



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÌA  
UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA:  
Propuesta de mejora para la comunicación organizacional  
en La Asociación de Comerciante 'La Unión'**

**Autor:  
Jaime Carrión Johnny Roberto**

**Tutor:  
Ing. Com. Marlo López Perero Mba.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2018**

## **DEDICATORIA**

A Dios por su amor y su gracia para conmigo, ya que el permitió llegar hasta este momento y poder lograr mi objetivo.

A mis padres y a mi familia porque fueron el pilar fundamental a lo largo de mi carrera, por siempre motivarme y ser de gran apoyo emocional para que sea mejor cada día y creyeron en mí.

Jaime Carrión Johnny Roberto

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a Dios porque me permitió vivir una experiencia única en mi instituto a lo largo de mi carrera, gracias a mi familia por su amor hacia mí y por ser los causantes de cumplir mis sueños, por su paciencia, a mis amigos por el apoyo incondicional, a mis maestros que me enseñaron mucho y pude obtener nuevos conocimientos, y todo eso se ve reflejado en la culminación de mi carrera y lo que he realizado durante, este camino que no fue fácil pero tampoco imposible, gracias a su ayuda sin esperar nada a cambio.

Jaime Carrión Johnny Roberto

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejora para la comunicación organizacional en la Asociación de Comerciante La Unión”** y problema de investigación: **Deficiente comunicación interna, genera incongruente clima organizacional en la Asociación de comerciantes la unión del cantón Guayaquil, durante el año 2017**, presentado por **Jaime Carrión Johnny Roberto** como requisito previo para optar por el título de: **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

**Egresado:**

**Tutor:**

**Jaime Carrión Johnny Roberto**

**Ing. Com. Marlo López Perero Mba.**

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Jaime Carrión Johnny Roberto** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación: “**Propuesta de mejora para la comunicación organizacional en la Asociación de Comerciantes La Unión**”, de la modalidad de presencial 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 Empresas, 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/autorizamos 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*.

Jaime Carrión Johnny Roberto

Nombre y Apellidos del Autor

*Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más*

## 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.*

Aclaración:

*LO EXPUESTO ES DE OBLIGATORIO CUMPLIMIENTO, lo cual puede impedir la aceptación de los empastados*

*Usted debe traer la primera página del urkund sin empastar y ella como constancia garantiza la firma de los colaboradores del CEGESCYT (en Dp*



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración de Empresas

**Tema:**

**“Propuesta de mejora para la comunicación organizacional en la Asociación de Comerciante La Unión”**

**Autor: Jaime Carrión Johnny Roberto**

**Tutor: Ing. Com. Marlo López Perero Mba.**

**RESUMEN**

Este trabajo investigativo tiene como fin proponer una mejora para la comunicación organizacional ya que la comunicación es la esencia de la actividad organizativa y es imprescindible para su buen funcionamiento. En la asociación de comerciantes la unión se ha podido encontrar que existe una mala recepción de mensajes, el cual se distorsiona al momento de llegar a los demás miembros que laboran en la empresa y esto está generando un mal clima dentro de la organización generando conflictos entre todos los mandos y desobediencia al momento de acatar las órdenes establecidas desde los mandos altos. La problemática se da por la deficiente comunicación interna por parte de toda la organización en la cual no fluye correctamente, nadie tiene claro que roles deben cumplir los mandos medios y mandos operativos. Por eso se vio la necesidad de proponer mejoras como; procrear un buen ambiente laboral, ser cordial, amable, simpático, animador y procurar la unión.

Apreciar su opinión, presentar las decisiones que se tomen esto hará que no perjudique el ambiente laboral.

Comunicación organizacional

Clima

Comunicación



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración de Empresas

**Tema**

**“Propuesta de mejora para la comunicación organizacional en la Asociación de Comerciante La Unión”**

**Autor: Jaime Carrion Johnny Roberto**  
**Tutor: Ing. Com. Marlo López Perero Mba.**

**ABSTRACT**

This research work aims to propose an improvement for organizational communication since communication is the essence of organizational activity and is essential for its proper functioning.

In the association of merchants the union has been found that there is a poor reception of messages, which is distorted at the time of reaching the other members who work in the company and this is generating a bad climate within the organization generating conflicts between all controls and disobedience at the time of obeying the orders established from the high commands.

The problem is due to poor internal communication on the part of the entire organization in which it does not flow correctly, no one is clear about which roles should be met by the middle management and operational controls.

That's why you saw the need to propose improvements like; procreate a good work environment, be cordial, kind, friendly, encouraging and seek unity.

To appreciate your opinion, to present the decisions that are taken this will not harm the work environment.

Organizational communication

Organizational climate

Communication



## INDICE

TEMA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT .....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

##### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.- Ubicación del problema en un contexto.....	1
1.2 Situación problemática .....	3
1.3.- Delimitación Del Problema .....	4
1.4 Formulación del Problema.....	4
1.5.- Objetivos.....	4
1.5.1.- Objetivo General .....	4
1.5.2.- Objetivos Específicos .....	4
1.6.- Variables de la Investigación .....	5
1.7 Justificación.....	5

### CAPITULO II

#### MARCOTEORICO

2.1.- Antecedentes Históricos.....	7
2.2.- Antecedentes Referenciales.....	8
2.3.- Fundamentación teórica.....	9
2.4.- Fundamentación legal .....	18
2.6.- Definiciones Conceptuales .....	28

### CAPITULO III

#### METODOLOGÍA

3.1.- Breve presentación de la empresa .....	30
3.2.- Diseño metodológico.....	32
3.3.- Tipos de investigación.....	32
3.4.- Población y muestra.....	33

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Análisis de la encuesta.....	41
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES .....	58
ANEXOS .....	61
DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	61

## **INDICE DE TABLAS**

Tabla N°- 1 Causas y Efectos .....	3
Tabla N°- 2 Colaboradores.....	31
Tabla N°- 3 Población .....	34
Tabla N°- 4 Muestra .....	35
Tabla N°- 5 Genero .....	41
Tabla N°- 6 Edad.....	41
Tabla N°- 7 Nivel de Estudio .....	42
Tabla N°- 8 Escenarios físicos .....	43
Tabla N°- 9 Pago.....	44
Tabla N°- 10 Comunicación.....	45
Tabla N°- 11 Adecuada comunicación laboral.....	46
Tabla N°- 12 Trabajo en equipo .....	47
Tabla N°- 13 Nobleza hacia sus colaboradores.....	48
Tabla N°- 14 Satisfacción laboral .....	49

Tabla N°- 15 Capacitación a los trabajadores .....	50
Tabla N°- 16 Las capacitaciones mejoran la comunicación laboral .....	51
Tabla N°- 17 Estímulos para los colaboradores .....	52

## **INDICE DE GRAFICOS**

Grafico N°- 1 Organigrama.....	31
Gráfico N°- 2 Género.....	41
Gráfico N°- 3 Edad .....	42
Grafico N°- 4 Nivel de estudio .....	43
Gráfico N°- 5 Escenarios Físicos.....	44
Gráfico N°- 6 Pago .....	45
Gráfico N°- 7 Comunicación.....	46
Gráfico N°.- 8 Adecuada comunicación laboral .....	47
Grafico N°- 9 Trabajo en equipo.....	48
Gráfico N°- 10 Nobleza hacia sus colaboradores .....	49
Gráfico N°- 11 Satisfacción laboral.....	50
Gráfico N°- 12 Capitación a los trabajadores.....	51
Gráfico N°- 13 Las capacitaciones mejoran la comunicación laboral .....	52
Gráfico N°- 14 Estímulos para los colaboradores.....	53
Grafico N°- 15 Entrevistando al presidente de la cooperativa la Unión .....	64
Grafico N°- 16 Instalaciones de la Cooperativa .....	66
Grafico N°- 17 Entrevistando al conductor de la cooperativa .....	67

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### 1.1.- Ubicación del problema en un contexto.

La comunicación es la esencia de la actividad organizativa y es imprescindible para su buen funcionamiento. Una buena comunicación mejora la competitividad de la organización, su adaptación a los cambios del entorno, facilita el logro de los objetivos y meta establecidas, satisface las propias necesidades y la de los participantes, coordina y controla las actividades y fomenta una buena motivación, compromiso, responsabilidad, implicación y participación de sus integrantes y un buen clima integrador del trabajo.

Una buena comunicación interna en el trabajo es vital, ya que así los empleados se encuentran informados, escuchados y valorados al poder brindar sus opiniones y sugerencias. Es así como se logra una mayor lealtad de los trabajadores hacia la empresa, convirtiéndose así en una acción clave para retener a los mejores talentos de cada organización y optimizar la productividad.

Es muy importante que los empleados estén enfocados en los objetivos organizacionales y para ello la comunicación interna se convierte en una de las herramientas principales con las que cuenta la empresa para lograr tener un equipo de trabajo informado, motivado y alineado.

La comunicación interna es todo lo que genera en una empresa, tanto informal, como formal. Hay comunicación interna en todas las conductas

que se desarrollan dentro de la organización, desde lo que se escribe, lo que se dice, lo que se piensa, lo que se siente, hasta lo que no se dice.

La comunicación organizacional en Latinoamérica tiene distintos enfoques algunos han concentrado la atención de los programas de las especializaciones en comunicación organizacional, el enfoque mecanicista fundamentado en la transmisión y recepción acuciosas del mensaje a través del canal; el psicológico, basado en las intenciones y aspectos humanos de la comunicación donde se presume que existe una correlación lineal entre las cogniciones y el comportamiento; hasta el enfoque tecnócrata cuyo eje central es la comunicación como estrategia, que se basa en determinar un sistema de objetivos y criterios de acción destinados a orientar la actividad de la empresa basándose en aspecto como la reingeniería y la calidad total.

Los beneficios de manejar un plan de comunicación eficiente en la organización son:

- Permite un mejor manejo de los recursos disponibles
- Favorece las relaciones entre las personas
- Integra la comunicación informal y formal
- Impulsa la identidad corporativa
- Orienta a los empleados hacia el logro de los objetivos comunes
- Brinda la oportunidad de potenciar a los recursos humanos.
- Facilita que los empleados se puedan expresar con mayor libertad y se pueda aprovechar la imaginación, inteligencia e iniciativa de las personas
- Permite lograr un clima laboral positivo

Los riesgos de una mala comunicación perjudican el trabajo, ya que se pueden producir retrasos, duplicidad de tareas, menor calidad en los procesos, baja productividad, desmotivación e incertidumbre.

