



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE PSICÓLOGA**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES PARA LA
MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD**

Autores:

- PACHECO SANTILLÁN PATRICIA PAOLA
- PALMA NAVARRETE STEFANI ALEXANDRA

Acompañante:

ALMEIDA MONGE ELKA JENNIFER

**Milagro, Mayo 2018
ECUADOR**

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **PACHECO SANTILLÁN PATRICIA PAOLA** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Temática **LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL** del Grupo de Investigación **ANÁLISIS DE REDES SOCIALES EN PSICOLOGÍA Y EDUCACIÓN** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara 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.

Milagro, a los 24 días del mes de mayo del 2018



Pacheco Santillán Patricia Paola
CI: 0302668223

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **PALMA NAVARRETE STEFANI ALEXANDRA** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Temática **LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL** del Grupo de Investigación **ANÁLISIS DE REDES SOCIALES EN PSICOLOGÍA Y EDUCACIÓN** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara 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.

Milagro, a los 24 días del mes de mayo del 2018

Stephanie Palma N.

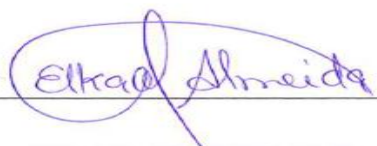
Palma Navarrete Stefani Alexandra

CI: 0941324915

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, **ALMEIDA MONGE ELKA JENNIFER** en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por los estudiantes **PACHECO SANTILLÁN PATRICIA PAOLA Y PALMA NAVARRETE STEFANI ALEXANDRA**, cuyo título es **LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES PARA LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD**, que aporta a la Línea de Investigación **ESTUDIOS BIOPSICOSOCIALES DE GRUPOS VULNERABLES DE LA POBLACIÓN** previo a la obtención del Grado **DE PSICOLOGA GENERAL**; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 24 días del mes de Mayo de 2018.



ALMEIDA MONGE ELKA JENNIFER

Tutor

C.I.: 0917529166

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

ALMEIDA MONGE ELKA JENNIFER

RUPERTI LUCERO ERIKA MARISSA

AGUILAR PITA DIANA VICKY

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del título (o grado académico) de PSICÓLOGA presentado por las señoritas **PACHECO SANTILLÁN PATRICIA PAOLA**.

Con el título: **LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES PARA LA MEJORA DE LA PRODUTIVIDAD.**

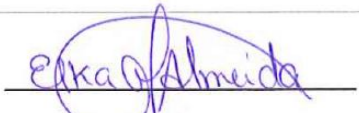

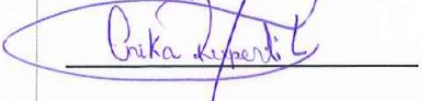
Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[80]
Defensa oral	[19]
Total	[99]

Emite Aprobado el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Fecha: **24 de Mayo** del 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente/a	Almeida Monge Elka Jennifer	
Secretario/a	Aguilar Pita Diana Vicky	
Delegado/a	Rupert Lucero Erika Marissa	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

ALMEIDA MONGE ELKA JENNIFER

RUPERTI LUCERO ERIKA MARISSA

AGUILAR PITA DIANA VICKY

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del título (o grado académico) de PSICÓLOGA presentado por las señoritas **PALMA NAVARRETE STEFANI ALEXANDRA.**

Con el título: **LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES PARA LA MEJORA DE LA PRODUTIVIDAD.**

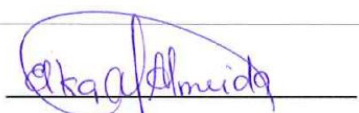
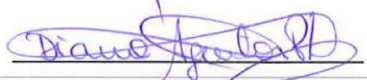
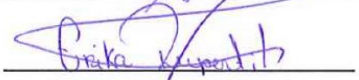
Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[80]
Defensa oral	[20]
Total	100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)
Aprobado

Fecha: 24 de Mayo del 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente/a	Almeida Monge Elka Jennifer	
Secretario/a	Aguilar Pita Diana Vicky	
Delegado/a	Ruperti Lucero Erika Marissa	

DEDICATORIA

PATRICIA PAOLA PACHECO SANTILLÁN

Al terminar con éxito la presente trabajo de tesina dedico a Dios por darme la oportunidad de seguir adelante.

A mis queridos padres: Manuel Pacheco LLivicura, Giomar Santillán Fajardo y hermanos Paúl & Priscila, ellos que con amor y cariño han sido la fuerza moral para dedicarme día a día a mis estudios.

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

PALMA NAVARRETE STEFANI ALEXANDRA

El presente trabajo va dedicado a mi familia, amigos y profesores que han contribuido y motivado a concluir mis estudios con éxito.

AGRADECIMIENTO

PACHECO SANTILLÁN PATRICIA PAOLA

Mis sinceros agradecimientos a todas aquellas personas que influyeron directamente e indirectamente, para que pueda culminar el proceso de formación y este trabajo.

A la UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

Mis sinceros agradecimientos para todo el personal docente, quienes con sus conocimientos, sus experiencias, su paciencia y su motivación han logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

A mis compañeros y amigos con los que he compartido tristezas y alegrías a lo largo de todo este proceso.

