA EMPRESA ?					1.98	0.00	15.84	19.80	62.38												
42.	101				15				86												
CONOCES NUESTROS PRODUCTOS ? SABES COMO FUNCIONAN ?					14.85				85.15												
43.	101	4.49	0.92	5	3	1	9	19	69												
OPINION SOBRE EL PROGRAMA DE INTEGRACION FAMILIAR					2.97	0.99	8.91	18.81	68.32												
44.	101				71				30												
PARTICIPA ALGUN FAMILIAR EN ESE PROGRAMA ?					70.30				29.70												

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1994
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/% OPC. 1	F/% OPC. 2	F/% OPC. 3	F/% OPC. 4	F/% OPC. 5	F/% OPC. 6	F/% OPC. 7	F/% OPC. 8	F/% OPC. 9	F/% OPC. 10	F/% OPC. 11	F/% OPC. 12	F/% OPC. 13	F/% OPC. 14	F/% OPC. 15	
45.	101				73				28											
PARTICIPAS TU EN ESE PROGRAMA ?					72.28				27.72											
45.	45				0				45											
CONSIDERAS PROVECHOSO ESE PROGRAMA ?					0.00				100.00											
<u>PARTICIPACION</u>																				
47.	101				7				94											
EXISTE UN MEDIO PARA DAR A CONOCER TUS IDEAS ?					6.93				93.07											
48.	34				4				30											
PARTICIPAS EN TU EVALUACION DE TUESEMPEÑO ?					11.76				88.24											
49.	101	3.30	0.96	3	4	11	50	23	13											
TUS IDEAS SON TOMADAS EN CUENTA ?					3.96	10.89	49.50	22.77	12.87											
50.	101	3.58	1.18	3	7	9	30	28	27											
PARTICIPAS EN PLANES Y OBJETIVOS DE TU AREA ?					6.93	8.91	29.70	27.72	26.73											
51.	101	3.73	1.02	3	2	7	36	27	29											
PARTICIPAS EN TOMA DE DECISIONES DE TU AREA ?					1.98	6.93	35.64	26.73	28.71											
52.	101	3.92	0.92	5	1	3	32	32	33											
PARTICIPAS EN LAS MEJORAS DE TU AREA ?					0.99	2.97	31.68	31.68	32.67											

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1994

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%			
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13	OPC. 14	OPC. 15	
MOTIVACION																				
53.	101				62				39											
RECIBES RECONOCIMIENTO DE TU JEFE O DE LA EMPRESA ?					61.39				38.61											
55.	101	2.42	1.50	1	43	18	7	21	12											
SATISFACCION POR RECONOCIMIENTOS QUE TE HACEN					42.57	17.82	6.93	20.79	11.88											
57.	101	3.61	0.86	3	2	4	-40	40	15											
OPINION SOBRE RELACIONES ENTRE EL PERSONAL.					1.98	3.96	39.60	39.60	14.85											
58.	101	3.95	0.73	4	1	1	20	59	20											
OPINION SOBRE EL AMBIENTE DE TRABAJO					0.99	0.99	19.80	58.42	19.80											
59.	101	3.14	1.15	3	9	19	36	23	14											
OPINION SOBRE MOTIVACION PARA LOGRO DE OBJETIVOS					8.91	18.81	35.64	22.77	13.86											
SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA																				
60.	101	3.38	0.90	3	4	7	47	33	10											
OPINION SOBRE SERVICIOS SANITARIOS - MANTENIMIENTO					3.96	6.93	46.53	32.67	9.90											
60.	101	3.63	0.87	4	2	4	39	40	16											
OPINION SOBRE SERVICIOS SANITARIOS - HIGIENE					1.98	3.96	38.61	39.60	15.84											

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1994
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13
60.	101	3.78	0.96	3	3	2	35	35	26								
OPINION SOBRE SERVICIOS SANTARIOS - INSTALACIONES					2.97	1.98	34.65	34.65	25.74								
61.	101	4.18	0.93	5	2	1	21	30	47								
OPINION SOBRE EL COMEDOR HORARIOS					1.98	0.99	20.79	29.70	46.53								
61.	101	3.26	1.04	3	8	5	56	17	15								
OPINION SOBRE EL COMEDOR SERVICIO - ATENCION					7.92	4.95	55.45	16.83	14.85								
61.	101	4.05	0.92	5	1	3	25	33	39								
OPINION SOBRE EL COMEDOR INSTALACIONES					0.99	2.97	24.75	32.67	38.61								
61.	101	3.72	0.95	4	2	6	33	37	23								
OPINION SOBRE EL COMEDOR HIGIENE					1.98	5.94	32.67	36.63	22.77								
61.	101	3.23	1.00	3	8	8	47	29	9								
OPINION SOBRE EL COMEDOR COMIDA - CALIDAD					7.92	7.92	46.53	28.71	8.91								
61.	101	3.75	1.05	3	3	6	35	26	31								
OPINION SOBRE EL COMEDOR COMIDA - CANTIDAD					2.97	5.94	34.65	25.74	30.69								
61.	101	3.81	0.97	3	3	2	34	34	28								
OPINION SOBRE EL COMEDOR UTILERIA					2.97	1.98	33.66	33.66	27.72								

