



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del
Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “La Comunicación organizacional y su
relación en el Desempeño Laboral en el Municipio de
Pillaro.”**

Autora: Andrea Cristina Carrera Moya

Tutor: Ing. Carlos Vinicio Mejía Vayas

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2015



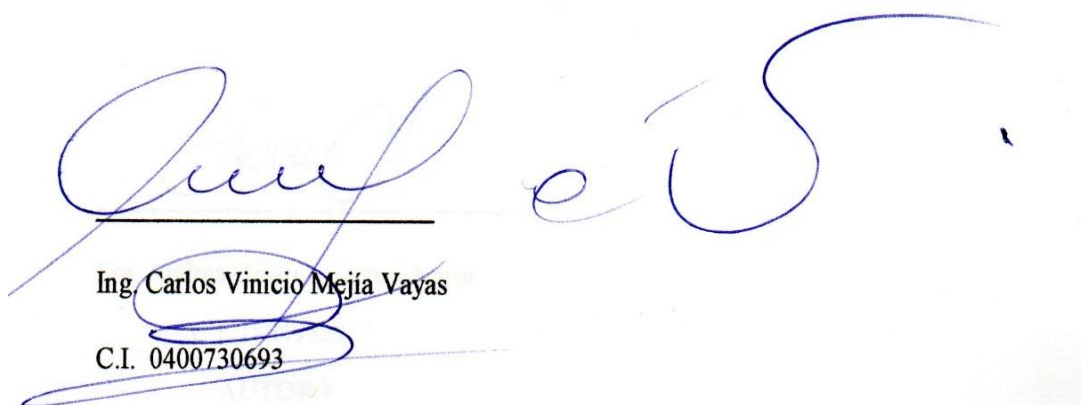
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Carlos Vinicio Mejía Vayas

CERTIFICA:

Que el presente proyecto ha sido prolijamente revisado. Por lo tanto autorizó la presentación de este Proyecto de Investigación, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad.

Ambato, 04 de Mayo de 2015



Ing. Carlos Vinicio Mejía Vayas
C.I. 0400730693

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Andrea Cristina Carrera Moya, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.



Sra. Andrea Cristina Carrera Moya

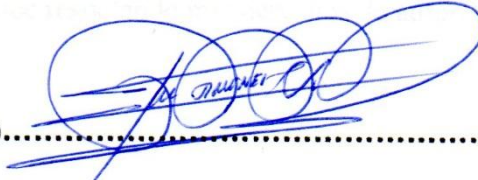
C.I. 1804952917

AUTORA

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Proyecto de Investigación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Para constancia firman.

f) 
.....
Walter Ramiro Jiménez Silva
C.I. 0501797351

f) 
.....
Manuel Roberto Soria Carrillo
C.I. 1801499607

Ambato, 04 Agosto del 2015

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto parte de el un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Atentamente,



Sra. Andrea Cristina Carrera Moya

C.I. 1804952917

AUTORA

DEDICATORIA

A Dios por brindarme la vida y la capacidad de poder superarme a diario, a mi Madre quien supo guiarme con su amor y ejemplo para salir siempre adelante, a mi Esposo y mi Hijo quienes fueron mi motivación, a mis abuelitos que fueron un pilar importante en mi vida, a mi familia que con su apoyo he logrado finalizar una de mis metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia a mi esposo Juan Carlos que siempre estuvo brindándome su apoyo y mi Hijo Juan Martin que con su sonrisa me dio aliento para seguir adelante, mi Madre Maritza que con su ejemplo me motivo a seguir sus pasos, a mi Tía Sandra que nunca dejo de apoyarme, a mi Abuelito que fue como mi padre y me ayudo a culminar esta meta tan importante en vida desde el cielo

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
EXECUTIVE SUMMARY.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
1.1. TEMA.....	2
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1. Contextualización.....	2
1.2.2. Análisis Crítico.....	6
1.2.3. Prognosis.....	7
1.2.4 Formulación del problema	7
1.2.5. Preguntas directrices	8
1.2.6 DELIMITACIÓN DE OBJETIVO DE INVESTIGACION.....	8
1.2.6.1 LIMITE DE CONTENIDO.....	8
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	9

1.4. OBJETIVOS.....	10
1.4.5. Objetivo General	10
1.4.6. Objetivos Específicos.....	10
CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2.2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	11
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	12
2.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	13
2.5. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	24
2.6. HIPÓTESIS	44
2.7. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES	44
CAPÍTULO III.....	45
METODOLOGÍA	45
3.2. ENFOQUE	45
3.3. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
3.3.5. Investigación Bibliográfica o Documental.....	45
3.3.6. Investigación de Campo.....	46
3.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	46
3.4.1. Investigación Exploratoria	46
3.4.2. Investigación Correlacional	46
3.4.3. Investigación Explicativa	47
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA	47
3.5.1 Segmentación	47
3.5.2 POBLACION MUESTRA.....	48
3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	49
3.7. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	52

3.8. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	53
CAPÍTULO IV	55
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	55
4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	55
4.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS	55
4.3. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	71
4.3.1. Planteamiento de hipótesis.....	71
4.3.2. Nivel de significancia.....	71
4.3.3. Elección de la prueba estadística.....	71
4.3.4. Tabla Frecuencias Observadas	72
4.3.5. Tabla Frecuencias Esperadas	72
4.3.6. Calculo de los grados de libertad	73
4.3.7 Elección de la prueba estadística Chi cuadrado	74
4.3.8. Tabla cálculo Chi Cuadrado.....	74
4.3.9. Justificación y decisión Final	76
CAPÍTULO V	77
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	77
5.3. Conclusiones.....	77
5.4. Recomendaciones	78
CAPÍTULO VI.....	79
PROPUESTA.....	79
6.1. DATOS INFORMATIVOS.....	79
6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	79
6.3. JUSTIFICACIÓN	80
6.4. OBJETIVOS.....	81
6.4.1. Objetivo General	81

6.4.2.	Objetivos específicos	81
6.5.	ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	81
6.5.1.	Socio- Cultural	81
6.5.2.	Tecnológica.....	82
6.5.3.	Organizacional	82
6.5.4.	Económico – Financiero	82
6.5.5.	Político – Legal	82
6.6.	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO – TEÓRICO.....	83
6.7.	MODELO OPERATIVO.....	85
6.7.1.	Programa de Acción.....	98
6.8.	PRESUPUESTO.....	100
6.9.	EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA Y CONTROL DEL PLAN ...	103
	BIBLIOGRAFÍA.....	107
	ANEXOS.....	164

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Categorización Variable Independiente	24
Gráfico 2 Categorización Variable Dependiente	25
Gráfico 3 Estructura organizativa	56
Gráfico 4 Proceso comunicación interna	57
Gráfico 5 Nivel jerárquico	58
Gráfico 6 Comunicación organizacional.....	59
Gráfico 7 Funciones laborales.....	60
Gráfico 8 Remuneración	61
Gráfico 9 Motivación	62
Gráfico 10 Desarrollo institucional.....	63
Gráfico 11 Remuneración y valoración	64
Gráfico 12 Recepción de socializaciones.....	65
Gráfico 13 Socializaciones.....	66
Gráfico 14 Tipo de socializaciones	67
Gráfico 15 Frecuencia de las socializaciones.....	68
Gráfico 16 Proporción de conocimiento	69
Gráfico 17 Mejor desempeño laboral.....	70
Gráfico 18 Chi Cuadrado	75
Gráfico 19 Modelo Operativo	85
Gráfico 20 Proceso de Comunicación Municipio de Pillaro.....	92
Gráfico 21 Medios de la Web	94
Gráfico 22 Página Web	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmentación	47
Tabla 2 Variable Independiente: Comunicación Organizacional	49
Tabla 3 Variable Independiente: Desempeño Laboral	50
Tabla 4 Preguntas y Explicaciones	51
Tabla 5 Recolección de información.....	52
Tabla 6 Estructura organizativa	56
Tabla 7 Proceso comunicación interna	57
Tabla 8 Nivel jerárquico.....	58
Tabla 9 Comunicación organizacional.....	59
Tabla 10 Funciones laborales.....	60
Tabla 11 Remuneración	61
Tabla 12 Motivación	62
Tabla 13 Desarrollo institucional	63
Tabla 14 Remuneración y valoración	64
Tabla 15 Recepción de socializaciones.....	65
Tabla 16 Socializaciones.....	66
Tabla 17 Tipo de socializaciones	67
Tabla 18 Frecuencia de las socializaciones.....	68
Tabla 19 Proporción de conocimiento	69
Tabla 20 Mejor desempeño laboral.....	70
Tabla 21 Frecuencias Observadas.....	72
Tabla 22 Frecuencias Esperadas	72
Tabla 23 Cálculo Chi Cuadrado.....	74
Tabla 24 Base Legal.....	87
Tabla 25 Matriz Axiológica	91
Tabla 26 Programa de Acción.....	98
Tabla 27 Presupuesto	100
Tabla 28 Humanos.....	100
Tabla 29 Materiales	101
Tabla 30 Tecnológicos	101
Tabla 31 Otros Gastos	101

Tabla 32 Presupuesto	102
Tabla 33 Matriz de Monitoreo y Evaluación	103

RESUMEN EJECUTIVO

El Municipio de Pillaro fue creado con el propósito de garantizar el desarrollo de las personas, mediante la política social fomentando principios que cumplan con las exigencias de calidad, apoyando a mejorar la pobreza y siendo proveedores de servicios de calidad contribuyendo con una adecuada infraestructura y protección a la cultura y sus tradiciones.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un amplio análisis del personal interno con el fin de establecer procesos de comunicación que permita un mejor desempeño laboral.