PALMA NAVARRETE STEFANI ALEXANDRA

Mi agradecimiento es para Dios por el apoyo espiritual brindado. A mis padres Virginia Navarrete, Martin Palma y hermanos por su respaldo incondicional en cada proyecto emprendido.

Al personal docente por la paciencia y amor con el que impartieron sus conocimientos.

A mis amigos por su compañía y apoyo emocional, durante toda la carrera.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	ii
DERECHOS DE AUTOR.....	iii
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
RESUMEN 1	
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	7
METODOLOGÍA.....	13
DESARROLLO DEL TEMA	14
CONCLUSIONES.....	17
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....	18

LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES PARA LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD

RESUMEN

El presente trabajo de investigación pretende analizar de manera general la comunicación que tiene que existir en las organizaciones, la cual puede ser un factor clave de éxito o fracaso de la misma, además se busca resaltar sobre la importancia que ha tomado la comunicación en los últimos tiempos, también se hablará acerca de la importancia de saber comunicar de manera efectiva y eficaz y de lo importante que es la comunicación con todos los colaboradores en la organización, con esto se pretende que se genere una apropiada retroalimentación.

La temática es acerca de la comunicación organizacional que es muy esencial para contribuir al logro de metas por ende mejora la productividad en las organizaciones, esto se da gracias al intercambio de información entre todos los colaboradores, logrando también mejorar las relaciones interpersonales entre ellos. El objetivo general de esta investigación es realizar un estudio y análisis de comunicación organizacional tanto interna como externa para la mejora de la productividad, permitiendo detectar las falencias de comunicación existentes y sugiere pautas para mejorar la comunicación y así lograr fortalecer el trabajo en equipo.

La comunicación debe ser entre todos los integrantes / colaboradores de la organización, esta puede ser interna, externa, formal, informal, ascendente, descendente, aunque en la organización existe jerarquía se recomienda integrar a todos los colaboradores así ellos se sentirán involucrados que son parte de la organización, lo cual contribuirá al logro de los resultados. En la comunicación es muy importante escuchar; esa es clave eficaz, sus características son: transparencia, intereses, comunicación adaptada y variedad de medios mismos que actualmente gracias a la tecnologías es más rápido la comunicación (correo electrónico, medios escritos-orales, entre otros), y lo más imprescindible es la retroalimentación así se puede comprobar que lo transmitido/ comunicado ha sido asimilado.

PALABRAS CLAVE: Comunicación Organizacional, Mejora, Productividad.

COMMUNICATION IN ORGANIZATIONS FOR THE IMPROVEMENT OF PRODUCTIVITY

ABSTRACT

This research work aims to analyze in general the communication that must exist in organizations, which can be a key factor of success or failure of the same, also seeks to highlight the importance that communication has taken in the past. Also, the importance of knowing how to communicate effectively and effectively will be discussed, as well as the importance of communication with all collaborators in the organization, with which it is intended that there be appropriate feedback.

The theme is about organizational communication is very essential to contribute to the achievement of goals therefore improves productivity in organizations; this is thanks to the exchange of information among all employees, also improving interpersonal relationships between them. The general objective of this research is to perform a study and analysis of organizational communication both internally and externally to improve productivity, making it possible to detect existing communication shortcomings and suggesting guidelines to strengthen teamwork.

The communication must be between all the members / collaborators of the organization, this can be internal, external, formal, and informal, ascending, descending, although in the organization there is hierarchy it is recommended to integrate all the collaborators so they will feel involved that are part of the company, which will contribute to the achievement of the results. In communication it is very important to listen to that is an effective key, its characteristics are: transparency, interests, adapted communication and variety of media that today, thanks to technologies, communication is faster (email, oral-written media, among others) , and the most essential is the feedback so you can check that the transmitted / communicated has been assimilated.

KEY WORDS: Organizational Communication, Improvement, Productivity,

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un proceso cognitivo superior utilizado para transmitir información de una persona a otra, conocidas como emisor y receptor. Dentro de las organizaciones es indispensable la comunicación, puesto que permite realizar tareas con mayor probabilidad de éxito. La cantidad de información manejada en una empresa es abundante debido a la constante interacción que se tiene entre empleados, proveedores y clientes, por lo tanto, es fundamental mantener una comunicación clara y concreta.

La comunicación en las organizaciones es muy importante pues incrementa la productividad al compartir información con todos los colaboradores acerca de la organización, misma que ayuda a que el personal esté relacionado con todo lo que se propone en la empresa.

En la actualidad se ha generado una explotación de los recursos tecnológicos a nivel mundial, haciendo que las empresas utilicen medios de comunicación más avanzados, destacándose el correo electrónico, llamadas telefónicas, redes sociales entre otros.

(Romero, 2011) Menciona que la comunicación organizacional es compleja; la responsabilidad social corporativa en el marco de las empresas ciudadanas, contribuyen al fortalecimiento de modelos gerenciales adecuados a las nuevas estructuras organizacionales, que integran las comunidades u organizaciones colaborativas, cuya particularidad se visualiza como política de ventaja competitiva e innovación empresarial.