## 1.2 Situación problemática

En 1985 se creó la Asociación de Comerciantes minoristas llamada “La Unión”, sus inicios los realizo en un edificio principal de cinco pisos que está ubicado en Malecón 2300, y general Franco en Guayaquil, en donde se dedica a la venta de alquileres de locales, bodegas y espacios publicitarios dentro de su edificación. Se identificaron conflictos internos porque hay una mala recepción de mensajes en la asociación de comerciantes La Unión, en donde ha podido encontrar que se distorsiona la información al momento de llegar a los demás miembros que elaboran en la empresa y esto está generando un mal clima.

La problemática que presenta es por la falta de comunicación por parte de la organización en la Asociación de comerciantes “La Unión”, el cual no fluye correctamente y los colaboradores no cumplen con los roles ni los mandos operativos.

Tabla N°- 1 Causas y Efectos

CAUSAS	EFFECTOS
Decisiones que tomadas por la directiva y no llega oportunamente a los trabajadores	La incompleta productividad, se crea por un mal desempeño.
Los conflictos que mantiene le personal en cuanto a la transmisión del mensaje por lo que llega distorsionado.	Inadecuada utilización de los recursos de la empresa
La mala comunicación impide el desarrollo organizacional	Incumplimiento con las actividades
	Desmotivación por parte de los trabajadores.

Fuente: Elaborado por el Autor

### **1.3.- Delimitación Del Problema**

**Aspectos:** Deficiente Comunicación Organizacional Interna

**Campo:** Administrativo

**Área:** Clima Organizacional

**Periodo:** 2018

### **1.4 Formulación del Problema**

¿Cómo influye la deficiente comunicación organizacional interna durante la toma de decisiones en el clima organizacional en la Asociación de Comerciantes “La Unión”.

### **1.5.- Objetivos**

#### **1.5.1.- Objetivo General**

Proponer una Plan de Mejora para la comunicación organizacional interna durante la toma de decisiones en el clima organizacional de la Asociación de Comerciantes “La Unión”

#### **1.5.2.- Objetivos Específicos**

- \* Fundamentar aspectos teóricos sobre la comunicación y el clima organizacional.
- \* Evaluar los procesos de comunicación mediante la toma de decisiones y su incidencia en el clima Organizacional de los trabajadores.
- \* Proponer mejoras para la comunicación Organizacional Interna de la Asociación de Comerciante La Unión.

## **1.6.- Variables de la Investigación**

### **Variable Independiente**

Deficiente Comunicación Organizacional Interna

### **Variable Dependiente**

Clima Organizacional

## **1.7 Justificación**

La investigación realizada nos permitió conocer que la Asociación no cuenta con un Plan de Mejora para la Comunicación Organizacional Interna, lo cual en los 2 últimos años ha generado inconvenientes por parte de sus colaboradores al momento de realizar alguna toma de decisiones. La Mala comunicación que mantiene la asociación se da por la falta de toma de decisiones, lo que genera conflictos y mantienen una baja productividad.

Investigada la problemática surge la idea de hacer un análisis preciso ante la propuesta eficiente para obtener el cambio deseado, brindando una solución, es importante involucrar y concientizar a todos los miembros de la Asociación de Comerciante “La Unión”, con el objetivo de Proponer un Plan de Mejoras para la Comunicación Organizacional Interna de la Asociación.

Esta investigación nos permitirá mantener informados a los trabajadores acerca de las decisiones y acciones que tomen los directivos de la Asociación por lo cual determinaran el futuro de la Asociación en donde garantizaran un clima organizacional adecuado para cada colaborador. Los empleados mantendrán beneficios y una mejora en la comunicación por parte de sus directivos, mejorando el clima laboral para que se sientan motivados y puedan alcanzar los objetivos que se plante la Asociación La Unión.



Estas implementaciones ayudaran a la Asociación a resolver la deficiente comunicación organizacional interna, y la toma de decisiones que afectan al clima laboral de los trabajadores. La Asociación cuenta con su propio capital social para asumir los costos que genere el Plan de Mejoras, los procesos de comunicación Organizacional dentro de la misma. La metodología que se implementó a esta propuesta es un referente estudio para otros trabajos similares.

## **CAPITULO II**

### **MARCOTEORICO**

#### **2.1.- Antecedentes Históricos**

La comunicación organizacional no cuenta con 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.

Algunos autores afirman que la comunicación organizacional inicia en años 20 con el surgimiento de hechos políticos radicales en los cuales se empezó a gestionar las relaciones públicas, sin embargo se ha de tener en cuenta que la comunicación organizacional va más allá de una simple gestión corporativa referente al macro ambiente de las organizaciones. Por el contrario hay quienes ratifican que la comunicación organizacional tiene origen en Europa bajo el fenómeno de la Revolución Industrial, en el que se empezó a realizar estudios vinculados con el Comportamiento Organizacional dado desde la información unidireccional donde la alta gerencia asignaba tareas y los colaboradores atendían a estas sin controvertir.

Las tendencias que surgieron de la especialización del trabajo y su consecuente organización formal. Henri Fayol, (1900), dio origen a la organización moderna de la Administración. Frederick Winslow- Taylor, (1914), donde la estructura funcional departamental se derivó de los postulados de la organización burocrática. Maxwell, (1919), permitiendo a la comunicación encontrar nuevos escenarios para el flujo de la información oficial de la llamada gerencia dando origen a lo que conocemos como Comunicación Descendente.

## **2.2.- Antecedentes Referenciales**

Antes de definir específicamente que es la comunicación organizacional, es necesario señalar que el concepto de comunicación es uno de los elementos y ámbitos importantes para la organización ya que ayuda a mantenerla unida, pues proporciona medios para transmitir información necesaria para la realización de las actividades y la realización de las actividades y la obtención de metas y objetivos organizacionales.

Según Martínez y Nosnik , (2002), define a la comunicación como un procesos por el cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta sea la última de una respuesta mediante una opinión, una actitud o una conducta.

Davis, (1983), nos habla de la comunicación que es la transferencia de información y el entendimiento que tiene una persona con otra. Es una manera de establecer contacto con otros por medio de idea, hecho, pensamiento y valores.

Para realizar una acertada investigación se considera como base fundamental el planteamiento del problema: ¿Cómo influye la deficiente comunicación organizacional interna durante la toma de decisiones en el clima organizacional en la Asociación de Comerciante La unión?, esto permitirá que el investigador busque definiciones actualizadas y obtener mejores resultados.

### 2.3.- Fundamentación teórica

Para Fernandez, (2012) págs. 182,183 el estudio de la Organización de Empresas forma parte del concepto general de la materia de Administración, la cual tiene como finalidad la optimización de los recursos humanos, financieros, económicos y tecnológicos, a través de los elementos Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control. La organización empresarial tiene como finalidad:

- Dividir el trabajo, es decir, determinar las actividades para alcanzar los objetivos planeados.
- Agrupar las actividades en una estructura lógica.
- Designar a las personas las actividades para que las lleven a cabo.
- Asignar los recursos necesarios.
- Coordinar los esfuerzos

El autor (Lissack, 2011) menciona que la organización empresarial es la determinación de qué actividades son necesarias para un determinado fin o programa y su agrupación ordenada para asignarlas a los individuos”. Asimismo, describe una estructura organizativa aunque ya menciona un determinado fin u objetivo común. Es una combinación voluntaria del talento humano que utilizan los medios, dirigida a un fin y caracterizada por la existencia de un esquema de relaciones entre dichos elementos”. Su carácter es esencialmente sociológico.

Adicionalmente “Se entiende por organización empresarial la combinación de los medios humanos y materiales disponibles en función de la consecución de un fin, según un esquema preciso de dependencias e interrelaciones entre los distintos elementos que la constituyen “. Por fin se tienen en cuenta la presencia de un objetivo común, el conjunto de hombres y de medios (técnicos, financieros, etc.), realizando un esfuerzo combinado de todos los recursos existentes en vista del fin común, y el sistema de relaciones y dependencias, dictando un conjunto de políticas,

sistemas, procedimientos, funciones, comunicaciones y normas de disciplina.

La organización es la distribución ordenada de los recursos y funciones que se estiman necesarias para cumplir nuestro objetivo, es decir es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de 48 jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones de la empresa.

En base al criterio de los dos autores citados Fernandez y Lissack, afirmamos que la Organización Empresarial es la determinación del conjunto de actividades indispensables para un determinado fin. Adicionalmente se entiende por organización empresarial la combinación de recursos disponibles en función de la consecución de un objetivo, según un esquema preciso de dependencias e interrelaciones entre los distintos elementos que la constituyen. La organización empresarial siempre está en continua transformación, debido al entorno cambiante en que se desenvuelven las empresas y a las propias presiones de la competencia.

### **Funciones de la comunicación.**

La comunicación según Stephen,(1999) “sirve a cuatro funciones principales dentro de un grupo u organización: el control, la motivación, la expresión emocional y la información”. (pág.310)

La comunicación actúa para controlar el comportamiento individual de diversas maneras. Las organizaciones tienen diferentes jerarquías de autoridad y guías formales a las cuales deben atenerse los empleados.

La comunicación favorece a la motivación al aclarar a los empleados lo que se debe hacer, si se están desempeñando bien y lo que puede

hacerse para mejorar el rendimiento, si es que está por debajo del promedio.

El proceso de comunicación según Stephen puede entenderse como un proceso o un flujo. Los problemas de comunicación ocurren cuando existen desviaciones u obstáculos en el flujo.

Para que la comunicación tenga lugar, es necesario un propósito, expresado como un mensaje a transmitir. Este tiene lugar entre una fuente (el transmisor) y un receptor. El mensaje es codificado (convertido en una forma simbólica) y luego enviado mediante algún medio (canal) al receptor, quien traduce nuevamente (decodifica) el mensaje originado por la fuente. El resultado es una transferencia de significado de una persona a otra.

### **Bases de la comunicación**

La comunicación requiere un entendimiento básico de algunos conceptos fundamentales.