Los datos arrojados por la investigación de campo aplicada al personal interno del Municipio de Pillaro indican que es importante ya que una buena comunicación permitirá al personal a interrelacionarse y transmitir información con el objetivo de asegurar una información correcta.

Así la propuesta resultante de la investigación se direcciono a identificar y diseñar un proceso de comunicación organizacional que favorezcan las relaciones del personal apoyándose en las estrategias de fortalecimiento que aporten con la mejora del desempeño laboral mediante interacción del personal tomando en cuenta los principios y valores como Liderazgo, trabajo en equipo, eficiencia, eficacia equidad entre otros que garanticen la calidez en la atención de los servicios, promoviendo además la integración de las personas, coordinación de actividades, se ayuda a prever problemas, ayuda a la toma de decisiones

PALABRAS CLAVES: Comunicación, Comunicación Organizacional, Desempeño Laboral, Municipio de Pillaro, Municipios

EXECUTIVE SUMMARY

The Municipality of Pillaro was created to ensure the development of people through social policy promoting principles that meet quality requirements, supporting better poverty and being providers of quality contributing to adequate infrastructure and protection culture and traditions.

It is for this reason that this research has focused on making a comprehensive analysis of internal staff in order to establish communication processes to enable better work performance.

The data produced by field research applied to internal staff of the Municipality of Pillaro indicate that it is important that good communication and allow staff to interact and communicate information in order to ensure proper information.

So the proposal resulting from the research I turn my me to identify and design a process of organizational communication that promote staff relations relying on building strategies that contribute to the improvement of job performance through staff interaction taking into account the principles and values leadership, teamwork, efficiency, effectiveness, equity and others to ensure the excellent attention of the services, and promoting the integration of people, coordinating activities, helps to anticipate problems, aid to decision-making.

KEYWORDS: Communication, Organizational Communication, Job Performance, Pillaro Municipality, Municipalities

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se trata de la Comunicación organizacional y su relación en el desempeño laboral en el Gobierno Municipal del Cantón Santiago de Pillaro; en donde se explicara a continuación los seis capítulos que se desarrollaron.

En el primer capítulo el Planteamiento del Problema que comprende el tema, La Contextualización del Problema, El Análisis Crítico, La Prognosis , La Formulación del Problema, la Delimitación de Contenido, Espacial y Temporal, La Justificación, El Objetivo General, Objetivos Específicos.

En el segundo capítulo consta el Marco Teórico donde se presenta los antecedentes de la Investigación, La Fundamentación Fisiológica, Sociológica, Axiológica, y Legal, Las Categorías Fundamentales, el Enfoque Teórico, la Hipótesis, El Señalamiento de Las Variables.

En el tercer capítulo se trata de la Metodología De La Investigación En La Que Se Desarrolla La Modalidad Básica De La Investigación, El Nivel Y Tipo De Investigación, La Población Y Muestra, La Operacionalizacion De Variables, Plan De Recolección De La Información Donde Está La Encuesta.

En el cuarto capítulo se procede a la tabulación de encuestas con sus respectivas interpretaciones y análisis, además en el quinto capítulo se establece conclusiones y recomendaciones.

Finalmente en el sexto capítulo se procede a establecer la propuesta la que incluye los procesos de Comunicación Organizacional para un mejor Desempeño Laboral.

Cabe recalcar que la información recogida a sido seleccionada cuidadosamente cuidadosamente para presentar un trabajo bien organizado.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

La Comunicación organizacional y su relación en el Desempeño Laboral en el Municipio de Pillaro.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Inadecuada Comunicación Organizacional no permite un buen Desempeño Laboral en el Municipio de Pillaro.

1.2.1. Contextualización

(ECUATORIANAS, 1994) Actualmente en los Gobiernos Autónomos Descentralizados del Ecuador ofrecen servicios públicos, seguridad ciudadana, impulsan el micro emprendimiento y apoyan a todas las áreas de sus competencias, en esta época de cambios, buscan mejoras que ayuden a incrementar la calidad de vida laboral de los servidores. Las instituciones públicas y privadas se ocupan

constantemente de mejorar sus servicios, así como de mantener su reconocimiento a nivel nacional, por lo que se considera importante llevar a cabo evaluaciones en diferentes áreas de trabajo para conocer su situación actual y hacer cambios en donde sean requeridos, con el objeto de mantener y fomentar la intermunicipalidad como medio de cooperación entre los municipios; para investigar, estudiar, resolver y recomendar mejoras en la aplicación de los métodos más eficientes en el gobierno y administración municipales; proporcionar los medios por los cuales los funcionarios puedan canjear ideas y experiencias y obtener informes, sugerencias e indicaciones; recoger, compilar y distribuir entre los funcionarios municipales, informaciones sobre el gobierno municipal y la administración de sus asuntos; preparar, propagar y apoyar leyes que sean beneficiosas para la administración de asuntos municipales y oponerse a la legislación perjudicial para los mismos; fomentar la educación en el gobierno municipal y hacer cuanto sea necesario y propicio para beneficio de las municipalidades en la administración de sus asuntos, y, en general realizar los objetivos de cooperación municipal en la administración expuestos en los Estatutos de la Comisión panamericana de cooperación intermunicipal creada, por resolución del primer congreso Interamericano de municipios.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados toman en cuenta el desarrollo de su "clima laboral" que es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano, pero muchas de las veces es difícil tener satisfecho al recurso humano que labora en la institución y al mismo tiempo a la comunidad. Esto varía de acuerdo al poder de liderazgo de los directivos, el comportamiento de las personas, su manera de trabajar y de relacionarse. En varios Gobiernos Autónomos Descentralizados debido a los cambios que han sufrido, han ocasionado un deficiente clima laboral destruyendo el ambiente de trabajo originando situaciones de conflicto y de bajo rendimiento, para neutralizar esta situación se está realizando esfuerzos mediante un desarrollo organizacional a largo plazo, guiado y apoyado por la alta gerencia, para mejorar la visión, la delegación de la autoridad, el aprendizaje y los procesos de resolución de problemas de las instituciones, mediante una administración constante, cambios profundos en su personal y grupos de trabajo con la colaboración de toda la organización.

(AMBATO, 2011) En la Provincia de Tungurahua los Gobiernos Autónomos Descentralizados se está tomando mucho en cuenta el clima laboral así como también el desarrollo organizacional debido a que vivimos tiempos de cambios rápidos y adaptación imperativa y sobre todo tener una población satisfecha con los servicios que brindan las instituciones públicas. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados de la provincia están recibiendo contribuciones intelectuales por parte de las diferentes universidades de la misma a través de investigaciones que ayudan a mejorar su clima laboral sabiendo que lo más importante es la satisfacción del talento humano y el desarrollo organizacional.

(PILLARO, 2010) El Cantón Santiago de Píllaro, fue fundado en el año de 1570 por Antonio Clavijo y se lo ascendió a cantón el 25 de julio de 1851. Para indicar las voces indígenas que intervienen en el nombre de nuestro Cantón, debemos estar conscientes de que: una de las tribus que habitaban en este sector eran los Atipillahuazo de donde se deriva el nombre de Píllaro. Píllaro, proviene de dos voces indígenas: Pillala que significa rayo o trueno, y Arroque que quiere decir Altares; por consiguiente su nombre significa "Altar del Dios Rayo y Trueno". ¿Por qué Santiago?. Santiago, el mayor de los apóstoles, Patrón guerrero de las armas españolas, fue considerado así, primero, porque fue fundado por un español, y no por hidalguía y coraje del pueblo pillareño que siempre se lo reconoció por su bravura y rebeldía, por esta razón su nombre es "Santiago de Píllaro". El Cantón Píllaro, majestuoso, imponente, está situado en las faldas de la Cordillera Central de los Andes, al noreste de la Provincia del Tungurahua; se extiende desde el río Guapante y Yanayácu al norte, el Cutzatahua al sur, al oriente de la Cordillera de los Andes y al occidente el río Culapachán. Los pillareños en general son creativos, con profundo sentimiento práctico; amantes del trabajo y muy constantes, son alegres, francos, acogedores, muy aficionados a las bellas artes y la música.

Gobierno Municipal del Cantón Santiago de Pillaro tiene como misión desarrollar acciones planificadas, mediante una Gestión eficiente de los recursos y talentos humanos comprometidos con el desarrollo armónico del cantón; procurando el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. Su visión es alcanzar en la

próxima década el Gobierno Autónomo del Cantón Píllaro, será un organismo que desarrolla una gestión social, política y económica de excelencia como ente dinamizador y facilitador principal del desarrollo de una comunidad moderna y progresista, contando para ello con un conjunto de talentos humanos competentes y comprometidos con la institución, equipos y sistemas tecnológicos de última generación y recursos económicos eficientemente administrados, para satisfacer las necesidades del cantón con énfasis en las áreas sociales, salud, educación, producción, turismo comunitario y el manejo sostenible de los recursos naturales, aplicando políticas y valores corporativos, midiendo su gestión sobre la base de indicadores realizables.