En las organizaciones los integrantes o colaboradores crean y establecen comunicación gracias a las relaciones que establecen unos con otros, por medio de la comunicación se determina funciones que debe cumplir cada colaborador y se establecen responsabilidades, a su vez permite determinar la razón de ser dentro de la empresa.

Para explicar, analizar y deducir comportamientos, es necesario determinar y programar tácticas que lleven al cambio y a plantear metas tanto individuales como grupales. Si se logra hacerlo en conjunto se obtendrá un benéfico mutuo y común para todos los integrantes para esto es muy importante tener comunicación motivada, clara y eficaz.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento De Problema

El presente trabajo es acerca de la comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad.

La comunicación es un componente principal en todo ámbito, en esta ocasión nos enfocaremos en las organizaciones, de no existir una buena comunicación y relación de trabajo entre los colaboradores, no se podrá ejecutar tareas o actividades, esto podría afectar a los integrantes de la organización y podría haber serios problemas dentro de la empresa.

La comunicación dentro de las organizaciones puede no ser transmitida de forma eficaz debido a limitaciones en lenguaje, falta de medios de divulgación, dificultad para administrar la información, carencia de habilidades interpersonales, incomprensión del mensaje, mal manejo del personal por parte de los jefes, desconocimiento de la cultura organizacional y la falta de compromiso de los trabajadores.

Las organizaciones pueden tener dificultad si la comunicación es mala, pues eso podría crear malentendidos entre los colaboradores y afectaría el desempeño tanto individual como grupal. Por eso la comunicación es fundamental e importante y ayudan a establecer, mantener y fomentar las relaciones que se dan en las organizaciones.

En las organizaciones crean tácticas de comunicación para que ayuden a incrementar audiencia con el público y clientes externos, no solo se enfocan en que obtengan información sino que plantean visiones y actividades que beneficien a que la empresa cumpla con sus metas planteadas.

La incorrecta gestión de la información puede generar como consecuencia, dificultad para desenvolverse de modo competitivo, incomprensión del mensaje, desinformación del personal, incumplimiento de los objetivos organizacionales, mala toma de decisiones, disminución de la productividad, desmotivación de los empleados. Se debe tener cuidado de que no se filtren o alteren información falsa, esto generaría una cadena de rumores y afectara a la organización y colaboradores.

En base a estudios afirman que la comunicación dentro de las organizaciones es fundamental para la mejora de la productividad. Por ello se ha decidido realizar el presente estudio donde se indague a profundidad las causas y consecuencias anteriormente mencionadas, de igual manera se plantearan posibles soluciones a la problemática.

Dentro de los factores que intervienen directamente en los procesos de comunicación esta la cultura organizacional. “Este es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones .En este conjunto de conceptos están representadas las normas informales y no escritas que orientan el comportamiento cotidiano de los miembros de la organización, comportamientos que pueden o no estar alineados con los objetivos de la organización” (Gross, 2008)

¿La Comunicación En Las Organizaciones Para La Mejora De La Productividad?

➤ **Variable Independiente:**

La variable independiente también conocida como variable determinante, en este caso es la *comunicación en las organizaciones* que se supone que es la causa para mejora de productividad.

➤ **Variable Dependiente:**

Las variables dependientes son producidas por la variable independiente, en este caso es la mejora *de la productividad*.

Objetivo General

Realizar un estudio y análisis de comunicación organizacional tanto interna como externa para la mejora de la productividad.

Objetivos Específicos

- Demostrar que la comunicación contribuye al logro de los resultados.
- Sugerir pautas para mejorar la comunicación.
- Explicar los tipos de comunicación organizacional.
- Demostrar la importancia de las relaciones interpersonales para la mejora de la comunicación.

Justificación

El presente trabajo de investigación pretende realizar un estudio y análisis de la comunicación organizacional tanto interna como externa para la mejora de la productividad, permitiendo detectar las falencias de comunicación existentes y así sugerir pautas para fortalecer el trabajo en equipo. Utilizando los conocimientos adquiridos durante la formación profesional de Psicología General en la Universidad Estatal de Milagro.

El tema “La comunicación organizacional para la mejora de la productividad” fue elegido por la relevancia que tiene en la actualidad, mediante investigaciones se ha logrado comprobar que la buena comunicación mejora la eficacia con la que se elaboran los procedimientos y tareas diarias, además de incrementar los lazos afectivos entre el equipo de trabajo.

Actualmente el país posee un alto índice de desempleo, puesto que las empresas han quebrado debido al mal liderazgo del capital humano. La falta de conocimiento acerca del manejo del personal por parte de los jefes genera molestia en los trabajadores, haciendo que su rendimiento disminuya. Por otro lado, el no saber cómo corresponder a las demandas de los empleados genera desmotivación al ejecutar sus actividades diarias.