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1994

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13	OPC. 14	OPC. 15
62.	101	3.44	1.05	3	10	10	36	16	29										
OPINION SOBRE EL SERVICIO MEDICO					9.90	9.90	35.64	15.84	28.71										
HORARIOS CONSULTA																			
62	101	3.97	0.94	5	1	4	28	32	36										
OPINION SOBRE EL SERVICIO MEDICO					0.99	3.96	27.72	31.68	35.64										
SERVICIO ATENCION																			
62	101	3.90	1.01	5	3	3	30	30	35										
OPINION SOBRE EL SERVICIO MEDICO					2.97	2.97	29.70	29.70	34.65										
INSTALACIONES																			
63.	101	3.57	1.05	3	6	5	35	35	20										
OPINION SOBRE VIRILANCIA					5.94	4.95	34.65	34.65	19.80										
EN LA EMPRESA																			
64.	101	3.86	0.99	4	4	2	27	39	29										
OPINION SERVICIO DE REL. IND.					3.96	1.98	26.73	38.61	28.71										
ATENCIÓN OPORTUNA																			
64.	101	4.30	0.92	5	2	2	14	29	54										
OPINION SERVICIO DE REL. IND.					1.98	1.98	13.86	28.71	53.47										
TRATO AMABLE																			
64	101	3.77	1.06	3	4	3	37	25	32										
OPINION SERVICIO DE REL. IND.					3.96	2.97	36.63	24.75	31.68										
SOLUCION A PROBLEMAS																			

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1994

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC.1	OPC.2	OPC.3	OPC.4	OPC.5	OPC.6	OPC.7	OPC.8	OPC.9	OPC.10	OPC.11	OPC.12	OPC.13
65.	7	4.43	0.53	4	0	0	0	4	3								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO PERSONAL					0.00	0.00	0.00	57.14	42.86								
65.	3	3.67	0.58	4	0	0	1	2	0								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO COMPENSACIONES					0.00	0.00	33.33	66.67	0.00								
65.	3	4.00	0.00	4	0	0	0	3	0								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO CAPACITACION					0.00	0.00	0.00	100.00	0.00								
65.	5	3.60	1.52	4	1	0	0	3	1								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO HIGIENE Y SEGURIDAD					20.00	0.00	0.00	60.00	20.00								
65.	4	4.25	0.50	4	0	0	0	3	1								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO ECOLOGIA					0.00	0.00	0.00	75.00	25.00								
65.	5	3.80	1.64	4	1	0	0	2	2								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO COMUNICACION					20.00	0.00	0.00	40.00	40.00								
65.	6	4.43	0.53	4	1	0	1	1	3								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO RECLUTAMIENTO Y SELECCION					16.67	0.00	16.67	16.67	50.00								
65.	7	4.57	0.53	5	0	0	0	3	4								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO SEGUROS					0.00	0.00	0.00	42.86	57.14								

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA
ESTUDIO DE OPINION 1994
SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC.1	OPC.2	OPC.3	OPC.4	OPC.5	OPC.6	OPC.7	OPC.8	OPC.9	OPC.10	OPC.11	OPC.12	OPC.13
65.	5	3.60	1.52	4	1	0	0	3	1								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO					20.00	0.00	0.00	60.00	20.00								
RELACIONES LABORALES																	
65.	3	4.00	0.00	4	0	0	0	3	0								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO					0.00	0.00	0.00	100.00	0.00								
EVENTOS																	
65.	5	3.80	1.79	5	1	0	1	0	3								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO					20.00	0.00	20.00	0.00	60.00								
CONTRALORIA																	
65.	0	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO					0.00	0.00	0.00	0.00	0.00								
AUDITORIA																	
65.	3	3.67	2.31	5	1	0	0	0	2								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO					33.33	0.00	0.00	0.00	66.67								
IMPUESTOS																	
65.	6	4.33	0.82	5	0	0	1	2	3								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO					0.00	0.00	16.67	33.33	50.00								
SISTEMAS																	
65.	4	4.00	2.00	5	1	0	0	0	3								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO					25.00	0.00	0.00	0.00	75.00								
BANCOS																	
65.	4	4.00	2.00	5	1	0	0	0	3								
OPINION SERVICIO DE CORPORATIVO					25.00	0.00	0.00	0.00	75.00								
PLANEACION FINANCIERA																	

