



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

“COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CLIMA
ORGANIZACIONAL DEL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA (ITB), PERÍODO ENERO – JUNIO 2022.”

AUTOR(A):

ADRIÁN JÁCOME ABRIL

YESENIA MIRANDA FONSECA

DIRECTOR(A):

LIC. PILAR CHÁVEZ. Mgs.

PAR ACADÉMICO:

LIC. LISSETTE ZAMBRANO. Mgs.

LIC. ROCÍO NÚÑEZ. Mgs.

GUARANDA – ECUADOR

2022

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Comunicación interna para el fortalecimiento del clima organizacional del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB), período enero – junio 2022.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) por abrirnos las puertas hacia el conocimiento y brindarnos la oportunidad de obtener el Título de Tercer Nivel, a las autoridades y docentes que transmitieron sus conocimientos y estuvieron presentes en este proceso de formación académica.

De manera especial a la Lcda. Pilar Chávez, MSc quien colaboró durante todo el proceso de titulación, con su dirección, conocimiento, enseñanza y tutorías que permitió el desarrollo de este trabajo, dedicando su tiempo para sacar adelante la presente investigación, además de ser una excelente tutora, guía y docente de nuestra institución.

Adrián Jácome Abril y Yesenia Miranda Fonseca

DEDICATORIA

Dedico mi tesis principalmente a Dios, por darme la fuerza necesaria para culminar esta meta. A mis padres, por todo su amor y por motivarme a seguir hacia adelante. Por su puesto a mi hermana quien estuvo incondicionalmente conmigo brindándome todo el apoyo humanamente posible para cumplir este proyecto académico. A mis dos hermanos y mis sobrinos, que fueron un pilar fundamental para continuar adelante.

A mi compañera de tesis, quien desde el primer momento que coincidimos en las aulas conformamos un excelente grupo de trabajo y amistad. Y, finalmente, a los que no creyeron en mí, con su actitud lograron que tomará más impulso.

Adrián Jácome Abril

El presente proyecto investigativo lo dedico a mis padres por ser un pilar fundamental en mi formación académica - profesional y ayudarme a obtener uno de mis metas más deseadas.

A nuestros docentes que compartieron sus conocimientos a lo largo de toda la carrera de Comunicación y en la preparación del presente proyecto.

A todas las personas que han aportado en este proyecto para que se haga realidad y abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Yesenia Miranda Fonseca

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

MSc. Pilar Chávez, MSc. Lissette Zambrano y MSc. Rocío Núñez, en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación "COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO (ITB), PERÍODO ENERO - JUNIO 2022" desarrollado por Edison Adrian Jácome Abril y Yesenia Miranda Fonseca.

CERTIFICAN

Que, luego de revisar las respectivas correcciones del trabajo de titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Comunicación, por lo tanto, autorizamos su presentación y empastado.

Guaranda, 7 de marzo del 2023

MSc. Pilar Chávez

Director



Firmado electrónicamente por:

MARTHA LISSETTE
ZAMBRANO MOREIRA

MSc. Lissette Zambrano
Par Académico



Firmado electrónicamente por:

FATIMA DEL
ROCIO NUNEZ
AGUIAR

MSc. Rocío Núñez
Par Académico

Nota: Documento que será remitido por la Coordinación de la Unidad de Titulación con el encabezado y pie de página correspondiente.

DERECHOS DE AUTOR

Yo/nosotros Edison Adrian Jácome Abril y Yesenia Miranda Fonseca portador/r es de la Cédula de Identidad No 171717715 – 6 y 096041309 – 4 en calidad de autor/res y titular /es de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **“COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA (ITB), PERÍODO ENERO – JUNIO 2022.”**, modalidad....., de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Edison Adrian Jácome Abril

Yesenia Miranda Fonseca

(Firma Digital)

(Firma Digital)

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
INTRODUCCIÓN	9
RESUMEN.....	11
ABSTRACT	12
CAPÍTULO I.....	13
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	13
Descripción del problema	13
Formulación del problema	13
Preguntas de Investigación.....	13
Justificación	14
Objetivos	15
General.....	15
Específicos	15
Hipótesis	15
Variables	15
Operacionalización de variables	16
CAPÍTULO II	20
MARCO TEÓRICO.....	20
Antecedentes	20
Científico	23
Conceptual	25
Comunicación Organizacional.....	26

Comunicación interna	30
Comunicación externa	31
Comunicación Formal	31
Comunicación Informal	32
Barreras en la Comunicación Organizacional	33
Clima Laboral	34
Legal	35
Marco Geo-referencial.....	38
CAPÍTULO III	40
METODOLOGÍA	40
Tipo de investigación	40
Investigación descriptiva	40
Investigación explicativa	40
Investigación bibliográfica	40
Investigación Cualitativa	41
Métodos de investigación.....	41
Método Descriptivo	41
Método de Análisis-Síntesis	41
Método Inductivo.....	41
Método Deductivo	42
Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	42
Observación	42
Entrevista	42
Encuesta	43
Universo, población y muestra.....	43
Población	43
Muestra	43
Procesamiento de la información.....	45
CAPÍTULO IV	57
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	57
Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	57

Análisis de Datos	57
Interpretación	58
Discusión de Resultados	59
CONCLUSIÓN.....	61
RECOMENDACIÓN.....	62
REFERENCIAS	63
ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	16
Tabla 2.	18
Tabla 3.	45
Tabla 4.	46
Tabla 5.	47
Tabla 6.	48
Tabla 7.	49
Tabla 8.	50
Tabla 9.	51
Tabla 10.	52
Tabla 11.	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	28
Figura 2.	39
Figura 3.	39
Figura 4.	69
Figura 5.	69

Figura 6.	70
Figura 7.	73
Figura 8.	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	45
Gráfico 2.	46
Gráfico 3.	47
Gráfico 4.	48
Gráfico 5.	49
Gráfico 6.	50
Gráfico 7.	51
Gráfico 8.	52
Gráfico 9.	53

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un factor extremadamente importante a la hora de efectuar cualquier actividad; para que una organización o empresa logre cumplir sus objetivos se debe transformar la mentalidad de sus empleándolos, valorándolos como parte esencial del mismo y así crear un clima laboral positivo, para lo cual, es necesario realizar estrategias de comunicación formal y organizada que contribuyan con las metas y la visión de la compañía. Razón por la cual, es importante analizar de manera constante el rendimiento de los empleados para conocer si existen problemas internos y así mejorar los aspectos negativos fomentando una cultura institucional amigable y colaborativa.

El Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB) es reconocido a nivel local debido a su excelencia académica y metodología de enseñanza, pero durante el período enero – junio 2022 presenta algunas falencias con respecto al personal administrativo y académico que ejerce en dicha unidad educativa, debido a que se percibe un ambiente de tensión entre los colaboradores del instituto y se evidencia inconformidad entre compañeros. Entre los inconvenientes que se encuentran en el ITB por parte del personal se tiene: desmotivación, baja productividad, incumplimiento de los objetivos y actitudes negativas; estos problemas afectan de manera considerable a la imagen de la institución puesto que, los alumnos que se encuentren interesados en estudiar en dicho lugar, percibirán un ambiente hostil y optarán por no ingresar debido a la incertidumbre e inseguridad que presenta el personal que labora en ella.

Por este motivo es esencial desarrollar una evaluación interna al personal para comprender dónde radica el origen del problema. Generalmente estos problemas organizacionales se crean por malas prácticas con respecto a la comunicación interna y un ambiente de trabajo mal estructurado. La ineficacia de los canales de comunicación en las empresas crea un ambiente de indecisión, rumores, entre otros, dando como resultado una baja productividad en los servicios que ofrecen, además del mal uso de los recursos de tiempo y personal.

El punto más importante en el ambiente laboral es la comunicación interna, debido a que es la clave de la motivación y hace que el personal que labora en la compañía

se sienta comprometido y libre de expresar sus ideas, opiniones y que estas son valoradas y escuchados por la misma. Lograr un ambiente cómodo para los trabajadores trae como consecuencia grandes ventajas, tales como: aumentar la lealtad de sus colaboradores, confianza en la empresa, compromiso, dedicación, etc.

Para llevar a cabo todos estos puntos en el ITB se debe realizar un análisis de la situación del instituto con el objetivo de hallar una solución práctica e inmediata para todos los involucrados. Conseguir una solución específica a la problemática propuesta demanda de un conjunto de pasos a seguir, los cuales se detallan a continuación:

Capítulo I.- Se realiza establece el origen de la problemática y se determinan las variables que intervienen en este caso de estudio.

Capítulo II. – Este punto en particular trata del levantamiento de información, el cual se detalla los antecedentes, bases teóricas, marco conceptual, entre otros.

Capítulo III. – Se describe la metodología de investigación que se va a implementar para obtener los datos o información relevante, por ejemplo, encuestas, entrevistas, etc.

Capítulo IV.- Este punto es fundamental, ya que se analizan los resultados obtenidos de la investigación previa y así formular una solución que satisfaga las necesidades de la institución

Capítulo V.- Se detalla la solución adecuada a la problemática establecida en los capítulos anteriores.

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad conocer cuáles son los factores que intervienen en la comunicación interna del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB) y analizar las falencias del mismo para determinar una solución eficaz que mejore el clima laboral que se suscita dentro de la institución. Para lo cual, se implementó el uso de diversos métodos y técnicas de investigación, por ejemplo, se utilizó el método deductivo, inductivo y de análisis para examinar los aspectos negativos que se hallan con respecto a la comunicación interna entre empleados y empleadores. Además, se empleó encuestas y entrevistas dirigidas al personal interno de la empresa como herramientas de recopilación de datos tanto cualitativa como cuantitativa, todo esto con el objetivo de obtener información relevante para la investigación. Gracias a los resultados obtenidos se determinó llevar a cabo una estrategia o plan de comunicación interna entre los diversos departamentos de la unidad educativa a través de actividades grupales, charlas o talleres con temas relacionados: formación de habilidades, difusión de la cultura corporativa, potenciación de unión de equipo, etc., con el fin de fortalecer valores y lazos afectivos entre el personal que labora dentro del establecimiento.

Palabras Claves: Comunicación, Clima Laboral, Cultura Corporativa.

ABSTRACT

The purpose of this project is what are the factors involved in the internal communication of the Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB) and analyze its shortcomings to determine an effective solution that improves the work environment that arises within the institution. For this, the use of various research methods and techniques was implemented, for example, the deductive, inductive and analytical method was used to examine the negative aspects found with respect to internal communication between employees and employers. In addition, surveys and interviews aimed at the company's internal staff were used as tools for collecting both qualitative and quantitative data, all with the aim of obtaining relevant information for the research. Thanks to the results obtained, it was determined to carry out an internal communication strategy or plan between the various departments of the educational unit through group activities, talks or workshops with related topics: skills training, dissemination of corporate culture, empowerment of team union, etc., in order to strengthen values and affective ties among the staff working within the establishment.

Key words: Communication, work environment, corporate culture.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Descripción del problema

El Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB), cuenta con 26 años de vida institucional y más de 16 000 estudiantes siendo el instituto tecnológico universitario más grande del país con el 97% de acreditación. (ITB, Guayaquil , 2016) Dentro de su organigrama funcional cuenta con una dirección de comunicación la misma que cumple con las funciones de tipo organizacional.

El ITB mantiene un orgánico funcional en donde el área de comunicación está designada como unidad convergente a la de talento humano, esto ha generado un vacío dentro de las responsabilidades de cada una de estas áreas, asignando funciones fuera de la competencia y malogrando una comunicación interna efectiva.

La carencia de personal especializado en comunicación, dificulta que exista una fluidez comunicacional entre los distintos departamentos de la institución, por lo que se desconoce los valores como la identidad, que cada miembro administrativo, docentes y estudiantes del establecimiento educativo deben conocer y llevar a cabo.

Formulación del problema

¿De qué manera influye la comunicación interna en el clima laboral del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB)?

Preguntas de Investigación

- ¿Por qué canales de comunicación se informa el público interno del ITB (directivos, personal administrativo, de servicio, docentes, estudiantes) y cuáles son los más usados?
- ¿Existe alguna cartelera informativa y con qué frecuencia es actualizada?
- ¿Cómo se ha llevado a cabo el manejo de la comunicación interna en el ITB?
- ¿Considera qué es necesario que se desarrolle un manual de comunicación interna al igual que campañas internas dentro de la institución?

- ¿Cómo ha ido evolucionando la comunicación en los últimos 2 años en el ITB?
- ¿Cuál es el procedimiento de inducción en referencia a la misión y visión de la institución al momento de contratar nuevo personal?
- ¿Con qué cantidad de trabajadores cuenta actualmente el ITB?
- ¿Cómo se siente el personal administrativo dentro de la empresa?

Justificación

La comunicación interna es un pilar fundamental para el desenvolvimiento correcto de toda institución, ya que en la actualidad la comunicación organizacional se ha posicionado como uno de los recursos más significativos dentro de la gestión empresarial y su ausencia provocaría vacíos y falencias los cuales afectarán directamente en el crecimiento de la actividad económica y la calidad del servicio de la institución. Es por eso, la importancia de que las empresas u organizaciones cuenten con una comunicación interna y una cultura corporativa sólidas, ya que estas establecen una guía del comportamiento diario y de la actitud de los participantes dentro del espacio laboral.