En el Gobierno Municipal del Cantón Píllaro debe tomar en cuenta si existe problemas de comunicación, conflictos entre grupos, cuestiones de dirección y jefatura, el cómo satisfacer los requerimientos de los clientes tanto internos como externos y como esto afecta a su desarrollo organizacional. Se ha determinado que el Clima laboral del Gobierno Municipal del Cantón Píllaro no es el adecuado por lo tanto el recurso humano trabaja aisladamente, no se establece una serie de acciones que debería extenderse para todas las actividades de la entidad de manera proactiva. La desarticulación del clima laboral del talento humano, se manifiesta en la falta de eficiencia y eficacia de las operaciones, falta de fiabilidad de la información administrativa, financiera y económica e incluso en la falta de cumplimiento de las leyes y normas aplicables al sector Producto de ello, las actividades reales no se ajusten a las actividades planificadas, impidiendo a la dirección contar con información que oriente a la toma de decisiones, además no ha sido fácil incrementar la satisfacción del personal dentro de la institución, también la evaluación del desempeño efectuada al talento humano de la institución es una herramienta que no aporta la información imprescindible para controlar y tomar decisiones, determinando falta de confiabilidad de la información e impidiendo el cumplimiento de los objetivos institucionales.

En la Municipalidad existe una deficiencia en la aplicación de modelos administrativos modernos, tendientes a satisfacer las necesidades del cliente interno

y externo, debido a la existencia de innumerables partidos políticos que impide un acuerdo entre todos en beneficio de la Institución u la comunidad.

El Gobierno Municipal del Cantón Píllaro debe estar preparado para un proceso de constante cambio e innovación, solamente con un Talento Humano lo suficientemente comprometido con la Institución se conseguirá el desarrollo sostenido de la misma. Finalmente, se puede concluir que los conceptos, criterios, lineamientos y prácticas de un adecuado clima laboral para el talento humano del Gobierno Municipal del Cantón Píllaro, adolecen de deficiencias en la aplicación de estrategias, normas técnicas, lo que mengua su relevancia y trascendencia. El apoyo y respaldo para la formación y desarrollo organizacional del cantón, como instrumento de desarrollo económico y social, con el énfasis en el apoyo a pequeños y medianos productores bajo enfoques de cadenas productivas. El objetivo principal es el de Fortalecer el Desarrollo Económico Local mediante el fortalecimiento de las capacidades de los grupos de pequeños y medianos productores organizados en la ABAPP para el acceso a mercados locales y regionales potenciando las capacidades institucionales del Municipio de Pillaro.

1.2.2. Análisis Crítico

A través del ÁRBOL DE PROBLEMAS, se ha identificado que el inadecuado plan de comunicación en el Municipio de Pillaro.

El bajo nivel de Desempeño Laboral en el Municipio de Pillaro se evidencia por tres Causas:

El poco reconocimiento y motivación al personal por parte de los directivos ocasiona poco interés, y bajos níeveles de esfuerzo en su puesto de trabajo para cumplir sus metas.

La ausencia de evaluaciones informales e informales a los trabajadores no permite medir su nivel de trabajo y de esfuerzos por lo que no se podrá realizar una retroalimentación.

La poca participación de los empleados en toma de decisiones del Municipio de Pillaro genera un desinterés en los objetivos del municipio al no sentir que no forma parte de la misma.

La inexistencia de capacitación al personal no permitirá mejorar su conocimiento, habilidades, actitudes y conductas en su puesto de trabajo y tampoco no podrán alcanzar sus objetivos.

1.2.3. Prognosis

Si el Municipio de Pillaro no logra comunicar sus objetivos con un programa de comunicación organizacional no podrá obtener un buen desempeño laboral y tampoco podrá cumplir sus objetivos que permita un mejor conocimiento de las oportunidades que brinda esta entidad para en desarrollo continuo.

Es totalmente necesario que los empleados que integran este municipio tengan la información necesaria para llevar un manejo adecuado de sus oportunidades y así un mejor desempeño en su puesto de trabajo. El programa de comunicación organizacional ayudara totalmente a establecer la mejor información al trabajador, para el cumplimiento de sus metas, y también permitirá alcanzar los objetivos del Municipio de Pillaro.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cómo incide la carencia de la comunicación Organizacional en el Municipio de Pillaro?

1.2.5. Preguntas directrices

¿Qué tipo de motivaciones ayudara a que el personal tenga un mejor Desempeño Laboral?

¿De qué manera el Municipio de Pillaro se beneficiara con elaboración de un proceso de comunicación Organizacional?

¿Qué tipo de procesos ayudara que la Comunicación Organizacional mejore el desempeño en sus trabajadores del Municipio de Pillaro?

1.2.6 DELIMITACIÓN DE OBJETIVO DE INVESTIGACION

1.2.6.1 LIMITE DE CONTENIDO

Campo: Marketing

Aspecto: Desempeño laboral en el Municipio de Pillarlo

Área: Comunicación Organizacional

LIMITE ESPACIAL

Esta investigación se realizó en El Municipio de Pillaro, ubicada en el cantón Santiago de Pillaro

LIMITE TEMPORAL

La presente investigación se realizó en Septiembre – Junio del 2015

UNIDADES DE OBSERVACIÓN

Personal que labora en la institución.

1.3. JUSTIFICACIÓN

En este trabajo de investigación se pretende aplicar conocimientos adquiridos en el transcurso de los años de estudio sobre administración de empresa, para analizar e indagar sobre la problemática del Municipio de Píllaro; con el fin de mejorar la comunicación organizacional y el desempeño laboral.

Es un tema innovador en instituciones públicas ya que no se han amplificado soluciones que promuevan una mejor comunicación; además de ser una problemática que necesita de soluciones inmediatas que incurren directamente con el talento humano del municipio y que son su compromiso y colaboración se podrán tener resultados óptimos.

La importancia del problema detectado se lleva a cabo en estudios e investigación ya que afecta en gran relevancia a todo el personal del municipio, no solo en sus relaciones como compañeros de trabajo sino a su vez en la designación de funciones, ambiente laboral, desempeño, liderazgo; lo cual debió ser dirigido y mejorado por las autoridades de la institución.

Al solucionar esto se beneficiará al municipio de muchas maneras ya que primeramente se mejorara las comunicación interna, como también la interacción de las autoridades con el personal, se optimizaran recursos, promoverá la eficiencia y cumplimiento de las actividades; todo esto incidiendo en el mejor desempeño laboral que es lo que se necesita.

1.4. OBJETIVOS

1.4.5. Objetivo General

La Carencia de la Comunicación Organizacional en el Desempeño Laboral del Municipio de Pillaro

1.4.6. Objetivos Específicos

- Analizar los Procesos de Comunicación Organizacional para un buen desarrollo del Municipio de Pillaro
- Determinar si la Comunicación Organizacional permite un correcto Desempeño Laboral
- Diseñar los Procesos de Comunicación Organizacional que mejoren el Desempeño Laboral de los empleados del Municipio de Pillaro.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el estudio y desarrollo del presente trabajo de investigación se indagó otras tesis con características similares al tema de estudio.

(BARRENO, 2003) Propuesta de Desarrollo Administrativo y Organizacional de la Dirección de Educación Hispana de Tungurahua. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas.

Objetivos

Elaborar una Propuesta de Desarrollo Administrativo y Organizacional de la Dirección de Educación Hispana de Tungurahua orientada a ofrecer un servicio de calidad al cliente. Estructurar una propuesta del Plan Anual de capacitación al personal de la Dirección de Educación Hispana de Tungurahua.

Conclusiones

Existe un alto porcentaje de funcionarios y empleados (75%), que no participan en la elaboración del plan estratégico de la institución, lo que trae como consecuencia que desconozcan totalmente el futuro deseado por parte de las autoridades de la institución, es decir que no existe una interrelación directa entre todos quienes

hacemos la organización que nos permita saber hacia dónde vamos y hacia donde está encaminado nuestro trabajo. Toda institución dentro de sus políticas debe mantener programas sustentados de capacitación profesional, actualización de conocimientos, sobre todo procesos encaminados a que el personal conozca las funciones y responsabilidades.

(MOYA, 2009) Plan de Procesos Administrativos y su incidencia en el funcionamiento organizacional en —Llanta Fácil S.A. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas.

Objetivos:

Proponer un Plan de Procesos Administrativos a través de un modelo sistemático de tareas y acciones, para lograr eficiencia en el funcionamiento organizacional de la empresa —Llanta Fácil S.A. Realizar un Diagnóstico situacional, mediante un análisis FODA para determinar la condición actual de la empresa. Elaborar un Modelo Estratégico, reorganizando el proceso Administrativo y el reglamento interno, para coadyuvar el funcionamiento organizacional de la empresa.