La comunicación es fundamental en todas las organizaciones, pues una excelente comunicación ayudará al logro de los resultados, es decir, al crecimiento de la empresa otorgándole mayor competitividad. El permanente desarrollo del mercado genera necesidad de actualizar conocimientos, capacitar al personal, mejorar las estructuras físicas para que los empleados realicen sus actividades de forma satisfactoria, incrementando la lealtad hacia la empresa.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

En países del continente africano la comunicación empresarial es definida como la recopilación de procedimientos, el mensaje y las herramientas empleadas en la emisión de la información; es decir, se toman en consideración los diversos factores que intervienen en el proceso de comunicar como la postura que adquieren las organizaciones al momento de dar a conocer su misión, designar responsabilidades y su actitud frente a los clientes.

En los últimos años los estudios acerca de la comunicación organizacional se han incrementado comprobando su importancia para el funcionamiento normal de las empresas, ayuda a transmitir la información por todas las áreas de la empresa. Para que el intercambio de mensajes sea efectivo cada miembro de la organización desempeña un rol comunicativo.

La comunicación organizacional es considerada una herramienta estratégica que favorece el logro de resultados organizacionales, además de fortalecer la unión de los trabajadores e incrementar la fidelidad de los colaboradores hacia la empresa proporcionando una buena imagen para las personas que se encuentran dentro de la empresa y de igual manera para los clientes.

La comunicación organizacional se divide en dos clases:

- Comunicación interna, es aquella que se realiza por parte de los trabajadores dentro de la empresa y trata de crear pensamientos positivos del empleador para que los trabajadores se sientan en plena libertad de dar a conocer sus opiniones y necesidades a los directivos.
- Comunicación externa, es aquella generada dentro de la organización y que se encuentra dirigida hacia personas ajenas a la empresa sean estos proveedores, medios de comunicación o el público en general con la finalidad de promocionar los servicios que ofrece.

(Fernández C. , 2010) “La interna que se refieren a los programas internas de reuniones, diálogos, capacitación, conciencias y motivación para con el personal; y, la externa que se dirige a grupos de interés externos, como clientes, proveedores, accionistas, Estado y público en general”.

En un nivel más específico, las funciones de la comunicación se examinan dentro de un contexto diádico (relación superior-subordinado). Las funciones específicas de la comunicación son: instrucciones de trabajo, razones fundamentales del trabajo, procedimientos organizacionales e información de carácter ideológico para inculcar un sentido de misión (Fernández, 2002)

Para (Brandolini, Gonzales, & Hopkins, Comunicación Organizacional, 2009) las organizaciones comunican en todo momento, desde cuando emiten mensajes hasta cuando callan. Los procesos comunicacionales son los que sostienen a las organizaciones como una red tergitersada de relaciones, donde intervienen diferentes actores. Es por ello que dentro de una organización se pueden identificar dos tipos de formas de comunicación según a quien esté destinada, la comunicación externa y comunicación interna.

(Chiavenato I. , Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones, 2005) Es un sistema racional de cooperación puesto que las personas que la constituyen están dispuestas a cooperar entre sí de manera racional e intencional para alcanzar los objetivos planteados en conjunto, mismos que no podrían ser alcanzados de forma individual.

(Brandolini, Hopkins, & Gonzales, Comunicación Organizacional, 2009) Definen a la comunicación en dos grupos:

- La comunicación formal: Es una forma de comunicación que aborda temas laborales principalmente. Es planificada, sistemática y delineada por la organización. Por lo general, utiliza la escritura como medio de expresión y canales oficialmente instituidos. Suele ser más lenta que la informal ya que requiere del cumplimiento de las normas y tiempos institucionales.
- La comunicación informal: Es una forma de comunicación en la que se abordan aspectos laborales, que no circula por los canales formales. Utiliza canales no oficiales (conversaciones entre compañeros de trabajo, encuentros en los pasillos, baño, cafetería, ascensor, entre otros). La comunicación informal no debe confundirse con el canal informal. Por ejemplo, un desayuno de trabajo es una reunión informal ya que proviene de un responsable de la empresa quien está comunicando formalmente algún tema.

(Chiavenato I. , Gestión del talento humano, 2009) Asegura que una organización no debe cimentarse únicamente sobre una jerarquía de autoridad, sino sobre una base sólida de

comunicación e información. Todos los colaboradores de una organización deben asumir sus responsabilidades de acuerdo a la información difundida.

(Brandolini, González, & Hopkins, Comunicación Organizacional, 2009) Afirman que todo comunicador dedicado a la comunicación interna de la empresa, tiene como objetivo desarrollar estrategias integrales y detectar problemas en la comunicación entre los miembros de una organización, las áreas y entre los diferentes niveles de mando.

(Koontz H. , Administracion, una perspectiva global y empresarial, 2012) Indica que el objetivo de la comunicación en una empresa es disponer de información para facilitar los procesos de cambio dentro de la misma, es decir, influir en la acción de los miembros para lograr el bienestar de la empresa.

Chiavenato (2009) sostiene también que la administración de recursos humanos necesita procesar mucha información sobre las personas para que los gerentes de área tomen decisiones eficientes y adecuadas en el tiempo correcto.