La presente investigación tiene como finalidad desarrollar un análisis dentro del área de comunicación y conocer el diagnóstico de la comunicación interna dentro del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB). En la actualidad hay que ser dinámicos y precisos en el análisis y presentación de propuestas sabiendo a ciencia cierta cómo se puede generar un cambio o dar una solución, por tal motivo es necesario concientizar a todas las personas de la organización sobre la importancia de realizar esta investigación que conlleve a resultados satisfactorios.

Es por eso la importancia que tiene desarrollar este estudio para que exista una armonía en el público interno del ITB, ya que está fundamentado en poder brindar una solución a la problemática en curso y poder plasmar en la práctica el conjunto de conocimientos que se han ido recolectando en el transcurso de la vida universitaria, con el fin de generar soluciones prácticas en beneficio de los interesados.

Objetivos

General

Determinar a la comunicación interna como eje para el fortalecimiento del clima organizacional del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB), período enero – junio del 2022.

Específicos

- Establecer un diagnóstico situacional de la comunicación interna en el ITB aplicando el análisis FODA.
- Identificar los factores que afectan el clima organizacional dentro del ITB.
- Analizar el nivel de impacto que tiene comunicación interna en la organización estructural del ITB.

Hipótesis

La aplicación de una comunicación interna adecuada mejorará el clima organizacional del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB).

Variables

- **Variable independiente:** comunicación interna
- **Variable dependiente:** clima organizacional

	sentimientos	problemas	¿Cómo resuelven los problemas laborales?	
	visión global	metas	¿Con qué frecuencia realizan estrategias?	
Elaborado por: Yesenia Miranda; Adrián Jácome				

Tabla 2.

Matriz de Operacionalización de Variable Dependiente

Matriz de Operacionalización de Variables - Variable Dependiente
Variable dependiente: clima organizacional

Definición (Solo Clima organizacional)	Dimensiones	Indicadores (Medible)	Ítems	Técnica/ instrumento
		Capacidad de adaptación Barreras de adaptación Proceso de cambio Agentes de cambio Distribución de funciones Trabajo en conjunto Sistema racional	1. ¿Considera que existen barreras de adaptación con las que se tiene que enfrentar el desarrollo organizacional de la empresa? 2. ¿Existe alguna influencia de los agentes de cambio (personas que influyen) sobre el desarrollo organizacional	Encuesta - Cuestionario

		<p>Marco de referencia</p> <p>Innovación y toma de riesgos.</p> <p>Orientación a los resultados.</p> <p>Orientación hacia las personas.</p> <p>Orientación al equipo.</p> <p>Percepciones</p> <p>Convivencia laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> • <p>Influencia</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Clasificación</p> <p>Estrategias</p>	<p>dentro de la institución?</p> <p>3. ¿Considera que la distribución de funciones influye sobre el trabajo en equipo dentro de la empresa?</p> <p>4. ¿Considera que la cultura organizacional tiene influencia sobre el desarrollo de las actividades en la empresa?</p> <p>5. ¿Cree que el clima organizacional de la empresa es el más adecuado?</p>	
<p>Elaborado por: Yesenia Miranda; Adrián Jácome</p>				

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

La problemática a tratar se enfoca dos variables: comunicación interna y clima organizacional, debido a que estos factores son de suma importancia al momento de establecer una buena gestión de la comunicación empresarial. Las empresas u organizaciones a nivel internacional muestran diversas filosofías o conceptos sobre el ambiente laboral, ya que su visión es completamente diferente con respecto al trato que se debe dar a los empleados, por ejemplo, en países vecinos como Colombia, Perú, Chile o Argentina consideran como prioridad establecer un ambiente amigable entre el empleador y sus empleados con la finalidad de crear vínculos afectivos como el compañerismo, trabajo colaborativo, entre otros y así el trabajador se sienta entusiasmado y comprometido laborando en su compañía.

La gestión de la comunicación en toda entidad pública debe responder al mundo actual cambiante y competitivo con un nivel del 100% en comunicación sistémica e interactiva, capaz de escuchar a sus colaboradores buscando transmitir igualdad, horizontalidad; sensaciones que motiven a comunicar y relacionarse. (Charry Condor, 2018)

Según Héctor Charry Condor (2018), autor del trabajo de titulación “La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público.”, la problemática se llevó a cabo en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 03 de Lima Metropolitana, Perú; la comunicación dentro de una empresa debe ser tratada como un sistema adyacente que permita resultados concretos y claros mediante una planificación basada en las políticas institucionales que brinden mejoras en el ambiente de trabajo. Otro punto a favor que expresa el Charry Condor, se centra en el clima laboral, el cual lo describe como una estructura clave para los empleados al momento de desempeñar un rol dentro de la organización, ya que esto afecta la satisfacción y el deseo de permanecer en la organización de manera dinámica y productiva.

El 60% de los problemas empresariales son consecuencia de una mala comunicación interna organizacional y se debe demostrar la influencia e importancia de las prácticas de gestión de recursos humanos, el comportamiento de los líderes respecto a la comunicación, y el clima

organizacional sobre los estados cognitivos y afectivos de los trabajadores. (Rodríguez, Medina Solano, Chavarro Chavarro, & Patiño, 2017)

Hillary Rodríguez, Nataly Medina, Yarithsa Chavarro, Yabana Andrea Patiño autoras del trabajo “La Comunicación Organizacional Interna y su influencia en el Clima Laboral” desarrollado en Colombia en el año 2017 señalan la importancia de estas variables vistas desde la perspectiva del empleador, es decir que los directivos de alto mando en las empresas deben demostrar con el ejemplo una buena comunicación entre los colaboradores y el personal evitando un ambiente hostil o de inconformidad. La falta de comunicación positiva en una empresa puede afectar las relaciones laborales y crear mala moral entre los empleados lo que puede llevar al fracaso en sus funciones, además puede generar despidos de manera constante y a su vez ir afectando la reputación de la organización debido a las opiniones emitidas por los ex trabajadores del lugar.

“Se puede afirmar que el rol de los mandos intermedios y gerentes en la gestión de la comunicación interna es clave para mantener informados, cohesionados y propiciar un buen clima laboral sin conflictos.” (Ancín Adell & Espinoza Tello, 2017) En el Ecuador aún existen muchas organizaciones y empresas que consideran la comunicación interna y el ambiente laboral como una herramienta de gestión para informar a sus socios, pero pocas la consideran necesarias para lograr los objetivos del mismo. Existen varios autores que destacan estos factores como puntos clave para llevar a cabo una buena gestión organizacional que logre cumplir con los objetivos empresariales y a su vez fomente otros valores como el trabajo en equipo, transparencia, excelencia, etc.

La revista líder (2021) menciona en su publicación titulada el clima laboral es la inquietud de siempre, las personas pasan más tiempo en su lugar de trabajo, mientras menos tiempo se utilice para adaptarse al clima laboral es mejor, es más productivo para la empresa. “El gerente de la consultora Human Plus, manifiesta que no más del 10% de las empresas ecuatorianas aplica acciones encaminadas a generar un buen ambiente laboral”. (citado por Mullo Oña, 2022)

A nivel nacional se puede evidenciar que actualmente las empresas se preocupan por generar ganancias o utilidades y no responden a la necesidad de mantener el bienestar de sus trabajadores a través de la comunicación y el ambiente laboral adecuado para que los empleados realicen sus funciones de manera satisfactoria como se menciona

en párrafos anteriores. Al mejorar u optimizar el clima laboral se logra un correcto desempeño del personal que ejerce en la empresa indiferente el cargo, ya que las personas perciben cambios y se esfuerzan por cumplir sus metas constantemente.

A nivel local con base a la problemática propuesta se toma como referencia el trabajo de titulación “La comunicación interna en el fortalecimiento del clima laboral del centro de capacitación para agentes de seguridad” (Polo Baldeón, 2019), puesto que, en dicha investigación se requiere analizar los elementos que influyen de manera positiva o negativa en la comunicación interna del Centro de Capacitación para Agentes de Seguridad Privada (CENDCAP) CIA. LTDA., de Guayaquil. En este trabajo se hallan diversos puntos relevantes con respecto al problema del presente proyecto, tales como: procesos de comunicación, modelos de organización, componentes internos y externos que intervienen en una estructura organizacional, entre otros. Los argumentos presentados en la documentación de Polo Baldeón Ricardo presentan un gran aporte en el presente proyecto de investigación, ya que muestra la importancia de poseer un ambiente laboral adecuado para los trabajadores y así mejorar la comunicación entre todos.

Altamirano Galéas (2018) desarrolló el trabajo de titulación denominado “La comunicación interna en el fortalecimiento del clima laboral en la Escuela de Infantería aérea en Guayaquil”, el cual muestra nuevas estrategias de comunicación interna con la finalidad de mejorar el clima laboral de la institución, ya que el principal problema de la unidad educativa es la falta de compromiso por parte de los empleados, razón por la cual, el autor determinó como solución inmediata convertir las debilidades en oportunidades organizacionales a través de un plan de comunicación dirigido a empresas o instituciones. Por otra parte, dicha investigación permitió tener una perspectiva diferente con respecto al trato del personal en comparación con una empresa y una unidad educativa, también se consideró las preguntas realizadas en la encuesta debido a que se relaciona con la situación actual del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología.

Se puede concluir que una mala comunicación entre compañeros puede afectar de manera negativa el ambiente de trabajo de cualquier organización o empresa indiferente del sector y actividad que realice. Una comunicación negativa trae como

consecuencia malos hábitos entre trabajadores, por ejemplo, malos entendidos, entre otros, este tipo de comportamientos es perjudicial para la compañía puesto que va en contra de misión y visión del mismo. Por este motivo es fundamental que todo el personal que labora en una empresa se encuentre conectados y trabajen en sinergia para lograr las metas y objetivos propuestos desde un principio, ya que existen normas o parámetros que son cruciales para una buena gestión organizacional, todo esto con la finalidad de promover resultados positivos.

Científico

La comunicación es un elemento fundamental por el cual existen y se desenvuelven las personas mediante las relaciones sociales. En las compañías u organizaciones, este término se define como el proceso de pasar y recibir ideas, información entre todas las personas involucradas en la empresa, razón por la cual se considera un componente esencial para la gestión organizacional. (Vidarte Rojas, 2019) En otras palabras, el papel de la comunicación es tan importante que se convierte en el eje horizontal de todos los aspectos de la organización, ya que con el uso adecuado de la información la mayoría de las empresas logran el liderazgo empresarial, también se consigue mejoras en las metodologías de comunicación entre los miembros de una comunidad, puesto que las personas son seres sociales lo que significa que aunque no sea nuestra intención, recibimos y enviamos mensajes de manera constante.

Davis y Newstrom (1991) menciona que el entorno organizacional es un concepto dinámico que está influenciado por la mayoría de los eventos que tienen lugar dentro de la compañía; cada una de estas organizaciones tiene una cultura distinta, con sus propios métodos de trabajo, tradiciones y otros conceptos específicos que conforman el ambiente organizacional. Es decir, la comunicación va más allá del mero acto consciente de traspasar un mensaje; la comunicación esta presente en cualquier acto social, ya que es uno de los procesos del ser humano más importante y característico. Una organización con buena comunicación a menudo da como resultado una mayor satisfacción laboral e incluso una mayor productividad para sus empleados, razón por la cual cada organización desea convertir las cosas negativas de su organización en pro del bienestar de sus trabajadores, para esto se debe analizar los problemas o conflictos que existen entre el personal mediante un marco constructivo que

fortalezca las relaciones interpersonales de todo el equipo laboral, esto ayudará a optimizar el ambiente laboral y a su vez mejorará la toma de decisiones en beneficio de la compañía.

La comunicación abierta reduce las barreras interpersonales y proporciona una mayor motivación. De hecho, la buena comunicación en el lugar de trabajo es uno de los pilares de la motivación. Los empleados que pueden articular sus estándares se sienten escuchados y valorados, mientras que los empleados que se sienten determinados desarrollan una mayor lealtad hacia la organización. (Fernández Menéndez & Menéndez Vázquez, 2020) De acuerdo con lo mencionado por las autoras Mayra Fernández y María Menéndez se puede definir que la comunicación como medio de negociación puede conceptualizarse como un proceso que sustenta el objetivo de llegar a una solución común a través de la cual las partes involucradas pueden llegar a una nueva posición que satisfaga total o parcialmente sus intereses en conflicto.

La comunicación no se produce en un solo sentido: también hay que escuchar a quien habla. La capacidad de escuchar a los demás es tan importante como la habilidad para expresarse con claridad. Así, se considera esencial en una buena comunicación en el trabajo que la otra parte cuente con el tiempo necesario para hacer sus contribuciones sin verse interrumpido a la mitad. (IONOS, 2019)

En otras palabras, el autor hace referencia a la necesidad de mostrar empatía y tener la capacidad de realmente escuchar y responder de manera correcta a lo que otra persona dice. No es simplemente el hecho de sentarse en silencio mientras alguien más habla sin prestar atención, todo lo contrario, una actitud agradable es un factor decisivo en las conversaciones tanto laboral como personal.

Por otro lado, se debe destacar que la comunicación abierta, assertiva o correlacional va de la mano con el término ambiente laboral, ya que se trabaja en sinergia cuando existe una buena gestión organizacional, todo esto se obtiene cuando se emplean de manera correcta una buena comunicación y un excelente clima laboral. Bizneo (2019) indica: “Un buen clima laboral genera un sentimiento de pertenencia a la empresa en los empleados: cuando las personas sienten que su trabajo sirve para algo más que para generar dinero a la compañía, su compromiso aumenta.” De acuerdo con lo mencionado por Bizneo, el departamento de recursos humanos de cada organización o

compañía debe procurar cuidar o velar por el bienestar de sus empleados mejorando la atención que reciben sus empleados en el entorno de trabajo y a su vez brindar herramientas de comunicación y una atmosfera positiva entre los colaboradores del mismo.