Conclusiones

Al no existir una clara organización, se ha generado un ligero malestar que afecta el funcionamiento de la empresa, es decir, el desempeño de los colaboradores. Dentro de las fortalezas cabe mencionar el estilo participativo con el que dirige la empresa al Gerente General; el cual permite que el personal opine, aporte sugerencias y se tomen decisiones en consenso. En la empresa se desarrollan constantemente programas de capacitación, que garantiza el desarrollo y crecimiento tanto personal como profesional de los colaboradores.

2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La presente investigación se fundamentará en el Paradigma crítico-propositivo, ya que conociendo la realidad de problema se enfocará en la variable dependiente en la comunicación Organizacional y la variable independiente el Desempeño Laboral, proponiendo solución mediante el análisis y la identificación

de las causas y los efectos que sean alcanzables que aportan al conocimiento a través de una investigación cualitativa que aliente a los ejecutivos y trabajadores a contribuir en el cambio de las conductas y actitudes en la organización, permitiendo que mejore el rendimiento laboral considerando los objetivos personales e institucionales.

Se investiga y conceptualiza las variables en estudio que son: la comunicación organizacional y el desempeño laboral, con el fin de ampliar conocimiento sobre otros factores que incidan en la problemática; de esta manera saber qué tema estamos tratando para poder establecer opciones como solución y decidir que se debe hacer para obtener resultados eficientes en la institución.

Esta investigación se la realizara en el Municipio de Pillaro donde los valores son virtudes donde poseerlos y practicarlos, hace una organización más humana y ayuda a su evolución, tanto personalmente, como para un grupo de trabajo y mantenimiento un equilibrio para ayudar a los demás departamentos en el sitio adecuado, haciendo lo que tenemos que hacer en armonía con el todo.

2.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

(CODIGO DE TRABAJO, 2014) CODIFICACION DEL CODIGO DEL TRABAJO

Codificación 17 Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005 Ultima modificación: 27-ene-2011 Estado: Vigente

H. CONGRESO NACIONAL

CODIFICACION 2005-017

LA COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DEL CODIGO DEL TRABAJO

TITULO PRELIMINAR DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1.- **Ámbito de este Código.-** Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Concordancias:

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, Arts. 325

Jurisprudencia:

INCOMPETENCIA POR LA MATERIA, Gaceta Judicial 13, 1957

RELACION LABORAL, Gaceta Judicial 8, 1975

RELACION LABORAL CONTRADICHA POR EL TRIBUNAL
CONTENCIOSO, Gaceta Judicial 14, 1977

INQUILINO O GUARDIAN, Gaceta Judicial 14, 1977

NEXO JURIDICO LABORAL, Gaceta Judicial 4, 1983

EMPLEADOS CIVILES EN LAS EMPRESAS DE LAS FUERZAS ARMADAS,
Gaceta Judicial 2, 1994

REGIMEN LABORAL Y POLICIAL, Gaceta Judicial 3, 1994

Art. 2.- **Obligatoriedad del trabajo.-** El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

En general, todo trabajo debe ser remunerado Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos.- Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Art. 5.- Protección judicial y administrativa.- Los funcionarios judiciales y administrativos están obligados a prestar a los trabajadores oportuna y debida protección para la garantía y eficacia de sus derechos.

PROTECCION JURISDICCIONAL AL TRABAJADOR, Gaceta Judicial 9, 1990

HERMENEUTICA JURIDICA Y AMPLIO SENTIDO SOCIAL, Gaceta Judicial 2, 1994

ABANDONO DE LA INSTANCIA EN LO LABORAL, Gaceta Judicial 9, 1997

Art. 6.- Leyes supletorias.- En todo lo que no estuviere expresamente prescrito en este Código, se

CODIFICACION DEL CODIGO DEL TRABAJO - Profesional -
www.lexis.com.ec

Aplicarán las disposiciones de los Códigos Civil y de Procedimiento Civil.

Jurisprudencia:

PRESCRIPCION LABORAL, Gaceta Judicial 7, 1974

Art. 7.- Aplicación favorable al trabajador.- En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, los

funcionarios judiciales y administrativos las aplicarán en el sentido más favorable a los trabajadores.

Concordancias:

Parágrafo 1ro. Definiciones y reglas generales

Art. 8.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 9.- Concepto de trabajador.- La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

Art. 10.- Concepto de empleador.- La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador.

El Estado, los consejos provinciales, las municipalidades y demás personas jurídicas de derecho público tienen la calidad de empleadores respecto de los obreros de las obras públicas nacionales o locales. Se entiende por tales obras no sólo las construcciones, sino también el mantenimiento de las mismas y, en general, la realización de todo trabajo material relacionado con la prestación de servicio público, aun cuando a los obreros se les hubiere extendido nombramiento y cualquiera que fuere la forma o período de pago. Tienen la misma calidad de empleadores respecto de los obreros de las industrias que están a su cargo y que pueden ser explotadas por particulares.

También tienen la calidad de empleadores: la Empresa de Ferrocarriles del Estado y los cuerpos de bomberos respecto de sus obreros.

Concordancias:

LEY DE MINERIA, Arts. 65

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, Arts. 326

Jurisprudencia:

RELACION LABORAL CON MUNICIPIOS, Gaceta Judicial 163, 1939

TRABAJADOR MUNICIPAL, Gaceta Judicial 10, 1942

RELACION LABORAL EN MUNICIPIOS, Gaceta Judicial

Art. 11.- Clasificación.- El contrato de trabajo puede ser:

a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal; b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto; c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional; d) A prueba; e) Por obra cierta, por tarea y a destajo; f) Por enganche; g) Individual, de grupo o por equipo; y, h) Nota: Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008.

Art. 12.- Contratos expreso y tácito.- El contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito.

A falta de estipulación expresa, se considera tácito toda relación de trabajo entre empleador y trabajador.

Concordancias:

CODIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA, Arts. 88

Jurisprudencia:

CONTRATO DE TRABAJO TACITO, Gaceta Judicial 4, 1947

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

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

Art. 14.- Estabilidad mínima y excepciones.- Establécese un año como tiempo mínimo de duración, de todo contrato por tiempo fijo o por tiempo indefinido, que celebren los trabajadores con empresas o empleadores en general, cuando la actividad o labor sea de naturaleza estable o permanente, sin que por esta circunstancia los contratos por tiempo indefinido se transformen en contratos a plazo, debiendo considerarse a tales trabajadores para los efectos de esta Ley como estables o permanentes.

Se exceptúan de lo dispuesto en el inciso anterior:

a) Los contratos por obra cierta, que no sean habituales en la actividad de la empresa o empleador; b) Los contratos eventuales, ocasionales y de temporada; c) Los de servicio doméstico; d) Los de aprendizaje; e) Los celebrados entre los artesanos y sus operarios; f) Los contratos a prueba; g) Nota: Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008; y, h) Los demás que determine la ley.

Jurisprudencia:

CONTRATO A TIEMPO INDEFINIDO TROCADO A PLAZO, Gaceta Judicial 7, 1989

ESTABILIDAD LABORAL, Gaceta Judicial 10, 1990

CONTRATO VERBAL DE TRABAJO TROCADO EN CONTRATO A PLAZO, Gaceta Judicial 11, 1991

LA GARANTIA DE ESTABILIDAD NACE DESPUES DEL PRIMER AÑO, Gaceta Judicial 2, 1994

ESTABILIDAD DEL TRABAJADOR VIGENTE A LA FECHA DEL DESPIDO, Gaceta Judicial 2, 1994

Art. 15.- Contrato a prueba.- En todo contrato de aquellos a los que se refiere el inciso primero del artículo anterior, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que

faltare para completar el año. Tal contrato no podrá celebrarse sino una sola vez entre las mismas partes.

Durante el plazo de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente.

El empleador no podrá mantener simultáneamente trabajadores con contrato a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores. Sin embargo, los empleadores que inicien sus operaciones en el país, o los existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o negocio, no se sujetarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividad, industria o negocio. Para el caso de ampliación o diversificación, la exoneración del porcentaje no se aplicará con respecto a todos los trabajadores de la empresa sino exclusivamente sobre el incremento en el número de trabajadores de las nuevas actividades comerciales o industriales.

La violación de esta disposición dará lugar a las sanciones previstas en este Código, sin perjuicio de que el excedente de trabajadores del porcentaje arriba indicado, pasen a ser trabajadores permanentes, en orden de antigüedad en el ingreso a labores.

Jurisprudencia:

CONTRATO A PRUEBA, Gaceta Judicial 6, 1959

DESAHUCIO DE CONTRATO A PRUEBA, Gaceta Judicial 6, 1989

DOBLE CONTRATO A PRUEBA, Gaceta Judicial 13, 1992

Art. 16.- Contratos por obra cierta, por tarea y a destajo.- El contrato es por obra cierta, cuando el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierta en ejecutarla.

En el contrato por tarea, el trabajador se compromete a ejecutar una determinada cantidad de obra o trabajo en la jornada o en un período de tiempo previamente

establecido. Se entiende concluida la jornada o período de tiempo, por el hecho de cumplirse la tarea.