(Newstrom, 2011) Indica que en el proceso de comunicación, existen interferencias que pueden limitar la comprensión de un mensaje, a pesar de que el receptor se esfuerce por decodificarlo. Estos obstáculos operan como ruido o barreras en la comunicación, pueden surgir en el entorno físico, en forma de sonidos distractores o en las emociones de un individuo, como la distracción. El ruido puede entorpecer la comunicación, eliminar parte de ella o darle un significado incorrecto a los mensajes emitidos. Dentro de los tipos de barreras se encuentran las personales, físicas y semánticas.

(Koontz H. , Administracion, una perspectiva global y empresarial, 2012) Refiere que dentro de las organizaciones existen barreras o interrupciones. El autor sostiene que la mayor parte del tiempo los problemas de comunicación son síntomas de problemas más específicos dentro de la empresa, como una mala planeación o una estructura organizacional mal diseñada. Las barreras pueden estar tanto en el emisor, como en la transmisión del mensaje, en el receptor o en la retroalimentación.

(Koontz, 2012) Habla acerca de las Pautas para mejorar la comunicación y refiere que la comunicación efectiva es responsabilidad de todas las personas de la organización; gerentes, jefaturas y operativos. Las siguientes pautas favorecen las barreras de la comunicación:

- Aclarar el objetivo del mensaje. El emisor del mensaje debe tener claro qué es lo que desea transmitir y deben realizar un plan para lograr su objetivo.

- Utilizar un código claro. La comunicación efectiva requiere que la codificación y decodificación del mensaje sean con símbolos que el emisor y el receptor conozcan; como el idioma que se vaya a utilizar.
- Consultar los puntos de vista de los demás miembros de la empresa. La planeación de la comunicación debe consultarse a otras personas, motivándolas a participar en el proceso para recopilar datos, analizar el mensaje y seleccionar los medios apropiados para transmitirlo.
- Considerar las necesidades del receptor. Es importante transmitir mensajes que le sean útiles al colaborador y que sean necesarios tanto en su desarrollo personal como profesional.
- Utilizar el tono y lenguaje apropiados para asegurar la credibilidad del mensaje. En la comunicación, el tono, la elección del lenguaje y la congruencia entre lo que se transmite y de qué forma se realiza, influyen en la reacción del receptor del mensaje.
- Recibir retroalimentación. Generalmente la comunicación se transmite sin comunicar, esta solo se completa cuando el receptor comprende el mensaje. Únicamente si hay retroalimentación en el proceso comunicacional, el emisor sabrá si se comprendió el mensaje. Lo anterior se logra a través de realizar preguntas, solicitar respuestas y animar a los receptores a presentar sus reacciones al mensaje emitido.
- Considerar las emociones y motivaciones del receptor. La función de la comunicación también trata con emociones del colaborador, las cuales son muy importantes en las relaciones interpersonales entre superiores, subordinados y colegas de una empresa. De igual forma, la comunicación es vital para crear un ambiente laboral positivo, donde los colaboradores se sientan motivados a trabajar hacia las metas de la empresa, al mismo tiempo que conseguir sus objetivos personales.
- Escuchar. La comunicación eficaz y positiva es responsabilidad no solo del emisor, sino también del receptor de la información, por lo tanto, escuchar es la clave para comprender los mensajes que se emitan y reciban.

(Palomo, 2012) Afirma que para que la comunicación sea eficaz son necesarias las siguientes características:

- ✓ Comunicación adaptada. La comunicación tendrá en cuenta las expectativas, necesidades e intereses del receptor; necesita también ser adecuada a las características de los colaboradores a quienes va dirigida la información. Debe ser oportuna y coherente con la cultura organizacional y valores de la empresa y del equipo de trabajo.
- ✓ Interés. Supone tener el deseo y la voluntad de fomentar la comunicación en el equipo de trabajo. Si realmente se desea proporcionar información efectiva y favorecer la participación activa de los colaboradores, las primeras acciones las realizará la dirección, de esta forma muestra voluntad e interés real.
- ✓ Transparencia. Se tendrá que comunicar con todas las consecuencias que este proceso conlleva. La información se brindará con calidad, precisión y claridad, de esta forma aumentará tanto la comunicación descendente como la ascendente.
- ✓ Simplicidad. El emisor necesita tener claro qué desea transmitir y a quién, y en función de estas variables, determinar que canales serán los más adecuados para enviar la información. El mensaje tendrá que ser simple y concreto para que disminuya la probabilidad de deformación en la comunicación.
- ✓ Variedad de medios. Para asegurarse que la información llega en condiciones óptimas, es necesario pensar en la utilización simultánea de varios canales comunicaciones, como correo electrónico, reuniones, entrevistas y demás.

La comunicación se la puede definir como “un fenómeno social de intercambio de mensajes, o bien, un proceso de transmisión de mensajes con vistas a lograr una respuesta a un cambio de actitudes”. (Torre, 1998)

La posibilidad que el mensaje que se transmitió fue entendido como el que lo emite desea es un gran logro, debido a que en alguna parte del proceso pudo presentarse interferencias y limita la comprensión del mensaje, también denominado como barrera de comunicación.

Hay que tener en cuenta que para alcanzar una comunicación clara efectiva y eficaz se necesita definir qué es lo que se desea comunicar y a quien se va a comunicar, cual es el medio más eficaz y finalmente al receptor.