En la actualidad, la mayoría de las empresas que desea un crecimiento a nivel nacional debe cambiar y enfocarse en lo que sucede dentro de la compañía, en la relación entre empleado y empleador o entre sus trabajadores con la finalidad de medir la calidad de su servicio o trabajo. Debido a la situación actual, donde las tecnologías avanzan y el conocimiento se actualiza de manera constante, el ambiente laboral se torna cada vez más competitivo y democrático, mantener al mejor talento es una parte fundamental para cualquier empresa.

Cada trabajador de la organización debe sentirse comprometido con la misma, debemos fomentar su experiencia del empleado y su sentimiento de pertenencia. Motivarlos, transmitir tranquilidad, escuchar activamente y agradecer siempre su participación e implicación, generará un clima saludable y de confianza. (Human Pull, 2022)

Básicamente, Human Pull, hace referencia a la acción de cuidar el lugar de trabajo para que el personal que labora lo haga en óptimas condiciones, es decir, el empleador debe garantizar o salvaguardar la integridad de sus colaboradores y así los trabajadores se sientan cómodos en sus respectivas áreas, por este motivo es vital crear una organización saludable basada en quiénes son, como trabajan y qué necesitan para funcionar mejor.

Conceptual

El objetivo de cualquier unidad es crear un buen ambiente de trabajo, en otras palabras, los empleados están satisfechos con su puesto, por lo que realizan su trabajo con interés y entusiasmo. Un ambiente laboral óptimo es tan beneficioso para los integrantes de la empresa como para la propia empresa y su productividad. “Cuando hablamos de clima laboral nos referimos a un conjunto de características sociales, estructurales y organizativas que favorecen el bienestar del trabajador y, de este modo, mejoran su productividad y promueven su crecimiento profesional.” (Universia, 2022)

El entorno de trabajo depende no solo de los propios empleados, sino también del papel de la empresa. Llevar a cabo una serie de acciones que promuevan el buen ambiente en el lugar de trabajo: este debe ser uno de los principales objetivos de cualquier empresa. Para lo cual, se requieren de diversos aspectos que favorezcan el bienestar de los empleados, tales como: comunicación, trabajo colaborativo, empatía, igualdad, entre otros.

Comunicación Organizacional

“La comunicación organizacional llega a permitir el conocimiento de los recursos humanos, su desarrollo en la empresa, productividad en los departamentos de trabajo.” (King Núñez, 2017) Hoy en día, las organizaciones a nivel nacional e internacional demandan estar siempre actualizados de acuerdo a las nuevas tendencias o innovaciones tanto en productos como servicios con el objetivo de permanecer en el mercado durante mucho tiempo llevando a cabo negocios efectivos satisfaciendo las necesidades del mercado actual. Para lo cual se necesita un compromiso a nivel empresarial para asegurar el valor realmente asignado a los procesos críticos de la comunicación en la compañía, todo esto para alcanzar los objetivos del negocio y ser competitivos con otras empresas.

Carlos Fernández Collado (2017) expresa: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”. (citado por Muñoz, 2020) Las metodologías y estrategias de comunicación se implementan a través de la comunicación organizacional, a partir de este proceso la empresa puede mejorar u optimizar su posicionamiento, percepción positiva y obtener un mejor liderazgo en su industria y la interacción con los diversos grupos de interés. La comunicación organizacional cumple una función apelativa dentro de la organización cuyo objetivo es recibir respuestas a mensajes y comentarios como parte del flujo de trabajo, lo cual es importante, debido a que ayudará a recopilar datos y opiniones que mejoren los procesos internos y externos de la compañía.

A través de la comunicación organizacional, una compañía genera engagement con sus acciones. Este tiene que ver con la percepción positiva de la compañía y con convertirse en un referente en su sector. Es decir, ser esa compañía en la que cualquier persona quisiera trabajar y la cual realmente es valorada por sus clientes. (Molano, 2021)

En otras palabras, mediante este proceso se construyen relaciones sólidas, estables y a largo plazo tanto para el personal de la empresa como agentes externos (proveedores, consumidores, entre otros), todo esto con la finalidad de incrementar la conexión y la calidad de las relaciones. La comunicación empresarial u organizacional es considerada como un proceso comunicativo que gestiona el intercambio de información con todas las personas involucradas a través de diversos canales y así estimular una mayor productividad y la integridad del trabajo en equipo.

Flujos de la Comunicación Organizacional.

El flujo de comunicación organizacional tiene varias direcciones: descendente, ascendente, horizontal, circular u oblicua, transversal, entre otros, esta acción es supervisada por el director de comunicación, quien coordina los distintos tipos de comunicación que requiere la empresa. La dirección del flujo de comunicación depende del tamaño, estructura y naturaleza de la empresa; un porcentaje considerable de las organizaciones u empresas tradicionales a nivel nacional utiliza flujos en dirección vertical de manera descendente, es decir una comunicación de arriba hacia abajo, por ejemplo, los gerentes instruyen a los empleados para que la información se desarrolle hacia debajo de acuerdo a la jerarquía organizacional.

Para una empresa moderna, la importancia de la comunicación interna es indiscutible. Un buen flujo de información aumenta la productividad en el trabajo. Y sin embargo, una comunicación mal gestionada puede provocar la descoordinación de los equipos, barreras en la colaboración e incluso un aumento de las quejas de los clientes. (Silva, 2021)

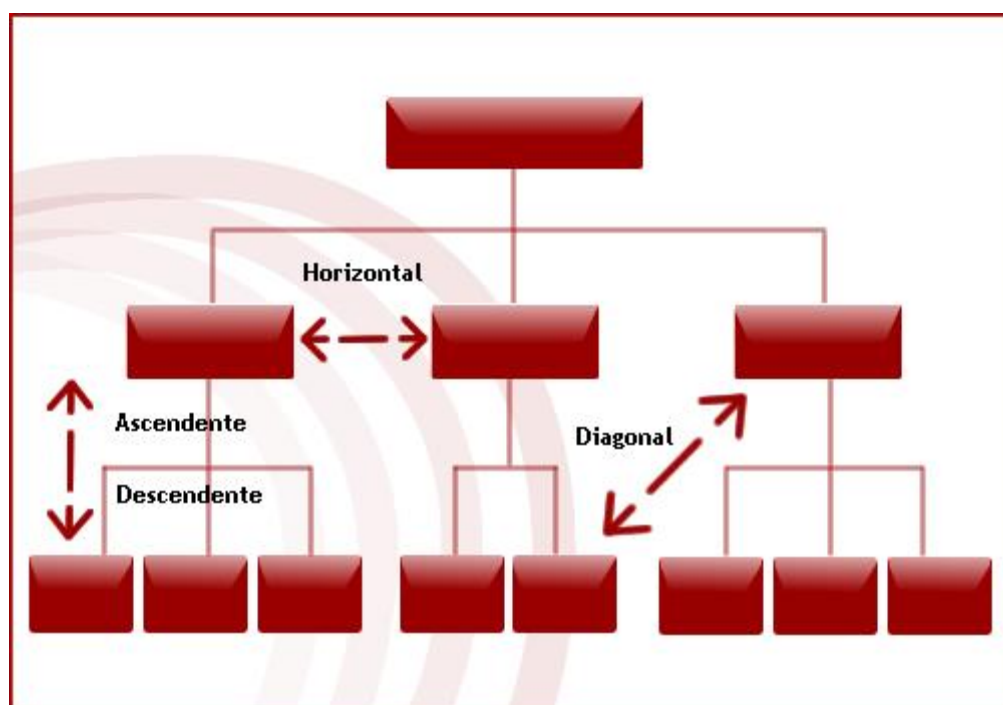
El crecimiento de las empresas se basa en la comunicación eficaz o el flujo de información que se genera entre las partes involucradas de manera interna o externa en la organización, razón por la cual la mayoría de las compañías deben desarrollar estrategias de comunicación eficientes para obtener éxito en términos de rentabilidad y sostenibilidad. El principal objetivo de cualquier negocio debe ser el flujo de información, ya que a través de esto las diferentes áreas llevan a cabo una comunicación fluida y así comprenden la misión de la empresa y a su vez se construye

un conjunto de valores, principios y ética profesional entre los trabajadores convirtiéndose en una compañía fuerte y resistente debido a los lazos o vínculos establecidos mediante una comunicación interna efectiva.

“Las compañías exitosas entienden que permitir el flujo fluido de información dentro de una organización crea una cultura corporativa donde los empleados pueden expresarse, tomar posesión de la marca de la empresa y crecer.” (Equipo de redacción de Drew, 2020) Las empresas necesitan entender que una comunicación interna y externa es fundamental para un correcto funcionamiento y obtención de resultados positivos, ya que a través de los diferentes tipos de procesos de comunicación se emplean correctamente los recursos de la empresa y se genera un enfoque inclusivo y coherente para lograr los objetivos estratégicos del mismo.

Figura 1.

Flujos de Comunicación Organizacional



Fuente: <https://n9.cl/bot5g>

- Descendente: También conocidos como flujo vertical o formal, en este tipo de comunicación se transmiten especificaciones, directivas, metas, estrategias, procedimientos, prácticas empresariales, objetivos, entre otros. El propósito es brindar información a todos los miembros acerca del trabajo en general, por

ejemplo, guías, metodologías, misión y visión de la empresa; se lleva a cabo las comunicaciones internas o actividades de desarrollo integral con el fin de conseguir una alineación estratégica y cultural con el personal para aumentar la productividad. “Dentro de la comunicación descendente los principales medios utilizados para el proceso de comunicación están vía mando (instrucciones de forma oral al personal) se presenta: a través de los discursos, reunión con el personal, vía telefónica.” (King Núñez, 2017) Este tipo de flujo de comunicación hace referencia a los niveles de jerarquía o mando en la empresa, razón por la cual su objetivo es informar datos relevantes de la empresa al personal, por ejemplo, estrategias de mercado, objetivos de la compañía, etc., dicho flujo implementa el uso del lenguaje oral y escrito.

- Ascendente: “La comunicación ascendente requiere sistemas de participación que permitan la proactividad y el feedback de los empleados con reuniones participativas. Es útil para tomar el pulso de la cultura organizacional.” (Sherlock Communications, 2020) El flujo de comunicación ascendente se desarrolla de manera vertical pero no de forma jerárquica, ya que en esta ocasión los empleados se comunican con el gerente, este mecanismo es similar a brindar una retroalimentación, es decir, el personal ofrece opiniones sobre las actividades que se desarrollan en la compañía, lo cual sirve como feedback a los directivos o gerentes sobre la situación actual del mismo y así tomar las decisiones correctas para soluciones inmediatas y eficaces.
- Horizontal: Este tipo de flujo se realiza con personas del mismo nivel jerárquico, ya que facilita la comunicación entre colegas y permite que trabajen en equipo. El flujo horizontal satisface necesidades como la inclusión, el control, etc., su objetivo es establecer relaciones interpersonales efectivas y así coordinar tareas, mejorar la comunicación interna del personal, incrementar la colaboración de los trabajadores permitiéndoles expresar su opinión, participar en debates o formar parte de la toma de una decisión; este tipo de flujo ayuda a integrar y optimizar el ambiente laboral entre agentes externos tales como: socios comerciales o proveedores.
- Diagonal: El flujo diagonal ocurre cuando la comunicación se da de un nivel jerárquico a otro sin dependencias entre ambos niveles; los mensajes se envían

de manera ascendente o descendente siempre y cuando exista un intercambio niveles. Su principal objetivo es enviar mensajes de forma rápida y eficaz, ya que es útil para coordinar el trabajo entre las estructuras organizacionales de la compañía en función de un objetivo en común. Sin embargo, se debe tener cuidado al realizar este tipo de comunicación, debido a que si no se cuenta con una estructura o nivel empresarial bien organizado puede generar problemas tales como: malentendidos, conflictos entre trabajadores, entre otros. A través de este método, se puede impedir que los mensajes o la comunicación interna se lleve a cabo en un solo sentido conservando una estructura autoritaria, ya que actualmente una comunicación efectiva se crea mediante el intercambio de información entre los diferentes representantes de una empresa.

Comunicación interna

Se conoce como comunicación interna a la comunicación dirigida a los empleados o trabajadores, nació en respuesta a la necesidad de las empresas de estimular o motivar a su fuerza laboral y conservar a los mejores talento en su equipo evitando el cambio constante de personal, ya que una empresa se compone de su equipo y por tanto la motivación es esencial para mejorar los resultados.

El proceso de la comunicación interna es un segmento de la comunicación integrada que enfoca sus acciones en los colaboradores de una empresa. Sus objetivos esenciales son la transmisión y distribución de información relevante y estratégica en un ambiente corporativo. (Bruno, 2018)

Por lo general, una buena comunicación interna se considera un conjunto de actividades que realiza la empresa para establecer y mantener buenas relaciones con sus miembros a través de diversos medios de comunicación con la finalidad de informar e incentivar al personal para que contribuyan con excelencia los objetivos de la compañía.

