



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORAS EN LOS PROCESOS DE
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

Autora:

Tatiana Jazmín Peña Tabares

Tutor:

Ph. D. Ángel Gilberto Orellana Carrasco

Guayaquil, Ecuador

2017

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento y haberme dado fuerzas y salud para lograr mis objetivos. A mi esposo, a mi hija y a mi madre que fueron mi inspiración y siempre me brindaron su apoyo incondicional.

A mis profesores que no desistieron en su ayuda y enseñanza conmigo y me guiaron por el camino correcto para alcanzar mí meta.

Peña Tabares Tatiana Jazmín

AGRADECIMIENTO

Este trabajo lo dedico a mi hija que ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y lograr mi meta, a mi esposo por su apoyo incondicional durante todo este tiempo, por sus consejos y su ayuda como esposo y compañero de carrera.

A mi madre por haberme dado la educación básica para iniciar con mi carrera y apoyarme siempre en cada momento de mi vida y aunque ya no este conmigo sé que estaría feliz de verme lograr mi sueño.

Peña Tabares Tatiana Jazmín



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Boliviano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de un plan de mejoras en los procesos de comunicación Institucional”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide la comunicación departamental en el desarrollo organizacional de la Escuela de Negocios Humane de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2017?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: **Tatiana Jazmín Peña Tabares**

Tutor: **Ph. D. Ángel Gilberto Orellana Carrasco**

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente proyecto de investigación con el tema: Propuesta de mejoras a los procesos de comunicación, de la carrera Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad de la autora y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

Tatiana Jazmín Peña Tabares

C.C. 0919558148



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS.

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Tema

Propuesta de mejoras a los procesos de comunicación

Autora: Tatiana Jazmín Peña Tabares

Tutor: Ph. D. Ángel Gilberto Orellana Carrasco

RESUMEN

La escuela de negocios humane es una institución educativa de nivel superior, ubicada en la ciudad de Guayaquil domiciliada en Urdesa central. Esta institución forma profesionales de nivel tecnológico. La presente investigación se enfocó en las falencias de los procesos de comunicación organizacional interna, específicamente en la falta de comunicación departamental. El objetivo de este trabajo fue diseñar un plan de mejoras para el proceso de comunicación a nivel departamental y que este sirva como guía para que se tomen las medidas pertinentes, así como también identificar de forma técnica el problema recóndito, cuáles fueron las causas y los efectos. Como una conclusión de mayor relevancia podemos mencionar que las falencias en los procesos de comunicación interna afectan directamente a la coordinación de las actividades; es decir no se está

cumpliendo con los plazos establecidos ni con los resultados esperado y como una recomendación relevante se sugiere realizar acercamientos continuos entre todo el personal que labora en la institución para que se socialicen los objetivos institucionales, las metas y los logros obtenidos, también se debe tomar en cuenta el aporte de cada empleado con respecto a los cambios positivos dentro de la institución. Como resultado de la implementación del plan de mejoras tenemos la utilización de técnicas que permitirán el trabajo en equipo, oportunidades de capacitación, establecer reuniones de ritmo entre otras que ayudaran al empleado a tener una relación de confianza para seguir con su trabajo, ser más activo y productivo al momento de aportar con el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Ante todo lo expuesto se ha planteado la propuesta titulada "propuesta de un plan de mejoras en los procesos de comunicación institucional dentro de la Escuela de Negocios Humane de la ciudad de Guayaquil.





INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS.

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Tema

Propuesta de mejoras a los procesos de comunicación

Autora: Tatiana Jazmín Peña Tabares

Tutor: Ph. D. Ángel Gilberto Orellana Carrasco

ABSTRACT

Humane business school is an educational institution of higher level, located in the city of Guayaquil, domiciled in Urdesa central. This institution forms technology professionals. This research focused on the shortcomings of internal organizational communication, specifically lack of departmental communication processes. The objective of this work was to design an improvement plan for the process of communication at the departmental level, and that this serves as guide to take relevant measures, as well as also technique identify the hidden problem, what were the causes and effects. As a most relevant conclusion we can mention that the shortfall in internal communication processes directly affect the coordination of activities; i.e. it is not complying with the deadlines or with expected results and as a relevant recommendation is suggested to perform continuous approaches among all staff working in the institution so that the objectives are socialized institutional

goals and achievements, should also be taken into account the contribution of each employee with respect to the positive changes within the institution. As a result of the implementation of the plan we have techniques that will allow the team work, training opportunities, establish meetings of pace among others that would help the employee to have a relationship of trust to continue with your work, be more active and productive when contributing with the institutional objectives.

First of all the above has been raised the proposal entitled " proposal for a plan of improvements in processes of institutional communication within the business school Humane from the city of Guayaquil.



ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
TEMA:	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN	IV
AUTORIA	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
ÍNDICE	VIII
ÍNDICE DE GRAFICOS	IX
ÍNDICE DE TABLAS	X
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Ubicación del problema en contexto	1
1.2 Situación del conflicto.....	2
1.3 Delimitación del problema	3
1.4 Formulación del problema	3
1.5 Variables de la investigación	3
1.5.1 Variable Independiente	4

1.5.2	Variable Dependiente	4
1.6	Evaluación del problema	4
1.7	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.7.1	Objetivo general	4
1.7.2	Objetivos Específicos	4
1.8	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
CAPITULO II.....		8
MARCO TEÓRICO		8
2.1	Antecedentes históricos	8
2.2	Antecedentes Referenciales.....	10
2.3	Tendencia de la comunicación en la organización	13
2.4	La relación de la comunicación y el funcionamiento de los departamentos.....	14
2.5	La importancia de la comunicación en el comportamiento organizacional.....	16
2.5.1	Comunicación organizacional Interna	18
2.5.2	La Comunicación en las organizaciones	18
2.5.3	Flujo de la comunicación en la organización	21
2.5.4	Comunicación Descendente.....	21
2.5.5	Comunicación Ascendente.....	22
2.5.6	Comportamiento organizacional.....	23
2.5.7	Objetivos del comportamiento organizacional	24
2.5.8	Factores importantes del Comportamiento Organizacional.....	25
2.6	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	26

2.7	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	28
2.7.1	Variable Independiente:.....	28
2.7.2	Variable Dependiente:.....	29
2.8	DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	29
CAPÍTULO III.....		31
METODOLOGÍA.....		31
3.1	PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	31
3.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.3	Enfoque.....	39
3.4	Modalidad.....	40
3.5	Tipo de investigación.....	40
3.6	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	42
3.7	PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
3.8	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
CAPITULO IV		49
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS		49
4.1	Análisis e Interpretación de resultado de datos.....	49
4.2	Análisis de resultados de las encuestas.....	50
4.3	Determinación de la novedad de mayor incidencia mediante la encuesta realizada.....	59
4.4	Análisis de las causas que provocan las mayores novedades en la falta de comunicación en la institución.....	59

4.5	Análisis de las causas que provocan las mayores insatisfacciones por la falta de comunicación institucional.....	60
4.6	Plan de Mejoras	61
4.7	Logros para el plan de mejora.....	63
	CONCLUSIONES	64
	RECOMENDACIONES.....	66
	BIBLIOGRAFÍA	68
	ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Páginas:
Ilustración 1: Procesos de la Comunicación y sus componentes.....	19
Ilustración 2: Flujo de la Comunicación.....	21
Ilustración 3: Campus Académico de la Escuela de Negocios Humane	31
Ilustración 4: Organigrama de la Institución	35
Ilustración 5: Población y Muestra	42
Ilustración 6: Porcentaje del nivel de comprensión en los canales de comunicación interna	50
Ilustración 7: Porcentaje de la apropiada comunicación organizacional	51
Ilustración 8: Porcentaje de apreciación sobre la coordinación departamental	52
Ilustración 9: Porcentaje de Distribución de funciones.....	53
Ilustración 10: Porcentaje de conocimiento de tipos de comunicación	54
Ilustración 11: Porcentaje de eficiencia en los medios de comunicación	55
Ilustración 12: Porcentaje de barreras en la comunicación organizacional.	56
Ilustración 13: Porcentaje de apreciación en el clima laboral	57
Ilustración 14: Porcentaje de influencia de agentes de cambio en la Escuela de Negocios Humane	58

ÍNDICE DE TABLAS

Contenidos:	Páginas:
Tabla 1- Plantilla de Trabajadores de la Escuela de Negocios Humane	36
Tabla 2- Categoría Ocupacional de Trabajadores	37
Tabla 3- Métodos de Investigación	39
Tabla 4- Población a Encuestar	43
Tabla 5: Nivel de comprensión en los canales de comunicación interna	50
Tabla 6: <i>Nivel de la apropiada comunicación organizacional</i>	51
Tabla 7: Nivel de apreciación sobre la coordinación departamental	52
Tabla 8: Nivel de apreciación sobre distribución de funciones	53
Tabla 9: Nivel de conocimiento sobre los tipos de comunicación	54
Tabla 10: Nivel de eficiencia en los medios de comunicación	55
Tabla 11: Nivel de barreras en la comunicación organizacional	56
Tabla 12: Nivel apreciación del clima laboral	57
Tabla 13: Nivel de influencia de agentes de cambio	58
Tabla 14: Propuesta de Plan de Mejora	62
Tabla 15: Logros para el Plan de mejora	63

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Ubicación del problema en contexto

Según (Pedrotti, 2011) la comunicación es el eje de nuestras vidas ya que está presente en las relaciones humanas y laborales de cada persona en el día a día. Por tal razón en una organización deben existir políticas y reglamentos que generen vínculos de comunicación a nivel departamental, mejorando así la vida corporativa de la institución y potenciando las relaciones entre colaboradores con el fin de cumplir con los objetivos propuestos.

Contreras 2012 citado por (Balarezo, 2014), establece que la comunicación a nivel mundial es la primera herramienta que se utiliza para relacionarse con todo el entorno laboral y es uno de los principales ejes utilizados para enfrentar los retos concernientes a la expansión en los mercados. La comunicación a nivel organizacional cumple un papel importante para el fortalecimiento y desarrollo de la institución haciendo énfasis en los vínculos internos que se proyectan; potenciando la visibilidad de la institución.[...].

Según (Capriotti, 2009) la comunicación en el ámbito corporativo es una disciplina en proceso de gestación, es decir que todas las acciones y comportamientos de una organización tienen una dimensión comunicativa, es decir, hablan de la entidad.

La buena comunicación en una organización genera conductas positivas diciendo cosas sobre la entidad, y comunicando los valores y principios con los que se identifica. La forma de comunicación manifiesta por medio de las evidencias el desempeño de la organización en el día a día, en sus diferentes niveles de actuación, en relación con otras organizaciones.

La comunicación en una institución es aquella que ayuda a definir sus objetivos y expone algunos argumentos sobre su función para lograr la aceptación de la organización a nivel social y de forma consciente y voluntaria, con el fin de dar a conocer a sus clientes sus características, productos, servicios y actividades.

(Carrasco, 2014) Afirma que la integración de la comunicación organizacional en las empresas hoy día demanda necesariamente procesos de innovación y efectividad que estén alineados a los cambios de una sociedad y sus públicos. La identificación de claros objetivos, el diagnóstico preciso, la implementación y una medición nos proporcionarán los datos correctos para avanzar en la pertinencia de esta área de estudio en las empresas.

1.2 Situación del conflicto

La Escuela de Negocios Humane es una unidad académica del Instituto Superior Tecnológico de Desarrollo Integral de la Persona creado el 14 de diciembre del 2006 y enfocado en la visión humana, organizacional y social de sus estudiantes.

Actualmente la institución presenta problemas en los procesos de comunicación entre los distintos departamentos, lo cual ésta generando retraso en la ejecución de las tareas o funciones que se deben realizar en los distintos departamentos en el tiempo correcto, así como también causa problemas de desinformación hacia la comunidad estudiantil.

Debido a estas falencias en los procesos de comunicación se evidencian problemas tales como:

- Confusión por parte de los trabajadores en las responsabilidades que le corresponden.
- Conflictos entre el personal al momento de querer generar un mensaje o una idea.
- Incapacidad para comunicarse lo que conlleva a un desarrollo organizacional pobre.

- Inadecuado uso de los canales de comunicación, lo que contrarresta la difusión de la información de una manera adecuada.
- Malas relaciones humanas entre los colaboradores que no permiten que se desarrolle un buen trabajo en equipo y que terminan con problemas fuera de institución.
- Poco interés en las obligaciones laborales que conllevan a la ineficiencia y al déficit de la productividad en las tareas encomendadas.
- Poca interacción departamental e interdepartamental con mala utilización de los recursos que posee la institución.
- se evidencia poca y mala coordinación de las actividades operativas y administrativas dando como resultado un rendimiento bajo en el desempeño de las actividades.

1.3 Delimitación del problema

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Campo: Administrativo

Área: Comportamiento organizacional

Aspecto: Comunicación interna

Tema: Propuesta de un Plan de mejoras en los procesos de comunicación Institucional.

País: Ecuador

1.4 Formulación del problema

¿Cómo incide la comunicación departamental en el desarrollo organizacional de la Escuela de Negocios Humane de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2017?

1.5 Variables de la investigación

1.5.1 Variable Independiente

Falencias del proceso de comunicación.

1.5.2 Variable Dependiente

Mejorar el funcionamiento de los departamentos

1.6 Evaluación del problema

Delimitado. - La población está conformada por el personal de la Escuela de Negocios Humane.

Evidente. - En la problematización se identifica la falta de comunicación entre los departamentos de la empresa.

Claro. - El problema a realizar es fácil de comprender y se pueden identificar las necesidades existentes.

Relevante. - Es importante realizar un análisis sobre las falencias de comunicación para poder tomar decisiones que contribuyan a la solución de la problemática.

Coherente. - Busca proporcionar ideas para mejorar la comunicación interna y ayudar a la empresa a cumplir sus objetivos.

Concreto. - Planteamiento de una alternativa para dar solución a esta problemática.

1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Objetivo general

- Diseñar un Plan de mejoras para el proceso de comunicación a nivel departamental en la Escuela de Negocios Humane.

1.7.2 Objetivos Específicos

1. Fundamentar teóricamente aspectos de comunicación con énfasis a la comunicación departamental.
2. Diagnosticar la situación actual del proceso de comunicación en los departamentos de la Escuela de Negocios Humane.
3. Elaborar un plan de mejoras a los procesos de comunicación.

1.8 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El interés de la presente investigación ésta fundamentada en poder dar una solución a la problemática actual. Para que dicha investigación obtenga resultados satisfactorios hay que concientizar a los colaboradores de la organización con respecto a la importancia de la misma y así obtener los resultados esperados en bien de toda la organización.

La comunicación en una organización es importancia, ya que gracias a esta se pueden realizar trabajos en equipo con mayor eficiencia y con un aspecto integral en donde sus efectos puedan verse reflejados en un buen clima laboral sin malos entendidos y logrando mejores resultados dentro de los diferentes departamentos, con una alta productividad en una organización fuerte, sólida y en crecimiento.

La finalidad de esta investigación es **contribuir** para que la comunicación entre los departamentos de la institución fluya y no solamente se trate de emitir o impartir mensajes a través de cualquier medio, sino que estos deben producir los resultados esperados por la institución y que esto sirva como mecanismo para el fortalecimiento de las relaciones a nivel interno y externo.

Actualmente se ha notado la apertura de grandes cantidades de instituciones educativas a nivel privado las cuales han surgido debido a la demanda de la sociedad que nos rodea y que buscan una enseñanza de calidad y un ambiente confortable, pero así mismo buscan una institución de educación que refleje

sus valores, principios y sobre todo que garanticen una buena organización en donde se note la calidad de enseñanza para formar parte de ella.