“El aspecto más importante en el ámbito interno de una organización, es la consideración de la comunicación interna como una dinámica creadora de flujos informativos y también de lugares de encuentro entre las diferentes áreas de trabajo, secciones de la empresa o niveles jerárquicos con el motivo de mejorar el análisis y la solución de problemas”. (Deschamps & Gabriel)

La mayoría de las organizaciones olvidan incentivar continuamente al recurso humano, generando a futuro que los trabajadores busquen mejores oportunidades laborales en la competencia, por lo tanto, es primordial que las empresas hagan lo posible por conservar a sus mejores empleados. Para ello es necesario infundir una cultura organizacional que cree en los colaboradores un sentimiento de pertinencia, donde la comunicación será un instrumento que ayude a responder a las necesidades del empleado y de igual manera del empleador.

La comunicación organizacional favorece el surgimiento de afinidad entre los individuos del equipo de trabajo. De igual manera se ve involucrada en la designación de tareas y en la instauración de responsabilidades.

(Cuevas, 2009) “Para comprender la comunicación organizacional, se debe reconocer que esta se encuentra siempre unida a los propósitos, la misión y la visión de la misma, es por esto, que se deben definir las directrices que le ayudarán a comprender el papel de cada uno de los elementos de la comunicación, planteando estrategias que puedan mejorar el intercambio de informaciones, con el fin de cumplir a cabalidad con los objetivos planteados por la institución, sea pública o privada. Es por este motivo, que la autora plantea la identificación de los modelos de comunicación promuevan la comprensión del proceso humano de la comunicación, en diversos contextos, especialmente en el ámbito organizacional; en procura el beneficio de todos sus actores”.

Según (Dubrin, 2002) “En las empresas y organizaciones es muy importante que trabajen personas que tengan conocimiento en relaciones humanas, igualmente es primordial que se establezcan grupos que incentiven el trabajo en conjunto, esto contribuye a que la empresa avance y que existan relaciones laborales adecuadas, dentro y fuera de la empresa, ya que si no es así la comunicación se verá muy afectada y no se puede trabajar efectivamente con productividad”.

Dentro de las organizaciones cualquier que esta sea no importa el tipo o tamaño la comunicación organizacional son flujos que se manejan y se dan dentro de las empresas, entre los flujos tenemos que son ascendentes, descendentes y horizontales, esto ayuda a establecer relaciones entre los colaboradores, cuando la comunicación es interna las relaciones en el trabajo se vuelve un ambiente tranquilo, también es considerada como el intercambio de información que consigue el desarrollo para todos, esto se da gracias a la integración de las nuevas tecnologías, que es la nueva metodología utilizada en la sociedad actual.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

El presente trabajo se realizó mediante la revisión de fuentes de información, en esta investigación se utilizaron dos tipos de fuentes que son la fuente primaria y la fuente secundaria.

A continuación, se detallarán las bases/fuentes de información que se utilizaron en este trabajo: Redalyc, Scielo, Diane, Google Académico, Libros, Artículos Científicos, Revistas Científicas, Tesis Doctorales, Tesis Nacionales e Internacionales, Bibliografías, Repertorios de la Unemi, donde se pudo encontrar temas relacionados con la comunicación organizacional.

Los métodos y técnicas utilizados en esta investigación fueron la observación documental, análisis y síntesis. Con los resultados de la investigación se determinó que la comunicación es fundamental e importante para mejorar las relaciones interpersonales y trabajo en equipo y esto conlleva a la mejora de la productividad.

La información fue extraída en un 100% mediante el uso de la investigación documental, utilizando como primer paso la recolección de artículos científicos, posteriormente analizar la información obtenida. Se eligió los documentos más inclinados hacia la temática y se procedió a descargarlos para formar una base de datos.

Por último, se realizó el presente documento mediante la lectura de cada artículo, iniciando por la introducción, el planteamiento de objetivos, marco teórico, desarrollo del tema y conclusiones fue la etapa final, aquí surgieron las ideas principales que aportan a la investigación realizada.

Esta investigación es no experimental ya que no se manipulará de forma directa las variables, es decir se observará la problemática en su estado natural, sin generar cambios en la misma. La investigación documental permite describir, analizar, explicar y elaborar conclusiones a partir de artículos con relevancia científica.

El tutor fue el encargado de realizar el acompañamiento para la realización de esta investigación documental, nos guio y explico cómo debemos elaborar y el orden a seguir también las fuentes que debemos revisar, mismas que fueron mencionadas con anterioridad para iniciar.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

Actualmente en las empresas sean estas pequeñas, medianas o grandes, tienen la necesidad de crear y comunicar medios que ayuden al crecimiento de la empresa, es decir a metas y objetivos planteados.

La comunicación es una interacción social que se dan dentro de las organizaciones y está ligada a la motivación de los colaboradores, si existe una buena comunicación entre ellos se lograra mejorar la productividad.

A su vez existen diferentes tipos de comunicación, las cuales en ocasiones crear confusión o mal entendido al momento de intercambiar información, esto se debe a como cada colaborador (individuo) interpreta la información dada, sea esta una tarea o actividad a ejecutar, lo que provoca desacuerdos a la hora emitir ordenes que se deben realizar.