“Estimular a los empleados para que realicen su trabajo de forma óptima, tener en cuenta sus opiniones y establecer un clima de confianza será una labor a conseguir gracias a una efectiva comunicación interna.” (Peiró, 2021) Para que un equipo laboral trabaje con eficacia y eficiencia necesita sentirse cómodo y encajar en la organización, por este motivo el personal debe estar siempre informado de los

acontecimientos de la empresa de manera especial, la misión, filosofía, valores, estrategias, ya que este hecho hace que los empleados se sientan parte de ella y así estar dispuestos a darlo todo. Además, se debe destacar que una comunicación interna ayuda a reducir incertidumbres, rumores o miedos dentro del personal y esto puede ser un factor de riesgo para las empresas.

Comunicación externa

“La comunicación externa se define como el conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad, con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos.” (Prieto, 2017) Esto se refiere a los mensajes que la empresa realiza para los agentes externos de la empresa, es decir, su cliente potencial, proveedores, aliados o socias, con el objetivo de lograr alianzas estratégicas o llevar a cabo ventas de productos o servicios a los usuarios finales o consumidores, todo esto se desarrolla a través de las relaciones públicas y el departamento de marketing para transmitir un mensaje positivo de la empresa a los demás.

“El principal objetivo de la comunicación externa es dar a conocer la identidad y alcanzar la mayor competitividad posible dentro de un mercado, cuanto más amplio, mejor.” (Agora News, 2017) La comunicación externa se ocupa de las relaciones públicas, publicidad, comunicación corporativa, eventos, entre otros, todo lo que se relaciona a la imagen o identidad corporativa; todas las personas que se sientan involucradas con la empresa reflejan y difunden una buena imagen de este desde adentro. Una buena imagen brinda seguridad y confianza en el mercado, ya que una opinión, valoración o recomendación positiva es una excelente carta de presentación que los clientes o trabajadores ofrecen a los demás y esto genera interés para que los clientes potenciales busquen información del mismo.

Comunicación Formal

Puede darse de manera oral o escrita, generalmente se los asuntos de mayor relevancia se llevan a cabo de manera escrita mientras que las tareas cotidianas se desarrollan de forma oral; esta comunicación se le implementa cuando se efectúan diálogos a terceros o se establecen relaciones comerciales, por ejemplo, clientes, distribuidores,

etc. Es común observar este tipo de comunicación entre las autoridades o directivos de la misma empresa, ya que ellos pertenecen a un nivel jerárquico superior y deben usar constantemente un lenguaje formal para promover una imagen corporativa de excelencia y calidad en el mercado laboral.

La comunicación formal en la empresa se desarrolla y transmite por medio de reglas, procesos y estándares que evitan el uso de términos incultos o coloquiales. Establece el intercambio oficial de información que surge en los distintos niveles de la estructura empresarial y se rige de las políticas y reglamentos de la empresa. (Comunicare Neuromarketers, 2019)

Esta forma de comunicación se considera una forma efectiva, ya que ahorra tiempo al implementarse de manera sistemática, por ejemplo, informes, órdenes de trabajo, descripciones de ventas, inventarios, entre otros. Existen dos tipos de flujos de comunicación formal que se desarrollan en las empresas: flujo vertical tanto ascendente como descendente y el flujo horizontal, debido a que las conversaciones que se dan entre gerentes y empleados son parte esencial para una buena administración y coordinación a nivel empresarial.

Comunicación Informal

“La comunicación informal en la empresa es un tipo de comunicación no planificada, casual e informal, cuya información se realiza de manera automática y no sigue reglas establecidas, procesos formales, sistemas de distribución, nivel de mando o control de la organización.” (Comunicare Neuromarketers, 2019) Se basa en el intercambio de información de manera informal, es decir, no se utiliza un lenguaje formal por parte de los involucrados, por lo general se recopilan datos mediante opiniones, sugerencias, etc., esta comunicación se centra en las relaciones sociales que trascienden los límites organizacionales.

La comunicación informal se considera un tipo de comunicación espontánea, debido a que los empleados y empleadores pueden expresarse libremente, eliminando las jerarquías, pero no el rol que cumple cada uno. En dicha comunicación no se hallan reglas formales o pautas para la comunicación, ya que se considera una conversación entre amigos. Una de las principales ventajas de esta comunicación es su flexibilidad, puesto que no hay rigidez ni ningún tipo de formalidad que dificulte la comunicación, por otro lado, una desventaja muy común es que los rumores dentro de la empresa pueden propagarse rápidamente.

Barreras en la Comunicación Organizacional

“Las barreras de comunicación son interferencias. En otras palabras, obstáculos que dificultan la transmisión del mensaje entre el emisor y el receptor. Estas pueden generar distorsiones y malentendidos. En definitiva, rompen el proceso comunicativo.” (Universidad UNADE, 2020) Se define como una barrera de comunicación a la deficiencia que dificulta el intercambio de información entre los miembros de una empresa. En otras palabras, elementos que complican el traspaso de información dentro de la compañía y provocan malentendidos o malas interpretaciones. Existen diferentes tipos de barreras de comunicación, tales como: barreras semánticas, psicológicas, fisiológicas y físicas, todas ellas perjudican la correcta interpretación de un mensaje.

Barrera semántica

“Las barreras semánticas tienen relación con el significado de las palabras. De esta manera, este tipo de barreras explican que no entendamos una palabra, una frase o un discurso.” (Ruiz Mitjana, 2020) La barrera semántica en la comunicación surge cuando existe una mala interpretación de los datos entre el emisor y el receptor, es decir uno de los elementos de la comunicación presenta términos desconocidos o no se logra entender la palabra en el contexto y se le da un significado incorrecto generando problemas en el mensaje.

Barrera Psicológica

“Éstas tienen que ver con la situación psicológica concreta del emisor o del receptor del mensaje. Así, este tipo de barreras también tienen relación con los estados emocionales de emisor y/o receptor, que pueden llegar a alterar el mensaje.” (Ruiz Mitjana, 2020) Las barreras psicológicas están relacionadas con las circunstancias específicas del emisor o receptor. El estado emocional y el tipo de relación que mantienen ambas partes pueden afectar el desarrollo de la comunicación, cómo nos ven o qué saben de nosotros puede determinar la comunicación. En ciertas ocasiones la percepción que se da a una persona sin conocerla realmente puede generar perjuicio y a su vez rechazo sin fundamentos dando como resultado tergiversaciones o problemas en la comunicación, ya que no establecen vínculos emocionales tales como: compañerismo, trabajo en equipo, etc.

Barrea Fisiológica

La condición física también determina el buen funcionamiento de la comunicación, por ejemplo, una persona que sufre una discapacidad física aumenta el riesgo de una mala interpretación si la información no se adapta a las necesidades que presenta.

Barreras Físicas

Las barreras físicas son quizás las más obvias. Todos estos son casos de contexto o circunstancias que impiden una comunicación fluida y clara. Por ejemplo, ruido, falta de iluminación, distancia entre los participantes, problemas con los medios de comunicación, entre otros.

Clima Laboral

El clima laboral es la actitud de cada empleado hacia su ambiente de trabajo en la organización. Depende de una serie de factores en el lugar de trabajo, tanto físicos como emocionales, y también está influenciado por las relaciones con los compañeros, la motivación o el compromiso. Trabajar en un buen ambiente laboral hace sentir mejor y crear un mayor sentido de pertenencia, lo que finalmente repercute de manera positiva en el logro de los objetivos de la empresa.

Un buen clima laboral repercute de manera directa en el desempeño y satisfacción de los empleados. Si no es el adecuado, no lograrán desarrollar todo el potencial, aún teniendo las aptitudes necesarias para cubrir el puesto. (Question Pro, 2018)

Es innegable que el clima laboral es un factor clave en las relaciones laborales, pero es difícil definir y precisar sus características definitorias. Desde el punto de vista del empleado, el ambiente de trabajo es un conjunto de condiciones que contribuyen al logro de la satisfacción en el lugar de trabajo. Desde una perspectiva empresarial, se puede definir como la suma de factores que afectan el clima organizacional, la productividad y el desempeño de los empleados.

El ambiente de trabajo es uno de los factores más importantes para el buen funcionamiento y crecimiento de una organización. Un ambiente de trabajo positivo puede ayudar a aumentar la productividad y el compromiso de los empleados. Por lo tanto, un ambiente laboral adecuado, agradable y motivador es sumamente importante para construir un equipo motivado y eficaz.

El clima Organizacional determina la forma en que un individuo percibe su trabajo, su desempeño, productividad y satisfacción, contemplando el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano, influyendo así en la satisfacción del personal y por lo tanto en la productividad. (Pilligua Lucas & Arteaga Ureta, 2019)

Existe una serie de factores que se deben considerar en la organización y entorno de trabajo, ya que juegan un papel esencial en la percepción de los empleados sobre el ambiente dentro de la empresa, por ejemplo, el nivel de confianza y estabilidad que ofrece la compañía, la sinergia de los trabajadores y a su vez reflejar un impacto positivo o negativo en la productividad del mismo. Entre los factores a considerar se hallan:

- Comunicación
- Colaboración
- Liderazgo
- Satisfacción
- Condiciones Físicas
- Carrera Profesional

Legal

Debido a que la siguiente investigación se basa en el estudio de los trabajadores administrativos de ITB, se toma en consideración el **Reglamento Codificado del Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior:**

Art. 88. “Las instituciones de educación superior incluirán en su reglamentación interna, entre otros, los siguientes aspectos: concurso de merecimientos y oposición, en el cual necesariamente se incluya el componente andragógica, carrera docente, categorías docentes; tiempo de dedicación; protección social; remuneraciones; mejora profesional; estabilidad; año sabático; becas; servicios a la comunidad; pasantías en los campos de su especialidad y jubilación, lo cual deberá reflejarse en su planificación anual y presupuestaria.”

Art- 89. “El docente del Sistema Nacional de Educación Superior del país, a más de tener una sólida formación en las áreas de los componentes educativos y de investigación que serán de su responsabilidad, garantizará sólidos y consistentes valores éticos reconocidos por la sociedad, así común gran espíritu de investigación.

El ingreso del docente a la institución de educación superior se realizará a través de un concurso de merecimientos y oposición, conforme lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior y en el presente reglamento.”

Art.37.- Estímulos e incentivos.- A las y los docentes investigadores que participen en programas de investigación de innovación tecnológica, programas de vinculación con la comunidad, realicen publicaciones en revistas indexadas de preferencia en la base de datos SCOPUS, participen con ponencias en congresos científicos internacionales, por excelencia académica y otras actividades que contribuyan con el crecimiento y la calidad del proceso enseñanza aprendizaje del ITB, recibirán ayudas económicas, bonificaciones y otros estímulos previo informe favorable de la Dirección de la Unidad Académica y aprobación de vicerrectorado.

Reglamento Interno del trabajador de ITB

- Préstamos Institucionales para Atención de Emergencias:
- Los colaboradores/as tendrán acceso a préstamos institucionales para atención de emergencias, mismas deberán ser validadas por el/la Trabajador/a Social o quien haga sus veces designado por la Dirección de Talento Humano.
- Los o las colaboradores/as deberán llenar el Formato de Solicitud de préstamos debidamente firmados.
- Los préstamos institucionales no generarán intereses para los colaboradores y podrán ser prorrateados hasta seis meses.
- El préstamo institucional se podrá realizar solo por un salario del colaborador/a solicitante.
- Todos los préstamos institucionales serán aprobados por el Rector/a o quien haga sus veces.
- Solicitudes de préstamo mayores al salario del colaborador/a serán aprobados expresamente por el Rector/a.
- Atención Médica para Familiares en Primer Grado en Afinidad y Consanguinidad: Los familiares de los colaboradores en primer grado en

afinidad y consanguinidad podrán ser atendidos en los Box médicos de las distintas sedes de la Institución y los gastos generados serán prorrateados hasta por seis meses. Los familiares de los colaboradores/as deberán estar registrados en la Dirección de Talento Humano.

- Ayuda Monetaria Solidaria: El Rector/a definirá el monto de ayuda monetaria solidaria para el/la colaborador/a que así lo requiera. Este tipo de incentivo sólo se activará bajo el informe validado y realizado por el/la Trabajador/a Social institucional o quien haga sus veces designado por la Dirección de Talento Humano. La ayuda solidaria será notificada al Rector/a través de correo institucional del director/a del departamento o área que pertenece el colaborador que lo requiera.
- Anticipos de Sueldo y Décimos: Los y las colaboradores/as podrán realizar anticipos de sueldo, mismos que no deberán exceder del salario menos sus descuentos por ley e históricos. Los y las colaboradores/as podrán realizar anticipo de décimos, por única vez durante el año fiscal.
- Cuidado Gratuito para Niños y Niñas de Uno a Tres Años.
- Desarrollo Infantil Institucional: Los y las colaboradores podrán realizar uso del Centro de Desarrollo Infantil institucional para el cuidado de sus hijos mayores a un año y menores a cuatro durante la jornada laboral asignada.

Luego de un extenso análisis sobre los beneficios que la institución otorga a su personal administrativo, se puede establecer ciertos lineamientos sobre las acciones a implementar en el ITB.

La comunicación interna puede realizarse en un plano verbal o no verbal. Nos referimos a los códigos no verbales compartidos por los miembros, que remiten a lo intuitivo y lo psicológico.

Dentro del plano verbal la comunicación interna puede desarrollarse de una forma oral o escrita y de modo directo o mediado. La mejor forma es la comunicación escrita en sus distintos soportes, al igual que la comunicación audiovisual; aunque ha surgido cierto interés por la información intercambiada oralmente. También hay

que señalar el crecimiento de la comunicación escrita a través de soportes informáticos (Intranet, e-mails, portal del empleado, revista digital).