La comunicación organizativa entre los diferentes departamentos y órganos; de un centro educativo son los que facilitan el crecimiento de la institución ya que aportan a constituir mejoras en la comunicación didáctica; y; de la misma manera contribuyen a que se cumplen las exigencias sociales que hoy en día existen para las instituciones educativas en donde deben cumplir con sus procesos de desarrollo y mejora organizativa desde su interior partiendo del dialogo por parte de sus miembros. Lo que hace que la comunicación sea un elemento de correcto funcionamiento organizativo con exigencias de un conjunto de estructuras y procesos que faciliten la transmisión ágil y dinámica de la información departamental.

Para que la información departamental en una institución fluya, los flujos de comunicación se deben planificar y determinar anticipadamente; es decir que se debe delimitar cual será el camino que debe seguir la información, quien será el responsable de transmitirla y en qué escenario institucional se llevara a cabo para que así todos los involucrados participen de la información compartida. De esta manera se garantiza la fluidez en la circulación de la información, evitando posibles sobrecargas o insuficiencias que ocasionen problemas departamentales.

Con este trabajo se quiere demostrar el **aporte social** que genera tener una buena comunicación dentro de la comunidad laboral no solo en cuanto a

cultura; sino también en que esta permitirá que el trabajador sea más productivo, genere nuevas estructuras y relaciones sociales con una comunicación abierta, receptiva y empática que ayude en el desarrollo organizacional en toda su plenitud como buen talento humano.

Se podría mencionar que la comunicación organizacional como **disciplina** es aquella que se encarga de los procesos de comunicación dentro de la organización y aquella que fomenta la interacción personal entre los colaboradores y su entorno.

De acuerdo a las **técnicas y actividades** a utilizarse para mejorar el proceso comunicativo en esta organización se podrán implementar estrategias como análisis y diagnósticos que ayuden a facilitar el flujo de comunicación mediante procedimientos orientados a mejorar la interacción e interrelación entre sus colaboradores y con el público externo.

La utilidad metodológica del actual estudio es la técnica de investigación del análisis documental, que está constituido por los diversos medios de comunicación que intervienen en el análisis de la comunicación departamental, la observación de los participantes y las encuestas que nos permitan diagnosticar el estado actual de la comunicación interna de la organización en estudio.

Por lo anterior expuesto se plantea hacer un seguimiento a los procesos de comunicación en donde se tomen en cuenta todas las variables que permitan integrar objetivos organizacionales para obtener los resultados esperados en un lapso de tiempo adecuado.

Importancia

La importancia de este trabajo es lograr a través de un plan de mejoras subsanar las principales debilidades por medio de estrategias que deben incorporarse a los diferentes procesos y las tareas que deben desarrollarse para obtener mejores resultados entre los diferentes departamentos de la institución.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Antecedentes históricos

Según estudios realizados se manifiesta que la comunicación interna en su fase corporativa siempre ha existido pero que recién empieza a desarrollarse como tal en los Estados Unidos y en Europa más o menos por el año setenta, dando sus inicios como estrategia incorporada en la participación y desarrollo del personal de las organizaciones y como apoyo del área de recursos humanos para de esa manera encaminarlos a los objetivos organizacionales.

De acuerdo a lo citado por (Arriagada, 2011) en esta primera fase de la comunicación interna el objetivo se centró en propagar la información destinada al tipo laboral, organizacional y operativa; es decir que específicamente se focalizaron en las condiciones laborales entre ellas el salario de cada colaborador. En la parte operativa se centró en cómo y cuándo hacer las cosas y finalmente en lo referente a lo organizacional estaba orientada a las políticas, normativas y cultura interna de la organización. El objetivo de enfocarse en estos tres tipos de comunicación interna era promover la cultura de una relación espontánea y fluida entre todas las personas para así facilitar la circulación de información en todas las áreas de la organización.

Por los años noventa las funciones de la comunicación interna empezaron a coger otro rumbo; es decir ya no solo estaban apegadas a la gerencia ni a recursos humanos sino que comenzaron a formar parte de la comunicación externa; es decir ahora también estaban encaminadas a la comunicación con las personas externas a la empresa, ahora conocida como gestión de comunicación corporativa; es decir comunicación que ayuda en la estrategia de los negocios. Así mismo en esta etapa estos ámbitos de la comunicación iniciaron sus estrategias de comunicación basados en los activos intangibles,

es decir que empezaron a trabajar en esta etapa para desarrollar imagen, identidad cultura corporativa y sobre todo reputación.

La comunicación organizacional e interna no cuenta con un referente histórico específico sin embargo está ha logrado evolucionar a partir de la participación de múltiples disciplinas que han hecho de la comunicación empresarial un campo fuertemente relacionado con los cambios que ha traído por cuenta propia la globalización y los desafíos de la administración en el siglo XXI. (Arriagada, 2011)

Varios autores han trabajado sobre la comunicación entre estos: (MARK CANNICE, HAROLD KOONTZ, HEINZ WEIHRICH, 2012) coinciden en que la administración es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz.

Administrar es una de las actividades humanas más importantes en donde las personas empiezan a conformar grupos organizados para lograr metas y asegurar esfuerzos individuales, es por ello que una empresa debe estar integrada por elementos humanos, materiales y técnicos que cuenten con capacidades, actitudes y sobre todo cualidades para innovar dentro de la organización a la que pertenecen enmarcada en un comportamiento organizacional que contribuya a las mejoras de la institución u organización.

De acuerdo a lo que se menciona sobre el origen y evolución de la comunicación interna podemos mencionar que se abrieron espacios a toda la gama de herramientas digitales tales como el intranet, el mail y los mensajes de correo electrónico para que de esa manera todo el personal de la organización estén comunicados; así mismo se implementaron estrategias como desayunos de reuniones entre áreas o departamentos para mantenerse informados sobre las últimas novedades de la institución.

El objetivo principal de la evolución de la comunicación interna en el siglo XXI fue transmitir información en forma efectiva a nivel macro y micro para exponer todos los objetivos generales y grupales de la institución, así como también el

rol específico de cada una de las personas, para de esa manera transmitir la identidad y la cultura corporativa que se maneja en la organización. Al comunicar los objetivos empresariales y hacia donde está orientada la organización se estará fundando una esencia corporativa como son la motivación, participación, pertenencia y compromiso.

Una de las problemáticas que constantemente se repiten en la Escuela de Negocios Humane es la deficiente comunicación entre las áreas departamentales de la institución, lo que ha causado la creación de “parcelas” al interior de ésta; podríamos decir que estas parcelas se han creado por la falta de interacción entre la dirección ejecutiva y los departamentos. Para que la comunicación mejore y los procesos funcionen en los departamentos necesitan estar alineados en la contingencia operativa y apoyarse trabajando en equipo para así enfrentar todos los desafíos de la cotidianidad.

Para que estos procesos tengan sentido deberían realizarse reuniones de coordinación entre jefaturas, que permitan analizar y debatir cuales son los temas críticos; en que se debe poner atención y qué aspectos hay que tratar al nivel directivo. De esta manera se podría hacer que cada departamento coordine sus tareas entre las respectivas áreas y no de manera independiente conllevando a saltar los procesos a seguir para solucionar las fallas y malos entendidos por causa de la desinformación.

2.2 Antecedentes Referenciales

Existen varios autores que han tratado esta misma problemática desde varios puntos de vista; y que se traen a esta investigación como un marco referencial para que sustenten con sus argumentos el presente estudio.

(Leon & Mejia, 2010) Realizaron un estudio de Propuestas de Comunicación Interna para la I. Municipalidad de Cuenca, donde apreciaron las diferentes fallas y posibles consecuencias que presenta la institución; por lo cual determinaron necesario estudiar y aportar con acciones de comunicación organizacional e interna para promover la comunicación entre las diferentes áreas; y así mantener informado a los colaboradores sobre las diferentes

actividades que se llevan a cabo en la institución. Como una manera de contribuir con el estudio realizado a dicha institución realizaron un plan de comunicación la cual fue investigada y posteriormente analizada por medio de encuestas y entrevistas con ciertas personas claves de dicha organización.

(ROBBINS, 2004) Sostiene que el comportamiento organizacional es aquel que se encarga de la manera en que se desenvuelven las personas en una organización y es el responsable de la conducta de cada individuo y su desempeño dentro de la misma.

Cuando se habla de comportamiento organizacional estamos hablando de la manera de comportarse de un individuo dentro de una organización en donde se reflejan sus valores, actitudes, personalidad y satisfacción laboral. Una buena organización, optimización de recursos, ideas de innovación y actitudes positivas son fundamentales dentro de la organización para cumplir con todos los objetivos propuestos.

(Balarezo, 2014) Realizo un diagnóstico sobre la situación de la empresa San Miguel Drive en donde pudo detectar falencias que se estaban dando en la coordinación de ciertas actividades dentro de la institución y que estaban afectando directamente en la productividad de la misma y en el comportamiento de los empleados. Luego de realizar el respectivo diagnóstico y con intenciones de mejorar estas falencias departamentales e institucionales se realizó el plan de mejoramiento en donde se trabajara con los empleados y la distribución de funciones de cada departamento para que esta no siga afectando el trabajo en equipo y la comunicación fluya en post de crear un ambiente organizacional de confort dentro de la organización.

(AMORÓS, 2011), afirma que la organización es una unidad social coordinada de forma consciente, conformado por personas, y que funciona con una base de relativa continuidad para llegar a sus metas trazadas. Pero para que exista una organización no basta con el conjunto de personas; ni siquiera es suficiente que todas ellas posean un propósito en común. Lo realmente decisivo es que dichas personas se organicen o coordinen sus actividades,

ordenando la acción conjunta hacia el logro de los resultados que les interesa conseguir.

Por eso (ACOSTA, 2011), sostiene que nadie trabaja solo; todo se hace en equipo; y no es una moda sino cuestión de eficacia.

En las organizaciones el trabajo en equipo desempeña una importante función tanto para sus miembros como para la propia organización ya que genera mayor productividad, comunicación más eficaz y compromiso con todo el equipo de trabajo.

(TUESTA, 2013) en su trabajo de grado para obtener el título de Auditoría del Desarrollo Institucional en Educación y con el tema Autoevaluación de la Calidad de la Comunicación Organizacional Interna en la Unidad Educativa "Santo Toribio de Mogrovejo" menciona que los problemas de comunicación interna se generan por la falta de integración organizacional y diagnóstica que las instituciones educativas deben de fomentar el desarrollo de las habilidades comunicativas en todo el personal para una mejor convivencia laboral y educativa.

De acuerdo al criterio de los autores antes mencionados y a la autora de la presente investigación podemos afirmar que la comunicación interna debe ser una actividad prioritaria en una organización, ya que por medio de esta se detectan falencias en los procesos y se previenen futuros problemas.

En las instituciones educativas la comunicación interna es un elemento de gran importancia para el cumplimiento de los objetivos institucionales ya que por medio de estos objetivos se establece la personalidad de la organización. Toda organización necesita de la comunicación para intensificar sus procesos dentro y fuera de la misma; y; que bien utilizada funcione como un factor de cambio proyectando una buena imagen en el medio que se desenvuelve y con aspectos claramente definidos tales como la misión, visión, compromiso y responsabilidad, razón por la cual la Escuela de Negocios Humane necesita mejorar sus procesos de comunicación internos con la finalidad de brindar un buen servicio a sus clientes internos y externos.

2.3 Tendencia de la comunicación en la organización

(AGUILERA, 2009) Afirma que una tendencia clave en comunicación organizacional es la comunicación por indicadores, que se refiere a una metodología basada en el Balance Score Card aplicado a comunicación organizacional. La comunicación organizacional por indicadores permite conocer en donde se centran los problemas de comunicación y de que naturaleza son; así como también nos permite saber si la solución que se quiere implementar tiene que ser aplicada en toda la organización o solo a una parte de ella. Con toda la información obtenida se pueden establecer medidas generales o corporativas que ayuden en el mejoramiento de estas falencias.

De acuerdo a las investigaciones realizadas durante el año 2007 por la firma ImagePeople se conoce que en Latinoamérica el 80% de las organizaciones manifiestan que sus problemas de gestión son originados por la falta de comunicación interna dentro de las mismas. Esta cifra fue comparada con los resultados de una encuesta que realizaron en instituciones públicas las cuales obtuvieron una relación del 80% de incidencias sobre problemas de comunicación dentro de las organizaciones; es decir que la mayor parte de problemas que se presentan a nivel institucional es por la carencia de comunicación entre el personal que forma parte de ella.

(HONORES, 2005), afirma que la comunicación organizacional interna se basa en procesos disciplina y técnicas con responsabilidad compartida en donde comunicarse bien es una responsabilidad de todos.

La comunicación es aquella que permite que las personas definan sus objetivos, resuelvan problemas y hace que se generen cambios ya sean personales u organizacionales dentro de una organización. Mantener una relación de comunicación satisfactoria hace posible que se dé un ambiente adecuado para trabajar en equipo y resolver conflictos juntos con mejor calidad motivacional y que se lleve a cabo un buen desempeño en todas las tareas asignadas.

Para (GÓMEZ, 2007), los medios como fuente informativa en empresas e instituciones ayudan a mejorar la productividad de la comunicación en las organizaciones.

De acuerdo al criterio del autor podemos decir que se deberían crear áreas especializadas a cargo de comunicadores profesionales cuya función sea apoyar en los procesos comunicativos y hacer que esta responsabilidad compartida sea efectiva; así como también definir con mucha claridad el objetivo la organización.

2.4 La relación de la comunicación y el funcionamiento de los departamentos.

La comunicación es una de las funciones organizacionales que ayuda a una empresa a mantenerse eficiente y productiva. Una de las formas más importantes de la comunicación organizacional es la comunicación entre departamentos, indica el Instituto para las Relaciones Públicas. La importancia de la comunicación entre los diferentes departamentos de una organización se hace más evidente cuando la comunicación se rompe. La implementación de políticas para fortalecer la comunicación interdepartamental ayuda a subrayar su importancia y mantener un flujo eficiente de información. (La voz de Houston and the Houston Chronicle, 2017).

La comunicación departamental es el proceso a través del cual los diversos departamentos envían y reciben mensajes entre sí. Para que la comunicación sea efectiva, un departamento debe enviar un mensaje claro y completo a otro departamento, y el mensaje debe ser claro y entendido. La comunicación ineficaz puede llevar a confusión, falta de ánimo y la frustración entre los empleados y departamentos.

Según (Amazonia Team Factory, 2014) las relaciones entre los miembros de la misma organización son necesarias para formar un buen equipo de trabajo consolidado en post del mejoramiento departamental de la institución; ya que al saber la forma en que otros departamentos trabajan ayuda a obtener ideas para saber cómo mejorar nuestro propio trabajo.

El intercambio preciso de información entre departamentos mejora la capacidad para cumplir con las proyecciones de ventas. Mejorar la comunicación entre los departamentos mejora la eficiencia del funcionamiento global de la organización.

Compartir ideas y aportar en los cambios de los otros departamentos nos ayuda a pensar en cuan bien estamos realizando nuestro trabajo y si estamos siendo bien percibidos por los demás incluso por nuestro departamento. Finalmente cuando existe comunicación interna se pueden llevar a cabo diversas tareas con el afán de contribuir en el logro de las metas trazadas por otros departamentos que posiblemente estén orientados a otras áreas de la misma organización.

Con relación a los departamentos de la Escuela de Negocios Humane es prácticamente una cadena que conlleva estar ligados entre sí para brindar un buen servicio con una labor orientada al cliente y un buen clima laboral en donde todos los implicados aporten a la resolución de incidencias.

La comunicación en los departamentos de la organización

La comunicación interna dentro de una organización es el eje por donde gira cualquier tipo de actos y decisiones que se vayan a tomar con respecto a las actividades que realiza la organización, por medio de esta se transmiten los valores y objetivos entre sus colaboradores; es decir que se alinea a los empleados a las estrategias corporativas para obtener resultados productivos.