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1994

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D.STD.	MODA	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%	F1%
					OPC.1	OPC.2	OPC.3	OPC.4	OPC.5	OPC.6	OPC.7	OPC.8	OPC.9	OPC.10	OPC.11	OPC.12	OPC.13
66.	101				41				60								
PAGO DE NOMINA VIA CAJERO AUTOMATICO INTERNOS ?					40.59				59.41								
TRABAJO																	
67.	101	3.80	0.95	3	3	0	39	31	28								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - SEGURIDAD					2.97	0.00	38.61	30.69	27.72								
67.	101	3.68	0.81	3	1	1	45	36	18								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - ORDEN Y LIMPIEZA					0.99	0.99	44.55	35.64	17.82								
67.	101	3.27	1.10	3	8	10	47	19	17								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - TEMPERATURA					7.92	9.90	46.53	18.81	16.83								
67.	101	3.90	0.94	4	2	4	26	39	30								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - ILUMINACION					1.98	3.96	25.74	38.61	29.70								
67.	101	3.45	0.91	3	2	10	43	33	13								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - MOBILIARIO					1.98	9.90	42.57	32.67	12.87								
67.	101	3.64	0.95	3	2	6	40	31	22								
OPINION CONDICIONES AREA DE TRABAJO - EQUIPO					1.98	5.94	39.60	30.69	21.78								

REPORTE ESTADISTICO DE COPRESA

ESTUDIO DE OPINION 1994

SECCION II - OPINION DEL PERSONAL ENCUESTADO

PREG.	FREC.	MEDIA	D. STD.	MODA	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%	F/%
					OPC. 1	OPC. 2	OPC. 3	OPC. 4	OPC. 5	OPC. 6	OPC. 7	OPC. 8	OPC. 9	OPC. 10	OPC. 11	OPC. 12	OPC. 13
68	101				3				98								
TE GUSTA TU TRABAJO?					2.97				97.03								
69.	101				220	397	208	179									
RAZONES POR LAS QUE TRABAJAS					21.91	39.54	20.72	17.83									

BIBLIOGRAFIA

- 1.- **El Clima de Trabajo en las Organizaciones**
Definición, diagnóstico y consecuencias
LeBrunet
Ed. Trillas
- 2.- **Comunicación Organizacional Práctica**
Manual Gerencial
Alberto Martínez de Velasco
Abraham Nosnik
Ed. Trillas
- 3.- **Módulo de Comunicación Organizacional**
Diplomado en Relaciones Industriales
Carolina Echeverría
Salvador Sanchez
Asociación Metropolitana de Ejecutivos en Relaciones Industriales AC
- 4.- **Aplique el Dbase III Plus**
Edward Jones
Ed. McGraw Hill
- 5.- **Dbase III Plus Nivel Básico**
Guillermo Tello Real
Centro Educativo de Grupo Tea - Manual para el Curso
- 6.- **Dbase III Plus Nivel Avanzado**
Guillermo Tello Real
Centro Educativo de Grupo Tea - Manual para el Curso
- 7.- **Clipper 5.0 Actualización Dbase III Plus**
Mario Carrocera Menendez
Centro Educativo de Grupo Tea - Manual para el Curso
- 8.- **SQL y el Diseño de Bases Relacionales**
Cristobal Juarez C.
Fundación Arturo Rosenblueth
- 9.- **La Estructura de las Encuestas por Muestreo**
Des Raj
Fondo de Cultura Económica
- 10.- **Muestreo de Encuestas**
Leslie Kish
Trillas

- 11.- **La Encuesta por Muestreo Teoría y Práctica**
Charles A. Lininger
Donald P. Warwick
C.E.C.S.A.
- 12.- **Introducción al Muestreo**
Adela Abad
Luis Servin
Ed. Limusa
- 13.- **Probabilidad y Aplicaciones Estadísticas**
Paul Meyer
Addison Wesley Iberoamericana
Ed. SITESA
- 14.- **Introducción a la Teoría de Probabilidades e inferencia Estadística**
Harold Larson
Ed. Limusa
- 15.- **Técnicas de Muestreo**
William Cochran
Ed. CECSA