La comunicación interna puede ser interpersonal o de grupo. Está formada por canales de comunicación formales e informales. Los canales de comunicación formales están establecidos y planificados por la organización, donde incluyen qué se dice, quién, cómo, y cuándo se dice. Los canales de comunicación informal no están planificados, y generalmente no siguen la estructura formal de la organización, sino que surgen de la interacción social natural entre los miembros de la organización.

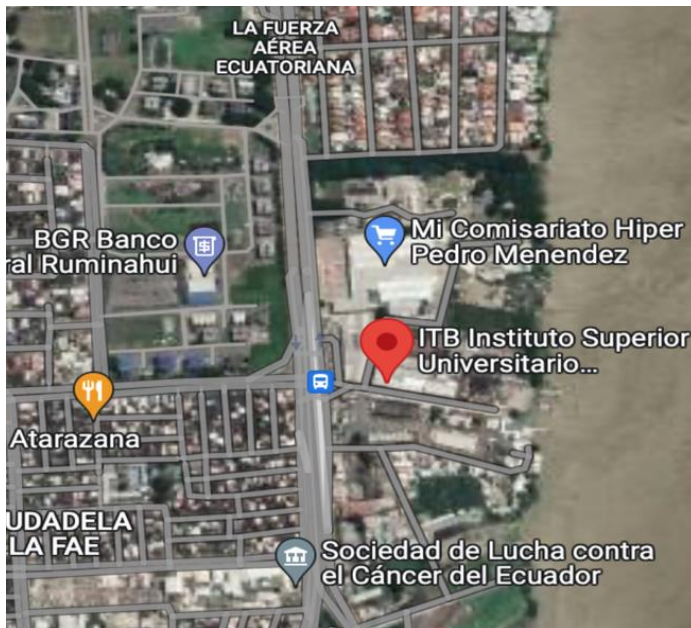
Cada vez se ha prestado más atención a la comunicación interpersonal o de grupo que ocurre fuera de los cauces formales y que tiende a fomentar la iniciativa de los miembros, esto ha sido debido al avance que la teoría de la organización ha desarrollado incluyéndose en su cuerpo doctrinal las nociones de cultura corporativa, excelencia o calidad total. Ambas vías de comunicación son interdependientes ya que en aquellos aspectos que los canales formales no recogen toda la información o no satisfacen las necesidades informativas se ponen en marcha los canales informales. De esta manera, cuanto más se usen los canales formales para proporcionar información interesante y útil, menor será el margen que se le dejará a los canales informales.

Marco Geo-referencial

La problemática se centra en El Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB) en la ciudad de Guayaquil ya que dicho instituto requiere soluciones inmediatas con respecto a la falta de comunicación empresarial y un buen ambiente laboral. El ITB cuenta con 5 sedes y su matriz se encuentra en la Avenida Víctor Manuel Rendón 236, otro de sus campus se encuentra en Avenida Pedro Menéndez Gilbert Callejón 12 Ne, Ecuador, Guayaquil 090150.

Figura 2.

Matriz Víctor Manuel Rendón



Fuente: <https://goo.gl/maps/3PEhx2nzfzGjRAzZ7>

Figura 3.

Cede Atarazana



Fuente: <https://goo.gl/maps/Qmz14NP1ihvbkBfAA>

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utilizó en el presente proyecto de investigación fueron los siguientes:

- Investigación descriptiva
- Investigación explicativa
- Investigación bibliográfica
- Investigación cualitativa

Investigación descriptiva

Universia nos menciona que: “La investigación descriptiva es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar.” (Universia, 2017, párr. 7). Es decir, la investigación descriptiva nos permitirá analizar los diferentes eventos que suceden al momento comunicarse internamente dentro de la empresa.

Investigación explicativa

“La investigación de tipo explicativa busca establecer las causas en distintos tipos de estudio, estableciendo conclusiones y explicaciones para enriquecer o esclarecer las teorías, confirmando o no la tesis inicial.” (Universia, 2017, párr. 13). Este tipo de investigación nos ayudará a establecer las causas en diferentes métodos de estudios, estableciendo conclusiones y definiciones para aclarar las teorías referentes al tema a investigar.

Investigación bibliográfica

Se usará el tipo de investigación bibliográfica o documental ya que tiene la intención de conocer, profundizar y deducir varios enfoques, temas, teorías de diferentes autores sobre un argumento determinado, basándose en revistas, blogs, libros o informes, con el fin de ayudar a obtener información para nuestro trabajo de investigación. Es decir, se utilizará este tipo de investigación para poder obtener

información primaria y secundaria real de especialistas, profesionales, etc., la cual ayude a fortalecer la investigación que se está realizando.

La metodología propuesta para el estudio bibliográfico puede ser aplicada a cualquier tema de búsqueda para establecer la relevancia e importancia de este y afirmar la originalidad de la investigación.

Investigación Cualitativa

Cuando se habla de un estudio cualitativo se hace énfasis a las definiciones, interpretaciones o comentarios propias del autor/a, en otras palabras, un enfoque cualitativo estudia, examina o analiza los hechos que ocurren en su contexto natural, además de participar e interactuar con las personas involucradas en la investigación del caso, ya que los datos son descriptivos entorno al fenómeno de estudio. La autora replica:

En el paradigma cualitativo, la investigación hace énfasis en el significado (la interpretación que hace el autor de su realidad), contexto (aspectos que forman parte de la vida social, cultural, histórica, física, del actor), perspectiva holística (concepción del escenario, los participantes y las actividades como un todo), cultura (qué hace del actor, qué sabe el actor y qué cosa construye y utiliza). (Gutiérrez, 2017, p. 16).

Métodos de investigación

Método Descriptivo

Este método crea una representación narrativa, numérica y gráfica muy detallada y minuciosa de la realidad investigada, busca información inicial sobre la realidad a partir de la observación directa del investigador y la información obtenida proporcionada por otros autores.

Método de Análisis-Síntesis

Investiga los hechos comenzando por dividir el objeto de estudio en cada parte para estudiarlas por separado (análisis) y luego integrar estas partes para estudiarlas de manera integral (síntesis).

Método Inductivo

Es un método teórico que procede de un hecho específico a un método general. Este método usa el razonamiento para llegar a conclusiones basadas en ciertos hechos aceptados y conclusiones que son generalmente aplicables

Método Deductivo

En el método deductivo, se hacen inferencias generales para sacar conclusiones específicas. Este método de razonamiento consiste en sacar conclusiones generales para obtener explicaciones específicas. Basado en lo expuesto y aplicado a la presente investigación, se determina el método descriptivo y el método histórico lógico como los métodos de investigación teóricos más adecuados a seguir, tomando en cuenta que los mismos permiten desarrollar el estudio de manera eficaz utilizando la observación directa, el criterio formado a partir de investigaciones y artículos publicados anteriormente y la recopilación de datos, logrando de esa manera una perspectiva apropiada sobre la evolución del objeto de estudio a través del tiempo y su situación actual.

Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

En el presente proyecto de investigación se utilizaron los siguientes instrumentos de investigación:

- Observación
- Entrevista
- Encuesta

Observación

La observación es un registro metódico y confiable para evaluar las diferentes estrategias que se han implementado o se puedan implementar con el fin de obtener información real sobre la problemática dentro de la empresa y las posibles soluciones que se implementaran en la misma.

Entrevista

La entrevista es un reporte que se lo realizara de manera verbal o en este caso de manera virtual como medida de seguridad, con el fin de obtener información primaria sobre los problemas que están enfrentando con su topología de red, conexión de las máquinas, etc.

Encuesta

La encuesta es un conjunto de preguntas abiertas y cerradas que permite recopilar datos relevantes de la empresa por medio de cada una de las personas que trabajan en la misma.

Universo, población y muestra

Población

"El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros". (PINEDA, DE ALVARADO, & CANALES, 1994, pág. 108). Es decir, la población de nuestra investigación serán todas las personas del personal administrativo del Instituto Tecnológico Bolivariano (ITB).

Muestra

"Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación." (PINEDA, DE ALVARADO, & CANALES, 1994, pág. 115), es decir, la muestra es un porcentaje mínimo de la población. Para esta investigación se implementó la siguiente formula conforme a los objetivos específicos del tema de investigación, con la finalidad de obtener el número del tamaño de la muestra finita:

$N =$ Universo (592)

$n =$ Tamaño de la muestra

$e =$ error de muestreo (0,05)

$Z =$ Nivel de confianza (1.960)

$p =$ Probabilidad de éxito (0.50)

$q =$ Probabilidad de rechazo (0.50)

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

$$n = \frac{592 * 1.960^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 (592 - 1) + 1.960^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{592 * 3.8416 * 0.50 * 0.50}{0.0025(591) + 3.8416 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{592 * 3.8416 * 0.25}{1.4775 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{592 * 0,9604}{1.4775 + 0.9604}$$

$$n = \frac{568.5568}{2.4379}$$

$$n = 233$$

Una vez realizada la fórmula de la muestra, nos da como resultado que se deberán de realizar 233 encuestas al personal administrativo del ITB.

Procesamiento de la información

Resultado de las encuestas

1. ¿Usted sabe que es la comunicación interna de una empresa?

Tabla 3.

Pregunta 1. Conocimiento sobre la comunicación interna

Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	233	100%
2	No	0	0%
Total		233	100%

Nota. Esta tabla contiene las respuestas de los encuestados referente a si saben que es la comunicación interna de una empresa.

Gráfico 1.

Pregunta 1. Porcentaje sobre la comunicación.



Análisis: El 100% de todos los encuestados tienen conocimientos sobre que es la comunicación interna dentro de la empresa, es decir que todos los empleados saben que es y el uso de la misma dentro del ITB

2. ¿Cuáles son los canales de comunicación que se usan para comunicarse entre departamentos dentro del ITB?

Tabla 4.

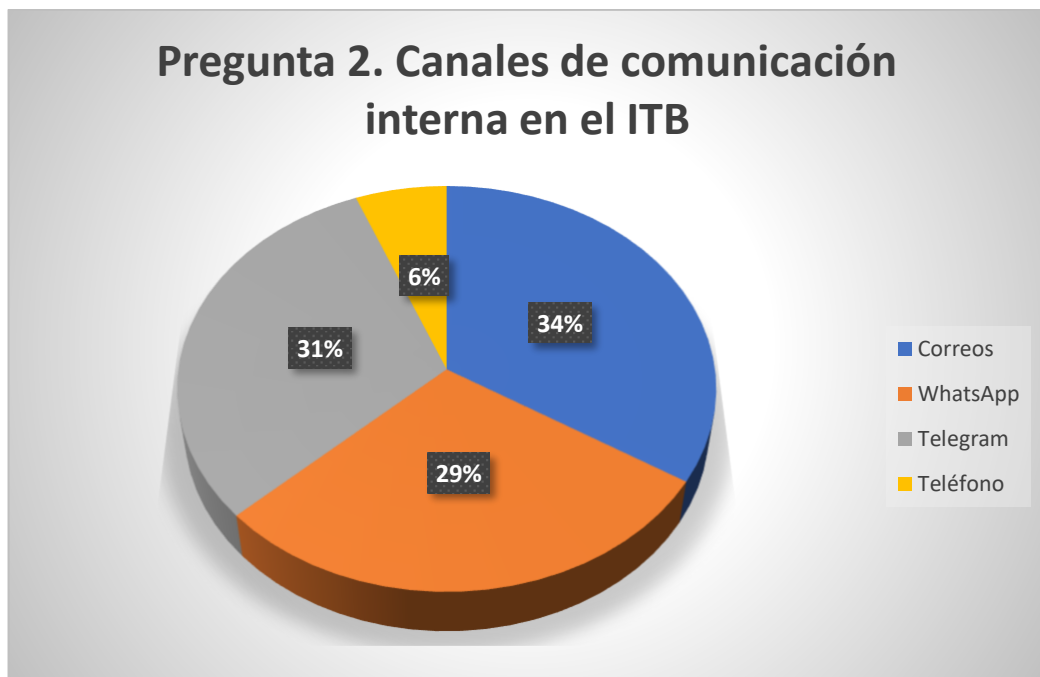
Pregunta 2. Canales de comunicación interna usan en el ITB

Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Correos	79	34%
2	WhatsApp	68	29%
3	Telegram	72	31%
4	Teléfono	14	6%
Total		233	100%

Nota. Esta tabla contiene las respuestas de los encuestados referente a si saben cuáles son los canales de comunicación interna tiene el ITB.

Gráfico 2.

Pregunta 2. Porcentaje de los canales de comunicación interna que usan en el ITB.



Análisis: Según los resultados obtenidos, el canal de comunicación es el uso de los correos con un 34% para la comunicación interna, mientras que el 31%, 29 % y el 6% usan telegram, WhatsApp y el teléfono respectivamente para poderse comunicar entre departamentos.

3. ¿Con qué frecuencia se comunican entre departamentos semanalmente?

Tabla 5.