(saenz, 2014) Manifiesta que hoy en día los problemas departamentales se dan a causa de la mala comunicación entre los miembros de la misma institución. Al no despejarse las inquietudes generadas por la desinformación se compromete el rendimiento de las actividades el cual se reflejara en los resultados finales

Cuando la comunicación entre departamentos es eficaz se crea una cultura empresarial sólida y de confianza en donde sus empleados se sienten capaces y confían en que las decisiones de los líderes de cada departamento aportaran al crecimiento de la organización. La comunicación departamental efectiva

hace que sea posible que las personas se mantengan informadas de los cambios cuando y donde sean necesarias.

Si no existe una comunicación eficiente entre los trabajadores de cada área o departamento cada persona realizara las actividades como las entiende mas no como son en realidad; es por esa razón que se deben realizar reuniones o diálogos periódicamente entre los colaboradores para así estimularlos a que compartan sus experiencias laborales e información positiva para la empresa.

Por otro lado está el desconocimiento del rol de cada funcionario de la empresa; es decir los mismos colaboradores no conocen como está estructurado el organigrama de la institución, razón por la cual no se llega a tener claro cuáles son las funciones departamentales y quienes son responsables de ellas. Esto quiere decir que no se puede acudir a la persona correcta y mucho menos obtener efectos positivos.

Podemos mencionar que para fortalecer la comunicación departamental se pueden implementar las siguientes políticas:

- Confianza
- Servicio al cliente
- Eficiencia

2.5 La importancia de la comunicación en el comportamiento organizacional

Según Fernando Barraza citado por (Ayón, 2006) afirma que "Sin comunicación no es posible el trabajo en equipo, y tampoco es posible ejercer el liderazgo. Esta aseguración nos indica que sin comunicación no es posible construir una cultura corporativa basada en principios y orientada al cumplimiento de los objetivos ya que si no se trabaja en equipo la carga es más pesada.

Podríamos decir que nueve de diez problemas existentes en una organización es por los problemas de una mala comunicación interna. Si existiera una buena comunicación cumplir con los objetivos planteados sería más fácil, obteniendo

así buenas relaciones con otras organizaciones, con los proveedores y hasta con los mismos clientes para ser referidos con otros posibles clientes y así se acrecenté la productividad de la organización.

De acuerdo a la teoría de los autores podemos mencionar que una buena comunicación permite el flujo de mensajes y propicia la coordinación de las actividades entre los miembros del mismo entorno laboral, lo que facilita el trabajo en equipo.

Muchas organizaciones no le dan tanta importancia a la comunicación lo que produce que con el tiempo disminuya el desempeño laboral y con ello baje la productividad de la organización. Para que esto no suceda es necesario que se brinde a los colaboradores de la empresa retroalimentación sobre cómo deben desarrollar su trabajo y hacia donde están orientados a seguir en bienestar de ellos y de la propia organización, por medio de estas capacitaciones internas se los puede mantener informados de lo que está pasando en la empresa y que cosas se deben mejorar. Es recomendable que los directivos de altos mandos estén en constante interacción con su equipo a cargo para demostrarle que les interesa lo que ellos sientan y piensen y de esa manera no existan barreras de comunicación y los colaboradores estén satisfechos y brinden su mejor esfuerzo por contribuir con las metas trazadas.

Por otro lado también es importante tener en cuenta que dentro de la organización debe existir una persona encargada de ser el puente de comunicación entre los miembros de la misma; es decir que se deben establecer redes de comunicación para que la información fluya y no se quede estancada o llegue de manera distorsionada o informalmente hacia la otra parte. La manera propicia de comunicarse entre los colaboradores debe de ser de manera formal para que exista un responsable de lo que se está transmitiendo y de las tareas que se están llevando a cabo.

El comportamiento organizacional se encuentra basado en el trato que reciban los colaboradores de una organización y que tanto valoren sus opiniones dentro de ella, lamentablemente algunas organizaciones no están dispuestas a

aceptar estas opiniones y peor aún que estas puedan cuestionar el criterio del jefe de la organización; es por eso que muchos colaboradores se sienten desmotivados y adoptan un mal comportamiento dentro de la misma.

La comunicación en el comportamiento organizacional es importante ya que esta ayuda a que los trabajadores se sientan comprometidos con los objetivos de la organización y que tengan una mejor actitud en sus puestos de trabajos y tareas encomendadas; así mismo permite que los colaboradores le den aceptación a los valores institucionales y acompañen el desarrollo organizacional.

Es importante que los trabajadores estén comprometidos con los valores institucionales para que así incremente la posibilidad de participación en las actividades destinadas al mejoramiento de la institución. También es necesario que los colaboradores reciban el adecuado reconocimiento y motivación de desarrollo personal en donde se destaque la participación de ellos al momento de contribuir con los logros obtenidos. Un colaborador motivado y reconocido será el que motive al resto de colaboradores mejorando así la calidad de vida laboral de cada uno de ellos; y a su vez la calidad de atención brindada a los clientes externos y proveedores de esta organización.

2.5.1 Comunicación organizacional Interna

La comunicación organizacional interna es un proceso en donde los colaboradores de una organización recolectan información acerca de la misma y los cambios que existen en ella.

2.5.2 La Comunicación en las organizaciones

(NUÑEZ, 2012) Asegura que hoy en día las organizaciones deben mantenerse actualizadas innovando en servicios y en productos. Tal como lo indica el autor antes mencionado es importante innovar para cumplir con la demanda del mercado actual ya sea en productos o en la calidad del servicio que se brinda; ya que depende de estos la permanencia de la organización en el mercado. Para que aquello se cumpla debe existir un compromiso a nivel corporativo con

la expectativa de alcanzar los objetivos institucionales y así ser más competitivos que las demás organizaciones.

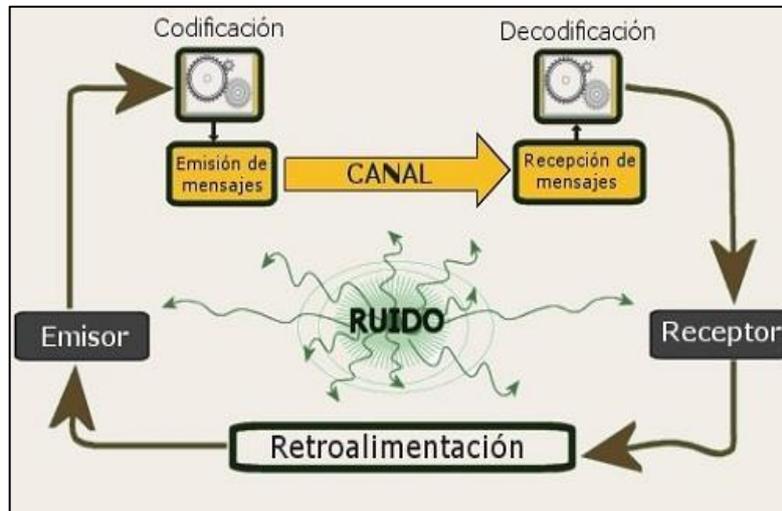


Ilustración 1: Procesos de la Comunicación y sus componentes

La comunicación en las organizaciones es una herramienta de gran aporte laboral que ayuda en la entrega de información a las distintas áreas de la institución y así mismo permite que se identifiquen las necesidades los requerimientos y muchas veces hasta los logros obtenidos. Si existe comunicación organizacional esto permite que se conozca el desarrollo de la empresa y que tan productivo son las áreas de trabajo o departamentos de la organización.

Cuando se habla de comunicación se debe tener claro que dentro de aquella existen ciertos elementos que básicamente son los que ayudaran a que exista una buena comunicación entre las personas. Entre estos elementos tenemos la fuente, el receptor, el mensaje, los canales, decodificador y el feedback.

La fuente.- es la aquella que genera un mensaje, el mismo que debe ser transmitido de alguna manera. Luego de enviarse este mensaje será decodificado para producir el efecto deseado obteniendo seguramente información de retorno.

El receptor.- es aquel que recibe el mensaje y básicamente es aquel que realiza el resto de las funciones tales como la decodificación y la aceptación del mismo; así como también es aquel que retroalimenta al emisor cerrando el proceso de comunicación.

El Mensaje.- es la información que el emisor quiere transmitir y que esta conformado de manera escrita u oral. Estos mensajes emitidos o recibidos no siempre son entendidos como se desea ya que la codificación o la decodificación de estos pueden cambiar de acuerdo al criterio del emisor o del receptor.

Canales.- Esta es la vía o medio por el cual se transmite un mensaje. Puede ser por un medio escrito, correo electrónico u otro; o también mediante un dialogo.

Codificador.- es aquel que traduce una idea en palabras, símbolos o hasta gráficos con la intención de dar a conocer un mensaje específico.

Feedback.- es una retroalimentación esto quiere decir que el receptor a reconocido el mensaje y puede responder al emisor; con esta etapa se completa el proceso comunicativo ya que el mensaje fluye del emisor al receptor.

La Comunicación Interna y Externa

- **Comunicación Interna:** son las actividades que realiza una organización con el fin de mantenerse relacionado con todos los miembros de la misma por medio de los diferentes canales de comunicación que existen dentro de aquella.
- **Comunicación Externa:** es aquella que esta relacionada con el exterior de la organización y que su propósito es obtener relaciones productivas con su entorno, en la actualidad a este tipo de comunicación se le llama relaciones públicas.

2.5.3 Flujo de la comunicación en la organización

El flujo de la comunicación dentro de una organización es indispensable para que se cumplan las metas dentro del tiempo y espacio establecido, por esa razón es importante que esta vaya por distintas vías hasta llegar a quienes se quiera llegar, desde el nivel jerárquico más bajo hasta el más alto para que así todos estén informados de lo que acontece en la institución con la que colaboran. De lo contrario existirán problemas de gran impacto asociados a la mala comunicación según (NUÑEZ, 2012).

En la actualidad para que la comunicación sea de mayor relevancia dentro de la empresa debe de surgir del empleado, es decir que esta debe ser de forma ascendente de esta manera la alta gerencia puede percibir los errores y molestias presentadas dentro de la misma y así tomar medidas con respecto a que se debe hacer y cuando. Pero tampoco se puede dejar de lado al flujo de comunicación horizontal, es decir a la comunicación entre personas del mismo o similar nivel jerárquico.

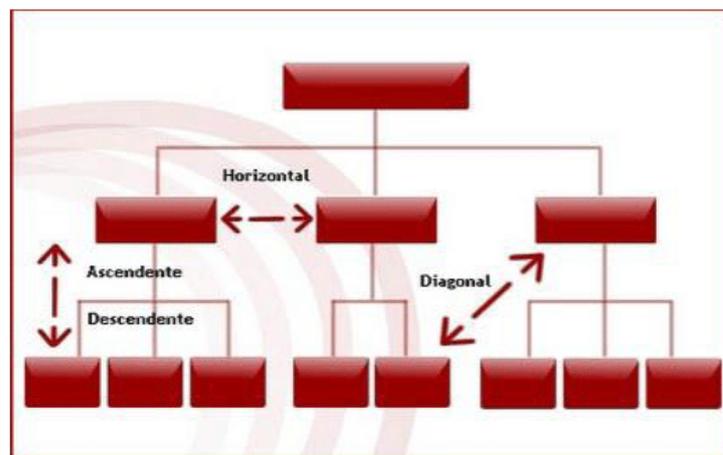


Ilustración 2: Flujo de la Comunicación (NUÑEZ, 2012)

2.5.4 Comunicación Descendente

La comunicación descendente se da en los niveles jerárquicos altos hacia los niveles jerárquicos inferiores y por lo general este tipo de comunicación se da en las instituciones en donde la autoridad es autoritaria y no permite opiniones y sugerencias de sus colaboradores (NUÑEZ, 2012).

En este tipo de comunicación por lo general los medios más utilizados para comunicarse con los miembros de la organización son administrados por los mandos superiores y pueden ser de manera oral por medio de discursos, por teléfono o en reuniones con el personal para darles las debidas instrucciones. Con lo que respecta a los medios de forma escrita tenemos los más utilizados como:

- Manual de Funciones
- Informes
- Cartas
- Reportes

2.5.5 Comunicación Ascendente

Este tipo de comunicación es lo contrario de la descendente debido a que esta se presenta cuando los subordinados transmiten información a sus jefes, podemos decir que esta comunicación fluye desde el nivel jerárquico inferior hasta el nivel más alto, lo complicado de esto es que muchas veces la información no llega a los altos mandos de forma completa ya que conforme va ascendiendo quienes la transmiten van mediando el contenido y peor aún si se trata de alguna noticia no contemplada por la administración de la organización.

En la actualidad podemos decir que la comunicación ascendente es la que mayormente se da en las empresas ya que esta les permite a sus colaboradores participar de las políticas e intervenir en ciertas decisiones para armar las mejores estrategias y sobresalir en el mercado. Los medios que más se utilizan para transmitir la información a sus superiores es la siguiente:

- Vía teléfono
- Correo Electrónico
- Reuniones Personalizadas
- Por Medio de Encuestas
- Focus Group

Entre otros tipos de comunicación tenemos la comunicación horizontal que es aquella que se da entre los niveles jerárquicos similares dentro de la misma institución, así como también el flujo diagonal que es cuando los implicados en la transmisión de información o proceso comunicativo pertenecen a niveles jerárquicos diferentes pero no establecen una relación dependiente entre ellos.

También tenemos la comunicación cruzada que es la cual nos brinda mejor información sobre el cumplimiento de los grupos de trabajo e incrementa la transmisión de información. Este tipo de comunicación es muy común en las organizaciones debido a que no siempre el flujo de información se da por medio de la estructura del organigrama institucional sino mediante la intervención de diferentes personas de las distintas áreas y departamentos de la empresa que están dispuestas a aportar en los cambios de la organización. (NUÑEZ, 2012)

2.5.6 Comportamiento organizacional

El comportamiento organizacional se refiere al estudio de las personas y los grupos que actúan en las organizaciones. Se ocupa de la influencia que todos ellos ejercen en las organizaciones y de la influencia que las organizaciones ejercen en ellos. En otras palabras, el CO retrata la continua interacción y la influencia recíproca entre las personas y las organizaciones. (CHIAVENATO, 2009, pág. 6).

El CO es una disciplina académica que surgió como un conjunto interdisciplinario de conocimientos para estudiar el comportamiento humano en las organizaciones. Aunque la definición ha permanecido, en realidad, las organizaciones no son las que muestran determinados comportamientos, sino las personas y los grupos que participan y actúan en ellas.

Como podemos observar también se relaciona con el comportamiento de los grupos de trabajo es decir, incluye temas como normas, funciones, formación de equipos y manejo de conflictos. En este sentido, se basa en las aportaciones de sociólogos y de psicólogos sociales. Sin embargo, el comportamiento de un grupo de personas no se puede comprender únicamente

como la suma de las acciones de los individuos. El comportamiento del grupo es diferente al de cada uno de sus integrantes.

De acuerdo a la teoría del autor podemos decir que el comportamiento organizacional se refiere a las acciones de las personas que trabajan en las organizaciones. Sobre todo esta teoría se basa en las aportaciones y comportamiento que cada miembro de una organización puede tener y realizar, es decir temas de personalidad, actitudes, percepción, aprendizaje y motivación.

2.5.7 Objetivos del comportamiento organizacional

El comportamiento organizacional ayuda a identificar la conducta que tienen ciertos individuos dentro de la organización es decir que funciona como una disciplina para mejorar sus actitudes con la finalidad de que estas mejoras se apliquen a sus actividades en la institución. Podríamos mencionar que entre los objetivos del comportamiento organizacional están las siguientes características:

- Identificar el comportamiento de los colaboradores de la empresa ante las diferentes situaciones que se presentan dentro de la misma, esto ayudaría a que la comunicación fluya y que el comportamiento personal y laboral sean más productivos dentro y fuera de la empresa.
- Otro objetivo muy importante es el estudio de las actitudes de los colaboradores ya que estas en el futuro pueden repercutir en sus actividades. Los jefes de las organizaciones deben ser capaces de estudiar y analizar el comportamiento de cada uno de ellos para saber quiénes están altamente calificados y dedicados a su labor y cuáles son los que no están realizando bien sus funciones para trabajar específicamente en sus falencias.
- también se debe controlar las actividades que realiza cada individuo dentro de la organización para que de esa manera se dé seguimiento al

cumplimiento de los objetivos institucionales al trabajo en equipo y a la productividad de cada colaborador.