En el contrato a destajo, el trabajo se realiza por piezas, trozos, medidas de superficie y, en general, por unidades de obra, y la remuneración se pacta para cada una de ellas, sin tomar en cuenta el tiempo invertido en la labor.

Concordancias:

CODIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1940

Art. 17.- Contratos eventuales, ocasionales, de temporada.- Son contratos eventuales aquellos que se realizan para satisfacer exigencias circunstanciales del empleador, tales como reemplazo de personal que se encuentra ausente por vacaciones, licencia, enfermedad, maternidad y situaciones similares; en cuyo caso, en el contrato deberá puntualizarse las exigencias circunstanciales que motivan la contratación, el nombre o nombres de los reemplazados y el plazo de duración de la misma.

También se podrán celebrar contratos eventuales para atender una mayor demanda de producción o servicios en actividades habituales del empleador, en cuyo caso el contrato no podrá tener una duración mayor de ciento ochenta días continuos o discontinuos dentro de un lapso de trescientos sesenta y cinco días. Si la circunstancia o requerimiento de los servicios del trabajador se repite por más de dos períodos anuales, el contrato se convertirá en contrato de temporada. El sueldo o salario que se pague en los contratos eventuales, tendrá un incremento del 35% del valor hora del salario básico del sector al que corresponda el trabajador.

Son contratos ocasionales, aquellos cuyo objeto es la atención de necesidades emergentes o extraordinarias, no vinculadas con la actividad habitual del empleador, y cuya duración no excederá de treinta días en un año. El sueldo o salario que se pague en los contratos ocasionales, tendrá un incremento del 35% del valor hora del salario básico del sector al que corresponda el trabajador.

Son contratos de temporada aquellos que en razón de la costumbre o de la contratación colectiva, se han venido celebrando entre una empresa o empleador y

un trabajador o grupo de trabajadores, para que realicen trabajos cíclicos o periódicos, en razón de la naturaleza discontinua de sus labores, gozando estos contratos de estabilidad, entendida, como el derecho de los trabajadores a ser llamados a prestar sus servicios en cada temporada que se requieran. Se configurará el despido intempestivo si no lo fueren.

Corresponde al Director Regional del Trabajo, en sus respectivas jurisdicciones, el control y vigilancia de estos contratos.

Nota: Artículo reformado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008. Nota: Incisos segundo y tercero reformados por Ley No. 00, publicada en Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de Diciembre del 2010.

Art. 18.- Contrato escrito.- El contrato escrito puede celebrarse por instrumento público o por instrumento privado. Constará en un libro especial y se conferirá copia, en cualquier tiempo, a la persona que lo solicitare.

Jurisprudencia:

EMPRESA ELECTRICA REGIONAL NORTE, Gaceta Judicial 12, 1981

Art. 19.- Contrato escrito obligatorio.- Se celebrarán por escrito los siguientes contratos:

a) Los que versen sobre trabajos que requieran conocimientos técnicos o de un arte, o de una profesión determinada; b) Los de obra cierta cuyo valor de mano de obra exceda de cinco salarios mínimos vitales generales vigentes; c) Los a destajo o por tarea, que tengan más de un año de duración; d) Los a prueba; e) Los de enganche;

CODIFICACION DEL CODIGO DEL TRABAJO - Profesional -
www.lexis.com.ec

f) Los por grupo o por equipo; g) Los eventuales, ocasionales y de temporada; h) Los de aprendizaje; i) Los que se estipulan por uno o más años; j) Nota: Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008; y, k) Los que se celebren con adolescentes que han

cumplido quince años, incluidos los de aprendizaje; y l) En general, los demás que se determine en la ley.

Nota: Artículo reformado por Ley No. 39, publicada en Registro Oficial 250 de 13 de Abril del 2006.

Art. 20.- Autoridad competente y registro.- Los contratos que deben celebrarse por escrito se registrarán dentro de los treinta días siguientes a su suscripción ante el inspector del trabajo del lugar en el que preste sus servicios el trabajador, y a falta de éste, ante el Juez de Trabajo de la misma jurisdicción. En esta clase de contratos se observará lo dispuesto en el Art. 18 de este Código.

En el caso que el empleador no cumpliera con la obligación señalada en el inciso anterior, respecto de los contratos celebrados con los adolescentes que se señalan en el literal k) del artículo anterior, será sancionado por los Directores Regionales de Trabajo con el máximo de la pena prevista en el artículo 628 de este Código, sin perjuicio de su obligación de registrarlo. El adolescente podrá solicitar por sí mismo tal registro.

En caso de no haberse celebrado contrato escrito, el adolescente podrá probar la relación laboral por cualquier medio, inclusive con el juramento deferido.

Siempre que una persona se beneficie del trabajo de un adolescente, se presume, para todos los efectos legales, la existencia de una relación laboral.

Nota: Artículo reformado por Ley No. 39, publicada en Registro Oficial 250 de 13 de Abril del 2006.

Concordancias:

CODIFICACION DEL CODIGO DEL TRABAJO, Arts. 593

Jurisprudencia:

CONTRATO ESCRITO DE TRABAJO, Gaceta Judicial 8, 1980

Art. 21.- Requisitos del contrato escrito.- En el contrato escrito deberán consignarse, necesariamente, cláusulas referentes a:

1. La clase o clases de trabajo objeto del contrato; 2. La manera como ha de ejecutarse: si por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.; 3. La cuantía y forma de pago de la remuneración; 4. Tiempo de duración del contrato; 5. Lugar en que debe ejecutarse la obra o el trabajo; y, 6. La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.

Estos contratos están exentos de todo impuesto o tasa.

Art. 22.- Condiciones del contrato tácito.- En los contratos que se consideren tácitamente celebrados, se tendrán por condiciones las determinadas en las leyes, los pactos colectivos y los usos y costumbres del lugar, en la industria o trabajo de que se trate.

En general, se aplicarán a estos contratos las mismas normas que rigen los expresos y producirán los mismos efectos.

Art. 23.- Sujeción a los contratos colectivos.- De existir contratos colectivos, los individuales no podrán realizarse sino en la forma y condiciones fijadas en aquellos.

Art. 23.1.- El Ministerio del ramo podrá regular aquellas relaciones de trabajo especiales que no estén reguladas en este Código, de acuerdo a la Constitución de la República.

Nota: Artículo agregado por Ley No. 00, publicada en Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de Diciembre del 2010.

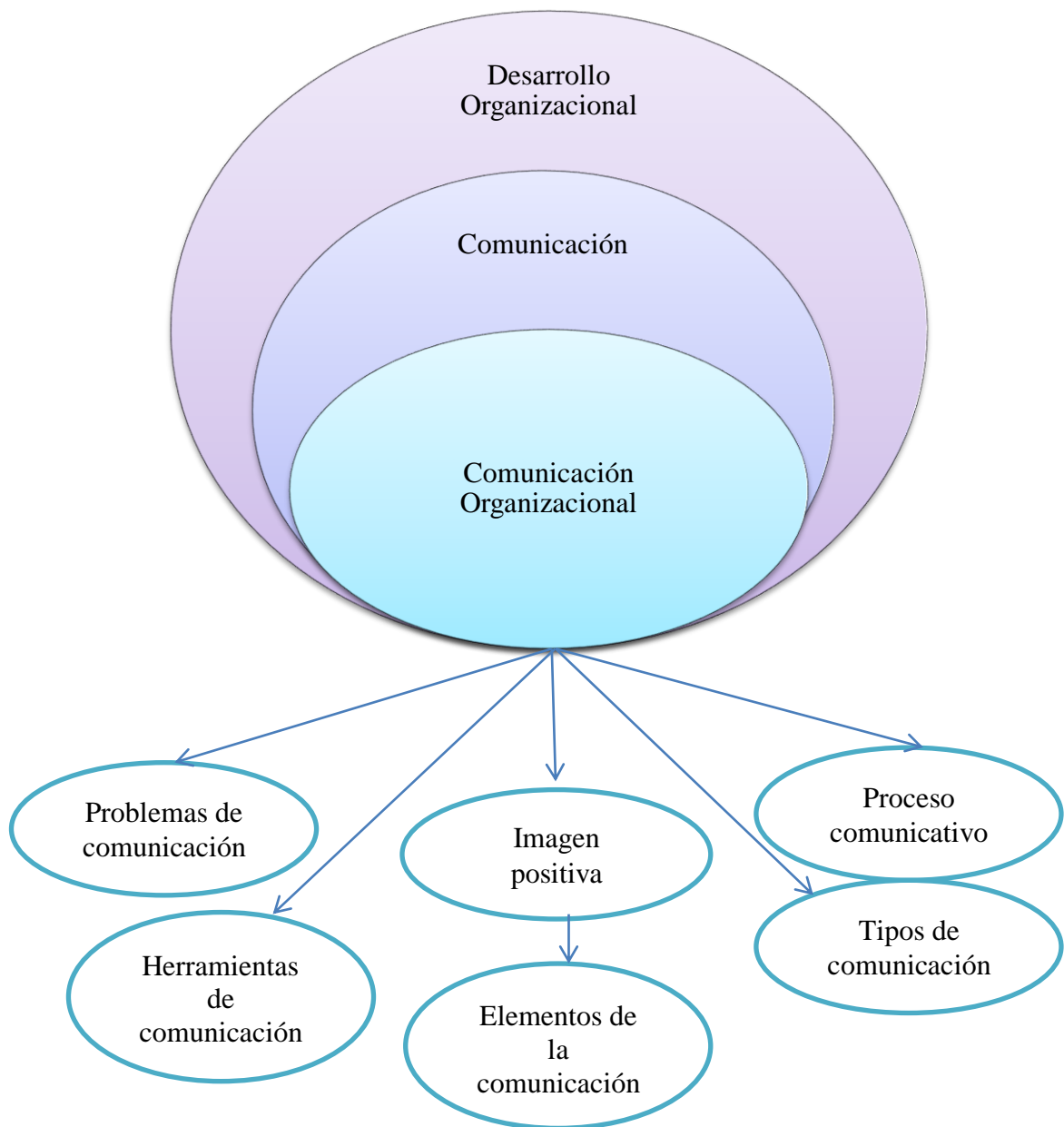
Parágrafo 2do. De los contratos de enganche, de grupo y de equipo