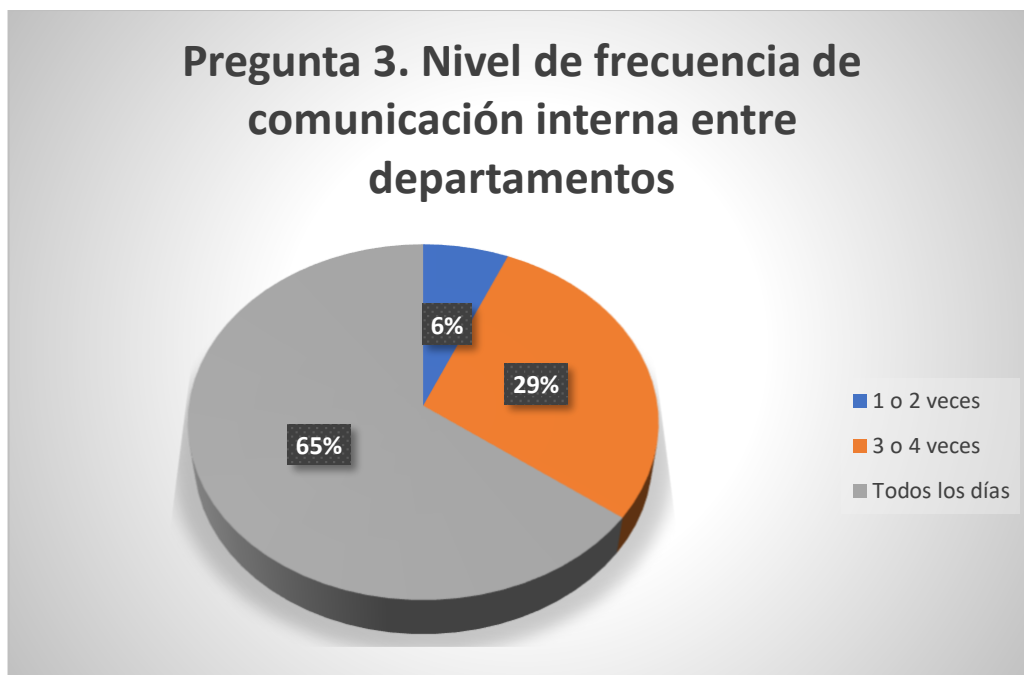
Pregunta 3. Nivel de frecuencia de comunicación interna entre departamentos.

Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	1 o 2 veces	15	6%
2	3 o 4 veces	67	29%
3	Todos los días	151	65%
Total		233	100%

Nota. Esta tabla contiene las respuestas de los encuestados referente a la frecuencia que se comunican entre departamentos.

Gráfico 3.

Pregunta 3. Porcentaje del nivel de frecuencia de comunicación interna entre departamentos.



Análisis: La comunicación entre departamentos la realiza diariamente un 65% de los encuestados, el 29% de la población lo utiliza de 3 a 4 días y el 6% solo la utiliza 1 o 2 veces al día.

4. ¿Tiene conocimiento del personal que gestiona la comunicación interna en el ITB?

Tabla 6.

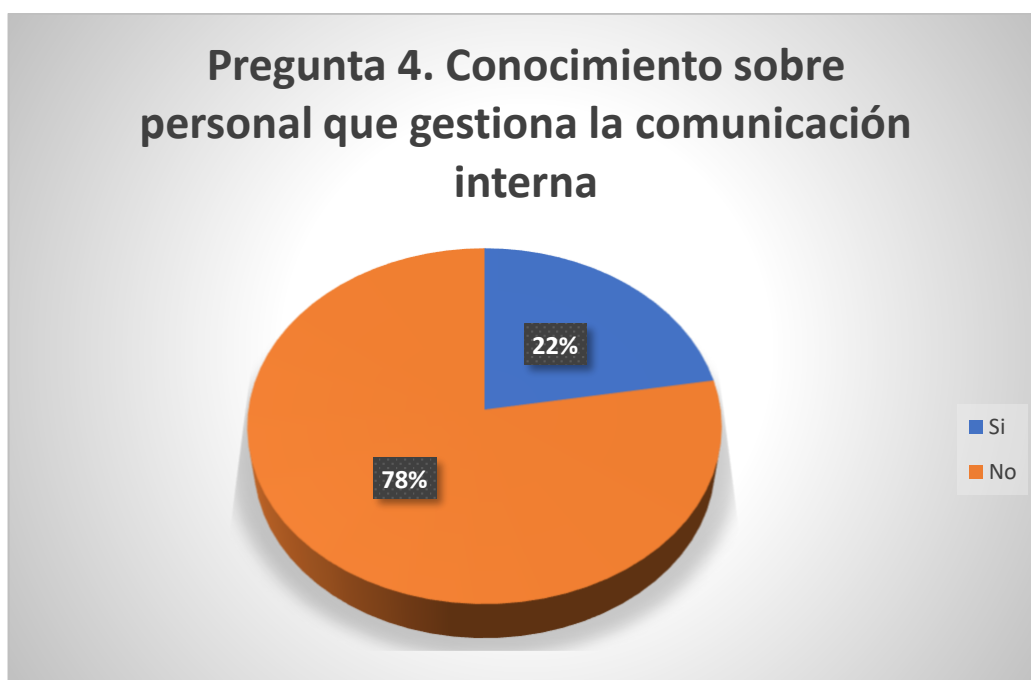
Pregunta 4. Conocimiento sobre personal que gestiona la comunicación interna.

Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	52	22%
2	No	181	78%
Total		233	100%

Nota. Esta tabla contiene las respuestas de los encuestados referente a si saben cuál es el personal que gestiona la comunicación interna en el ITB.

Gráfico 4.

Pregunta 4. Porcentaje del conocimiento sobre personal que gestiona la comunicación interna.



Análisis: Del total de encuestas realizadas el 78% no tiene conocimiento del personal que gestiona la comunicación interna en el ITB y solo el 22% tiene conocimiento sobre el grupo de personas que la maneja.

5. ¿Las sugerencias, comentarios o quejas han sido consideradas al momento realizar mejoras en la gestión de comunicación interna?

Tabla 7.

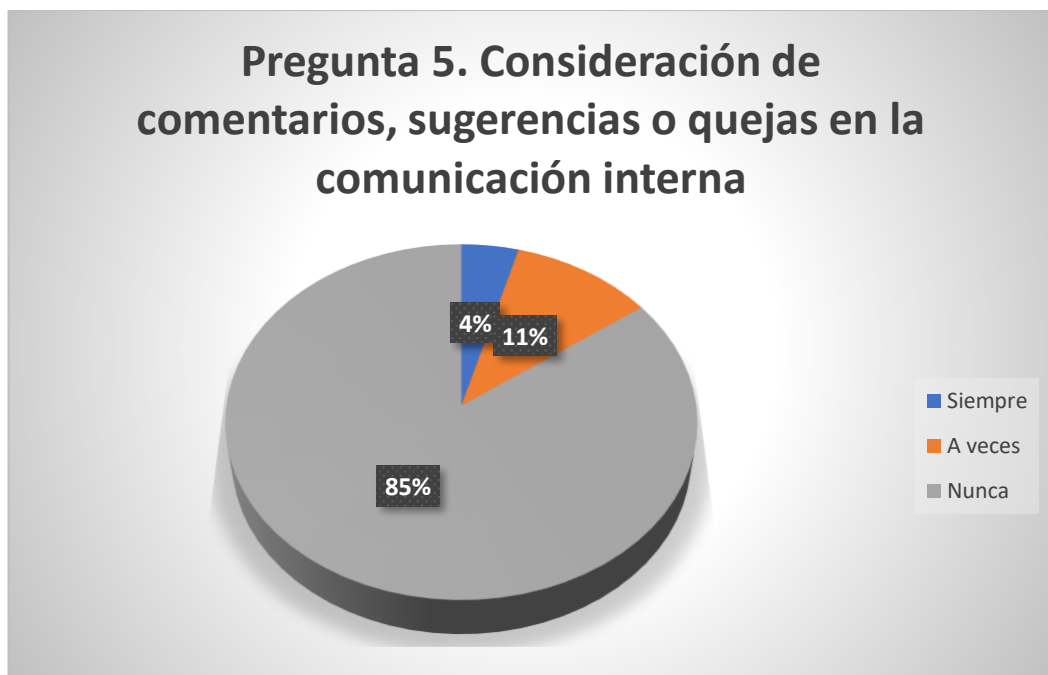
Pregunta 5. Consideración de comentarios, sugerencias o quejas en la comunicación interna.

Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Siempre	10	4%
2	A veces	25	11%
3	Nunca	198	85%
Total		233	100%

Nota. Esta tabla contiene las respuestas de los encuestados referente a si son considerados al momento de realizar mejoras en la gestión de la comunicación interna.

Gráfico 5.

Pregunta 5. Porcentaje sobre la consideración de comentarios, sugerencias o quejas en la comunicación interna.



Análisis: El 85% del total de encuestado nunca ha sido tomado en cuenta sus comentarios, sugerencias o quejas, un 11% considero que a veces y el 4% siempre fue tomado en cuenta en la toma de decisiones en el ITB.

6. ¿Considera usted que la comunicación interna se da de forma bidireccional?

Tabla 8.

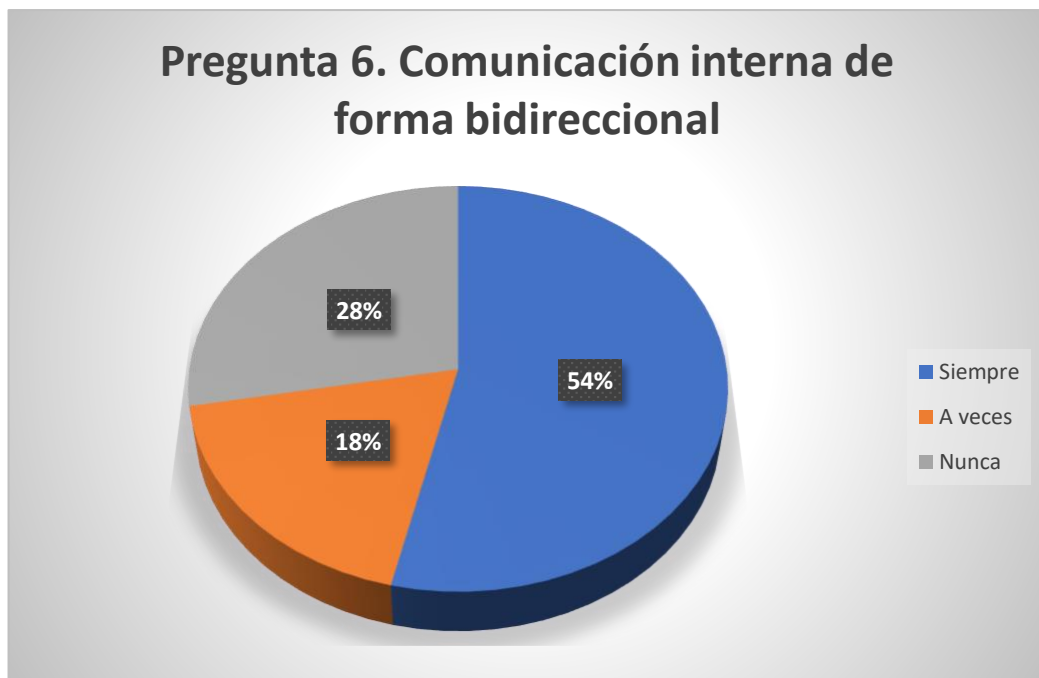
Pregunta 6. Comunicación interna de forma bidireccional.

Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Siempre	125	54%
2	A veces	43	18%
3	Nunca	65	28%
Total		233	100%

Nota. Esta tabla contiene las respuestas de los encuestados referente a si la comunicación interna se la realiza de manera bidireccional.

Gráfico 6.

Pregunta 6. Porcentaje de la comunicación interna de forma bidireccional.



Análisis: del total de encuestados el 54% menciona que la comunicación interna se la realiza de forma bidireccional, el 28% no cree que sea de esa manera y solo el 18% nos indica que a veces se lo hace así, es decir, que nuestra población tiene diferentes opiniones sobre la direccionalidad de la comunicación interna que se realiza en el ITB.

7. ¿Es considerado su participación al momento de la toma de decisiones para la mejora del clima organizacional del ITB?

Tabla 9.

Pregunta 7. Toma de decisiones para la mejora de la comunicación interna.

Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Siempre	39	17%
2	A veces	112	48%
3	Nunca	82	35%
Total		233	100%

Nota. Esta tabla contiene las respuestas de los encuestados referente a si saben que es la comunicación interna de una empresa.

Gráfico 7.

Pregunta 7. Porcentaje de la toma de decisiones para la mejora de la comunicación interna.



Análisis: el 48% de los encuestados nos indican que a veces son tomados en cuenta en la toma de decisiones para la mejora de la comunicación interna en el ITB, el 35% nos dice que nunca son tomado en estas decisiones y el 17% siempre es tomado en cuenta, es decir, que la mayoría de empleados pocas veces es considerada para la toma de decisiones y esto afecta en cierta parte para la mejora del clima

organizacional dentro del ITB.

8. ¿Usted cree que una mejora en la gestión de comunicación interna beneficiara el fortalecimiento del clima organizacional en el ITB?

Tabla 10.