2.5.8 Factores importantes del Comportamiento Organizacional

Los factores más importantes del comportamiento organizacional dentro de una empresa comúnmente suelen estar distribuidos en personas, tecnología, el entorno y la estructura.

Personas: son aquellas que forman parte de la organización de manera interna y son grupos de individuos grandes o pequeños que contribuyen en el crecimiento o decrecimiento de una organización.

En la actualidad existe diversidad de colaboradores es decir que poseen buenos antecedentes laborales, educativos y hasta talentos que son indispensables para alcanzar los objetivos institucionales. Debido a esta gama de cualidades que en muchas ocasiones presentan los colaboradores los empresarios deberían estar prevenidos para cualquier situación futura en donde ciertos colaboradores deseen imponer sus propias ideas y su manera de trabajar olvidándose del compromiso adquirido con la organización.

Estructura: esta habla de las funciones y compromisos que adquieren las personas con la organización; es decir el cargo o función que desempeñan dentro de aquella.

Es importante que en una empresa todos los colaboradores estén relacionados de forma estructurada para que así puedan realizar un trabajo de manera coordinada y efectiva. Al no existir una estructura se pueden generar inconvenientes de cooperación y apoyo a las gestiones a realizarse en la organización.

Tecnología: este es un recuerdo de gran importancia e indispensable en las tareas que realizan los colaboradores de cada organización; por medio de esta se pueden diseñar planos, procesos y hasta maquinarias sin menospreciar el gran aporte de las computadoras y demás aparatos electrónicos que se usan para el desarrollo de las actividades empresariales.

Entorno: es el ambiente en que las personas realizan sus actividades día a día, en el caso de las organizaciones existen entornos internos y externos en los que se deben desarrollar sus tareas, el ambiente laboral debe ser armónico y confortable para que este no afecte en las actitudes de los colaboradores, unas buenas condiciones de trabajo lograra la productividad dentro de la organización.

2.6 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente investigación está debidamente respaldada en el código de Trabajo en los siguientes artículos.

TÍTULO II

Derechos

Capítulo Segundo

Derechos del buen Vivir

Sección tercera

Comunicación e Información.

Art. 16.- Nos dice que todas las personas en forma individual o colectiva tienen derecho a:

1. una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017

Objetivo 9

Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Los principios y orientaciones para el socialismo del buen vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. Cuando se habla de garantizar el trabajo digno según el plan nacional del buen vivir se habla de que el trabajo no puede ser reconocido como un factor de producción sino más bien como un elemento que ayude a descubrir el talento de las personas y a la realización personal y a su vez a la felicidad. Además de reconocerse como un mecanismo de integración social y de articulación entre la esfera social y la económica.

La constitución establece de manera explícita que el régimen de desarrollo debe basarse en la generación de trabajo digno y estable, el mismo que debe desarrollarse en función del ejercicio de los derechos de los trabajadores. Todas las personas tienen derecho a un trabajo digno con una remuneración justa, ambientes de trabajo saludable y sobre todo que se garantice su estabilidad laboral y las condiciones y cualidades en las que se efectúe. Así mismo, se debe garantizar un principio de igualdad en las oportunidades al trabajo y se debe buscar erradicar de la manera más enfática cualquier figura que precarice la condición laboral y la dignidad humana.

De la misma manera, las acciones del Estado deben garantizar la generación de trabajo digno en el sector privado, incluyendo aquellas formas de producción y de trabajo que históricamente han sido invisibilizadas y desvalorizadas en función de intereses y relaciones de poder.

Para alcanzar este objetivo, debemos generar trabajos en condiciones dignas, buscar el pleno empleo priorizando a grupos históricamente excluidos, reducir el trabajo informal y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales. El fortalecimiento de los esquemas de formación ocupacional y capacitación

necesita articularse a las necesidades del sistema de trabajo y a la productividad laboral.

Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral.

a. Fomentar la capacitación tanto de trabajadores y trabajadoras, como de personas en búsqueda de trabajo, con el objeto de mejorar su desempeño, productividad, empleabilidad, permanencia en el trabajo y su realización personal.

c. Fortalecer la normativa para el desarrollo de la formación ocupacional y capacitación para el trabajo, superando formas estereotipadas o sexistas de ocupación laboral.

d. Definir y estructurar los programas de formación ocupacional y capacitación para el trabajo, en función de la demanda actual y futura del sistema de trabajo, con la participación de los trabajadores y empleadores.

f. Implementar mecanismos de acreditación de las entidades de capacitación y certificación de competencias laborales y ocupacionales, tanto dentro como

i. Incluir en los programas de capacitación para el trabajo, instrumentos que permitan la recuperación, fortalecimiento y transferencia de conocimientos, tecnologías, buenas prácticas y saberes ancestrales, en la producción de bienes y servicios.

2.7 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

2.7.1 Variable Independiente:

Falencias del proceso de comunicación.

La comunicación es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se trasmite y recibe una información, es utilizada para transmitir, intercambiar o compartir mensajes por lo cual puede ser un proceso

dinámico de ida y vuelta entre el emisor y el receptor o solamente una transmisión del emisor al receptor.

Falencias en el proceso de comunicación son aquellas que se refieren a la falta de adecuación de los mensajes al receptor, lo que genera que la información no llegue de manera correcta. Así como también suele darse por canales de comunicación mal empleados, es decir mensajes extensos demasiados técnicos, lenguaje impreciso, falta de claridad en las ideas e información a destiempo.

2.7.2 Variable Dependiente:

Mejorar el funcionamiento de los departamentos

Es realizar cambios en el equipo humano donde se los motive creando un sentido de pertenencia que genere un compromiso con la misión de la institución; y; en donde se los capacite para el funcionamiento óptimo de cada departamento y el bienestar de los trabajadores, de tal manera que permita perfeccionar aquellos conflictos departamentales aumentando la satisfacción y el talento.

2.8 DEFINICIONES CONCEPTUALES

Comunicación interna: es aquella que se da dentro de una organización y que va dirigida a los clientes internos con el fin de informar, recordar, motivar, persuadir y conversar; favoreciendo el conocimiento de la organización y fomentando la integración empresarial.

Comunicación externa: es el conjunto de actividades generadoras de mensajes destinados a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos; y; a proyectar una imagen favorable de la compañía promoviendo actividades, productos o servicios.

Emisor: es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona

Receptor: es quien recibe la información.

Canal: es el medio físico por el que se transmite el mensaje, como internet, teléfono, etc.

Código: sistema de señales o signos que se usan para transmitir un mensaje, por ejemplo, el inglés, el castellano, el código morse.

Mensaje: es lo que se quiere transmitir.

Ruido: toda señal no deseada que se mezcla con la señal útil que se quiere transmitir. Aquello que entorpece la comunicación.

Decodificación: es la traducción de un código a una idea propia que un emisor quiere transmitir a otra persona y que debe ser de forma adecuada para que el receptor pueda interpretar el mensaje que se quiere dar a conocer y exista una buena retroalimentación.

Comunicación formal: es la vía de comunicación establecida por la organización siguiendo los niveles jerárquicos según los protocolos, manuales y las reglas establecidas que fueron establecidas con el afán de que sean utilizados desde principio a fin en una empresa.

Comunicación Informal: es la que se da de manera espontánea en una organización entre los miembros de la misma, que movidos por la necesidad de comunicarse y sin seguir los protocolos oficiales se comunican para obtener información adicional. Este tipo de comunicación suele ser la de mayor peso dentro de la organización ya que muchas veces posee un alto nivel de credibilidad con respecto a lo que se rumora dentro de las instituciones.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Ilustración 3: Campus Académico de la Escuela de Negocios Humane

La escuela de negocios Humane es una unidad Académica del Instituto Superior Tecnológico "de Desarrollo Integral de la Persona, aprobado por el **CONESUP** mediante resolución RCP. S17. N°304.06, el 14 de diciembre del 2006 el código institucional de búsqueda del D.I.P en el directorio de instituciones de educación superior autorizadas ante la **SENESCYT** es el N°2379.

La escuela de negocios humane busca formar líderes que promuevan el desarrollo, el empleo, las condiciones justas de trabajo y la innovación como

eje del crecimiento organizacional. Para lograr la excelencia y fomentar el espíritu emprendedor, cuentan con normas y lineamientos que aseguran un estándar de educación de rigor académico; con principios y valores; y totalmente aplicable al entorno empresarial.

Humane es una escuela nacida de la experiencia empresarial con una profunda visión humana, organizacional y social. Llegaron para dar al mundo académico, los conocimientos, las habilidades y las herramientas para desarrollar todo el potencial de la persona y la organización de acuerdo a lo que el mundo de las empresas exigen y necesitan hoy. Buscan, en concordancia con el principio de pertinencia, sumarse al esfuerzo del Plan Nacional del Buen Vivir a través del emprendimiento centrado en la persona, la conciencia social del líder y su consecuente visión de desarrollo personal y social. Es una institución donde se forman líderes que miren, piensen y actúen de manera distinta; es decir personas que estén listas para asumir cualquier reto y transformar los desafíos en escalones hacia sus metas.

También la institución como organización da a sus colaboradores especial importancia en el desarrollo de habilidades humanas, mediante un desarrollo humano integral, un humanismo personalista, trascendente, realista y encarnado, que pone a la persona como sujeto y centro de la actividad humana y que facilita la prevención de problemas de carácter social y personal.

Misión institucional

Somos una Institución de Educación Superior católica, que a la luz de la fe, se pone al servicio de la persona humana y de todo su entorno, que busca desarrollar líderes integrales en sus habilidades, capacidades y destrezas personales, intelectuales, interpersonales, emocionales, solidarias y de gestión, orientados a ser gestores de cambio en la sociedad.

Visión institucional

- Buscamos ser un referente nacional en la educación superior del país, especialmente en aspectos relacionados al desarrollo integral de la persona.
- Liderar la investigación y pensamiento del desarrollo humano en los diversos ámbitos (social, empresarial, educativo)
- Queremos que las empresas tengan al Instituto de Desarrollo Integral de la Persona como su primera opción a la hora de seleccionar a sus trabajadores porque entregamos a la sociedad jóvenes con gran capacidad profesional, formados con habilidades humanas y con altos valores éticos y cristianos.
- Queremos ser una Institución de calidad, que promueva el desarrollo humano integral en todos los sectores de la sociedad.
- Ser una de las instituciones de Educación Superior líderes de pensamiento y estudios consistentes, así como de comunicación de ideas e ideales que aporten a la reflexión cristiana sobre la realidad, priorizando temas que conviertan al Instituto en referente a nivel regional, nacional e internacional.
- Constituir un centro de formación integral en donde los estudiantes se destaquen por su sólida formación intelectual y su capacidad de respuesta ante los desafíos de nuestro tiempo, en el que se formen “líderes” capaces de influir decisivamente en el rumbo de la región y del país.
- Ser una comunidad con una sólida identidad católica, en la que se desarrolle una intensa vida de encuentro, de cooperación y solidaridad.
- Constituir un Instituto en el que se lleve a cabo una intensa cooperación institucional a nivel local e internacional que ayude al cumplimiento de los objetivos de investigación y enseñanza.

- Llegar a formar jóvenes emprendedores con una visión cristiana de la vida y con un cambio profundo en sus vidas.

Estructura Organizativa

La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras. Las organizaciones deben contar con una estructura organizacional de acuerdo a todas las actividades o tareas que pretenden realizar, mediante una correcta estructura que le permita establecer sus funciones, y departamentos con la finalidad de producir sus servicios o productos, mediante un orden y un adecuado control para alcanzar sus metas y objetivos.

En el caso de la Escuela de negocios humane la estructura organizativa está diseñada para alcanzar los objetivos propuestos en base a brindar un servicio de calidad y claridad a todo sus clientes tanto internos como externos.

Por lo cual mencionare las principales áreas o departamentos que conforman la estructura organizativa de la institución.

- Rectorado
- Vicerrectorado
- Consejo directivo
- Director ejecutivo
- Departamento administrativo
- Departamento financiero
- Bienestar y servicios estudiantiles
- Área Académica

Organigrama de la institución

Instituto Superior Tecnológico De Desarrollo Integral De La Persona

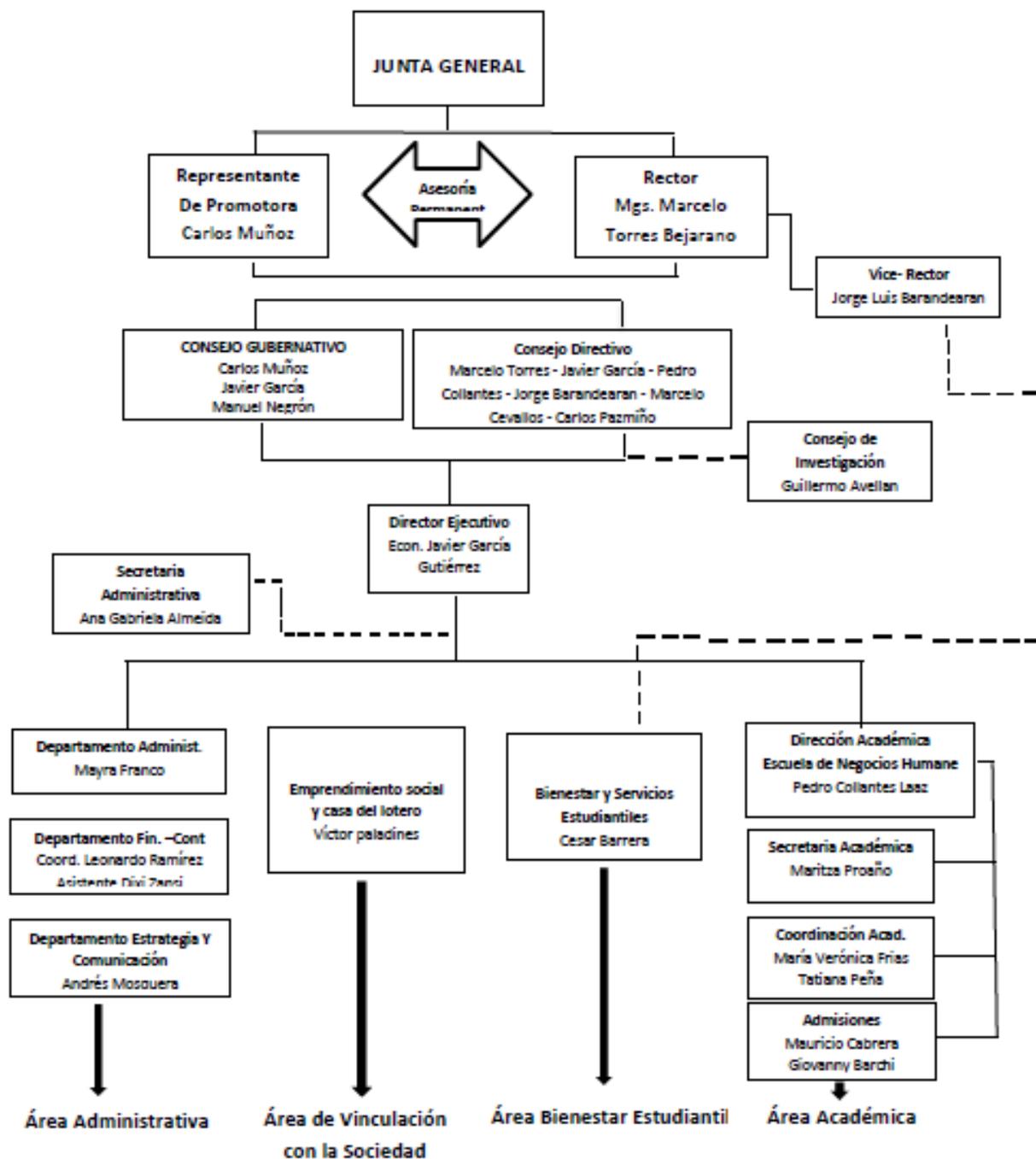


Ilustración 4: Organigrama de la Institución

Plantilla de trabajadores

Tabla 1- Plantilla de Trabajadores de la Escuela de Negocios Humane

N°	NOMBRES	FECHA DE INGRESO / IESS
1	Almeida Franco Ana Gabriela	01-ago-14
2	Barandearan Oyague Jorge Luis	01-sep-15
3	Barchi Landívar Giovanni Paolo	01-sep-15
4	Bejarano Feijoo Cynthia Yomaira	27-jul-12
5	Cabrera Zambrano Mauricio Emilio	16-abr-15
6	Collantes Laaz Pedro Javier	01-mar-08
7	Frias Serrano Maria Veronica	01-jun-12
8	García Ambuludi Luis Agustín	15-ago-14
9	García Gutiérrez Javier Gonzalo	01-oct-08
10	Guamán Tumbaco Javier Enrique	02-jun-14
11	Haid Icaza Valery Ingeborg	01-abr-08
12	Mosquera Salazar Andres Emilio	03-ene-12
13	Muñoz Limones Jacinto Alfredo	01-feb-08
14	Nunes Rosana	04-ene-17
15	Paladines Rodriguez Víctor Emilio	13-mar-13
16	Pazmiño Castillo Carlos Enrique	01-jun-09
17	Peña Tabares Tatiana Jazmín	13-ago-13
18	Proaño Riera Maritza Elizabeth	15-ago-14
19	Rivas Mera Kevin André	04-ene-16
20	Salinas Iguasnia Andrea Estefanía	15-ago-16
21	Santillán Naranjo Estefani Carolina	14-ago-13
22	Silva Orellana Nicole Silva	01-ago-16
23	Uribe Rodríguez José Daniel	13-jul-15
24	Vásquez Mosquera Miguel Antonio	01-nov-08
25	Von Buchwald Obando Alex Oswaldo	01-jun-10
26	Zansi León Dixi Stephanie	10-dic-12