Art. 24.- Enganche para el exterior.- En los casos en que fueren contratados trabajadores, individual o colectivamente por enganche, para prestar servicios fuera del país, los contratos deberán forzosamente celebrarse por escrito.

Art. 25.- Apoderado del enganchador.- El enganchador de trabajadores deberá tener en el Ecuador, por el tiempo que duren los contratos y un año más a partir de la terminación de los mismos, un apoderado legalmente constituido que responda por las reclamaciones o demandas de los trabajadores o de sus parientes.

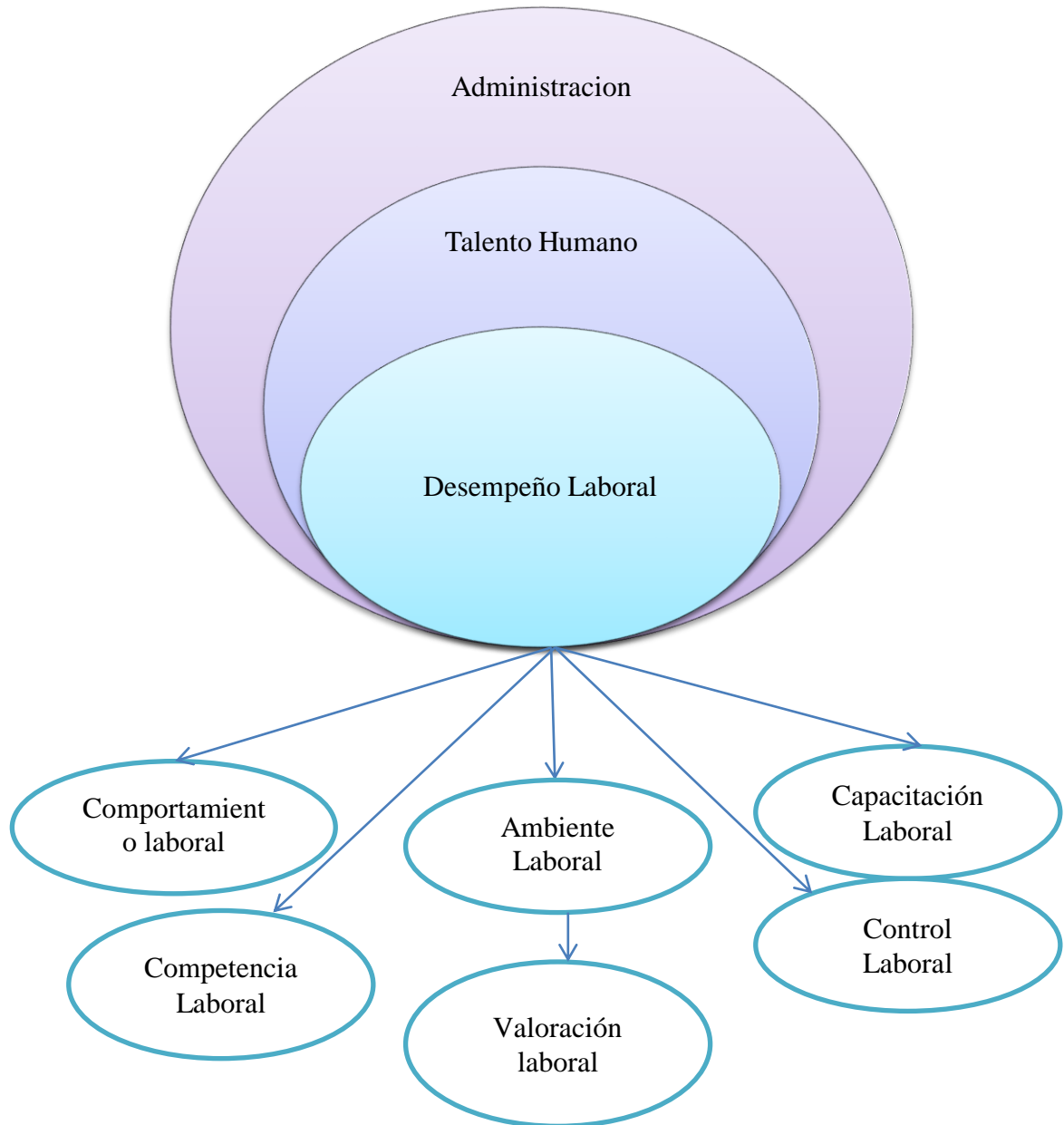
2.5. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico 1 Categorización Variable Independiente



Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 2 Categorización Variable Dependiente



Elaborado por: Andrea Carrera

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja. Dicho proceso puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo (por ejemplo, entre organizaciones).

Si la organización es una empresa, la comunicación distingue tres sistemas:

Operacionales, se refiere a tareas u operaciones.

Reglamentarios, órdenes e instrucciones.

Mantenimiento, relaciones públicas, captación y publicidad.

(STEPET, 2005) La comunicación organizacional también puede ser entendida como el proceso de producción, circulación y consumo de significados entre una organización y sus públicos.

(BERLO D. K., 1889) La comunicación dentro de una empresa adquiere un carácter jerárquico, basado en órdenes y mandatos, aceptación de políticas, etc. Es por ello que hay que destacar la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas y la cooperación entre directivos o altos mandos y trabajadores. . (Robbins S. P., 1890) La efectividad y buen rendimiento de una empresa depende plenamente de una buena comunicación organizacional. Así pues, la comunicación organizacional estudia las formas más eficientes dentro de una organización para alcanzar los objetivos esperados y proyectar una buena imagen empresarial al público externo.

(Robbins S. P., 2001) Debemos considerar respecto a esto que la comunicación organizacional es una actividad propia de todas las organizaciones, es una forma de gestión para el conocimiento y corrección de acciones que podría transgredir los sistemas productivos interviniendo directamente en interacción de la estructura organizacional.

(FRECH, 2011) La naturaleza de la comunicación en la organización, como dimensión deontológica se expresa en su esencia misma, es decir, la organización humana. Entendida como acto de ser de la comunicación social. Lo que conlleva necesariamente a la puesta en común de propósitos, objetivos, métodos, procesos,

acciones y resultados del ente colectivo. Por su parte, la finalidad de la comunicación organizacional, como dimensión teleológica es el logro de la corporatividad, como unidad de la identidad colectiva, concebida como un sistema autónomo relacionado con el entorno propio de su dimensión.

(TAYLOR, 2005) Algunos autores afirman que la comunicación organizacional inicia en los años 20 con el surgimiento de hechos políticos radicales en los cuales se empezó a gestionar las relaciones públicas, sin embargo, se ha de tener en cuenta que la comunicación organizacional va más allá de una simple gestión corporativa referente al microambiente de las organizaciones.

(Martínez V. A., 2007) Por el contrario hay quienes ratifican que la comunicación organizacional tiene origen en Europa bajo el fenómeno de la revolución industrial en el que se empezó a realizar estudios vinculados con el comportamiento organizacional dado desde la información unidireccional donde la alta gerencia asignaba tareas y los colaboradores atendían a éstas sin controvertir.

(ORACIO, 2005) La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y mantener equipos de trabajo competitivos. Es un error pensar que la comunicación interna es «un lujo» y algo exclusivo de las grandes empresas. Todavía son muy pocas las entidades que desarrollan una adecuada política de comunicación interna que contribuya a implantar los cambios y a lograr los objetivos corporativos y estratégicos de la compañía.

LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

(GIBSON P., 2005) El proceso de comunicación es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y dirigida a las personas y grupos del entorno social donde realiza su actividad. Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que se dirige, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública adecuada a sus fines y actividades

La Comunicación Institucional se Subdivide en:

(ALDER, 2005) “El objetivo general de esta área es ofrecer los canales, procedimientos y sistemas de comunicación interna que garanticen la oportunidad.”

La comunicación institucional se desarrolla pues bajo la influencia conjunta de tendencias y sucesos que llevan a la empresa a formular globalmente su identidad y a afirmar su vocación.