Los patrones de flujo de comunicación, comparamos las redes de información formal e informal, describimos la importancia de la comunicación no verbal, consideramos la manera en que los individuos seleccionan los canales de comunicación y se resumen las principales barreras para una comunicación eficaz.

La comunicación es la esencia de la actividad organizativa y es imprescindible para su buen funcionamiento. Una buena comunicación mejora la competitividad de la organización, su adaptación a los cambios del entorno, facilita el logro de los objetivos y metas establecidas, satisface las propias necesidades y la de los participantes, coordina y controla las actividades y fomenta una buena motivación, compromiso, responsabilidad, implicación y participación de sus integrantes y un buen clima integrador de trabajo.

Una buena comunicación interna en el trabajo es vital, ya que así los empleados se encuentran informados, escuchados y valorados al poder brindar sus opiniones y sugerencias. Es así como se logra una mayor lealtad de los trabajadores hacia la empresa, convirtiéndose así en una acción clave para retener a los mejores talentos de cada organización y optimizar la productividad.

Es muy importante que los empleados estén enfocados en los objetivos organizacionales y para ello la comunicación interna se convierte en una de las herramientas principales con las que cuenta la empresa para lograr tener un equipo de trabajo informado, motivado y alineado.

La comunicación interna es todo lo que se genera en una empresa, tanto informal, como formal. Hay comunicación interna en todas las conductas que se desarrollan dentro de la organización, desde lo que se escribe, lo que se dice, lo que se piensa, lo que se siente, hasta lo que no se dice.

Los riesgos de una mala comunicación perjudican el trabajo, ya que se pueden producir retrasos, duplicidad de tareas, menor calidad en los procesos, baja productividad, desmotivación e incertidumbre.

### **Tipos de comunicación interna**

Según Cervera, (2008) la comunicación se divide en dos tipos que son los más esenciales ya que los mensajes siguen ciertos caminos dentro de la organización y que también son denominados redes de comunicación, estos son la comunicación descendente y la comunicación ascendente.

**Comunicación descendente:** Es la comunicación que proviene de los altos mandos y avanza hacia abajo o a los subordinados en forma de cascada. Su objetivo final es que el colaborador o trabajador esté enterado en la mayoría y todo momento de lo que ocurre en la organización, así como sentirse partícipe de esta. Transfiere instrucciones y órdenes; cada colaborador recibe una porción de ésta, la necesaria para

su labor donde es recurrente, veraz y fidedigna; la mejor arma frente al rumor. Para esto se manejan las siguientes acciones.

**Reuniones con el comité de empresa:** La transmisión de informaciones en ambas direcciones detecta y valida, en algunas ocasiones, la temperatura laboral de la compañía.

**Tablones de anuncios:** Depende de la estructura u organización de la empresa. Es la forma más tradicional de hacer que un mensaje llegue a un gran número de personas, rápidamente, y a bajo costo. Los mensajes se pinchan o cuelgan de carteleros pero presentan el inconveniente de que en ocasiones no se actualizan y tampoco existe constancia de que el mensaje haya llegado a todos los trabajadores. Los comités de empresa los utilizan para dar cuenta a sus compañeros de la marcha de las negociaciones en un convenio colectivo, acuerdos alcanzados o servicios externos como economatos, viajes organizados, compraventas particulares, entre otros. En algunas empresas los viejos paneles de corcho han sido sustituidos por paneles electrónicos como los de los aeropuertos que facilitan una información que llega con mayor facilidad a los trabajadores. Existe la variante de contar dentro del recinto fabril con vallas publicitarias convencionales, que la empresa puede emplear para diferentes mensajes como, para desarrollar una campaña de prevención de riesgos laborales.

**Publicaciones internas:** Como boletines, resúmenes de prensa y otros. Los boletines o revistas de empresa son publicaciones periódicas que se envían al domicilio de los empleados, en activo y jubilados. En determinados sectores el boletín no se imprime sino que se envía a través del correo electrónico a los empleados. Los hay de todo tipo pero básicamente contienen noticias de interés, nombramientos, cambios de destino o departamento, últimos lanzamientos y eventos externos, recortes de prensa o clipping, entrevistas a personas o cargos destacados, de dentro o fuera de la empresa, temas o asuntos



relacionados con la formación, ¿sabías que...?, noticias y curiosidades del sector.

**Cartas y memorándums:** Caen en desuso, aunque se utilizan por RR.HH. para correspondencia oficial con el empleado como notificaciones, citaciones, entre otras.

**Correo electrónico:** El e-mail se utiliza diariamente por los empleados, y mediante él se realizan la mayoría de intercambios de información, tanto envío de archivos, anuncios de reuniones, informaciones de cualquier tipo nombramientos, despedidas, nuevos productos, entre otros.

### **Comunicación ascendente**

Trasciende desde la base de la organización hacia arriba y el objetivo que se busca es conocer las opiniones e información de los subordinados y lo que acontece en el nivel operacional de la organización. Algunas de las actividades que maneja son:

**Programas-Diálogo:** Es un canal de comunicación que permite a cualquier empleado trasladar sus preocupaciones, quejas, ideas o inquietudes hasta los niveles más altos de la dirección, con absoluta garantía de confidencialidad.

**Buzón o programa de sugerencias:** Con él se invita a todos los miembros de la organización a proponer cualquier mejora. En algunas empresas cada sugerencia es analizada por el departamento correspondiente a veces un comité nombrado ad hoc, que evalúa su grado de tres categorías. Respecto a las dificultades que esta herramienta puede representar tenemos las tendencias individualistas del trabajador, desconfianza o celos y susceptibilidad de los mandos intermedios.

**Encuestas de clima o satisfacción laboral:** Con ellas la empresa puede conocer el índice de satisfacción de sus empleados con aspectos relacionados directamente con su puesto de trabajo ambiente laboral,

relación con los mandos, retribución, carga de trabajo, entre otros y también con su grado de identificación con la misión, valores y cultura corporativos.

Las empresas más valientes comunican a sus empleados los resultados obtenidos a través de reuniones que convocan RR.HH. las encuestas de clima laboral persiguen, además, dos objetivos que son el ayudar a la empresa a conocer los temas que más preocupan a sus empleados y saber cuáles son los canales por los que más frecuentemente recibe la información.

### **Clima Organizacional**

Chiavenato, (1992). Constituye el medio interno de una organización, la atmósfera psicológica característica que existe en cada organización. Esto involucra diferentes aspectos de la situación, que se superponen mutuamente en diversos grados, como el tipo de organización, la tecnología, las políticas, las metas operacionales, los reglamentos internos (factores estructurales); además de las actitudes, sistemas de valores y formas de comportamiento social que son impulsadas o castigadas.

Anzola,(2003), Manifiesta que el clima organizacional, se refiere a las percepciones e interpretaciones relativamente permanente que los individuos tienen con respecto a su organización, que a su vez influye en la conducta de los trabajadores, diferenciando una organización de otra.

Son las estructuras y características organizacionales de cada individuo que la componen, formando un sistema interdependiente y dinámico.

Según los Autores podemos ver que comparten el criterio del Clima Organizacional, estas son todas las percepciones que los individuos desarrollan en la convivencia con los otros individuos. También nos dicen que son una variable donde intervienen los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual.

El autor Blanch, (2010), nos habla del Clima Organizacional como un fenómeno interviniente lo cual se traduce en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la organización. El clima Organizacional está sumamente ligado con la productividad, satisfacción, rotación de los trabajadores y directivos.

### **Características del Clima Organizacional**

El clima está formado por características específicas que pueden considerarse como postulados, que el administrador o gerente deben tener en cuenta en su análisis. Según Brunet, (1997). Estas características son:

- \* Los atributos de una organización constituyen las unidades de análisis.
- \* Las percepciones tienen consecuencias importantes sobre el comportamiento de los empleados.
- \* El clima es un concepto molecular y sistemático.
- \* Pueden existir micro climas en el interior de una organización.

Un grupo ocupacional, un departamento funcional y la organización completa puede producir series de climas diferentes, el clima es un elemento estable en el tiempo y evoluciona muy lentamente.

### **Comunicación organizacional**

Tiene varias definiciones pero en sentido general todas versan alrededor del mismo aspecto. Según Herald Goldhaber, (2000), es el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependiente. Andrade de San Miguel, (2004), por su parte define “como el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre esta y su medio.

Es el conjunto de técnicas independientes que facilitan el proceso de comunicación entre sus miembros del entorno. La comunicación organizacional se divide en interna y externa: la primera dirigida a los integrantes de la organización y la segunda a las relaciones públicas externas.

Las investigaciones en el campo de la comunicación en organizaciones estuvieron dispersas y adscriptas a otros campos de las ciencias sociales hasta Charles Redding, (1972) marcó el inicio de un nuevo campo de estudio con problemas, objetivos y características particulares. Su nacimiento está dado por la posibilidad de integración que supone su mirada a la comunicación, el aunar disciplinas y prácticas que hasta el momento de su surgimiento se desarrollaban divididamente, como es el caso de la Publicidad de Relaciones Públicas o el Marketing, todas ellas mucho antiguas en su ejercicio y desarrollo conceptual. La comunicación Organizacional tomó el desarrollo en los países anglosajones con rapidez, y se adjuntó esta dominación del vocablo inglés Organizational Communication

### **Clima Organizacional**

Es el ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato de que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo que denominamos Clima Organizacional. Este puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. Es la expresión personal de la "percepción" que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen y que inciden directamente en el desempeño de la organización.

De todos los enfoques sobre el concepto de Clima Organizacional, el que ha demostrado mayor utilidad es el que ve como elemento fundamental las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral. Esta última definición pertenece a una persona que ha dedicado su vida a investigar este tema. (Goncalves)

### **Toma de decisiones**

Es una resolución o determinación que se toma respecto a algo. Se conoce como toma de decisiones al proceso que consiste en realizar una elección entre diversas alternativas. Es una capacidad puramente humana propia del poder de la razón unido al poder de la voluntad. Es decir, pensamiento y querer se unen en una sola dirección. El pensamiento es como la luz que aporta claridad al corazón y la voluntad guiada por esa luz, la toma de decisiones muestra la libertad personal de cada ser humano que tiene el poder de decidir que quiere hacer.