Trabajadores por categoría ocupacional

Tabla 2- Categoría Ocupacional de Trabajadores

CANT. TRABAJADORES	CARGO OCUPACIONAL
1	Coordinadora Funcional
1	Vicerrector
3	Ejecutivos de ventas de Admisiones
1	Colectora - Recepcionista
1	Director Academico
1	Coordinadora Academica
3	Mensajeros
1	Director Ejecutivo
1	Técnico Informático
2	Consultora
2	Ejecutivos de Venta - Educación continua
2	Asesores de Proyectos comunitarios
1	Director de Trabajos de Titulación
1	Asistente Academica
1	Asistente de Secretaría
1	Departamento de Marketing
1	Asistente funcional
1	Contadora - Departamento Financiero
1	Coordinadora de Bienestar estudiantil

Clientes y competencias más importantes

Para Humane los principales clientes son los estudiantes, es por eso que conoce acerca de sus características, experiencias, expectativas, necesidades, opiniones y deseos; y; así adquiere estrategias que permitan tener una posición competitiva favorable en el mercado de la educación superior.

Para tener a nuestros clientes en primer lugar, se investiga continuamente cuáles son sus necesidades, lo cual nos permite idear servicios y ofertas dirigidas a satisfacer sus necesidades. Nuestros clientes son principalmente los alumnos, ex alumnos, visitantes, la comunidad y los empleados por lo que cada uno es tratado de forma diferente y de acuerdo a sus necesidades personales.

Competencias

Como competencia tenemos instituciones privadas con más ofertas académicas y mejor capacitación tecnológica. Así como también un campus más amplio para una capacidad considerable de estudiantes. Actualmente la escuela de Negocios Humane se encuentra en etapa de crecimiento estudiantil por lo que abra que considerar un espacio más propicio para la apertura de nuevas carreras lo que generara más carga estudiantil.

Principales productos o servicios

Con la experiencia empresarial y académica que Humane tiene ha escogido los mejores instrumentos y herramientas utilizadas en empresas y en Escuelas de Negocios a nivel mundial para brindar un servicio de educación con calidad y con una metodología concentrada en formar en los tres ejes del desarrollo humano integral, de una forma práctica y realmente aplicable al mundo real y laboral. La Escuela de Negocios Humane ofrece una moderna metodología de formación empresarial, utilizadas en las mejores Universidades y Escuelas de Negocios del mundo. La metodología está basada en 5 pilares fundamentales que son:

- Coaching
- Análisis de Casos
- Workshops
- Role Playing
- Assessment

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según (MORENO GALINDO, 2013) el diseño de la investigación es un conjunto de estrategias y procedimientos metodológicos elaborados para el proceso del desarrollo de una investigación.

Según Kerlinger citado por (MORENO GALINDO, 2013) manifiesta que por lo general se llama diseño de investigación a la estructura de una investigación en estudio. Esta se realiza con la intención de obtener respuestas a las interrogantes de estudio; y nos da a conocer de qué forma se debe conceptualizar un problema de investigación y como situarlo dentro de una estructura y que este sirva de guía para la recopilación y el análisis de los datos perseguidos.

3.3 Enfoque

La presente investigación se encuentra dentro del campo comunicativo y organizacional; por lo tanto se realizara una investigación mixta en donde se recolecten y analicen datos cualitativos y cuantitativos para así lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. Este método se encarga de combinar componentes cualitativos y cuantitativos en un mismo proyecto de investigación y permite utilizar las fortalezas de ambos tipos de enfoques y minimiza las debilidades presentes.

Tabla 3- Métodos de Investigación

Cualitativa o inductiva	Cuantitativa o deductiva	Mixta o Combinación
Es aquella que inicia su investigación en el campo	Por medio de encuestas	Es aquella que incluye las características de los 2 enfoques
Interpretación Contextual	Experimentación	
Es flexible	Relación entre variables	
Por medio de preguntas	Se maneja por medio de preguntas o hipótesis	
Recolecta Datos	Recolecta Datos	

3.4 Modalidad

En la presente investigación se realizó una investigación científica de campo ya que se trabajó en la propia organización de estudio para recolectar información referente al tema, mediante la aplicación de encuestas.

Investigación de campo

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador.

Se denomina investigación de campo porque se realizó directamente en la organización; se aplicaron encuestas a los directivos y empleados y luego se procedió a realizar el análisis de la situación actual en la institución educativa de nivel superior “Escuela de Negocios Humane“

3.5 Tipo de investigación

Investigación Explicativa

Sampieri, indica que la Investigación explicativa va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o de establecimiento de relaciones entre conceptos, es decir están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos y sociales como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar porque ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relaciona dos o más variable. (HERNÁNDEZ SAMPIERI, 2014, pág. 95)

La investigación explicativa pretende establecer las causas de los sucesos que se presentan en el tema de estudio y así ser una orientación al momento de realizar el análisis en donde se presentan las razones del por qué no existe una buena comunicación departamental. Por medio de esta investigación nos dimos cuenta que algunos colaboradores de la institución no tienen conocimiento de la importancia del comportamiento organizacional y la comunicación interna; es decir no conocen sus ventajas.

Grado de estructuración de los estudios explicativos

Las investigaciones explicativas son más estructuradas que los estudios con los demás alcances y, de hecho, implican los propósitos de éstos (exploración, descripción y correlación o asociación); además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia.

Investigación Descriptiva

Es aquella que tiene como finalidad dar a conocer cuáles son las características o perfiles de las personas, comunidades o grupos así como también algún fenómeno que sea sometido a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (HERNÁNDEZ SAMPIERI, 2014, pág. 92)

Mediante la investigación se obtienen datos principales que permiten proponer estrategias para mejorar la comunicación departamental interna de la escuela de negocios humane dando a conocer los principales canales de comunicación y la manera adecuada en que debe generarse, así de esta manera los colaboradores tendrán claro la gestión que debe generarse.

Investigación Correlacional

Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. (HERNÁNDEZ SAMPIERI, 2014, pág. 93)

Se relacionan las dos variables; es decir la variable independiente (Falencias del proceso de comunicación) y la dependiente (Mejorar el funcionamiento de los departamentos). Al relacionar estas dos variables nos dimos cuenta la importancia de conocer medir y evaluar sus resultados.

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

Una vez definido el problema a investigar, formulados los objetivos y delimitadas las variables se hace necesario determinar los elementos o individuos con quienes se va a llevar a cabo el estudio o investigación. Esta consideración nos conduce a delimitar el ámbito de la investigación definiendo una población y seleccionando la muestra.



Ilustración 5: Población y Muestra

Población

De acuerdo al criterio de (WIGODSKI, 2010) es un conjunto de individuos, objetos o medidas que poseen ciertas características comunes que se pueden observar en un determinado momento. Es importante tener en cuenta que al momento de realizar una investigación se debe tener presente algunas características que suelen ser esenciales al momento de elegir a la población a estudiar ya que esta será quien sirva de estudio para obtener dichos resultados.

La población seleccionada para el estudio de esta investigación fueron 26 personas miembros de la institución en estudio, razón por la cual no fue necesario obtener una muestra debido a que la cantidad fue pequeña y se pudo manejar sin complicaciones.

Tabla 4- Población a Encuestar

ITEM	INFORMANTES	POBLACIÓN
1	Departamento Administrativo	4
2	Ejecutivos de ventas de Admisiones	3
3	Departamento Académico	4
4	Departamento Informático	1
5	Consultores	2
6	Ejecutivos de Educación continua	2
7	Asesores de Proyectos comunitarios	2
8	Departamento Financiero	2
9	Coordinador de Bienestar estudiantil	1
10	Departamento de Marketing	1
11	Director de Titulación	1
12	Departamento de Mantenimiento	3
TOTAL:		26

Elaborado por: Tatiana Peña T.

Muestra

Según (WIGODSKI, 2010) afirma que la muestra es un subconjunto de la población. De acuerdo a lo consultado sabemos que existen algunos tipos de muestreo y que podemos elegir la que mejor nos convenga según el tipo de investigación realizada y que tan profundo se desee que sea el estudio de la población.

En la presente investigación se observó el estudio de una población finita; por lo tanto solo se realizara una entrevista al director ejecutivo de la institución.

Así mismo se desarrollaran las encuestas al personal de todas las áreas comprendidas por la institución, lo cual nos permitirá mejorar los procesos de comunicación interdepartamental y el cumplimiento de los objetivos organizacionales brindando un mejor servicio a nuestros clientes externos como lo son los estudiantes.

3.7 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación fue desarrollada en la Escuela de Negocios Humane ubicada en Guayaquil específicamente en Urdesa Central, en donde se interactuó con los estudiantes que acudieron a la institución, así mismo con el personal que labora en dicha institución.

Para recolectar la información se procedió a seguir los siguientes pasos:

- Recopilación de datos
- Trabajo de campo
- Observación
- Desarrollo de entrevista
- Ejecución de encuestas
- Tabulación de datos
- Análisis de la información recopilada

Después de la recopilación de información; y; realización de los pasos descritos se procesará toda la información recogida mediante los medios tecnológicos como el programa de Microsoft Excel que permitirá obtener datos estadísticos para luego ser analizados.

El procesamiento de los datos se llevara a cabo mediante:

- Tabulación de la información
- Desarrollo de cuadros con datos significativos
- Graficación de los resultados
- Análisis de los resultados

3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Técnicas de investigación

Se define como técnicas de investigación a las estrategias empleadas para recabar la información requerida y así construir el conocimiento de lo que se investiga.

Instrumentos de Investigación

En cuanto a los instrumentos de la investigación, se puede indicar, según Hernández (1991), que los mismos, sirven para recoger los datos de la investigación. De la misma manera, el autor manifiesta que un instrumento de medición adecuado, es el que registra los datos observables, de forma que representen verdaderamente a las variables que el investigador tiene por objeto.

Nivel teórico:

La investigación de esta propuesta se realizara empleando el método de la investigación de campo, ya que de acuerdo al autor (Fidias G. Arias (2012)), citado por (EMIR, 2013) define que este tipo de investigación de campo consiste en recolectar todo sobre los sujeto de estudio o del lugar en donde ocurren los hechos; es decir que deben existir datos primarios que aseguren que existe un problema de investigación. Es importante mencionar que no se pueden alterar o manipular los resultados obtenidos de las condiciones existentes.

Este tipo de investigación nos ayudara a implementar las técnicas necesarias para obtener los resultados del estudio realizado al personal que labora en la escuela de Negocios Humane ubicada en la ciudad de Guayaquil.

Observación directa

Mediante la observación directa se obtendrán datos relevantes para determinar los factores que interfieren con el proceso de comunicación interdepartamental y cuáles son sus desventajas con respecto al clima laboral y el comportamiento organizacional que antecede en el proyecto en estudio.

Documental bibliográfico

Consiste en analizar la información recolectada sobre el tema de investigación con la finalidad de conocer el aporte científico de diferentes autores y así establecer relaciones o diferencias sobre el conocimiento del problema estudiado, leyendo y tomando como referencia ciertos documentos como los libros, revistas científicas, tesis de grado y demás artículos referentes a estrategias de comunicación interna, planes de mejoramiento del comportamiento organizacional entre otros que aporten al desarrollo de esta investigación.

La encuesta

Es un medio que permite conocer situaciones que se dan en un lugar determinado por medio de la recolección de información proporcionada por un determinado grupo de personas. A través de la encuesta se logra explorar las opiniones y los valores de las personas hacia un lugar específicamente o sobre un tema en particular.

Para que la encuesta obtenga el éxito deseado esta debe contener preguntas con una más variables a medir, específicamente deberían ser de dos tipos es decir preguntas cerradas o abiertas.

- **Preguntas Cerradas:** estas contienen respuestas fijas que han sido delimitadas con la finalidad de obtener datos precisos, es decir que facilitan la obtención de los resultados.
- **Preguntas Abiertas:** son las que no tienen límite en las alternativas de respuestas que quiera dar el encuestado, aquella se puede utilizar cuando se carece de información y no es seguro codificar las respuestas.

ENTREVISTA AL DIRECTOR EJECUTIVO DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS HUMANE.

La entrevista realizada al director ejecutivo de la institución tiene como finalidad apreciar la importancia que esta prestigiosa organización le da a los procesos de comunicación interna y al clima organizacional que se vive dentro del entorno que los rodea y los caracteriza como institución.

Objetivo: Mejorar el proceso de comunicación a nivel interdepartamental en la Escuela de Negocios Humane de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2017. A continuación se detalla la información obtenida de la entrevista realizada al director ejecutivo de la institución antes mencionada.

1 ¿Los directivos de la institución entienden el valor de la Comunicación Interna?

De acuerdo a nuestros principios y valores nos preocupamos por que las relaciones entre nuestros trabajadores sean totalmente agradables y para esto tenemos presente que la comunicación es como los alimentos "necesario para vivir" por lo cual nosotros principalmente somos responsables que se entienda y se valore.

2 ¿Cómo incentiva usted a sus colaboradores para haya comunicación interna y exista buen clima laboral?

Impulsando la convivencia entre los integrantes de la institución y creando lazos de afectividad y de lealtad hacia la empresa. Así mismo capacitándolos constantemente para que el equipo de trabajo sienta que evoluciona y crece profesionalmente

3 ¿Para usted cuáles son las características que debe tener un responsable de comunicación interna y pueda desarrollar su trabajo con eficiencia?

Básicamente debe estar distanciado de creencias o estilos que den preferencia alguna a cualquier tipo de situación y de preferencia debe pasar desapercibido. Para que su trabajo sea eficiente se debe ver reflejado únicamente lo que el emisor quiere dar a conocer.

4 ¿Qué herramientas básicas maneja usted para hacer un diagnóstico de comunicación?

- Observación Participante
- Encuestas
- Entrevistas
- Focus Groups

Después de la utilización de estas herramientas se debe tener la capacidad para interpretar los resultados y poder realizar un diagnóstico del proceso de comunicación interna.

5 ¿Por qué es importante para la institución la gestión de la comunicación, tanto interna como externa?