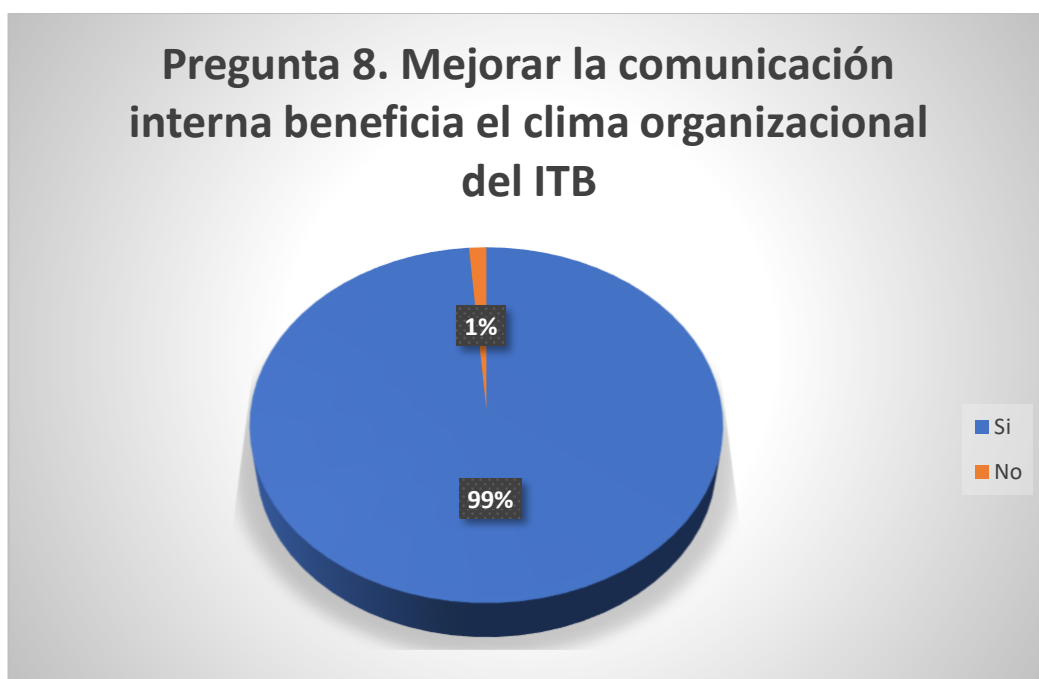
Pregunta 8. Mejorar la comunicación interna beneficia el clima organizacional del ITB.

Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	230	99%
2	No	3	1%
Total		233	100%

Nota. Esta tabla contiene las respuestas de los encuestados referente a si se mejora la comunicación interna esta beneficiaria el clima organizacional del ITB.

Gráfico 8.

Pregunta 2. Porcentaje sobre si mejorar la comunicación interna beneficiaría el clima organizacional del ITB.



Análisis: El 99% de los encuestados cree que una mejora en la gestión de comunicación interna beneficiaria al fortalecimiento del clima organizacional y solo el 1% no cree que haciendo eso fortalecería la organización.

9. ¿En la actualidad cómo calificaría la gestión de comunicación interna en el ITB?

Tabla 11.

Pregunta 9. Calificación de la gestión de la comunicación interna en el ITB

Opción	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Excelente	45	19%
2	Bueno	58	25%
3	Malo	97	42%
4	Pésimo	33	14%
Total		233	100%

Nota. Esta tabla contiene las respuestas de los encuestados referente a la calificación de la gestión de comunicación interna del ITB.

Gráfico 9.

Pregunta 9. Porcentaje de calificación de la gestión de la comunicación interna en el ITB.



Análisis: Del total de los encuestados un 42% califican como malo la gestión de comunicación interna dentro del ITB, el 14% afirma que pésimo este proceso, a diferencia del 25% de la población que califica como bueno esta gestión y el 19% le da un puntaje de excelente, es decir, en su mayoría de encuestados nos afirma que la gestión de comunicación interna es ineficiente dentro del ITB.

Resultado de las entrevistas.

Nombre: Abg. Corina Suárez Fajardo directora del departamento del call center.

1. ¿Cree usted que es importante la comunicación interna dentro del ITB? ¿Porqué?

La comunicación interna es muy importante dentro de la empresa, ya que esto permite tener una comunicación entre departamentos con la finalidad de analizar las carencias que existen en la comunicación interna y poderlas mejorar para tener una buena comunicación.

2. ¿Cuáles serían los puntos claves para gestionar una buena comunicación dentro del ITB?

Entre los puntos clave serian conocerse entre departamentos y puedan una buena comunicación y de esta manera poder tener presente los requerimientos que cada departamento tiene.

3. ¿Dentro del tecnológico cuales son los canales de comunicación que utilizan?

Los canales de comunicación más utilizados dentro del ITB son los correos electrónicos, web-chat que son las diferentes extensiones entre departamentos según el requerimiento que necesiten.

4. ¿Tener una mala gestión de comunicación interna afecta el fortalecimiento del clima organizacional?

Tener una mala comunicación interna si nos afecta como empresa ya que no nos permite desarrollarnos y fluir como empresa; y esto se lo ve reflejado al exterior y causaría problemas y malestar a la comunidad académica.

5. ¿Cuáles serían las recomendaciones que usted sugeriría para el fortalecimiento de la gestión de comunicación interna del ITB?

Como sugerencia se daría que se deberían de conocer entre departamentos para que haya una mejor comunicación, desde el departamento de recursos humanos con cada uno de los departamentos para así poder conocer los requerimientos que ellos

necesitan y de la misma manera poder mejorar la comunicación interna entre departamentos.

Análisis: La entrevista fue realizada a la directora del departamento de call center del ITB, y dio como resultado que en el ITB debe de tener una excelente gestión de comunicación interna y tener presente los diferentes requerimientos que pueden tener los diferentes departamentos, cuando existe una buena comunicación entre departamentos y se usen de buena manera los canales de comunicación se tendrá un buen clima organizacional, caso contrario existirán malestar entre departamentos e incluso pueden haber problemas por tener una mala comunicación interna.

Nombre: Mgtr. Tania Flores Valdivieso, directora del área de diseño y producción audiovisual.

**1. ¿Cree usted qué es importante la comunicación interna dentro del ITB?
¿Porqué?**

Es muy importante la comunicación interna sobre todo para que la información que se quiere transmitir llegue de manera asertiva y oportuna a las personas que requieran o necesiten saber de la información a docentes, autoridades, estudiantes, entre otros.

2. ¿Cuáles serían los puntos claves para gestionar una buena comunicación dentro del ITB?

Entre los puntos clave primeramente tener una comunicación organizada, es decir que los departamentos que estén organizados y tengan las pautas y puntos asignados a seguir para que la información llegue de manera oportuna.

3. ¿Dentro del tecnológico cuáles son los canales de comunicación que utilizan?

Dentro del ITB se utilizan los comunicados que son enviados por medio de correos electrónicos, también se usan los mensajes masivos por medio de la aplicación móvil WhatsApp y el uso de las redes sociales, estos son los canales que se usan dentro de la institución para enviar un comunicado o mensajes entre departamentos. En ciertas ocasiones la información tiende a demorar o el contenido del mensaje que se envía es mal interpretado y no llega de manera eficaz.

4. ¿Tener una mala gestión de comunicación interna afecta el fortalecimiento del clima organizacional?

Como se mencionó anteriormente al llegar mal la información o interpretarla de mala manera tiende a ver confusión y cuando ya existe confusión la organización empieza a desestructurarse o desorganizarse, es decir, la estructura interna comienza a romperse y comienzan a surgir malos comentarios o peleas entre departamentos al no tener una buena comunicación. Siempre la comunicación debe de ser asertiva y eficiente esto permite que las personas sean organizadas y exista una igualdad entre departamentos.

5. ¿Cuáles serían las recomendaciones que usted sugeriría para el fortalecimiento de la gestión de comunicación interna del ITB?

- Comunicarse entre las partes involucradas en la parte de comunicación.
- Estructurar puntos, organizarse y crear un manual de comunicación que permita seguir pautas, de qué manera poderse comunicar.
- Al tener un manual y plan de comunicación ayudaran a fortalecer la combinación interna dentro de la empresa.

Análisis: La entrevista fue realizada a la directora del departamento del área de diseño y producción audiovisual, la cual nos mencionó que la comunicación interna es muy importante dentro del ITB ya que esto permite tener una buena comunicación entre departamentos y con ello se puede reducir la problemática que puede haber entre departamentos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Análisis de Datos

Resultado de las encuestas

De las personas encuestadas un porcentaje considerable presenta conocimientos sobre la comunicación interna de una empresa, es decir que los encuestados están conscientes de la importancia de una buena comunicación entre empleador y empleados, además este hecho implica un excelente desempeño dentro del ITB. Uno de los canales de comunicación de uso frecuente es el correo electrónico seguido de las aplicaciones como: Telegram y WhatsApp cuyo objetivo principal es optimizar la comunicación entre departamentos de forma rápida y eficaz utilizando este canal diariamente durante las horas laborables dentro del ITB.

Del total de personas encuestadas son pocas las que desconocen quien es el encargado de gestionar la comunicación interna en el instituto. De acuerdo con las preguntas que se desarrollaron en la encuesta se determinó que en la unidad educativa no se toma en consideración los comentarios, opiniones, sugerencias o quejas de los empleados con respecto a las mejoras que se deben realizar dentro del mismo, dando como resultado una comunicación unidireccional donde se lleva a cabo un flujo de comunicación vertical solo de manera ascendente, en otras palabras, no existe un dialogo bidireccional entre el personal que labora en el ITB, debido a que no son tomados en cuenta en la toma de decisiones para mejoras tanto en el ambiente físico como en el desarrollo emocional o social de este.

Las personas encuestadas creen que, realizando una mejora en la gestión de comunicación interna beneficiaría al fortalecimiento del clima organizacional, ya que en la encuesta realizada se evidencia que gran parte del personal califica de manera negativa la gestión de comunicación interna dentro del ITB, afirmando que la gestión de comunicación interna es ineficiente en varios aspectos, una de ellas se basa en la transmisión del mensaje o el lenguaje implementado en el contexto, por

ejemplo, no todos entienden de manera clara o elocuente lo que el jefe desea transmitir a sus empleados.

Resultado de las entrevistas

Abg. Corina Suárez Fajardo - Directora del departamento Call Center del ITB y Mgtr. Tania Flores – Directora del departamento del área de diseño y producción audiovisual, afirman que la comunicación interna es un factor muy importante dentro de la empresa, ya que esto permite tener una comunicación entre departamentos, también considera que uno de los puntos claves para gestionar una buena comunicación es fomentar el compañerismo para obtener resultados favorables en cuanto a producción y mejoras en el rendimiento del personal. Otras de las observaciones que indico la directora del departamento es el medio por el cual se comunican los trabajadores y según su criterio la herramienta más utilizada es el correo electrónico institucional como canal de acceso rápido y favorable al momento de resolver dudas, inquietudes y problemas entre departamentos de índole laboral; otra de las observaciones que indicó se centra en la gestión interna dentro del instituto, ya que no se ve reflejado un trabajo en equipo por parte del personal que labora en los distintos departamentos de la institución dando como resultado problemas en la comunidad académica. Una de las sugerencias que ella brindó es conocer los requerimientos o necesidades que presentan los empleados de cada departamento con respecto a la organización, trabajo en equipo y otros factores, etc., cuyo objetivo común estaría enfocado en brindar un servicio de calidad a toda la comunidad académica.

Interpretación

La comunicación interna incluye actividades de comunicación orientadas a los empleados que fomentan el diálogo entre las diferentes áreas que componen la empresa y el compromiso del mismo, con la finalidad de obtener resultados positivos y un mayor compromiso entre los miembros de los distintos departamentos. Gracias a una adecuada comunicación corporativa, los empleados entienden mejor la empresa y pueden comunicar los valores de la organización a las demás personas, ya que conocen directamente lo que hace la organización, su fundamento, objetivo, etc.

La comunicación debe ser fluida, clara y directa, esto simplificará el proceso y aumentará la confianza; una adecuada comunicación interna de la empresa puede aumentar la satisfacción del cliente en un 40%. Además, puede aumentar la rentabilidad de la empresa en un 30%. Para lograr todo esto, se debe implementar una estrategia: un plan de comunicación interna, es decir, informar a los empleados sobre objetivos generales o lineamientos específicos para iniciativas específicas y permitirles tomar las decisiones o cambios más favorables relacionados con la situación.

Evaluar los diferentes medios y canales de comunicación interna es primordial, especialmente para las grandes empresas, razón por la cual, existen muchos medios y canales para la comunicación interna ya sean: escrita, verbal o técnica. Elegir los canales que mejor se adaptan a las necesidades de la empresa, al potencial económico o al número de empleados es una tarea indispensable para el proceso organizacional de la empresa, debido a que todos los trabajadores indiferentes de la jerarquía que representen deben estar conectados entre sí, para enviar y recibir información relevante de los sucesos o acontecimientos que pueden ocurrir a diario dentro de este. Hay tres canales para la comunicación interna de una organización:

- Canales escritos: encuestas, folletos, manual corporativo, entre otros
- Canales verbales: llamadas, reuniones, talleres o charlas, diálogos internos, etc.
- Canales digitales: chats, redes sociales, correos electrónicos, etc.

Discusión de Resultados

Al momento de realizar la parte metodológica de la investigación se determinó el uso de herramientas cualitativas y cuantitativas, debido a la versatilidad de ambas técnicas para obtener información. En el caso de las herramientas cuantitativas se implementó encuestas al personal que labora en la institución cuya finalidad es conocer el nivel de satisfacción que tienen los empleados y a su vez descubrir las falencias que se hallan dentro de la organización con respecto al clima laboral y la comunicación interna.

Las encuestas están conformadas por un máximo de 9 preguntas de selección múltiples o cerradas, todo esto para delimitar las respuestas de los encuestados y

discernir de manera rápida los datos relevantes para la investigación, por ejemplo, una de las preguntas tiene relación a los medios de comunicación empleados en la empresa, la misma que dio como resultado el uso del canal más utilizado por los trabajadores, otro ejemplo se basa en la calificar a través de la escala de Likert la gestión que realiza la institución con respecto a la comunicación interna, la cual obtuvo una mala calificación por parte de los trabajadores de la unidad educativa.