La toma de decisiones puede aparecer en cualquier contexto de la vida cotidiana, ya sea a nivel profesional, sentimental, familiar, etc. El proceso, en esencia, permite resolver los distintos desafíos a los que se debe enfrentar una persona o una organización.

A la hora de tomar una decisión, entran en juego diversos factores. En un caso ideal, se apela a la capacidad analítica, (también llamada de Razonamiento), para escoger el mejor camino posible; cuando a otro estadio, se abre las puertas a la solución de conflictos reales y potenciales. (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2010)

### **2.4.- FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Deduce que todos los países del mundo tienen leyes que rigen las conductas sociales, dotándolos de derechos y de deberes a realizar para que se pueda constituir un orden social que apruebe cierto paralelismo de vida para todos los habitantes.

Esta fundamentación se basa, en la constitución, en el plan de desarrollo 2017 2021, de nuestro país, es importante que las leyes que sean usadas en nuestro proyecto tengan relación con lo que estamos tratando.

## CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008

**Artículo 1** El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la constitución.

**Artículo 14** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

### Sección tercero

#### Comunicación e información

**Artículo 16** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 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.
- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

**Artículo 18** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

**Artículo 326** el derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

- Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.
- Se adoptará el dialogo social para la solución de conflictos de trabajo y formulación de acuerdos.

## **PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2017-2021**

### **Objetivo #1: garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas**

El garantizar una vida digna en igualdad de oportunidades para las personas es una forma particular de asumir el papel del Estado para lograr el desarrollo; este es el principal responsable de proporcionar a todas las personas-individuales y colectivas-, las mismas condiciones y oportunidades para alcanzar sus objetivos a lo largo del ciclo de vida, prestando servicios de tal modo que las personas y organizaciones dejen de ser simples beneficiarias para ser sujetos que se apropian, exigen y ejercen sus derechos.

## **Políticas**

- Promover la inclusión económica y social; combatir la pobreza en todas sus dimensiones, a fin de garantizar la equidad económica, social, cultural y territorial.
- Garantizar el acceso al trabajo digno y la seguridad social de todas las personas.

## **Objetivo #5: Impulsar la productividad y la competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistribuida y solidaria.**

El trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica.

## **Políticas**

- Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas.

## **NORMATIVAS PARA ASOCIACIÓN**

### **Introducción**

- ✓ El régimen fiscal de las Asociaciones es ambiguo debido a que, normalmente, la legislación fiscal está elaborada para empresas y no existen normas exclusivas para Asociaciones.
- ✓ La creación de una Asociación se realiza mediante el acuerdo expreso de tres o más personas, físicas o jurídicas legalmente constituidas.
- ✓ Una asociación sin ánimos de lucro es una agrupación de personas que se organizan para realizar una actividad colectiva. A diferencia de otras formas de organizarse y actuar, la asociación goza de personalidad jurídica, lo que hace capaz de adquirir derechos y contraer obligaciones.



Se establece así una diferenciación entre el patrimonio de la asociación y el de las personas asociadas.

### **Inscripción**

- Redacción de los estatutos y aprobación del Acta Fundacional
- Identificación del registro donde corresponde la inscripción
- Documentación que se requiere desde el registro
- El registro deberá contestar en el plazo de 3 meses.

### **CODIGO DE TRABAJO**

**Artículo 3. Libertad de Trabajo y Contratación:** El trabajador es libre para dedicar sin esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo el caso de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio.

**Artículo nueve.** Definición del operario, sujeto que facilita un servicio o realiza una función.

**Artículo 10.** Definición de contratante, sujeto u organización, por la que por ella se realiza el trabajo o quien facilita el servicio.

**Artículo 13.** Formas de remuneración.- en los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo.

Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo.

La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo.

## INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

En su art 9 el instituto de Seguridad social refiere que para los efectos de la protección del Seguro General Obligatorio: es trabajador en relación de dependencia el empleado, obrero, servidor público, y toda persona que presta un servicio o ejecuta una obra, mediante un contrato de trabajo o un poder especial o en virtud de un nombramiento extendido legalmente, y percibe un sueldo o salario, cualquiera sea la naturaleza del servicio o la obra, el lugar de trabajo, la duración de la jornada laboral y el plazo del contrato o poder especial o nombramiento.

Es administrador o patrono de un negocio toda persona que emplea a otros para que ejecuten una obra o presten un servicio, por cuenta suya o de un tercero.

## CODIGO DE COMERCIO

### **Artículo 3**

- \* Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria;
- \* Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles;
- \* Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio.

**Artículo 16:** todos los comerciantes, por el hecho de serlo, están obligados.

- \* A la publicación, por medio de la prensa, de la calidad mercantil; con sus circunstancias esenciales, y en su oportunidad, de las modificaciones que se adopten;
- \* A la inscripción en el registro público de comercio, de los documentos cuyo tenor y autenticidad deben hacerse notorios;
- \* A mantener un sistema de contabilidad conforme al artículo 33.
- \* A la conservación de la correspondencia que tenga relación con el giro del comerciante.

**Artículo 19:** la inscripción o matrícula en el registro mercantil será potestativa para los individuos que se dediquen al comercio y obligatoria para todas las sociedades mercantiles por lo que se refiere a su constitución, transformación, fusión, escisión, disolución y liquidación y para los buques. Los primeros quedarán matriculados de oficio al inscribir cualquier documento cuyo registro sea necesario.

**Artículo 33:** el comerciante está obligado a llevar y mantener un sistema de contabilidad adecuado. Este sistema podrá llevarse mediante los instrumentos, recursos y sistemas de registro y procesamiento que mejor se acomoden a las características particulares del negocio, pero en todo caso deberá satisfacer los siguientes requisitos mínimos:

- A. Permitirá identificar las operaciones individuales y sus características, así como conectar dichas operaciones individuales con los documentos comprobatorios originales de las mismas.
- B. Permitirá seguir la huella desde las operaciones individuales a las acumulaciones que den como resultado las cifras finales de las cuentas y viceversa;
- C. Permitirá la preparación de los estados que se incluyan en la información financiera del negocio;
- D. Permitirá conectar y seguir la huella entre las cifras de dichos estados, las acumulaciones de las cuentas y las operaciones individuales;

E. Incluirá los sistemas de control y verificación internos necesarios para impedir la omisión del registro de operaciones, para asegurar la corrección del registro contable y para asegurar la corrección de las cifras resultantes.

**Artículo 34:** cualquiera que sea el sistema de registro que se emplee, se deberán llevar debidamente encuadernados, empastados y foliados el libro mayor y, en el caso de las personas morales, el libro o los libros de actas. La encuadernación de estos libros podrá hacerse a posteriori, dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio; sin perjuicio de los requisitos especiales que establezcan las leyes y reglamentos fiscales para los registros y documentos que tengan relación con las obligaciones fiscales del comerciante.

**Artículo 378:** desde el momento en que el comprador acepte que las mercancías vendidas quedan a su disposición, se tendrá por virtualmente recibido de ellas, y el vendedor quedará con los derechos y obligaciones de un simple depositario.

**Artículo 379:** si no hubiere fijado plazo para su entrega, el vendedor deberá tener a disposición del comprador las mercancías vendidas, dentro de las veinticuatro horas siguientes al contrato.

**Artículo 380:** el comprador deberá pagar el precio de las mercancías que se hayan vendido en los términos y plazos convenido. A falta de convenio lo deberá pagar de contado. La demora en el pago del precio lo constituirá en la obligación de pagar réditos al tipo legal sobre la cantidad que adeude.

## LEY DEL CONSUMIDOR

### **Artículo 4:** derechos del consumidor:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

**Artículo 5:** obligaciones del consumidor:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;

2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;

3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,

4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

**2.5.- Variables de la Investigación**

Las variables de la investigación se pueden presentar de manera cuantitativa y cualitativa están sirven para indagar una a una las características a analizar, se pueden medir y manipular.

Variable independiente

Comunicación organizacional interna

La comunicación organizacional interna es la vía por la cual la organización intercambia y transmite información de los altos directivos hasta los mandos operativos de los objetivos que quiere lograr la empresa para lograr el funcionamiento eficaz de todas sus operaciones.

Variable dependiente

Clima organizacional

Tiene como objetivo explicar y entregar una perspectiva acerca del concepto de Clima Organizacional, el cual se alimenta de los aportes e investigaciones del comportamiento organizacional, es un tema de gran importancia hoy en día para casi todas las organizaciones, las cuales buscan un continuo mejoramiento del ambiente de su organización, para así alcanzar un aumento de productividad sin perder de vista el recursos humano.

## 2.6.- Definiciones Conceptuales

**Comunicación:** interacción entre dos o más personas, estas intercambian información.

**Organización:** es un conjunto de personas o sistemas que tienen el mismo objetivo.

**Plan:** guía consecuente, este se realiza antes de gestionarse un plan y poder conseguir el objetivo propuesto en un tiempo determinado.

**Beneficios:** algo justo que se le realiza a una persona o a un objeto y esta persona u objeto percibe un progreso.

**Deficiente:** algo imperfecto o que se ha realizado mal, no es conveniente utilizarlo.

**Decisiones:** es una respuesta esta se elige entre muchas y de esta depende el fin de algo.

**Motivación:** acción que anima a una persona para que realice algo.

**Empresa:** es una organización conformada por un grupo de personas y se dedica a realizar actividades con fines de lucro, para satisfacer necesidades.

**Clima organizacional:** ambiente en el cual trabaja un grupo de personas, el ambiente lo determina las emociones que tengan ese grupo de personas.