Porque la comunicación es la base de la relación entre las personas y entre las organizaciones. Por medio de ella podemos transmitir lo que somos y a que nos dedicamos podemos transmitir con coherencia las estrategias y los objetivos de la organización para llegar al éxito.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis e Interpretación de resultado de datos

Luego de recolectar información mediante las encuestas realizadas se procedió a tabular analizar e interpretar los resultados obtenidos. Así mismo se procedió a la elaboración de tablas y gráficos en los que se tallaron las cifras obtenidas tales como el número de encuestas aplicadas y los porcentajes resultantes de cada una de ellas.

- **Codificación de la Información**

Es el proceso de enumeración de cada pregunta de la encuesta que sirve para facilitar el proceso de la tabulación de los datos recopilados.

- **Tabulación de la Información**

La tabulación se realizó por medio de Excel el cual sirvió mucho de ayuda para verificar los resultados obtenidos y así mismo a la interpretación de los resultados.

- **Graficar**

Se refiere a la presentación de los resultados obtenidos; es decir los gráficos utilizados para hacer la comparación de las respuestas obtenidas y resumidas en una misma presentación.

- **Análisis**

Este fue realizado de acuerdo a los resultados obtenidos en cada pregunta de la encuesta y que nos sirve como referencia para observar más detalladamente los que se debe mejorar o lo que se debe mantener.

- **Interpretación**

La interpretación se realizó basada en el análisis de los resultados obtenidos con la finalidad de encontrar una solución a la problemática en estudio

4.2 Análisis de resultados de las encuestas

La presente encuesta tuvo como finalidad validar la importancia de la comunicación interna y cuáles son los factores que influyen en este proceso dentro de la Escuela de Negocios Humane.

1.- ¿Cómo son los canales de comunicación interna dentro de la institución?

DATOS	N	%
Muy Claros	4	15
Claros	9	35
Medianamente Claros	13	50
TOTAL	26	100%

Tabla 5: Nivel de comprensión en los canales de comunicación interna

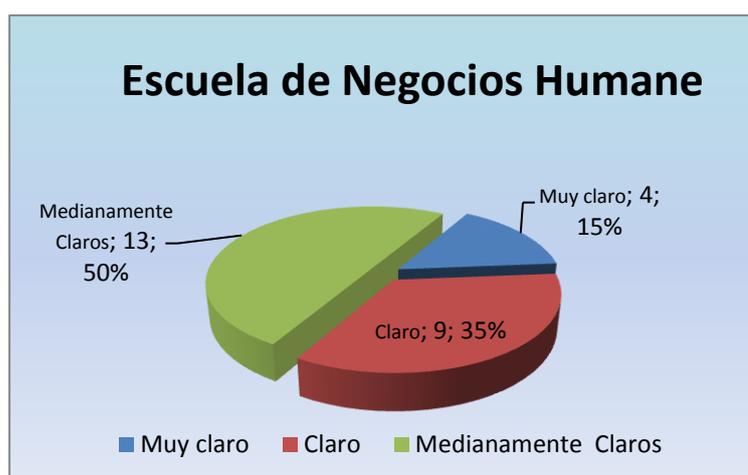


Ilustración 6: Porcentaje del nivel de comprensión en los canales de comunicación interna

Análisis:

Del 100% de los trabajadores encuestados el 50%; es decir 13 trabajadores manifestaron que los canales de comunicación son medianamente claros; mientras que el 35% manifiesta que son claros y un 15% se mantiene en que los medios de comunicación son muy claros.

Interpretación

Se puede observar que una cantidad considerable de trabajadores de la organización piensan que los canales de comunicación que existen dentro de la institución son medianamente claros; es decir no que no son comprensibles para la mayoría de ellos por lo cual podemos afirmar que la organización ha descuidado este proceso.

2.- ¿Cree usted que la comunicación organizacional que se da dentro de la institución es adecuada?

DATOS	N	%
Muy adecuada	3	12
Adecuada	13	50
Poco adecuada	10	38
TOTAL	26	100%

Tabla 6: Nivel de la apropiada comunicación organizacional

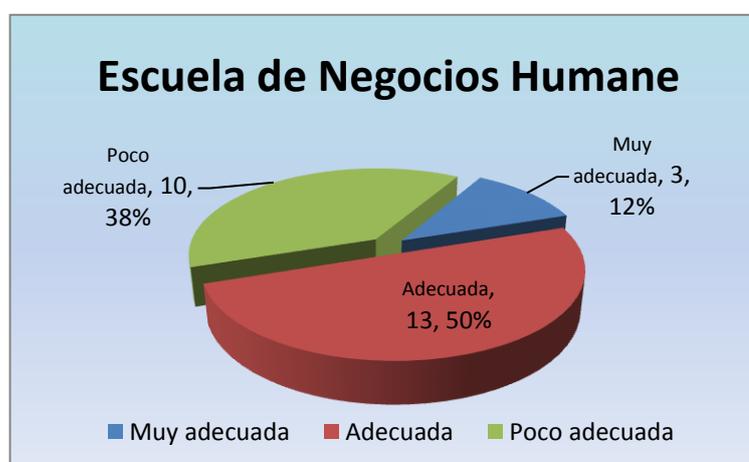


Ilustración 7: Porcentaje de la apropiada comunicación organizacional

Análisis:

Del total de encuestados un 50% afirman que la comunicación organizacional que se da dentro de la institución es adecuada.

Interpretación

La comunicación organizacional que se maneja en la institución es adecuada sin embargo se aprecia que se debe realizar un mejoramiento en este aspecto de comunicación organizacional que los lleve a lograr una comunicación consolidada y altamente adecuada para cumplir con los objetivos y metas de dicha organización.

3.- ¿De acuerdo a su apreciación personal que tipo de coordinación existe entre las áreas de trabajo?

DATOS	N	%
Muy Buena Coordinación	0	0
Mediana Coordinación	14	54
Mala Coordinación	12	46
TOTAL	26	100%

Tabla 7: Nivel de apreciación sobre la coordinación departamental

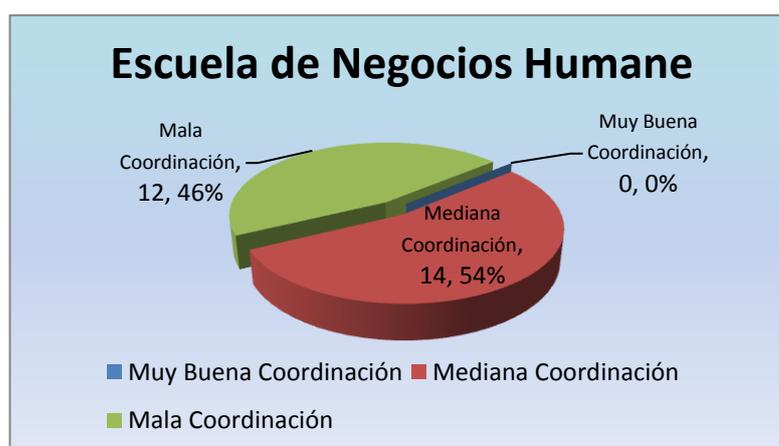


Ilustración 8: Porcentaje de apreciación sobre la coordinación departamental

Análisis:

Un 54% de los encuestados considera que la coordinación entre las áreas departamentales es mediana, mientras que el 46% asegura que es mala y el 0% sostiene que no existe Muy buen coordinación.

Interpretación

La mayoría de los encuestados han expresado que existe una coordinación de tipo medio es decir que se evidencia que algo no está siendo tratado con la importancia que amerita y lo cual puede producir daños mayores en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

4.- ¿Según su apreciación considera que la repartición de funciones influye sobre el trabajo en equipo en la institución?

DATOS	N	%
Siempre	13	50
A veces	11	42
Nunca	2	8
TOTAL	26	100%

Tabla 8: Nivel de apreciación sobre distribución de funciones

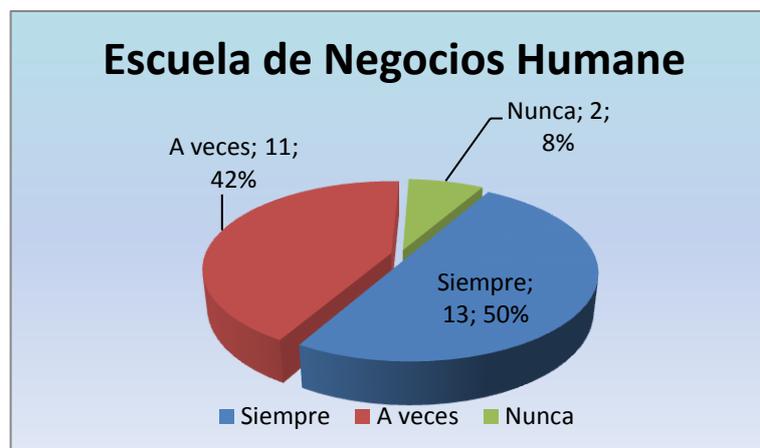


Ilustración 9: Porcentaje de Distribución de funciones

Análisis:

El 50% de los encuestados coinciden en que la distribución correcta de funciones influye mucho en el trabajo en equipo que se desarrolle en la institución; mientras que el 42% piensa que puede influir a veces y un mínimo de 8% está seguro que nunca afecta.

Interpretación

Se observó que la mitad de los encuestados aseguran que la repartición de funciones o actividades interfiere sobre el trabajo en equipo en una institución, tanto así que se podría estar generando malestar y desorganización en los colaboradores al sentir que sus funciones no son las adecuadas para su perfil.

5.- ¿Conoce los diferentes tipos de comunicación interna que existen en la Institución?

DATOS	N	%
Todos	0	0
Algunos	10	39
Pocos	12	46
Ninguno	4	15
TOTAL	26	100%

Tabla 9: Nivel de conocimiento sobre los tipos de comunicación

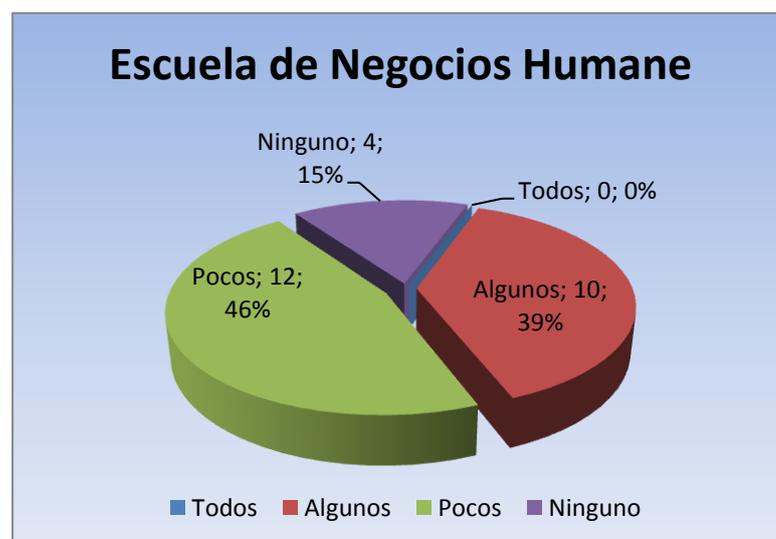


Ilustración 10: Porcentaje de conocimiento de tipos de comunicación

Análisis:

El 46% de los trabajadores encuestados conoce muy poco sobre qué tipos de comunicación se maneja dentro de la institución; mientras que el 39% conoce algunos y un 0% desconocen todos los tipos de comunicación que existen.

Interpretación

Los resultados reflejados de la encuesta nos dice que la mayoría de los empleados de la organización no conocen específicamente que tipos de comunicación interna se dan en la organización; lo cual genera un ambiente de falta de comunicación por desconocimiento de los medios disponibles para realizar este tipo de gestión con los demás departamentos.

6.- ¿Cómo son considerados los medios de comunicación interna con los que cuenta la institución?

DATOS	N	%
Excelente	0	0
Muy Bueno	2	8
Bueno	15	58
Malo	9	34
TOTAL	26	100%

Tabla 10: Nivel de eficiencia en los medios de comunicación

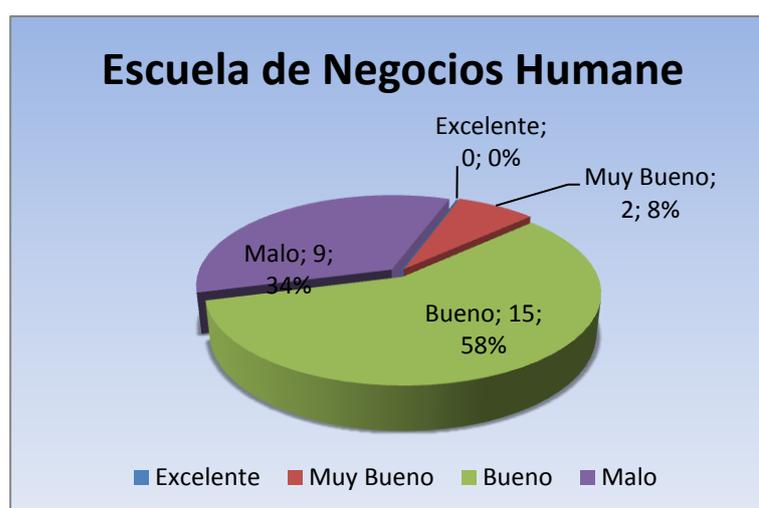


Ilustración 11: Porcentaje de eficiencia en los medios de comunicación

Análisis:

En la tabla anterior se puede apreciar que 15 trabajadores que representan el 58 % del total encuestado califican como bueno a los medios de comunicación internos de la institución.

Interpretación

El 58% de los trabajadores afirma que los medios de comunicación interna son buenos; después de analizar los resultados se sugiere trabajar en este tema para perfeccionar el sistema de comunicación y que los resultados negativos mejoren.

7.- ¿Está usted de acuerdo con que existen barreras de adaptación dentro de la comunicación organizacional en la institución; elija la que cree que existe?

DATOS	N	%
Falta o ausencia de planeación	13	50
Información expresada deficientemente	6	23
Supuestos o hechos confusos	7	27
Ninguna Barrera	0	0
TOTAL	26	100%

Tabla 11: Nivel de barreras en la comunicación organizacional

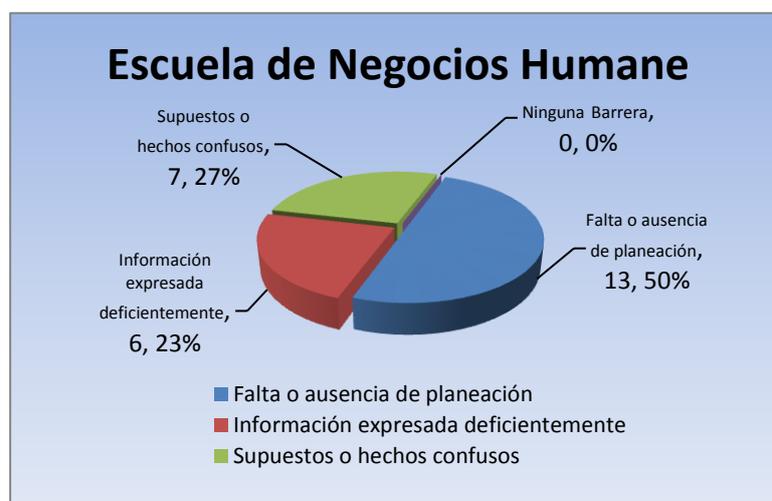


Ilustración 12: Porcentaje de barreras en la comunicación organizacional

Análisis:

Se observa que el 50% de los trabajadores encuestados manifiestan que existen barreras en la comunicación Organizacional de la institución las que son expresadas en falta o ausencia de planeación en las actividades a realizar.

Interpretación

Los resultados de la investigación manifiestan que los trabajadores de la institución están de acuerdo en que existen barreras de adaptación con las que tiene que enfrentarse la comunicación organizacional de la empresa y en las que se debe trabajar de acuerdo a la apreciación que ellos dan y que se encuentran expresadas en el cuadro de datos.