Por eso debe sugerir pautas para mejor la comunicación organizacional con el fin de alcanzar metas planteados y a su vez esto ayudara a mejorar relaciones interpersonales entre los colaboradores.

Dentro de las organizaciones la poca participación de los colaboradores en el momento de la retroalimentación de los procesos ocasiona problemas de comunicación sean esta falta de información o información mal interpretada.

De acuerdo a (Chiavenato I. , 2007) Comunicación proviene del latín Comunicativo y significa hacer común. Hace referencia al intercambio de información a través de caracteres o símbolos familiares a la persona, sean estos verbales, o no verbales.

Según (Castillo, 2013) “La comunicación empresarial facilita al administrador el cumplimiento de los objetivos, determinando acertadamente a dónde se quiere llegar”.

(Alsina, 2012) Considera que “La comunicación es el mecanismo mediante el cual se transmite información, cuya asimilación del mensaje depende de la existencia de un método para la retroalimentación del mismo.”

La comunicación dentro de las empresas en la actualidad pretende obtener métodos y técnicas que ofrezcan mayor facilidad para transmitir información. Al mismo tiempo se busca hacer partícipes a los colaboradores para que contribuyan con ideas innovadoras que favorezcan el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

(Brandolini, Hopkins, & Gonzales, Comunicación Organizacional., 2009) Afirman que la comunicación interna es una herramienta indispensable para lograr mayor compromiso y competitividad dentro de la estructura organizacional.

La comunicación en el aspecto empresarial se la define como “el flujo de mensajes dentro una red de relaciones interdependientes”. (Goldhaber, 1984)

La comunicación Organizacional es un proceso necesario para cumplir con las metas empresariales. Los miembros del equipo de trabajo lo realizan de manera voluntaria e intencional, cabe recalcar que el mensaje mientras es transmitido puede variar su contenido debido a la mala interpretación.

Existen dos tipos de comunicación:

- La comunicación formal, es aquella realizada sistemáticamente, puede ser de forma oral (órdenes de superiores a subordinados) o escrita (oficios, reglamentos, boletines, entre otros), misma que tiene como función informar con exactitud temas relevantes para la organización obteniendo un margen de error mínimo.
- La comunicación informal es aquella generada por los compañeros de trabajo que tiene lazos de amistad o pertenecen a un mismo grupo, es utilizado para transmitir información no oficial que entretiene a quienes escuchan, se producen en reuniones entre compañeros, encuentros en cafetería, horas de descanso, entre otros. Al no tener una fuente verídica de información es llevada de una persona a otra variando su contenido.

Es importante que las empresas ejecuten programas para detectar y prevenir falencias comunicacionales donde participen todos los colaboradores. Al reforzar la cooperación de las áreas de la empresa se logrará tomar decisiones eficaces que facilitaran el logro de resultados organizacionales. De la misma manera, ofrece otros beneficios como aumentar el sentido de pertinencia hacia la empresa, aumentar la motivación y productividad de los trabajadores.

Existen dificultades al decodificar el mensaje entre las principales se destacan: las barreras semánticas, generadas a partir de la incorrecta interpretación del mensaje, puesto que el receptor puede entenderlas de forma diferente (Por ejemplo, diferentes idiomas). Las barreras físicas, son aquellas que surgen del ambiente y ocasionan interferencia (Por

ejemplo, ruidos). Por último, las barreras psicológicas originadas por los estados emocionales, valores o diferente cultura (Por ejemplo, estereotipos).

Actualmente las empresas han comprendido la importancia de cuidar al capital humano desde una perspectiva integral, teniendo en consideración la salud mental y física. Para ello se han creado varios programas que cuentan con el respaldo del ministerio de trabajo. De la misma manera se ha desarrollado estrategias para la mejora de la comunicación entre las principales se destacan:

- ✓ Comunicación adaptada, es decir se acopla a las necesidades del emisor y receptor, favoreciendo el intercambio ágil de mensajes; respetando los valores y la cultura de la empresa.
- ✓ Interés, se refiere a la intención de comunicar, cuando un individuo del equipo impulsa la participación existen grandes posibilidades que el resto del grupo siga sus pasos.
- ✓ Transparencia, la información que se suministre en la empresa debe ser auténtica, sin importar las consecuencias que se deriven de la misma.
- ✓ Simplicidad, el mensaje tiene que ser simple y concreto, por el contrario, se puede limitar la comprensión del mensaje.
- ✓ Variedad de medios, para transmitir la información de forma eficiente mediante el uso de herramientas tecnológicas, como por ejemplo el correo electrónico, llamadas telefónicas, fax, entre otros.

La cultura corporativa creada por los dueños de la empresa es una buena estrategia creada para además de crear sentido de pertinencia, los colaboradores sean más competitivos. Es decir, al mostrar los objetivos organizacionales, misión, visión, políticas, rol que cumplen, ayuda a entender las metas que ellos deben cumplir de forma individual para beneficio de la empresa.