**Variable:** algo que varía o puede variar, tiene cambios frecuentes.

**Proponer:** presentar un plan a otra persona, para inducirle que esta lo adopte.

**Administración:** dirigir, controlar, organizar.

**Estrategia:** son acciones que se preparan y van dirigidas hacia un fin definido.

**Eficacia:** capacidad



## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1.- BREVE PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

La Asociación de Comerciante Minorista “LA UNIÓN”, fue fundada el 19 de Mayo de 1985, su razón social es 0990893764001

##### **Misión**

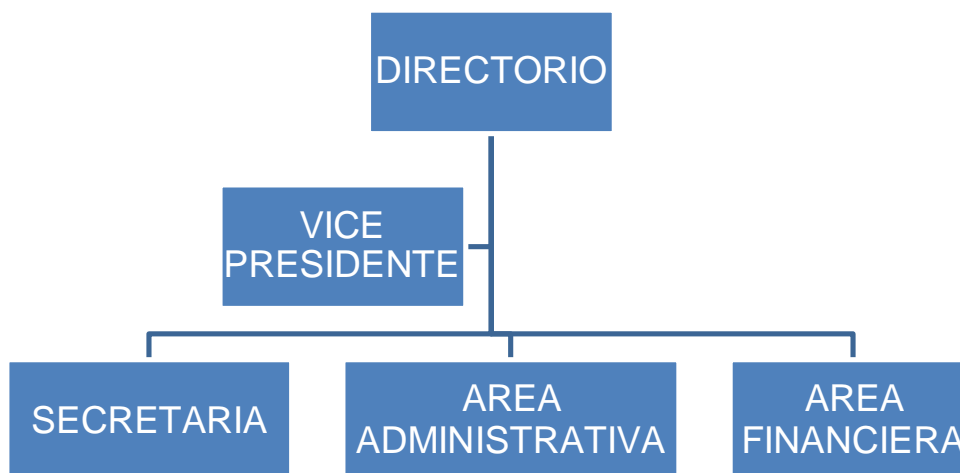
Somos una empresa orientada a ofrecer servicios de espacios publicitarios y venta de locales comerciales, brindándole a nuestro cliente la mejor opción de compra, contando con los establecimientos den un ambiente cómodo y de seguridad obteniendo de esta manera su confianza y lealtad.

##### **Visión**

Ser la empresa líder en la región de ventas de locales y espacios publicitarios que ofrezcan la mejor calidad y servicios de ventas a sus clientes, generando un valor agregado fortaleciendo nuestra solidez por medio de la planeación y el trabajo en equipo.

Estructura organizativa

**Gráfico N°- 1 Organigrama**



Fuente: Elaborado por el Autor

Plantilla total

**Tabla N°- 2 Colaboradores**

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS LA UNION			
APELLIDOS Y NOMBRE	CARGO	RUC	SUELDO
JAIME NEIRA JOHNNY	PRESIDENTE	09- 07196620	\$1.500
GUEVARA LEONARDO	VICEPRESIDENTE	09-35705684	\$1.200
RIVERA LUIS CARLOS	SECRETARIO	09-77640836	\$500
LEODOO CEDEÑO CARLOS	ADMINISTRACION	09-46098234	\$700
PALMA NANCY DENNYS	TESORERIA	09-39765207	\$550
MACIAS NAVARRETE NINOSKA	ASISTENTE DE ADM	09-75904547	\$400
ALVARADO CHON-QUI ENRIQUE	ASISTENTE DE PRESI	09-69126843	\$400
SOLEDISPA DELGADO FANNY	ASISTENTE DE TES	09-08367329	\$450
ALVARADO MUÑOZ ANGEL	GUARDIANIA	09-64549230	\$450
ROSADO LOZADA ALBERTO	GUARDIANIA	09-53839474	\$450
RIZZO TRIVIÑO MIGUEL ANGEL	GUADIANIA	09-98343903	\$450
CASTRO CABRERA BRUNO	GUARDIANIA	09-98932455	\$450
<b>TOTAL</b>	<b>12 COLABORADORES</b>		

Fuente: Elaborado por el Autor

### **Cientes, proveedores y competidores.**

COMPETIDORES: Asociación Comercial "EL DORADO"

CLIENTES: Confidencial

Los principales productos que ofrece la Asociación de Comerciante La Unión son: espacios publicitarios, ventas y alquileres de locales comerciales en la ciudad de Guayaquil.

### **3.2.- DISEÑO METODOLÓGICO**

**Conjunto de procedimientos para dar respuestas a las preguntas de investigación y comprobar la Hipótesis, en donde se da respuesta a la problema y alcanzar los objetivos de investigación Bernal, (2000).**

El Diseño Metodológico de una Investigación puede ser descrito como el plan general que dicta lo que se realizará para responder a la pregunta de investigación. La clave para el diseño metodológico es encontrar la mejor solución para cada situación. Diseño Metologico, (2014)

### **3.3.- Tipos de investigación**

#### **Investigación descriptiva.**

Estas se observan y se describen tal como se presentan en su ambiente natural. Su metodología es fundamental descriptiva aunque puede valerse de algunos elementos cuantitativos y cualitativos, nos permite especificar las características más importantes del problema de estudio, en lo que concierne a su origen y desarrollo. El objetivo es describir el problema como es y cómo se manifiesta dentro de la empresa.

### **Investigación Explicativa.**

Es aquella que tiene relación causal, no persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Puede valerse de diseños experimentales y no experimentales, mediante de relaciones de Causas y efectos, estos pueden ocuparse y determinar cuáles son las causas y efectos por medio de una Hipótesis. Arias, (2006)

### **Investigación correlacional**

Es aquel tipo de estudio que persigue el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables.

Hernández, 2003, plantea que tiene como propósito evaluar las relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular). De esta forma una vez que se midieron en forma conjunta las variables objeto de estudio, se procedió a evaluar la relación existente entre ellas, de manera cualitativa, a través de un análisis de los resultados obtenidos permitiendo predecir el comportamiento de una variable si se conoce el de la otra.

### **3.4.- POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **Población**

Según Tamayo, (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, en donde incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica y se la denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

**Población finita:** es un conjunto de cual si se conoce la cuantía de individuos que la conforman asimismo están registrados. Por ejemplo; estudiantes de un paralelo.

**Población infinita:** en esta población no se conoce la cuantía de individuos que la conforman, y éstas no contienen un registro debido a que sería un tanto imposible realizarlo. Por ejemplo; las estrellas y la arena.

**Población accesible:** también denominada población muestreada, es la porción finita de la población objetivo a la que realmente se tiene acceso y de la cual se extrae una muestra representativa (Arias , 2006, pág. 82)

### **Población de la empresa**

**Tabla N°- 3 Población**

<b>Cargos</b>	<b>N. DE PERSONAS</b>
Dirección	2
Vicepresidencia	1
Secretaría	1
Area administrativa	2
Tesorería	2
Guardián	4
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>

Fuente: Elaborado por el Autor

### **Muestra**

Se llama a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla. Murria R. Spiege , (1991). Es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos. Levin & Rubin, (1996)

Una muestra debe ser definida en base de la población determinada y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia. Cárdenas, (1974)

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de os componentes de la muestra como formulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. La muestra simboliza a todo el universo que se está investigando. Mata, (1997)

### **Tipos de muestra**

**Muestra probabilísticas:** parte de un grupo donde cada elemento tiene la probabilidad de ser seleccionado, estas son seleccionadas al azar.

**Muestra no probabilísticas:** parte de un grupo donde cada elemento es investigado y se selecciona dependiendo de las particularidades de investigación.

En esta investigación se utilizará la muestra probabilística porque su población es finita, es decir que no pasa de 100.000 encuestados.

**Tabla N°- 4 Muestra**

Colaboradores	12
Total	12

Fuente: Elaborado por el Autor

## Técnicas e instrumentos de investigación

Distintos métodos en que una investigación puede conducirse y estos también recolectan datos necesarios.

### **Encuesta**

Según Naresh K. Malhotra, (2004), las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. El método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”. (Ferrer, 2010)

Es uno de los métodos de recaudación de informes comúnmente utilizados, pese a que está perdiendo creencia por el equívoco de los encuestados.

### **Entrevista**

Es una técnica que permite obtener respuestas verbales sobre el problema a investigar. Implica comunicación directa entre el investigador y el sujeto de la investigación. Estas pueden ser estructuradas y semiestructuradas. (Contreras, 2013)

La entrevista es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara” entre el entrevistador y el entrevistado, en ambos casos se utiliza un formulario o esquema de preguntas o cuestionarios para enfocar la charla que sirve como guía. Arias, (2006)

## DISEÑO DE LA ENCUESTA

Encuesta realiza a los 12 colaboradores de la Asociación de Comerciantes La Unión, por lo que con este método investigativo nos dará a conocer la mejora en la comunicación organizacional de la Asociación.

Genero	Edad	Nivel de Estudios
FEMENINO	18 A 25 AÑOS	BASICO
MASCULINO	26 A 30 AÑOS	MEDIO
	31 A 35 AÑOS	SUPERIOR
	36 A 45 AÑOS	
	46 AÑOS EN ADELANTE	

\* En correspondencia a los escenarios físicos de su área laboral (luminaria, ventilación, dimensión, volumen de bulla, etc.) cree usted que este es:

**Muy Cómodo**

**Cómodo**

**Resistible**

**incomodo**

**Muy incomodo**



\* **¿Piensa usted que es razonable el pago que recibe a cambio de prestar su trabajo?**

**Siempre**

**Casi Siempre**

**Algunas Veces**

**Casi Nunca**

**Nunca**

\* **El jefe de su área, ¿se comunica con cada uno, acepta los puntos de vista y atiende las opiniones en relación con los trabajos a realizar?**

**Siempre**

**Casi Siempre**

**Algunas Veces**

**Casi Nunca**

**Nunca**

\* **¿Cree usted que la comunicación laboral que se lleva en la Asociación es la adecuada?**

**Si**

**No**

\* **¿En el área que usted se encuentra se promueve y se lleva a cabo el trabajo en equipo?**

**Siempre**

**Casi Siempre**

**Algunas Veces**

**Casi Nunca**

**Nunca**

\* **¿Los directivos de la Asociación atienden con nobleza a sus colaboradores?**

**Muy Frecuente**

**Frecuente**

**Rara Vez**

**Nunca**

\* **¿Cómo examinaría su nivel de satisfacción de ser parte de la asociación?**

**Muy Alto**

**Alto**

**Muy bajo**

**Bajo**

**Regular**

**8.- ¿Los trabajadores de la Asociación durante el año cuantas capacitaciones reciben?**

**5**

**4**

**3**

**2**

**1**

**9.- ¿Cree usted que las capacitaciones servirán para mejorar la comunicación organizacional en la Asociación?**

**Si**

**No**

**10.- ¿La Asociación emplea estímulos para sus colaboradores?**

**Si**

**No**

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

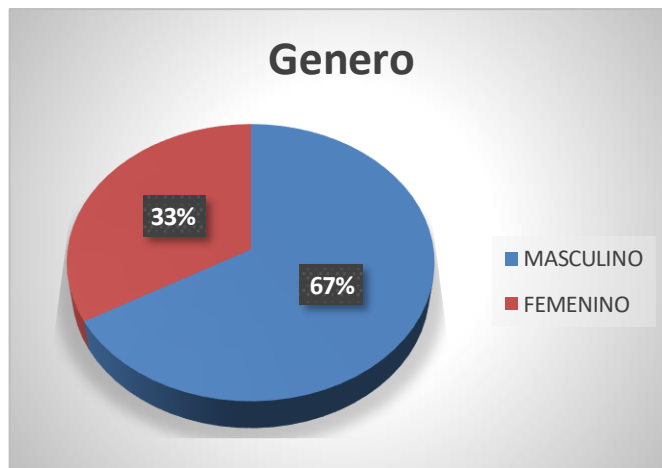
#### Análisis de la encuesta

**Tabla N°- 5 Genero**

MASCULINO	8
FEMENINO	4
TOTAL	12

Fuente. Elaborado por el autor

**Gráfico N°- 2 Género**



Fuente. Elaborado por el autor

**Análisis:** Como podemos observar en el Grafico N°- 2, EL 67% de los encuestados son masculinos, el 33% son de género femenino.