8.- ¿Cómo considera el clima organizacional de la institución?

DATOS	N	%
Excelente	0	0
Muy Bueno	10	38
Bueno	7	27
Malo	9	35
TOTAL	26	100%

Tabla 12: Nivel apreciación del clima laboral

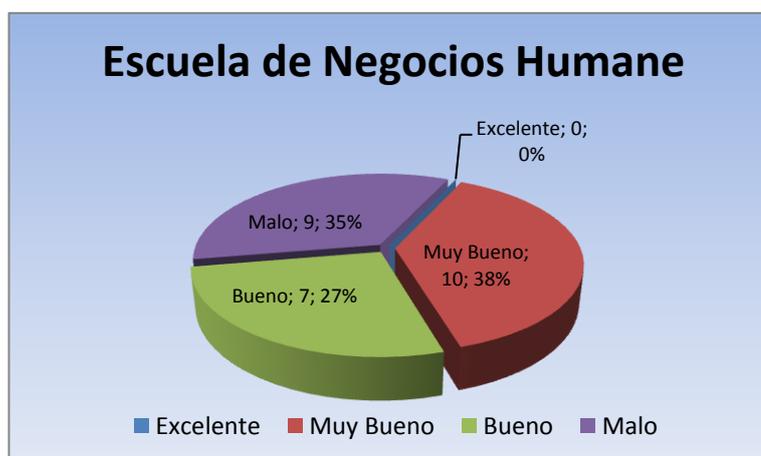


Ilustración 13: Porcentaje de apreciación en el clima laboral

Análisis:

El 38% de los encuestados considera que el clima organizacional de la institución es muy bueno, mientras que el 35% indica que es malo.

Interpretación

Los resultados expresados en la tabla de datos indican que un grupo importante de trabajadores encuestados manifiestan que el clima organizacional de la institución es adecuado para desarrollar las actividades planificadas; es decir que se debe trabajar con el resto de trabajadores para mejorar sus opiniones con respecto al ambiente laboral.

9.- ¿Considera usted que existe algún tipo de influencia de parte de los agentes de cambio para el desarrollo organizacional de la institución?

DATOS	N	%
Siempre	18	69
A veces	7	27
Nunca	1	4
TOTAL	26	100%

Tabla 13: Nivel de influencia de agentes de cambio



Ilustración 14: Porcentaje de influencia de agentes de cambio en la Escuela de Negocios Humane

Análisis:

El 69% de los trabajadores considera que siempre existe influencia de los agentes de cambio en la institución.

Interpretación

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a los trabajadores de la institución se observó que 18 de los trabajadores; es decir el 69% consideran que siempre existen agentes de cambio en la institución los cuales están prestos a desarrollar los potenciales y los recursos del sistema organizacional.

4.3 Determinación de la novedad de mayor incidencia mediante la encuesta realizada.

Mediante la encuesta pudimos conocer algunos de los factores que influyen en la comunicación dentro de la institución, se logró conocer que la falta de comunicación está ligada al desconocimiento de sus deberes y responsabilidades; es decir que nadie se hace responsable de proporcionar la información correcta o en el tiempo establecido. Así mismo se pudo conocer que los trabajadores no saben codificar los mensajes lo que genera una mala comprensión de estos y contribuye a que se generen supuestos hechos que influyen en la productividad departamental.

Así mismo las encuestas permitieron conocer la percepción que tienen los trabajadores sobre el clima laboral de la institución y la importancia de tener una buena comunicación y coordinación entre las áreas de trabajo para cumplir con los objetivos de la organización.

4.4 Análisis de las causas que provocan las mayores novedades en la falta de comunicación en la institución.

Teniendo en cuenta que la comunicación interna es la forma de relacionarse con las personas del mismo entorno laboral, podemos mencionar que las causas de mayor incidencia por la que se genera la falta de comunicación dentro de la institución es el escaso compromiso de ciertos colaboradores

hacia la empresa; es decir que hay muchos colaboradores que no tienen "la camiseta puesta" por lo tanto tienen un nivel de compromiso bajo o nulo.

Por otro lado también se han detectado obstáculos en el flujo de información, es decir que la información necesaria para procesar los trabajos no circula de la manera ni por el canal respectivo generando atrasos y desorden en el clima laboral dentro de la institución.

Así como también existe poco conocimiento del organigrama de la institución lo cual conlleva a que los colaboradores no conozcan a quien deben comunicar los acontecimientos suscitados y cuáles son sus responsabilidades como colaborador, provocando así pérdida de tiempo y duplicidades de trabajos que tienen como efecto productividad negativa por no recurrir a la persona indicada.

Por último se pudo observar la falta de retroalimentación lo cual es vital para mantener una buena comunicación interna. La falta de seguimiento es una de las causas más comunes dentro de la institución ya que no se controla la recepción de los mensajes y mucho menos la comprensión del mismo ocasionando que el objetivo no se realice de la mejor manera posible.

4.5 Análisis de las causas que provocan las mayores insatisfacciones por la falta de comunicación institucional

La insatisfacción por la falta de comunicación dentro de la institución se ha dado a conocer mediante el deterioro de la eficiencia ya que los objetivos no se están cumpliendo ni a corto ni a mediano plazo, es decir que los colaboradores no se están concentrando en su trabajo lo que provoca problemas en la productividad de sus actividades

Otra causa de insatisfacción es la mala gestión de los procedimientos internos lo cual es el origen de la mayoría de los problemas puertas adentro que presenta la organización. Esta falta de claridad en los procesos hace que se creen sentimientos negativos entre compañeros, falta de confianza hacia los

líderes y un mal clima laboral afectando la continuidad de cada proceso que desarrolla la empresa.

Así mismo se refleja la mala comunicación en la recepción de correos electrónicos con errores que luego deben reescribirse ya que no incluyen algunos datos relevantes que perjudican el flujo de trabajo y hacen lento el ritmo de trabajo de todos los implicados.

Las líneas estratégicas se vuelven poco claras ya que los objetivos no fueron compartidos en una instancia común, de modo que cada cual los entiende a su manera generándose confusión respecto a las expectativas de la institución y sus prioridades.

Como efecto colateral de la falta de comunicación interna, los estudiantes perciben un deterioro en el servicio que se ofrece e incluso reportan que sus solicitudes no se realizan en el tiempo estipulado sintiéndose molestos porque el mal clima laboral repercute en la atención que reciben por parte de los colaboradores de la institución.

4.6 Plan de Mejoras

Es el documento que servirá de guía para aplicarse en las diferentes áreas de la institución al momento de aplicarse la estrategia, con el propósito de alcanzar los objetivos del plan.

El plan es una guía en el cual se detalla cómo se van a lograr los objetivos, así como la distribución de los talentos, actividades y demás acciones a especificar; es pronosticar el futuro por medio de diseños de estructuras de acción con el fin de determinar las viables operaciones, así también los potenciales resultados de las mismas, de esta forma elegir el más idóneo y de acuerdo a los recursos asignados.

Tabla 14: Propuesta de Plan de Mejora

Oportunidad de mejora:		La Comunicación Organizacional en la Escuela de Negocios Humane			
Meta:		Mejorar los procesos de comunicación interna dentro de la Institución.			
Responsable:		Tatiana Peña Tabares			
¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?
Desarrollar estrategias que estén acorde a las necesidades que presenta la organización y que sirvan de guía para el mejoramiento de la comunicación interna dentro de la institución	El director Ejecutivo y los líderes de cada departamento	<p>Definiendo estrategias que sean flexibles y que aporten en el mejoramiento de las falencias presentadas por la mala comunicación interna</p> <p>Con charlas periódicas sobre temas de comunicación interna.</p> <p>Potenciando los medios de comunicación interna más utilizados.</p> <p>Colocando un buzón de sugerencias</p> <p>Comunicando a través de paneles informativos las diversas actividades de la institución educativa.</p> <p>Fomentando integraciones laborales 2 veces al año</p> <p>Estimulando al personal por su destacada labor y compromiso</p>	<p>Propagar la cultura institucional ayudara a que el personal de la organización transmita los valores intangibles que la caracterizan</p> <p>Cumplir con los objetivos organizacionales habla de la calidad de servicio que ofrece la organización y hacia donde está enfocada.</p> <p>Mejorar la satisfacción de los clientes internos y externos en relación al servicio que brinda la institución</p>	Institución educativa “Escuela de Negocios Humane”	Permanente

4.7 Logros para el plan de mejora

Con el plan de mejoras se espera perfeccionar el proceso de comunicación organizacional en la institución dando como resultado la acogida de las nuevas estrategias que ayudaran en la comunicación departamental.

Tabla 15: Logros para el Plan de mejora

METAS	LOGROS
<p>Desarrollar estrategias acordes a las necesidades que tiene la organización para el mejoramiento de la comunicación departamental dentro de la institución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Fomentar el trabajo en equipo. ❖ Organizar reuniones de staff regularmente ❖ Oportunidades de capacitación ❖ Establecer reuniones de ritmo. <p>Con la aplicación de estas técnicas los empleados tendrán una relación de confianza esencial para seguir con su trabajo; será más activo y productivo ayudando en los objetivos organizacionales</p>
<p>Desarrollar charlas periódicas sobre temas de comunicación interna.</p>	<p>Ayudará a detectar situaciones imprevistas que influyan el flujo de la comunicación y que impidan avanzar en las tareas y objetivos trazados</p>
<p>Potenciar los medios de comunicación interna más utilizados</p>	<p>Por medio de capacitaciones tecnológicas dar a conocer el uso adecuado del correo electrónico y sus herramientas. La utilización de herramientas de uso empresarial acortara tiempo, espacio y comprensión de lo que se quiere dar a conocer mediante su uso.</p>
<p>Comunicar a través de paneles informativos las diversas actividades de la institución educativa.</p>	<p>Por medio de carteleras digitales, carteleras manuales y tableros digitales colocados en puntos estratégicos de la institución todo el personal se mantendrá informado de los acontecimientos de la organización.</p>
<p>Fomentar integraciones laborales 2 veces al año</p>	<p>Ayudará en la inclusión social y generara compromiso de los empleados hacia la organización con un buen ambiente interno</p>
<p>Estimular al personal por su destacada labor y compromiso</p>	<p>Realizar reuniones para destacar los hechos y logros valiosos de un empleado hará que los empleados se motiven en cumplir los objetivos. Recompensar las buenas ideas por medio de mails masivos y apreciación personal aumentara aún más el desempeño y comunicación organizacional</p>

CONCLUSIONES

Haciendo una revisión de todo lo destacado por los distintos autores en relación a la comunicación organizacional podemos concluir que el centro de las organización es la comunicación interna, ya que sin esta no se podría planificar ni coordinar las actividades que nos direccionen a los objetivos institucionales.

Definitivamente la comunicación interna es la parte primordial dentro de una organización ya que por medio de esta se puede integrar a todos los colaboradores de una institución y así mismo se puede estudiar si cada uno de ellos se ajusta a los valores y objetivos de la organización. Toda organización tiene su forma de manejar la comunicación interna; ya que esta es quien la identifica y la diferencia de otras dándole su propia imagen. La comunicación interna es aquella que se entiende como el mecanismo de informar a todos los miembros de una organización sobre las diferentes actividades y acontecimientos que suceden en la organización y que son de competencia de cada uno de sus colaboradores.

Luego de la investigación realizada en base a la falta de comunicación en la institución de educación superior, Escuela de Negocios Humane hemos notado que existen diferentes factores que impiden una buena comunicación interna.

- ❖ Existen grupos de colaboradores que no están enterados de las funciones que realiza la institución por lo cual se efectuó un análisis de las herramientas de comunicación interna que posee la institución dando como resultado el mal manejo de estas herramientas institucionales, específicamente la más utilizada que es el correo electrónico; el mismo que no es explotado de manera empresarial.
- ❖ Las falencias presentadas por la falta de comunicación interna están recayendo en el cumplimiento y coordinación de las actividades que se dan

dentro de la organización; es decir no se están cumpliendo en los plazos establecidos ni según los objetivos planteados.

- ❖ La falta de comunicación organizacional ha influido directamente sobre la mala atención a los clientes externos de la Escuela de Negocios Humane así como también en las malas actitudes entre trabajadores de la misma institución.
- ❖ Muchos de los empleados de la institución conocen poco sobre los medios de comunicación que existen dentro de la institución, así como tampoco conocen sobre el uso que le pueden dar al correo electrónico y sus ventajas al utilizarlo.
- ❖ Así mismo se observó que la distribución de funciones está afectando directamente sobre el trabajo en equipo; lo cual genera falta de sencillez y compañerismo afectando directamente el clima organizacional de la institución educativa Escuela de Negocios Humane.
- ❖ También se observó la ausencia de planificación y coordinación interdepartamental, malos entendidos y hechos confusos a causa de información expresada deficientemente.
- ❖ Así mismo se visualizó que existen agentes de cambios que interceden por la mejora de la institución pero les falta dar el seguimiento respectivo y mejorar las estrategias planteadas las cuales ya son caducas y no ayudan al mejoramiento de la comunicación entre colaboradores ni a la adaptación de trabajo en equipo.
- ❖ Se concluye con que la comunicación organizacional interna de la Escuela de Negocios Humane no está cumpliendo las funciones correspondientes para alcanzar los objetivos institucionales como son generar identificación institucional por parte de los trabajadores y tampoco se están fortaleciendo las relaciones interpersonales entre los colaboradores.

RECOMENDACIONES

Habiendo realizado el estudio de la comunicación interna en la institución educativa Escuela de Negocios Humane se recomienda que todos los miembros que forman parte de dicha institución siempre mantengan diálogos o acercamientos frecuentes que les permita intercambiar ideas para el cumplimiento de los objetivos institucionales y así puedan realizar sus actividades encaminadas a las metas de la organización y con un mismo propósito de mejoramiento y crecimiento institucional.

- ❖ Se deben realizar acercamientos continuos entre todo el personal que labora en la institución para que se socialicen los objetivos institucionales, las metas y los logros obtenidos por la institución. así como también se debe tomar en cuenta el aporte de cada empleado con respecto a los cambios positivos dentro de la misma.
- ❖ Se recomienda la implementación de la cartelera digital en un punto estratégico de la institución para que sea visible y se den a conocer las últimas novedades dentro de la organización con la finalidad de que cada empleado este totalmente informado de todos los acontecimientos.
- ❖ Corregir las falencias presentadas en la comunicación organizacional interna para que así mejoren las relaciones interdepartamentales y la coordinación de las actividades entre todo el personal.
- ❖ Mantener informados a los colaboradores de la institución sobre los tipos de comunicación que existen dentro de la institución y así mismo socializar por cuál de estos medios serán transmitida la información con cada uno de ellos.
- ❖ Analizar la distribución de funciones de los colaboradores y la incidencia que tiene sobre los trabajos en equipo dentro de la institución. Además de eso se deben realizar charlas de motivación y capacitación para así

mejorar el clima organizacional de la Escuela de Negocios Humane con la finalidad de obtener mejores relaciones interpersonales y mejor desenvolvimiento en sus actividades.