Por otro lado, se realizó una entrevista como herramienta cualitativa con el objetivo de conocer más a fondo la problemática de la mano de la directora de del departamento Call Center del ITB, para este caso, las preguntas eran abiertas y se llevó a cabo un máximo de 5 preguntas referentes al ambiente laboral y la comunicación del personal que labora en la empresa. Al finalizar la entrevista se destaca nuevamente las falencias que existe con respecto a la gestión organizacional y la comunicación entre departamentos; según el criterio de la directora la mayoría de las necesidades de los empleados no se toman en consideración al momento de hacer cambios en la empresa tanto interna como externa, lo cual genera inconvenientes debido a que los empleados se desmotivan y empiezan a disminuir su rendimiento en las jornadas de trabajo.

Con base a la información recolectada de los distintos métodos se sugiere una solución eficaz para erradicar la problemática actual, la cual es llevar a cabo nuevas estrategias de comunicación mediante acciones comunicativas con un objetivo en común: mejorar los vínculos de compañerismo dentro de la institución e incrementar el nivel de satisfacción que tiene el personal que labora en el mismo.

CONCLUSIÓN

- En el estudio realizado dentro del ITB se pudo constatar que la comunicación interna es muy importante entre departamentos, ya que la información que se envía diariamente es primordial para la institución.
- Ocasionalmente los empleados de la empresa no son tomados con importancia dentro de la comunicación interna y esto causa problema en el clima laboral de la misma.
- Dentro de la institución muchos trabajadores tienen poco conocimiento sobre la comunicación interna de la empresa.
- Uno de los puntos importante dentro de la institución es la importancia que tienen los procesos de comunicación para el fortalecimiento del clima laboral

RECOMENDACIÓN

- Una vez finalizado el trabajo de titulación dentro del ITB se recomienda la creación e implementación de un plan de comunicación estratégico con la finalidad de garantizar la efectividad, organización y objetivos que tiene la institución.
- Se deberá elaborar un manual de comunicación que tenga como finalidad el poder entender el rol que cumple cada colaborador dentro de la comunicación interna.
- Elaborar estrategias para la mejora de la comunicación interna con la finalidad de cumplir las principales funciones comunicacionales y poder mejorar el clima laboral dentro del ITB.
- Realizar talleres dinámicos que permita dar a conocer la importancia que tiene la comunicación interna entre departamentos.

REFERENCIAS

- Agora News. (24 de Julio de 2017). *COMUNICACIÓN EXTERNA EN LAS EMPRESAS // POR QUÉ Y PARA QUÉ*. Obtenido de Agora News: <https://agoranews.es/eventos-streaming/comunicacion-externa-en-las-empresas-por-que-y-para-que/>
- Altamirano Galéas, M. P. (Septiembre de 2018). *La comunicación interna en el fortalecimiento del clima laboral en la escuela de infantería aérea en Guayaquil, periodo 2018*. Obtenido de Repositorio Digital : <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/32430>
- Ancín Adell, I., & Espinoza Tello, J. E. (2017). La Relación entre la Comunicación Interna y el Clima Laboral: Estudio de Caso en PYMES de la Ciudad de Guayaquil. *PODIUM*(1), 65-77.
doi:<https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/79/78>
- Bizneo. (2019). *11 consejos para mejorar el clima laboral de tu oficina*. Obtenido de Bizneo: <https://www.bizneo.com/blog/clima-laboral/>
- Bruno, E. (20 de Octubre de 2018). *¿Qué es la comunicación interna? ¿Conoce 10 estrategias para elaborar la de tu empresa!* Obtenido de RockContent: <https://rockcontent.com/es/blog/comunicacion-interna/>
- Charry Condor, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34. doi: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es.
- Comunicare Neuromarketers. (2019). *COMUNICACIÓN FORMAL E INFORMAL EN LAS EMPRESAS*. Obtenido de Comunicare Neuromarketers: <https://www.comunicare.es/comunicacion-formal-e-informal-en-las-empresas/>
- Davis, K., & Newstrom, J. (1991). *Comportamiento humano en el trabajo*. McGraw-Hill. Mexico.

- Equipo de redacción de Drew. (23 de Abril de 2020). *El flujo de información y la comunicación interna de tu empresa*. Obtenido de Drew:
<http://blog.wearedrew.co/procesos-interdepartamentales/los-flujos-de-informacion-y-la-comunicacion-interna-de-tu-em>
- Fernández Menéndez, M., & Menéndez Vázquez, M. C. (2020). LA COMUNICACIÓN EN EL ÁMBITO LABORAL. *Revista Médica y Ocronos*, 3(8), 137. doi:<https://revistamedica.com/comunicacion-ambito-laboral/>
- Human Pull. (15 de Septiembre de 2022). *Qué es el clima laboral en una empresa y cómo medirlo*. Obtenido de Human Pull:
<https://www.humanpull.com/clima-laboral/>
- IONOS. (15 de Abril de 2019). *La comunicación en el trabajo: ¿a qué hay que prestar atención?*
doi:<https://www.ionos.es/startupguide/productividad/comunicacion-efectiva-en-el-trabajo/>
- ITB, Guayaquil . (11 de Julio de 2016). *INSTITUTO GUAYAQUILEÑO SACÓ LA MÁS ALTA CALIFICACIÓN DE ACREDITACIÓN*. Obtenido de Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB):
<https://www.itb.edu.ec/Noticias/ver/682/Contacto>
- King Núñez, K. I. (29 de Marzo de 2017). *Comunicación organizacional: tipos, flujos, barreras y auditoría*. Obtenido de Gestipolis:
<https://www.gestipolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>
- Molano, J. (15 de Diciembre de 2021). *Comunicación organizacional: definición, tipos, importancia y ejemplos*. Obtenido de Hubspot:
<https://blog.hubspot.es/marketing/comunicacion-organizacional>
- Mullo Oña, V. N. (2022). *La comunicación organizacional y clima laboral en la empresa Sunflower de la ciudad de Quito*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Central del Ecuador:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/26444/1/FCP-CPI-MULLO%20VANESSA.pdf>

Muñoz, A. (26 de Agosto de 2020). *Comunicación Organizacional Su Flujo Y Barreras*. Obtenido de Psicometricas:
<https://psicometricas.mx/blog/comunicacion-organizacional-su-flujo-y-barreras/>

Peiró, R. (8 de Junio de 2021). *Comunicación interna*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-interna.html>

Pilligua Lucas, C. F., & Arteaga Ureta, F. M. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. estudio caso: Hardepex Cía. Ltda. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XVI(28), 1-25. doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409659500007>

PINEDA, B., DE ALVARADO, E. L., & CANALES, D. (1994). *Francisca 1994 Metodología de la investigación*. Washington: Segunda edición. Organización Panamericana de la Salud. .

Polo Baldeón, R. G. (2019). *La comunicación interna en el fortalecimiento del clima laboral dCentro de Capacitación para Agentes de Seguridad Privada (CENDCAP) Cia. Ltda., Guayaquil 2019*. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49402>

Prieto, S. (27 de Febrero de 2017). *La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo*. Obtenido de Grupo P&A: <https://grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>

Question Pro. (2018). *Clima Laboral: Qué es y cómo medirlo*. Obtenido de Question Pro: <https://www.questionpro.com/es/clima-laboral.html>

Rodríguez, H. C., Medina Solano, N., Chavarro Chavarro, Y., & Patiño, Y. A. (2017). *LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y SU INFLUENCIA EN*. Obtenido de Repositorio de la UNIVERSIDAD

COOPERATIVA DE COLOMBIA:

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/35093/1/2017_comunicacion_organizacional_laboral.pdf

Ruiz Mitjana, L. (17 de Febrero de 2020). *Las 5 barreras de la comunicación, explicadas*. Obtenido de Psicología y mente:

<https://psicologiaymente.com/social/barreras-de-comunicacion>

Sherlock Communications. (27 de Agosto de 2020). *¿En qué consiste el flujo de la comunicación?* Obtenido de Sherlock Communications:

<https://www.sherlockcomms.com/es/blog/flujo-de-la-comunicacion/>

Silva, D. d. (25 de Agosto de 2021). *¿Qué son los flujos de comunicación interna y cómo gestionarlos?* Obtenido de Zendesk:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/flujos-comunicacion-interna/>

Universia. (04 de Septiembre de 2017, párr. 13). *Universia*. Obtenido de

<http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

Universia. (04 de Septiembre de 2017, párr. 7). Obtenido de

<http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

Universia. (16 de Agosto de 2022). *Características de un buen clima laboral*.

Obtenido de Universia:

<https://www.universia.net/ec/actualidad/empleo/caracteristicas-buen-clima-laboral-1135191.html>

Universidad UNADE. (14 de Julio de 2020). *¿Cómo afectan las barreras de comunicación a la empresa?* Obtenido de Universidad Americana de

Europa: <https://unade.edu.mx/barreras-de-comunicacion-en-la-empresa/>

Vidarte Rojas, J. J. (2019). *La comunicación interna y su relación con el clima organizacional en las instituciones públicas. Caso: Consejo Nacional de*

la Magistratura. Obtenido de Repositorio de la Universidad Nacional

Mayor de San Marcos: <https://core.ac.uk/download/pdf/323348447.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Banco de preguntas para la encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Esta encuesta va dirigida al personal de la parte organizacional del ITB.

1. ¿Usted sabe que es la comunicación interna de una empresa?

Si No

2. ¿Cuáles son los canales de comunicación que se usan para comunicarse entre departamentos dentro del ITB?

Correos WhatsApp Telegram Teléfono

3. ¿Con qué frecuencia se comunican entre departamentos semanalmente?

1 o 2 veces 3 o 4 veces Todos los días

4. ¿Tiene conocimiento del personal que gestiona la comunicación interna en el ITB?

Si No

5. ¿Las sugerencias, comentarios o quejas han sido consideradas al momento realizar mejoras en la gestión de comunicación interna?

Siempre A veces Nunca

6. **¿Considera usted que la comunicación interna se da de forma bidireccional?** Siempre A veces Nunca
7. **¿Es considerado su participación al momento de la toma de decisiones para la mejora del clima organizacional del ITB?** Siempre A veces Nunca
8. **¿Usted cree que una mejora en la gestión de comunicación interna beneficiara el fortalecimiento del clima organizacional en el ITB?** Si No
9. **¿En la actualidad cómo calificaría la gestión de comunicación interna en el ITB?** Excelente Bueno Malo Pésimo

Anexo 2. Banco de preguntas para entrevista

Nombres y apellidos:

Departamento:

1. **¿Cree usted que es importante la comunicación interna dentro del ITB? ¿Porqué?**
2. **¿Cuáles serían los puntos claves para gestionar una buena comunicación dentro del ITB?**
3. **¿Dentro del tecnológico cuales son los canales de comunicación que utilizan?**
4. **¿Tener un mal gestiona miento de comunicación interna afecta el fortalecimiento del clima organizacional?**
5. **¿Cuáles serían las recomendaciones que usted sugeriría para el fortalecimiento de la gestión de comunicación interna del ITB?**

Anexo 3. Pruebas de la realización de las entrevistas.

Figura 4.

Entrevista realizada a la Abg. Corina Suárez, Directora del área de Call Center del ITB.



Figura 5.

Entrevista realizada a Mgtr. Tania Flores Valdivieso, Directora del área de diseño y producción audiovisual.



Anexo 4. Pruebas de la realización de las encuestas.

Figura 6.

Encuestas realizadas por la plataforma de google form.

Encuesta dirigida al personal de la parte organizacional del ITB

Encuesta

1.

¿Usted sabe qué es la comunicación interna de una empresa?
*

Marca solo un óvalo.

SI
NO

2.

¿Cuáles son los canales de comunicación que se usan para transmitir información entre departamentos dentro del ITB?
*

Selecciona todas las opciones que correspondan.

Correos
WhatsApp
Telegram
Teléfono
Otros:
-

3.

¿Con qué frecuencia se comunican entre departamentos semanalmente?
*

Marca solo un óvalo.

1 o 2 veces a la semana

3 o 4 veces a la semana
Todos los días

4.

¿Conoce al personal que gestiona la comunicación interna en el ITB?

*

Marca solo un óvalo.

si
no

5.

¿Las sugerencias, comentarios o quejas han sido consideradas al momento realizar mejoras en la gestión de comunicación interna

*

Marca solo un óvalo.

Siempre
Ocasionalmente
Nunca

6.

¿Considera usted que la comunicación interna se da de forma direccional?

*

Marca solo un óvalo.

Siempre
A veces
Nunca

7.

¿Es considerada su participación al momento de la toma de decisiones para la mejora del clima organizacional del ITB?

Marca solo un óvalo.

Siempre

A veces

Nunca

8.

¿Usted cree que una mejora en la gestión de comunicación interna beneficiara el fortalecimiento del clima organizacional en el ITB?

Marca solo un óvalo.

Siempre

A veces

Nunca

9.

¿En la actualidad cómo calificaría la gestión de comunicación interna en el ITB?

Marca solo un óvalo.

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google [Formularios](#)

Anexo 5. Evidencia de tutorías

Figura 7.

Retroalimentación con la Lic. Pilar Chávez tutora de la tesis



Anexo 5. FODA de la empresa

Figura 8.

FODA del diagnóstico situacional del ITB