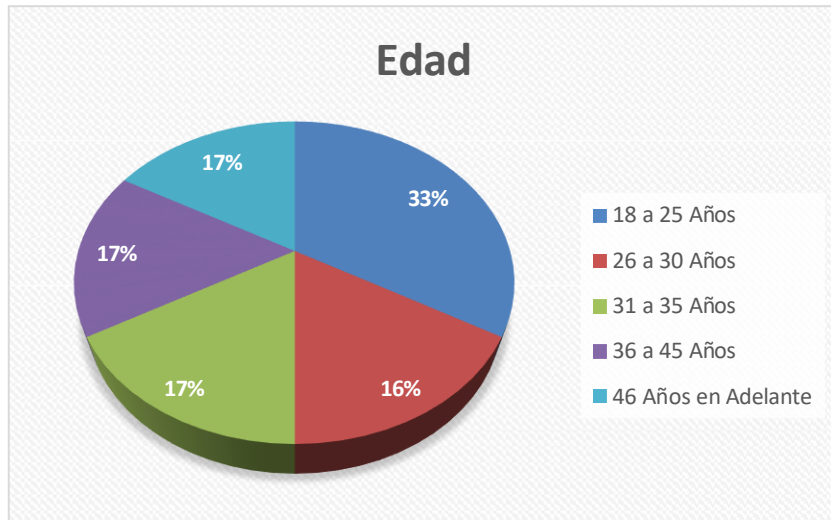
**Interpretación:** en la Asociación existe más personal masculino que femenino.

Tabla N°- 6 Edad

18 a 25 Años	4
26 a 30 Años	2
31 a 35 Años	2
36 a 45 Años	2
46 Años en Adelante	2
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

### Gráfico N°- 3 Edad



Fuente. Elaborado por el autor

**Análisis:** Como podemos observar en la Grafica N°- 3, el 33% de los encuestados manifiestan ser de 18 a 25 años, el 16% de 26 a 30 Años, el 17% de 31 a 45%, el 17% de 36 a 45 años y el 17% de 46 Años en adelante.

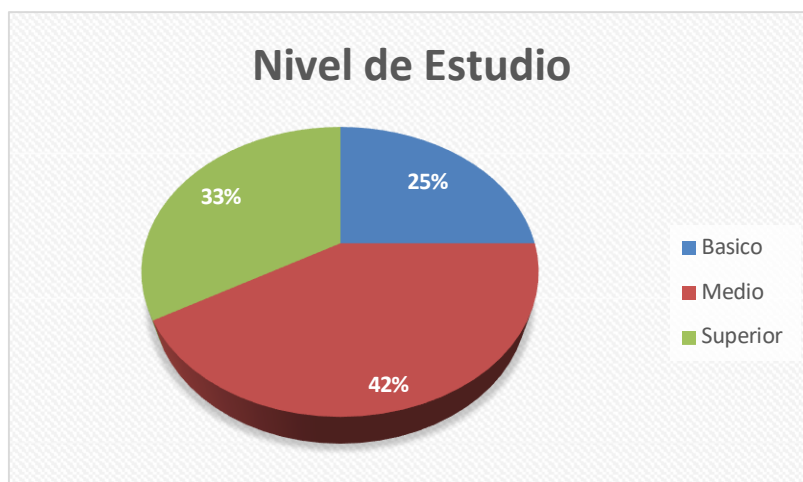
**Interpretación:** en la Asociación existe un mayor porcentaje de colaboradores de 18 a 25 años.

### Tabla N°- 7 Nivel de Estudio

Básico	3
Medio	5
Superior	4
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

**Grafico N°- 4 Nivel de estudio**



**Fuente. Elaborado por el autor**

**Análisis:** Como podemos observar en el Grafico N°- 4, el 42% de los encuestados manifestaron que han recibido un nivel de estudio medio, el 33% nivel superior y el 25% mantienen un nivel Básico.

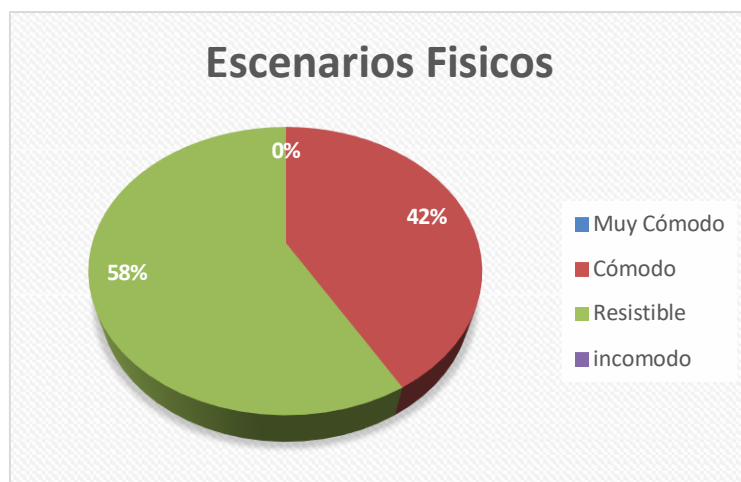
**Interpretación:** la mayoría de trabajadores encuestados en la Asociación solo han alcanzado un nivel medio en sus estudios.

**Tabla N°- 8 Escenarios físicos**

Muy Cómodo	0
Cómodo	5
Resistible	7
Incomodo	
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

### Gráfico N°- 5 Escenarios Físicos



Fuente. Elaborado por el autor

**Análisis:** Como podemos observar en la Grafica N°- 5, el 42% de los encuestados manifestaron estar cómodos en los escenarios físicos del área en que laboran, el 58% de los encuestados creen que es resistible trabajar en esa área de trabajo.

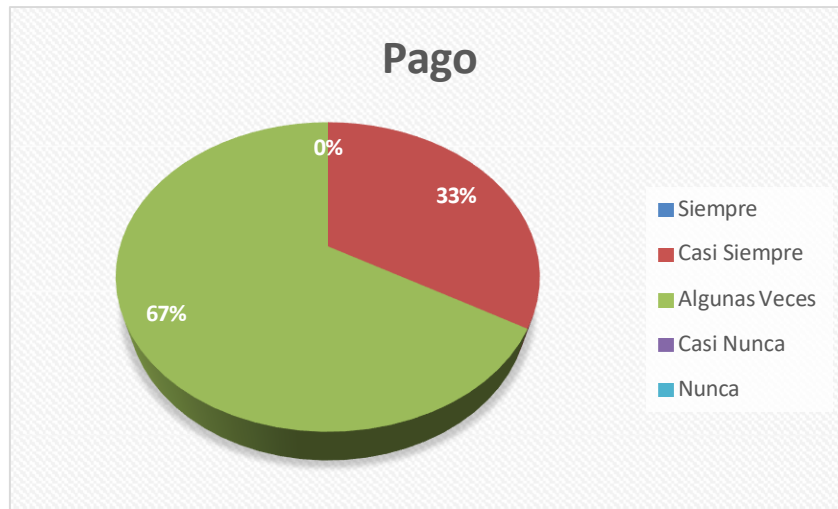
**Interpretación:** la mayoría de los colaboradores encuestados creen que pueden resistir en el área de trabajo que se encuentran pero no es muy cómodo.

**Tabla N°- 9 Pago**

Siempre	0
Casi Siempre	4
Algunas Veces	8
Casi Nunca	0
Nunca	
<b>Total</b>	<b>12</b>

Fuente. Elaborado por el autor

**Gráfico N°- 6 Pago**



**Fuente. Elaborado por el autor**

**Análisis:** Como podemos observar en el Gráfico N°- 6, el 67% de los encuestados manifestaron que algunas veces les pagan y es razonable, el 33% piensan que casi siempre no es razonable el pago que reciben a cambio de prestar un servicio

**Interpretación:** en la Asociación la mayoría de trabajadores encuestados cree que los pagos son algunas veces razonables a cambio del servicio que prestan.

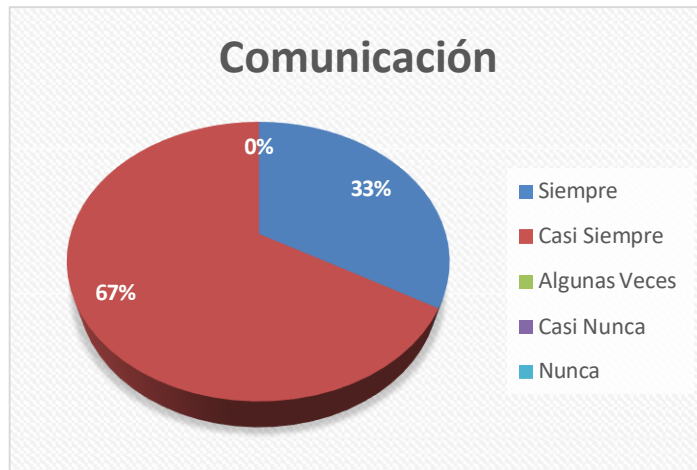
**Tabla N°- 10 Comunicación**

Siempre	4
Casi Siempre	8
Algunas Veces	
Casi Nunca	0
Nunca	
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor



**Gráfico N°- 7 Comunicación**



**Fuente. Elaborado por el autor**

**Análisis:** Como podemos observar en el Gráfico N°- 7, el 67% creen que casi siempre tienen una buena comunicación con sus subalternos, el 33% de los colaboradores creen que siempre el jefe se comunica con sus trabajadores.