(Torres A. M., 2012) La complejidad creciente del entorno y las peripecias del crecimiento de las empresas exigen un discurso central de este estilo. Compete a la Institución expresar el hilo conductor de la empresa, sintetizar su finalidad comercial legítima y profesar la fe que la anima. Es tarea de la comunicación institucional presentar el proyecto de empresa y conseguir la adhesión para contribuir a su realización. El término “Institución” ha adquirido su dimensión plena: la Institución ya no se define vacía, por referencia u oposición al discurso comercial, sino que goza de una definición llena y es la autoridad referencial del discurso.

(ANDRADE, 2005) La Comunicación Institucional debe dar a conocer el proyecto de la empresa y provocar adhesiones al mismo: debe interpretar la producción de la empresa dándole sentido y empuje. Es necesario distinguir la comunicación institucional de las relaciones públicas, el marketing, comunicación social y la publicidad.

El marketing estudia los mercados para crear productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, y desarrolla programas de distribución y comunicación que permiten incrementar las ventas y satisfacer a los consumidores.

La publicidad es una actividad, por la cual una institución claramente identificada, paga un importe económico por el emplazamiento de un mensaje en alguno de los medios de comunicación, con el fin de persuadir a una audiencia determinada. La comunicación social se enfoca más a los medios masivos.

(HELLRIEGEL, 2009) Las relaciones públicas, por su parte, se han entendido como la gestión de la comunicación entre una organización y los públicos sobre los que depende su desarrollo, particularmente los medios de comunicación, con la finalidad de conseguir una aceptación pública.

Principales características

(CAÑABATE, 2011) La comunicación institucional está relacionada con el marketing, la publicidad y las relaciones públicas, pero va más allá de las funciones realizadas por ellas, porque busca transmitir la personalidad de la institución y los valores que la fundamentan.

(YOLANDA, 2004) La comunicación institucional tiene un carácter dialógico porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que está presente, tanto individuos como instituciones, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos.

No puede separarse la identidad de una institución, sus valores, del modo de comunicar. Su identidad debe estar en armonía con el contenido, con el modo y con la finalidad de su comunicación.

IMAGEN POSITIVA

(PAUL, 1992) La imagen positiva la aporta la comunicación institucional a la empresa una vez realizado su plan de comunicación. Es necesario cultivar una imagen adecuada y positiva (que la empresa sea conocida por sus aspectos positivos) para que cuando surja la crisis tengamos capacidad de respuesta y no sea la noticia desfavorable la única que exista en la mente del público. Una buena imagen es el motor de las ventas. El origen de un producto es a menudo tan importante como el producto mismo, dentro de un sector, el imponerse una Empresa como "referencia" es un objetivo muy importante. Las empresas cuya buena imagen se asocia a una buena reputación logran mejores resultados, que las que tienen mala reputación o carecen de ella. La coherencia, la homogeneidad, la repetición del nombre de la empresa, de su logotipo, de sus colores, de su estilo tipográfico, etc. Contribuyen a crear la impresión de una empresa única y específica. Este modo de proceder mejora el rendimiento de la inversión sin multiplicar los costes.

PROBLEMAS EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

(LOPEZ RAFAEL, 2006) En ocasiones se producen crisis informativas ya que, en un plan de comunicación pueden surgir imprevistos. Estaríamos hablando de un hecho informativo importante, con gran repercusión pública, difícil para la persona o institución de que se trate y que se presenta con la característica de información de patrón agudo, junto con las de excepcionalidad e incertidumbre, marcado por la escalada de los acontecimientos y que se constituye en foco de atención y tiene como consecuencia la persecución informativa. Sigue siempre unas fases: Preliminar, Aguda, Crónica y de Recuperación o fin de la crisis. Sus efectos se traducen en: Nerviosismo y desorganización, contradicciones entre las fuentes y situación de desbordamiento ante el exceso de demanda informativa. Los aspectos comunes a cualquier crisis informativa son:

- Negación inicial del problema.
 - Infravaloración del problema, cuando la realidad lo impone.
 - Desconcierto e inacción por parte de las autoridades, cuando no desafortunadas declaraciones y actuaciones.
 - Como consecuencia, desconfianza y quejas por parte de los afectados.
 - Repercusiones en los medios como información de patrón agudo.
- Planes de comunicación

(BRUNET, 2005) La comunicación institucional se realiza a través de un programa que requiere normalmente cuatro fases:

1. Investigación: es el estudio en profundidad de la institución y de los públicos con los que se relaciona, para detectar las carencias, las capacidades competitivas, los desafíos futuros y las posibles oportunidades
2. Programación: creación de una estrategia comunicativa desarrollada en un periodo, tomando como base la información recogida en la fase anterior.
3. Realización: es la puesta en marcha efectiva de la estrategia programada, de acuerdo con los objetivos trazados.

4. Evaluación: es la valoración de los resultados obtenidos, confrontándolos con los iniciales objetivos del programa, en función de unos criterios establecidos previamente.

COMUNICACIÓN

(JIMENEZ, 1998) La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

(SCHEINSOHN, 2009) Menciona que la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

(RENDÓN, 2007) El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos. Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información. La información como la comunicación supone un proceso; los elementos que aparecen en el mismo son

El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.

Canal. El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El Canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.

En tercer lugar debemos considerar el Emisor. Es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.

El Receptor será aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, descodifica el mensaje. Naturalmente tiene que haber algo que comunicar, un contenido y un proceso que con sus aspectos previos y sus consecuencias motive el Mensaje.

Puntos de vista de la teoría de la comunicación

(AYALA, 2006) Los siguientes son algunos puntos de vista sobre la comunicación y de la teoría de la comunicación: Mecanicista: Este punto de vista entiende la comunicación como un perfecto transmisor de un mensaje desde un emisor hasta un receptor tal como se ve en el diagrama anterior. Psicológico: Considera a la comunicación como el acto de enviar un mensaje a un receptor llamado así porque considera al receptor como sujeto de la comunicación y en el cual las sensaciones y las ideas de ambas partes influyen considerablemente en el contenido del mensaje.

Construccionismo social: Este punto de vista, también llamado "interaccionismo simbólico", considera a la comunicación como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas.

Sistemática: Considera a la comunicación como un mensaje que pasa por un largo y complejo proceso de transformaciones e interpretaciones desde que ocurre hasta que llega a los receptores.

La revisión de una teoría en particular a este nivel dará un contexto sobre el tipo de comunicación tal como es visto dentro de los confines de dicha teoría. Las teorías pueden ser estudiadas y organizadas además de acuerdo a la ontología, la epistemología y la axiología que en general son impuestas por el teórico

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

(WIEMMAN, 2011) Menciona los elementos de la comunicación:

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

Receptor: Es quien recibe la información. Dentro de una concepción primigenia de la comunicación es conocido como receptor, pero dicho término pertenece más al ámbito de la teoría de la información.

Canal: Es el medio físico por el que se transmite el mensaje, en este caso Internet hace posible que llegue a usted (receptor) el mensaje.

Código: Es la forma que toma la información que se intercambia entre la Fuente (el emisor) y el Destino (el receptor) de un lazo informático. Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere.

Mensaje: Es lo que se quiere transmitir.

Situación o contexto: Es la situación o entorno extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo.

Elementos de la comunicación humana

(ENZENSBERGER, 1984) El objetivo principal de todo sistema es adaptarse a la comunicación, es intercambiar información entre dos entidades. Un ejemplo particular de comunicación entre una estación de trabajo y un servidor a través de una red telefónica pública. Otro posible ejemplo consiste en el intercambio de señales de voz entre dos teléfonos a través de la misma red anterior. Los elementos claves de este modelo son: Fuente o Emisor Remitente. Este dispositivo genera los datos a transmitir: por ejemplo teléfonos o computadores personales.

Generación de la señal. Ésta se necesitará una vez que la interfaz está establecida, Las características de la señal, tales como, la forma y la intensidad, deben ser tales que permitan ser propagadas a través del medio de transmisión y 2) ser interpretada en el receptor como datos.

(CATIE, 2008) Los elementos o factores de la comunicación humana son: fuente, emisor o codificador, código reglas del signo, símbolo, mensaje primario bajo un código, receptor o decodificador, canal, ruido barreras o interferencias y la retroalimentación o realimentación feed-back, mensaje de retorno o mensaje secundario.

Fuente: Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, en conclusión: de donde nace el mensaje primario.

Receptor o decodificador: Es el punto persona, organización al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer.

Código: Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos de un lenguaje que el emisor utilizará para transmitir su mensaje, para combinarlos de manera arbitraria y socialmente convenida ya que debe estar codificado de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo.

Mensaje: Es el contenido de la información (contenido enviado): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor. El mensaje es la información debidamente codificada.

Canal: Es por donde se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor.

Referente: Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje

Retroalimentación o realimentación (mensaje de retorno): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta) sea deseada o no. Logrando la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación). Si no hay realimentación, entonces sólo hay información más no comunicación

(WIEMMAN, 2011) La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

TIPOS DE COMUNICACIÓN

(BERLO D. K., 2008) En cuanto a los tipos de comunicación interna: podemos hablar de dos: ascendente, que se realiza desde abajo hacia arriba en el organigrama de la empresa; y descendente, que tiene lugar desde arriba hacia abajo. A menudo, muchas empresas caen en el error de convertir su comunicación en algo unidireccional, donde los trabajadores son meros sujetos pasivos.