La comunicación se comprende como un fenómeno, disciplina, técnicas y actividades orientadas a favorecer el flujo de información que se dan los con integrantes de la organización y su objetivo primordial es cumplir con las metas planteadas.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

- La presente investigación ayudó a comprender la importancia de una comunicación bidireccional, donde el empleado ya no es visto como alguien que solo ejecuta ordenes de superiores, sino como la persona que aporta ideas a la empresa. Por lo tanto, es fundamental que se permita el desarrollo de las habilidades y destrezas de los colaboradores.
- La comunicación dentro de la organización aparte de mejorar la productividad brinda otros beneficios dentro de los principales destacan el cumplimiento de los objetivos organizacionales, aumentar el sentido de pertinencia, enriquecer los lazos de amistad de los colaboradores, toma de decisiones eficaz, incrementa la competitividad, entre otros.
- La comunicación Organizacional es fundamental en el funcionamiento de cualquier empresa, es útil y primordial todo esto al intercambio de información por parte de los colaboradores según la posición de cada uno.
- La planificación y desarrollo de estrategias a favor de la comunicación organizacional permite una mayor comprensión del mensaje destruyendo las barreras del lenguaje que interfieren con la transmisión correcta de los objetivos organizacionales.
- La comunicación organizacional es esencial y muy importante en toda organización y su objetivo primordial es lograr resultados, a su vez ayuda en la relación de entre colaboradores logrando así integrarlos lo que permite dar una imagen favorable a la organización. También tiene como objetivo erradicar barreras de comunicación a través de diferentes metodologías como es la evaluación de desempeño, entre los tipos de comunicación puede ser ascendentes, descendentes, entre otras y de las diferentes formas que se puede comunicar hoy en día gracias a las tecnologías.
- La comunicación organizacional puede ser tanto interna como externa, la interna se relaciona con todos los que trabajan en la organización mientras que la externa tiene que ver con personal fuera de la organización entre caso el cliente o público.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- Abraham Nosnik. (2002). *Extracto de comunicación productiva: Un nuevo enfoque teórico*. México: Inl.
- Alcaraz, C. (2006). *Comunicación organizacional*. México: 1a. Edición. Mcgraw Hill.
- Alsina, M. (2012). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Editorial Ilustración de la cubierta. Tercera Edición.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Netbiblio, S. L. Recuperado el Enero de 2018
- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica*. España: Editorial Netbiblio.
- Brandolini, Gonzales, & Hopkins. (2009). *Comunicación Organizacional*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
- Brandolini, González, & Hopkins. (2009). *Comunicación Organizacional*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
- Brandolini, Hopkins, & Gonzales. (2009). *Comunicación Organizacional*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
- Brandolini, Hopkins, & Gonzales. (2009). *Comunicación Organizacional*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
- Castillo, A. (2013). *Comunicación organizacional, teorías y estudios*. Málaga, España: Editorial Clave.
- Chiavenato, I. (2005). *Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones*. México: Editorial Thomson Learning.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. McGraw Hill: Bogotá - Colombia.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Cuevas, A. (2009). *Guía académica No. 3 Modelos de comunicación organizacional. cuaderno de investigación*. Bogotá: Universidad EAN-LEOGRAFLTDA.
- Deschamps, M., & Gabriel. (s.f.). *Comunicación de la A a la Z: La Auditoría de la Comunicación - Manual de trabajo*. Barcelona: Editorial Gestión y Planificación Integral S.A.
- Dubrin, A. (2002). *Fundamentos de comunicación organizacional*. México: Editorial Thomson.
- Fernández. (2002). *La comunicación en las Organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- Fernandez, C. (2006). *La comunicación en las Organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- Fernández, C. (2010). *La Comunicación en las organizaciones*. México: Editorial Trillas.

- Goldhaber G. (1984). *Cominucación Organizacional*. México: Editorial Diana.
- Gross, M. (30 de Junio de 2008). Obtenido de Pensamiento Imaginativo:
<http://manuelgross.bligoo.com/definicion-y-caracteristicas-de-la-cultura-organizacional-actualizado#.WoXbQKjOWM8>
- Koontz. (2012). *Administracion, una perspectiva global y empresarial*. . México: McGraw-Hill.
- Koontz, H. (2012). *Administracion, una perspectiva global y empresarial*. Mexico: : McGraw- Hill.
- Koontz, H. (2012). *Administracion, una perspectiva global y empresarial*. Mexico: Editorial McGraw-Hill.
- Newstrom, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Palomo, M. (2012). *Liderazgo y motivacion de equipos de trabajo*. Madrid: Editorial ESIC.
- Rebeil. (2010). El poder de la comunicación en las organizaciones. México: AMCO.
- Romero. (Enero de 2011). *Revista Reflexiones Gerenciales*. Obtenido de <https://moraimaromero.wordpress.com/ponencias/reflexiones-gerenciales-sobre-comunicacion-organizacional-compleja-y-responsabilidad-social-corporativa-en-el-contexto-de-las-empresas-ciudadanas/>
- Saladrigas Medina, H. (2005). Comunicación Organizacional: Matrices Teóricas y Enfoques Comunicativos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 60.