**Interpretación:** en la Asociación la mayoría de los encuestados cree que los jefes de área casi siempre se comunican con los colaboradores.

**Tabla N°- 11 Adecuada comunicación laboral**

Si	11
No	1
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

### Gráfico N°.- 8 Adecuada comunicación laboral



Fuente. Elaborado por el autor

**Análisis:** Como podemos observar en la Grafica N°- 8, el 92% de los trabajadores creen que la comunicación es la Adecuada, el 8% piensan lo contrario.

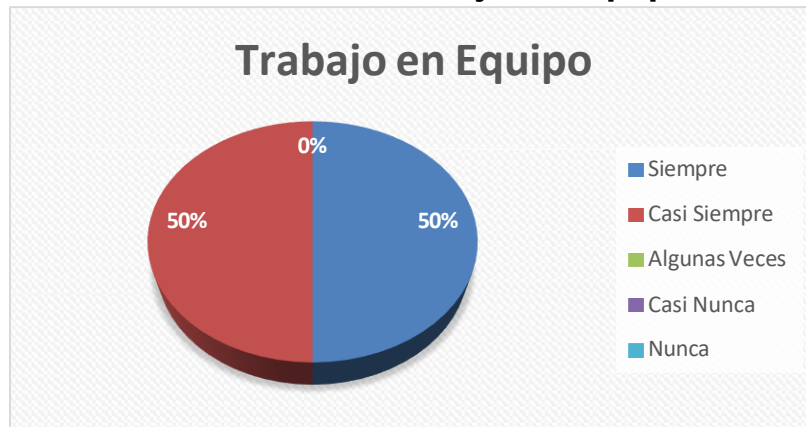
**Interpretación:** en la Asociación la mayoría de los encuestados cree que si hay una adecuada comunicación laboral.

### Tabla N°- 12 Trabajo en equipo

Siempre	6
Casi Siempre	6
Algunas Veces	
Casi Nunca	0
Nunca	
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

**Grafico N°- 9 Trabajo en equipo**



**Fuente. Elaborado por el autor**

**Análisis:** Como podemos observar en el Grafico N°- 9, el 50% de la personas encuestados creen que siempre se promueven el trabajo en equipo, el 50% creen que casi siempre pasa lo mencionado.

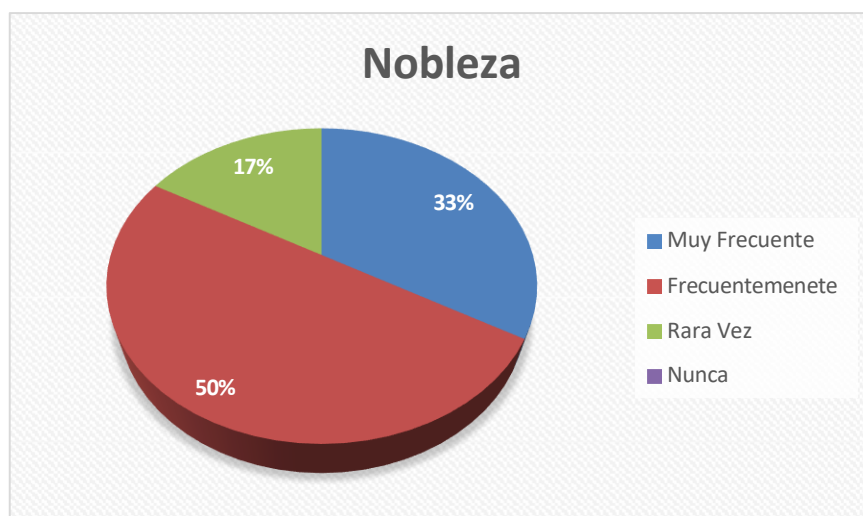
**Interpretación:** en la Asociación si se promueve y se lleva a cabo el trabajo en equipo.

**Tabla N°- 13 Nobleza hacia sus colaboradores**

Muy Frecuente	4
Frecuentemente	6
Rara Vez	2
Nunca	
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

## Gráfico N°- 10 Nobleza hacia sus colaboradores



Fuente. Elaborado por el autor

**Análisis:** Como podemos observar en el Gráfico N°- 10, el 50% de los encuestados manifiestan que si los tratan con nobleza, el 33% manifiestan que es muy frecuente la nobleza con la que son tratados, el 17% se cree que rara vez sucede eso.

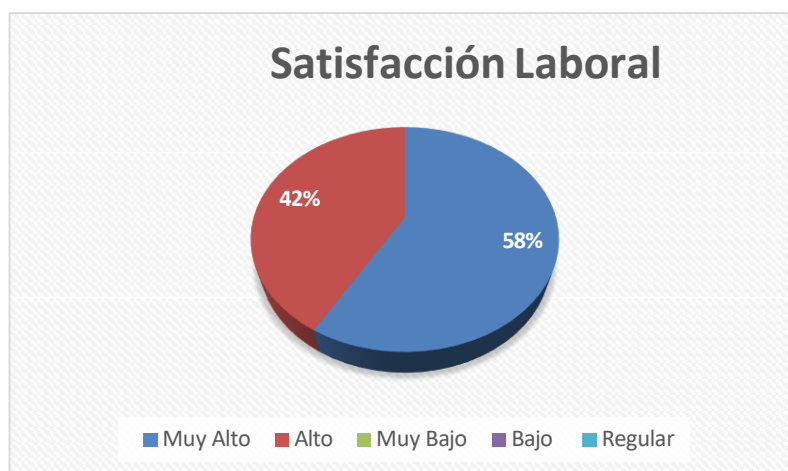
**Interpretación:** la mayoría de trabajadores encuestados piensa que frecuentemente se los atiende con nobleza.

## Tabla N°- 14 Satisfacción laboral

Muy Alto	7
Alto	5
Muy Bajo	
Bajo	
Regular	
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

### Gráfico N°- 11 Satisfacción laboral



Fuente. Elaborado por el autor

**Análisis:** Como podemos observar en el Grafico N°- 11, el 58% de los encuestados manifestaron que tienen una satisfacción laboral muy alta, el 42% piensan que su satisfacción es solo alta.

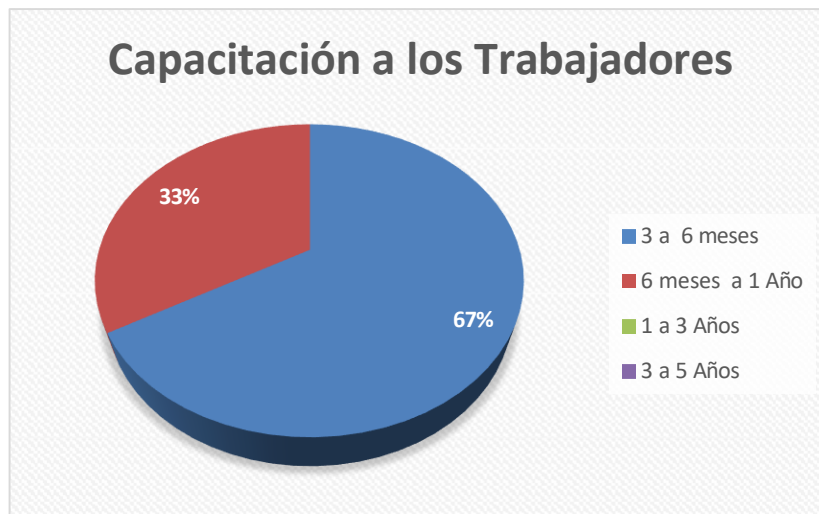
**Interpretación:** la mayoría de trabajadores encuestados creen que el grado de satisfacción laboral es Muy alto.

### Tabla N°- 15 Capacitación a los trabajadores

3 a 6 meses	8
6 meses a 1 Año	4
1 a 3 Años	
3 a 5 Años	
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

## Gráfico N°- 12 Capacitación a los trabajadores



Fuente. Elaborado por el autor

**Análisis:** Como podemos observar en el Grafico N°- 12, el 67% de los encuestados manifestaron que si reciben capacitaciones de 3 a 6 meses, el 33% solo de 6 meses a 1 año.

**Interpretación:** en la Asociación la mayoría de trabajadores dicen que reciben 2 veces al año capacitaciones.

## Tabla N°- 16 Las capacitaciones mejoran la comunicación laboral

SI	12
NO	
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

### Gráfico N°- 13 Las capacitaciones mejoran la comunicación laboral



Fuente. Elaborado por el autor

**Análisis:** Como podemos observar en el Gráfico N°- 13, el 100% de los encuestados si reciben las capacitaciones y esto les ayudará a mejorar la comunicación organizacional.

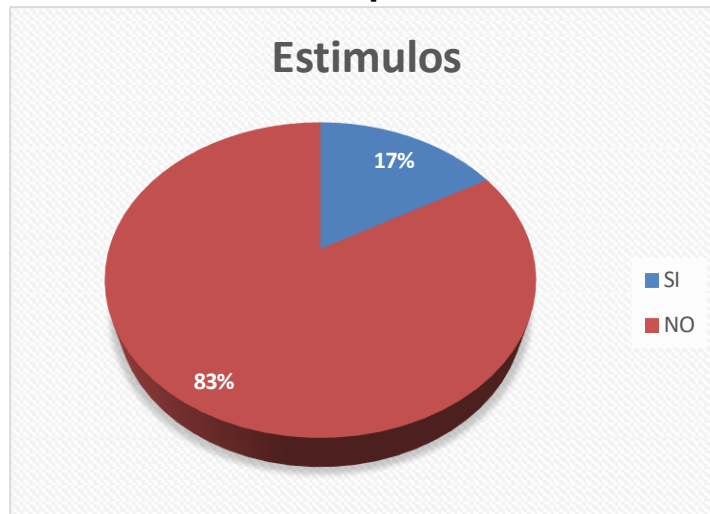
**Interpretación:** en la Asociación la mayoría de colaboradores encuestados creen que las capacitaciones si ayudaran a mejorar la comunicación organizacional.