- ❖ Definir estrategias flexibles tales como el trabajo en equipo, las reuniones de ritmo y oportunidades de capacitación, las mismas que generaran un ambiente de confianza y ayudaran en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, J. M. (2011). *TRABAJO EN EQUIPO*. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=PN3o6Y3NTA0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- AGUILERA, J. (12 de 02 de 2009). de *Gerencia.com*. Obtenido de http://www.degerencia.com/articulo/comunicacion_por_indicadores_ii
- Amazonia Team Factory. (15 de 09 de 2014). *Amazonia Team Factory*. Recuperado el 22 de 06 de 2017, de LA COMUNICACIÓN INTERDEPARTAMENTAL: DEL AISLAMIENTO AL ENRIQUECIMIENTO: <http://amazonia-teamfactory.com/blog/relaciones-interdepartamentales/>
- AMORÓS, E. (2011). *Comportamiento Organizacional*. Lambayeque, Perú:.
- ANDRADE, H. (2005). COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL NATURALEZA Y ALCANCE. En H. ANDRADE, *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA: PROCESO, DISCIPLINA Y TECNICA* (pág. 16). ESPAÑA: Gesbiblo, S.L.
- Arriagada, J. M. (11 de MAYO de 2011). *CULTURA COMUNICATIVA*. Obtenido de Origen, evolución y objetivos de la comunicación interna: <https://culturacomunicativa.wordpress.com/2011/05/11/origen-evolucion-y-objetivos-de-la-comunicacion-interna/>
- Ayón, R. M. (06 de 2006). *Division de apoyo para el aprendizaje*. Recuperado el 28 de 06 de 2017, de Importancia de la comunicación en las organizaciones, un sistema de comunicación eficiente y un experto en comunicación que lo administre.: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pPQxrbl-k_oJ:genesis.uag.mx/revistas/escholarum/articulos/negocios/organizacional.cfm+&cd=11&hl=es&ct=clnk&gl=ec
- Balarezo, D. (2014). *Tesis la comunicacion Organizacional*. Obtenido de "La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive": <https://hsigrist.github.io/TES2016/132%20o.e..pdf>
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago, Chile: EBS Consulting Group.
- Carrasco, M. (2014). Pasión por la Comunicación y la Gestión. *DIRCOM*, 1-2.
- CHIAVENATO, I. (2009). COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL - LA DINÁMICA DEL EXITO EN LAS ORGANIZACIONES. En *INTRODUCCIÓN AL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL* (pág. 6). MEXICO: McGRRAW-HILL.

- CUEVA, J. C. (8 de OCTUBRE de 2010). *PSICOLOGIA Y EMPRESAS - RENOVANDO EMPRESAS CON TALENTO HUMANO*. Recuperado el 9 de JULIO de 2017, de Que es el comportamiento organizacional: <http://psicologiayempresa.com/%C2%BFque-es-el-comportamiento-organizacional.html>
- EMIR, A. (21 de ABRIL de 2013). *emirarismendi-planificaciondeproyectos*. Recuperado el 17 de JULIO de 2017, de tipos y diseño de la investigación: http://planificaciondeproyektosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-disenio-de-la-investigacion_21.html
- GÓMEZ, M. (2007). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: el uso de los*. Obtenido de <http://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/2656>.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN*. En J. POET RODRIGUEZ, *Definición del alcance de la Investigación* (pág. 95). Mexico: McGRAW-HILL.
- HONORES, H. (2005). <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=la+comunicacion+organizacional+interna+andrade+h&ots=gmnqzuYUq0&sig=qmct96wXlwC9pA84hvLokMbJYJo#v=onepage&q&f=false>.
- KOH, G. D. (17 de MARZO de 2014). *GESTIOPOLIS*. Recuperado el 9 de JULIO de 2017, de La importancia de la comunicación organizacional: <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-comunicacion-organizacional/>
- La voz de Houston and the Houston Chronicle. (2017). *La importancia de la comunicación entre los diferentes departamentos de una organización*.
- Leon, A., & Mejia, S. (2010). *Resumen de Tesis*. Obtenido de "Propuestas de Comunicación interna para la Unidad de Comunicación Social: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1800/1/tc269.pdf>
- LLACUNA, J., & LAURA PUJOL, &. (25 de NOVIEMBRE de 2013). *CENTRO NACIONAL DE CONDICIONES DE TRABAJO*. Recuperado el 9 de JULIO de 2017, de La comunicación en las organizaciones: http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/601a700/ntp_685.pdf
- MARK CANNICE, HAROLD KOONTZ, HEINZ WEIHRICH. (2012). *ADMINISTRACION UNA PERSPECTIVA GLOBAL Y EMPRESARIAL*. MEXICO: McGRAW-HILL.
- MORENO GALINDO, E. (12 de AGOSTO de 2013). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION PAUTAS, PARA HACER TESIS*. Recuperado el 11 de JULIO de 2017, de CONCEPTO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: [69](http://tesis-

</div>
<div data-bbox=)

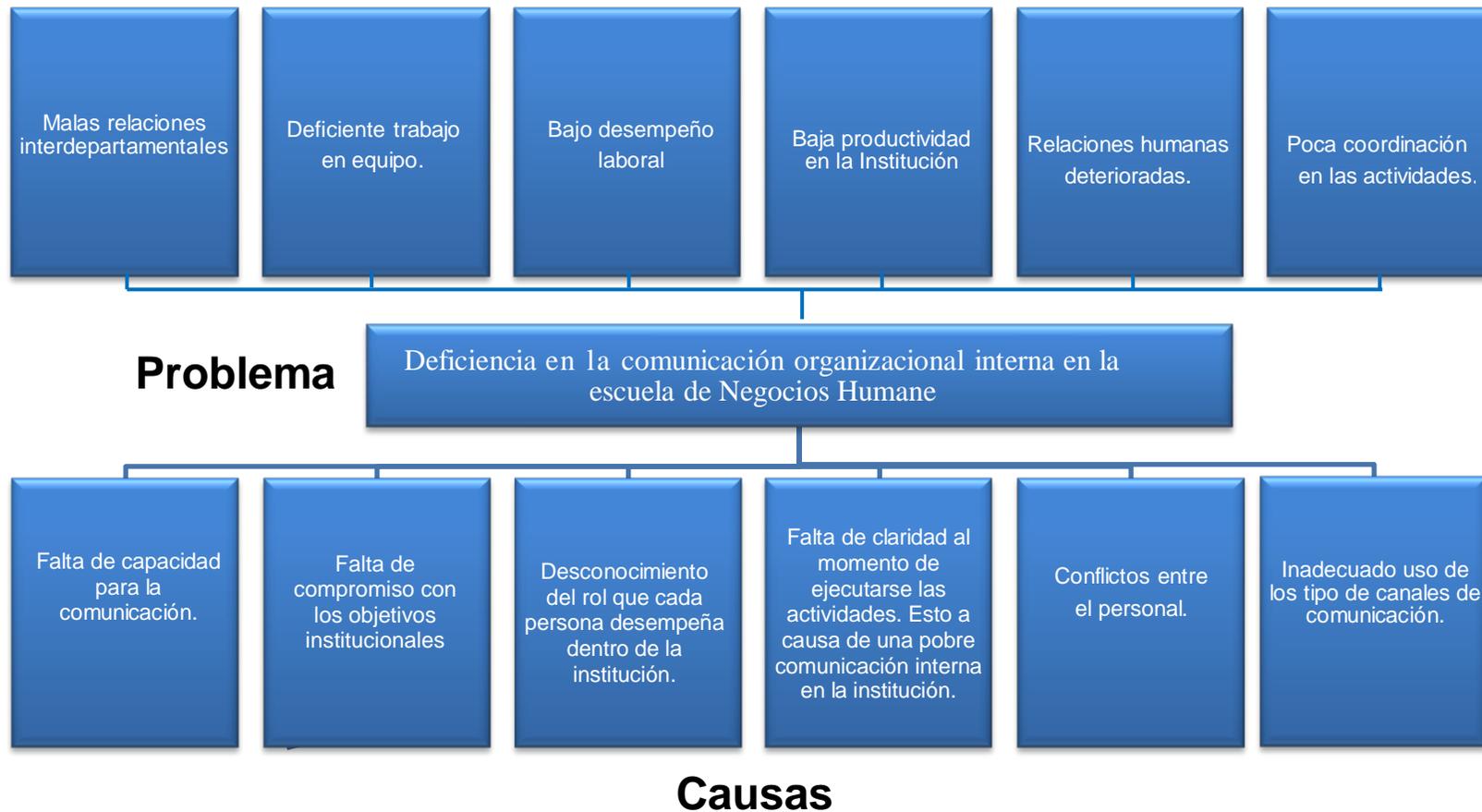
investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/concepto-de-diseno-de-investigacion.html

- NUÑEZ MOLLINEADO, D. (16 de MARZO de 2011). *EL PROCESO DE LA COMUNICACION*. Recuperado el 9 de JULIO de 2017, de ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.: <https://danov89.wordpress.com/el-proceso-de-la-comunicacion/>
- NUÑEZ, K. K. (29 de MARZO de 2012). *GESTEOPOLIS*. Recuperado el 9 de JULIO de 2017, de Comunicación organizacional: tipos, flujos, barreras y auditoría: <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>
- Pedrotti, G. J. (20 de Agosto de 2011). *RECURSOS HUMANOS, COMUNICACIÓN Y LIDERAZGO*. Obtenido de <https://gpedrotti.files.wordpress.com/2011/08/recursos-humanos-comunicacion-y-liderazgo.pdf>
- ROBBINS, S. P. (2004). *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*. MEXICO: PEARSON EDUCACION.
- saenz, M. (16 de 03 de 2014). *Observatorio de Recursos Humanos*. Recuperado el 22 de 06 de 2017, de Los conflictos que genera la ausencia de comunicación interna: <http://www.observatoriorh.com/gestion/comunicacion-interna-oportunidades-trabajar-en-las-organizaciones.html>
- TUESTA, N. (2013). *SLIDESHARE*. Recuperado el MAYO de 2017, de TESIS COMUNICACION ORGANIZACIONAL INTERNA: <https://es.slideshare.net/NellyTuesta/tesis-completa-de-comunicacion-organizacional-interna>
- WIGODSKI, J. (14 de JULIO de 2010). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Recuperado el 14 de JULIO de 2017, de POBLACION Y MUESTRA: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

ANEXOS

Anexo 1 Árbol de Problemas

Efectos



Anexo 2 Evidencia de Encuestas Realizadas









Anexo 3 Formato de Encuesta

ENCUESTA

Por favor responda las siguientes preguntas tomando en cuenta su apreciación personal. Marque con una "x" su respuesta, sus respuestas serán tratadas confidencialmente y utilizadas para mejorar los problemas de comunicación interna tratados en la investigación que se está realizando.

Pregunta 1

¿Cómo son los canales de comunicación interna dentro de la institución?

Muy claros

Claros

Medianamente Claros

Pregunta 2

¿Cree usted que la comunicación organizacional que se da dentro de la institución es adecuada?

Muy adecuada

Adecuada

Poco adecuada

Pregunta 3

¿De acuerdo a su apreciación personal que tipo de coordinación existe entre las áreas de trabajo?

Muy Buena Coordinación

Mediana Coordinación

Mala Coordinación

Pregunta 4

¿Considera que la distribución de funciones influye sobre el trabajo en equipo dentro de la institución?

Siempre

A veces

Nunca

Pregunta 5

¿Conoce los diferentes tipos de comunicación interna que existen en la Institución?

Todos

Algunos

Pocos

ninguno

Pregunta 6

¿Cómo considera usted a los medios de comunicación interna con los que cuenta la institución?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Malo

Pregunta 7

¿Considera que existen barreras de adaptación con las que tiene que enfrentarse la comunicación organizacional de la institución; elija la que crea que existe?

Falta o ausencia de planeación

Información expresada deficientemente

Supuestos o hechos confusos

Ninguna Barrera

Pregunta 8

¿Cómo considera el clima organizacional de la institución?

Muy adecuado

Poco Adecuado

Nada Adecuado

Pregunta 9

¿Existe participación de un agentes de cambio (personas que influyen) que influya sobre el desarrollo organizacional dentro de la institución?

Siempre

A veces

Pocas Veces

Nunca

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Boliviano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de un plan de mejoras en los procesos de comunicación Institucional”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide la comunicación departamental en el desarrollo organizacional de la Escuela de Negocios Humane de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2017?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:



Presentado por la Egresada: **Tatiana Jazmín Peña Tabares**

Tutor:



Ph. D. Ángel Gilberto Orellana Carrasco



Factura: 001-001-000023187



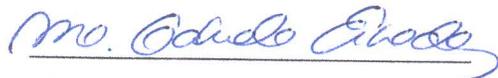
20170901078D02300

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901078D02300

Ante mí, NOTARIO(A) MARIA GABRIELA ESTRADA ZAPATIER de la NOTARÍA SEPTUAGESIMA OCTAVA , comparece(n) TATIANA JAZMIN PEÑA TABARES portador(a) de CÉDULA 0919558148 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en DAULE, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 17 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (11:48).


TATIANA JAZMIN PEÑA TABARES
CÉDULA: 0919558148





NOTARIO(A) MARIA GABRIELA ESTRADA ZAPATIER
NOTARÍA SEPTUAGESIMA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

Tatiana Jazmin
Miembro y Ap.
No. de cedula

REPUBLICA
Ministerio de Educación

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE
TITULACIÓN



Yo, Peña Tabares Tatiana Jazmín en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de un plan de mejoras en los procesos de comunicación institucional, de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Tatiana Jazmín Peña Tabares

Nombre y Apellidos del Autor


Firma

No. de cedula: 0919558148



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0919558148

Nombres del ciudadano: PEÑA TABARES TATIANA JAZMIN

Condición del cedulaado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CARBO
/CONCEPCION/

Fecha de nacimiento: 31 DE MARZO DE 1987

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SECUNDARIA

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: MURILLO VELIZ ISMAEL ROLANDO

Fecha de Matrimonio: 9 DE JULIO DE 2011

Nombres del padre: PEÑA CAMPOVERDE JUAN AGUSTIN

Nombres de la madre: TABARES TOMALA JULIA

Fecha de expedición: 15 DE OCTUBRE DE 2012

Información certificada a la fecha: 17 DE NOVIEMBRE DE 2017

Emisor: MARIA GABRIELA ESTRADA ZAPATIER - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 78 - GUAYAS - GUAYAQUIL

Nº de certificado: 179-070-37780



179-070-37780

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACION Y CEDULACION

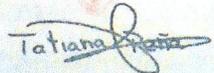
CÉDULA DE CIUDADANIA
No 091955814-8

APellidos y Nombres: PEÑA TABARES TATIANA JAZMIN
Lugar de Nacimiento: GUAYAS GUAYAQUIL
Fecha de Nacimiento: 1987-03-31
Nacionalidad: ECUATORIANA
Sexo: F
Estado Civil: CASADA
Ismael Rolando Murillo Veliz




INSTRUCCION: BACHILLERATO
PROFESION / OCUPACION: ESTUDIANTE
E2393V4222

APellidos y Nombres del Padre: PEÑA CAMPOVERDE JUAN AGUSTIN
APellidos y Nombres de la Madre: TABARES TOMALA JULIA
Lugar y Fecha de Expedición: GUAYAQUIL 2012-10-15
Fecha de Expiración: 2022-10-15

Director General: 
Firma del Cegularado: 



CERTIFICADO DE VOTACION
ELECCIONES GENERALES 2017
2 DE ABRIL 2017

015 JUNTA No.
015 - 052 NUMERO

PEÑA TABARES TATIANA JAZMIN
APELLIDOS Y NOMBRES

CIRCUNSCRIPCION: 1
ZONA: 5

GUAYAS PROVINCIA
GUAYAQUIL CANTON
FEBRES CORDERO PARROQUIA

CNE
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

0919558148 CÉDULA




ECUADOR
ELIGE CON
TRANSPARENCIA

ELECCIONES 2017
GARANTIZAMOS
TU DECISION

CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRAMITES PUBLICOS Y PRIVADOS


PJ PRESIDENTA/E DE LA JRV

IMP. IGM IAJ

AB. MARIA GABRIELA ESTRADA Z.
NOTARIA 78 CANTÓN GUAYAQUIL
DE CONFORMIDAD CON EL NUMERAL 5to. DEL ART. 18
DE LA LEY NOTARIAL VIGENTE DOY FE QUE LA FOTOCOPIA PRECEDENTE
COMPUESTA DE 110 FOLIOS ES UN(A) DOCUMENTO ORIGINAL

Guayaquil, 17 NOV 2017


AB. MARIA GABRIELA ESTRADAZ.
NOTARIA 78
CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

Luis Alberto Alzate

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Luis Alzate

Firma