### Tabla N°- 17 Estímulos para los colaboradores

SI	2
NO	10
Total	12

Fuente. Elaborado por el autor

**Gráfico N°- 14 Estímulos para los colaboradores**



**Fuente. Elaborado por el autor**

**Análisis:** Como podemos observar en el Grafico N°- 14, el 83% de los encuestados manifestaron no reciben estímulos por su buen trabajo, el 17% que si recibe estímulos.

**Interpretación:** la mayoría de colaboradores encuestados afirman que la Asociación no emplea estímulos, ni incentivos.



**“Propuesta de mejora para la comunicación organizacional en la Asociación de Comerciante La Unión” y problema de investigación: Deficiente comunicación interna, genera incongruente clima organizacional en la Asociación de comerciantes la unión del cantón Guayaquil, durante el año 2017**

**Plan de Mejoras**

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Costo?
Propuesta de un Plan de Mejora	No cuentan con normas ni políticas para sus colaboradores	Implementando un plan de trabajo diario para cada colaborador	1 de octubre del 2018.	Colaboradores de Asociación La Unión	En las instalaciones de la Asociación La Unión	<b>\$2000</b>
Implementar capacitaciones para el personal	La mayoría de los colaboradores no se sienten capacitados para dialogar con los socios	Mediante charlas educativas e experiencias vividas en la actualidad	1 de octubre del 2018	Todo el personal de la Asociación La Unión	En las instalaciones de la Asociación La Unión	\$300

Premiar a los colaboradores por medios de incentivos	No se da el pago de los incentivos por el esfuerzo causado por ellos.	Dándole un seguimiento al colaborador que ha cumplido con la meta deseada	1 de octubre del 2018	Todos los socios que cumplan con metas.	En las instalaciones de la Asociación La Unión	<b>\$200</b>
Mantener buena comunicación con sus colaboradores.	La Asociación no brinda una buena comunicación a los colaboradores.	Apreciar y valorar la opiniones de los colaboradores y clientes	1 de octubre del 2018	Los directivos y capacitadores	En las instalaciones de la Asociación La Unión	\$50
Incentivar a mejorar el trabajo en equipo para así fortalecer y vender la idea de negocio	No cuentan con la motivación para un buen ambiente laboral.	Haciéndoles conocer que todos son una misma Asociación y así salir adelante.	1 de octubre del 2018	Todos los integrante de La Asociación La Unión	En las instalaciones de la Asociación La Unión	

Premiar el desempeño de cada colaborador	Porque la mayoría de colaboradores afirman que la Asociación no implementa estímulos para ningún empleado	Incentivando estímulos y haciendo que el colaborador se parte de la misma a.	1 de octubre del 2018	Colaboradores de la Asociación La Unión.	En las instalaciones de la Asociación La Unión	\$120
------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	-----------------------	------------------------------------------	------------------------------------------------	-------

**Fuente. Elaborado por el autor**

## CONCLUSIONES

- \* En la Asociación existe mayor personal masculino que femenino.
- \* Existe un mayor porcentaje de colaboradores de 18 a 25 años.
- \* La mayoría de trabajadores en la Asociación solo han alcanzado un nivel básico en sus estudios.
- \* Los trabajadores no se sienten cómodos en su área de trabajo.
- \* El pago a los trabajadores no es razonable.
- \* Si existe una buena comunicación laboral en la Asociación.
- \* Si se lleva a cabo el trabajo en equipo.
- \* Los trabajadores si son tratados con nobleza.
- \* La mayoría de trabajadores se sienten satisfechos de pertenecer a la Asociación.
- \* Los colaboradores reciben dos veces al año capacitación.
- \* Los colaboradores creen que las capacitaciones si ayudan en la comunicación organizacional.
- \* La Asociación no emplea estímulos ni incentivos.

## RECOMENDACIONES

- \* Darles oportunidad para concluir sus estudios y alcanzar un nivel superior.
- \* Mejorar las instalaciones físicas y proporcionar las herramientas necesarias, para su buen desempeño.
- \* Remunerar a los trabajadores de acuerdo al código de trabajo.
- \* Evaluar a los colaboradores, darle valor a su responsabilidad en la Asociación, brindar amonestaciones constructivas, productivas y las felicitaciones cuando lo merezca.
- \* Procrear un buen ambiente laboral, ser cordial, amable, simpático, animador y procurar la unión.
- \* Establecer horarios elásticos, tomar en cuenta a cada colaborador.
- \* Apreciar su opinión, presentar las decisiones que se tomen esto hará que no perjudique el ambiente laboral.
- \* Dar incentivos, estímulos. Festejar los cumpleaños y el aniversario de la empresa.
- \* Buscar soluciones a los problemas antes de que se hagan grandes.

## Bibliografía

Anzola2. (2003). Clima Organizacional.

Arias. (2006). La Entrevista.

Bernal. (2000). *Diseño Metodologico* .

Blanch, J. (2010). *Teoria de las relacioness laborales*. Cataluña- España: Editorial UOC.

Brunet. (1997). Clima Organizacional.

Cárdenas. (1974). Muestreo.

Cervera, A. (2008). *Comunicacion total*. España: ESIC.

Charles Redding. (1972). *libro Comunicación en la Organización*. norteamericano .

Chiang, M. (2010). *Relaciones entre el clima y la satisfacción laboral*. Madrid -España: R.B - Servicios editoriales.

Chiavenato. (1992). *Clima Organizacional*.

Contreras. (2013). Entrevista.

Contreras, D. O. (2013). Entrevista .

Davis. (1983). *Comunicación*.

Diseño Metologico. (2014).

Fernandez, J. (2012). *Fundamento de la organizacion de empresa*. España: Narcea.

Frederick Winslow- Taylor. (1914). *Estructura Funcional*.

Goncalves, A. (s.f.). *Clima Organizacional*.

H. Sampieri, R., Fernandez. C, C., & Baptista L, M. (2006). *Metodologia de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.

Henri Fayol. (1900). *Organización Moderna* .

Herald Goldhaber. (2000). *Comunicación Organizacional* .

[http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n\\_organizacional](http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_organizacional). (s.f.).

Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2010). *Definición Toma de Desiciones* .

Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2010). *Toma de Desiciones* .

- Levin & Rubin. (1996). La Muestra.
- Lissack, M. (2011). *Innovar la organizacion*. Barcelona: Deusto.
- Martinez y Nosnik . (2002). *Deficinición de Comunicación*.
- Mata. (1997). muetsr.
- Maxwell. (1919). *Comunicación* .
- Mendez, C. (2010). *Clima Organizacional*. Bogota: Universidad del Rosario.
- Murria R. Spiege . (1991). Que es la Muestra.
- Naresh K. Malhotra. (2004). Encuesta. *Investigación de Mercado* .
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2008). Recuperado el 27 de Abril de 2018, de <https://definicion.de/organizacion/>
- Stephen, R. (1999). *Comportamiento Organizacional*. mexico: Prentice Hall.
- Stoner, J., Freeman, R., & Gilbert JR, D. (1996). *Administración*. Mexico: Pearson Educación.
- Suárez Morales , C. (2016). *Comunicación Organizacional*. Recuperado el 27 de abril de 2018, de slideplayer.es: <http://slideplayer.es/slide/5470464/>
- Tamayo. (2012). Población .

## ANEXOS

### DISEÑO DE LA ENCUESTA

Encuesta realiza a los 12 colaboradores de la Asociación de Comerciantes La Unión, por lo que con este método investigativo nos dará a conocer la mejora en la comunicación organizacional de la Asociación.

Genero	Edad	Nivel de Estudios
FEMENINO	18 A 25 AÑOS	BASICO
MASCULINO	26 A 30 AÑOS	MEDIO
	31 A 35 AÑOS	SUPERIOR
	36 A 45 AÑOS	
	46 AÑOS EN	
	ADELANTE	

\* En correspondencia a los escenarios físicos de su área laboral (luminaria, ventilación, dimensión, volumen de bulla, etc.) cree usted que este es:

**Muy Cómodo**

**Cómodo**

**Resistible**

**incomodo**

**Muy incomodo**



\* **¿Piensa usted que es razonable el pago que recibe a cambio de prestar su trabajo?**

**Siempre**

**Casi Siempre**

**Algunas Veces**

**Casi Nunca**

**Nunca**

\* **El jefe de su área, ¿se comunica con cada uno, acepta los puntos de vista y atiende las opiniones en relación con los trabajos a realizar?**

**Siempre**

**Casi Siempre**

**Algunas Veces**

**Casi Nunca**

**Nunca**

\* **¿Cree usted que la comunicación laboral que se lleva en la Asociación es la adecuada?**

**Si**

**No**

\* ¿En el área que usted se encuentra se promueve y se lleva a cabo el trabajo en equipo?

**Siempre**

**Casi Siempre**

**Algunas Veces**

**Casi Nunca**

**Nunca**

\* ¿Los directivos de la Asociación atienden con nobleza a sus colaboradores?

**Muy Frecuente**

**Frecuente**

**Rara Vez**

**Nunca**

\* ¿Cómo examinaría su nivel de satisfacción de ser parte de la asociación?

**Muy Alto**

**Alto**

**Muy bajo**

**Bajo**

**Regular**

**8.- ¿Los trabajadores de la Asociación durante el año cuantas capacitaciones reciben?**

**5**

**4**

**3**

**2**

**1**

**9.- ¿Cree usted que las capacitaciones servirán para mejorar la comunicación organizacional en la Asociación?**

**Si**

**No**

**10.- ¿La Asociación emplea estímulos para sus colaboradores?**

**Si**

**No**

**Entrevistando al Administrador de La Asociación La Unión**



**Fuente: Elaboración del autor**

**Grafico N°- 16 Instalaciones de la Asociación**



**Fuente: Elaboración del autor**

**Grafico N°- 17 Entrevistando al administrador de la Asociación**



**Fuente: Elaboración del autor**