A continuación exponemos una serie de reflexiones para conocer el nivel de comunicación interna existente en una empresa Intranet, Revista digital, Reuniones aleatorias, Manual de bienvenida, Revista interna impresa, Jornadas de puertas abiertas, Convención anual, Tablón de anuncios, Teléfono de información.

(BONI, 2008) En términos generales para que la comunicación sea eficaz en la empresa, es importante que surja del empleado, es decir, comunicación de forma ascendente. No hay que olvidar la importancia del flujo horizontal en la comunicación, esto sucede cuando los involucrados pertenecen a un mismo nivel de jerarquía o similar; así como también existe la comunicación diagonal se presenta entre los trabajadores de distintos niveles jerárquicos, aún sin que haya una dependencia entre departamentos o niveles

(CANDALE, 2010) La comunicación escrita se caracteriza por contar con mensajes claros, precisos, concretos y correctos, y podemos estar seguros que el mensaje que estamos transmitiendo como emisores, el receptor lo va a entender, tal cual.

- Boletín interno. Maneja información especializada, para el interior y exterior de la organización.

- Memorándum. Es el medio más usado, y ayuda al receptor empleado a recordar instrucciones internas acerca de lo que debe realizar en la organización.

PROCESO DE COMUNICACIÓN

(ESTHER, 2009) “Es parte integrante de la empresa y, como tal, la forma en que se lleve a cabo será decisiva en el modelo de organización.”

(expresionoralysescritaavm, 2008) Además manifiesta “es una serie de eventos que ocurren consecutivamente y en un orden en un tiempo definidos.”

Finalmente menciona ABC (2013) señala:

Al conjunto de actividades vinculadas a este intercambio de datos. Dicho proceso requiere de, al menos, un emisor y de un receptor. El emisor envía ciertas señales (un texto escrito, palabras, un gesto) para difundir un mensaje; cuando estas señales llegan al receptor, éste debe de codificarlas para interpretar el mensaje. El proceso contempla una *"devolución"* *"del"* mensaje, a través de la cual el receptor se convertirá en emisor y viceversa.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

(CABELLO, 2007) Son los que permiten que varias personas se comuniquen en forma oral, icónica o escrita. Al indicar que las herramientas de comunicación se encuentran en red se hace referencia a un conjunto de equipos de cómputo ínter-conectados que permiten llevar a cabo una función, en este caso, comunicativa, entre varias personas distribuidas en espacios diferentes. La red a la que se hace referencia en esta investigación es Internet; aunque, por definición, no se descarta que pueda utilizarse a través de una Intranet. Las herramientas de comunicación en red suelen llamarse también herramientas info-virtuales. Relacionando este concepto con la pedagogía se afirma que "las herramientas de comunicación en red se constituyen en un medio que permite al estudiante dar respuesta a necesidades educativas de carácter más individual y flexible.

(PINTO, 2007) También dice A aquellas que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como medio para desarrollar capacidades de diálogo, de discusión y debate, de interacción y comunicación y, en definitiva, de información.

En los entornos de enseñanza-aprendizaje, las herramientas de comunicación juegan un papel fundamental que ha variado por completo el panorama de la enseñanza, de forma que se camina hacia un nuevo paradigma de aprendizaje.

(AVILA, 2004) Que existen dos tipos de herramientas de comunicación”Las herramientas de comunicación sincrónica son aquellas que permiten una comunicación a tiempo real, para ello los participantes deben estar conectados en el mismo momento. Son herramientas de comunicación sincrónicas: el Chat, la videoconferencia, el msn, entre otros.

DESEMPEÑO LABORAL

(TIRADO, 1991) Podemos dar muchas definiciones de desempeño laboral como por ejemplo las metas que debe alcanzar un trabajador dentro de la empresa en un tiempo determinado. Con ello nos damos cuenta de que el desempeño laboral de los recursos humanos tendrá mucho que ver con el comportamiento de los trabajadores y los resultados obtenidos, así como de la motivación. Cuanto mejor sea la motivación mejor podremos desempeñar nuestro trabajo y con ello mejoraremos nuestra productividad

Para un buen desempeño laboral es muy importante que los trabajadores entiendan cuáles son sus funciones o tareas específicas, los procedimientos que se deben seguir, las políticas que se deben respetar, los objetivos que deben cumplir.

Existen muchas técnicas y métodos que permiten motivar a los empleados y así poder desempeñar su labor de manera más eficaz y más productiva. Para saber cuál aplicar, la empresa debe conocer las necesidades del trabajador y actuar en consecuencia. Algunos de estos métodos son:

(MASLOW, 2005) También conocido como pirámide de Maslow o jerarquía de las necesidades humanas. Según esta teoría conforme se satisfacen las necesidades básicas las personas desarrollamos necesidades menos básicas.

(HERZBERG, 2007) “Llamada Teoría de los dos factores. Según esta teoría las personas estamos influenciadas por dos factores, la satisfacción y la insatisfacción.”

Factores que influyen o intervienen en este desempeño laboral

La motivación: la motivación por parte de la empresa, por parte del trabajador y la económica. El dinero es un factor que motiva a los trabajadores, y hay que tenerlo muy en cuenta también si se trabaja por objetivos.

Adecuación / ambiente de trabajo: es muy importante sentirse cómodo en el lugar de trabajo ya que esto nos da mayores posibilidades de desempeñar nuestro trabajo correctamente. La adecuación del trabajador al puesto de trabajo consiste en incorporar en un puesto de trabajo concreto a aquella persona que tenga los conocimientos, habilidades y experiencia suficientes para desarrollar con garantías el puesto de trabajo y que además, esté motivada e interesada por las características del mismo.

TRABAJO EN EQUIPO

Trabajo en equipo es una de las condiciones de trabajo de tipo psicológico que más influye en los trabajadores de forma positiva porque permite que haya compañerismo. Puede dar muy buenos resultados, ya que normalmente genera entusiasmo y produce satisfacción en las tareas recomendadas.

Las empresas que fomentan entre los trabajadores un ambiente de armonía obtienen resultados beneficiosos. El compañerismo se logra cuando hay trabajo y amistad.

En los equipos de trabajo, se elaboran unas reglas, que se deben respetar por todos los miembros del grupo. Son reglas de comportamiento establecidas por los miembros del equipo. Estas reglas proporcionan a cada individuo una base para predecir el comportamiento de los demás y preparar una respuesta apropiada.

Incluyen los procedimientos empleados para interactuar con los demás. La función de las normas en un grupo es regular su situación como unidad organizada, así como las funciones de los miembros individuales.

Ventajas del trabajo en equipo

(GAN, 2007) Entre las ventajas esenciales que presentan el compañerismo y el trabajo en equipo, tanto para los individuos como para las organizaciones, se encuentran:

Para los individuos el trabajo en equipo es ser confiable trabajar por igual para lograr algo grande y satisfactorio

- Se trabaja con menos tensión al compartir los trabajos más duros y difíciles.
- Se comparte la responsabilidad al buscar soluciones desde diferentes puntos de vista.
- Es más gratificante por ser partícipe del trabajo bien hecho.

El trabajo, por su parte, es la medida del esfuerzo que realizan las personas. Se trata de la actividad productiva que un sujeto lleva a cabo y que es remunerada por medio de un salario (que es el precio del trabajo dentro del mercado laboral

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

(ALLES, 2005) La definición de talento humano respecto a distintas corrientes teóricas podría en algún momento confundirse con otros conceptos relacionados como competencias, capital humano, habilidades, destrezas, etc. En esencia, se considerara como referente una definición común que pretende resumir tal diversidad. Por ende la definición pretenderá abarcar todas las áreas que pueda contener el concepto.

Por lo tanto la definición de talento humano se entenderá como la capacidad de la persona que entiende y comprende de manera inteligente la forma de resolver en determinada ocupación, asumiendo sus habilidades, destrezas, experiencias y aptitudes propias de las personas talentosas. Sin embargo, no entenderemos solo el esfuerzo o la actividad humana; sino también otros factores o elementos que

movilizan al ser humano, talentos como: competencias (habilidades, conocimientos y actitudes) experiencias, motivación, interés, vocación aptitudes, potencialidades, salud, etc.

(PARDO, 2001) Es la capacidad de las empresas para atraer, motivar, fidelizar y desarrollar a los profesionales más competentes, más capaces, más comprometidos y sobre todo de su capacidad para convertir el talento individual, a través de un proyecto ilusionante, en Talento Organizativo.

La Gestión del Talento” define al profesional con talento como “un profesional comprometido que pone en práctica sus capacidades para obtener resultados superiores en un entorno y organización determinados”. En otras palabras, es la materia prima que constituye el talento organizativo.

(MAFLA, 2009) La organización o la época han existido diferentes tipos de talentos. Por ejemplo, existe el talento comercial, el talento directivo, el talento de líder, talento técnico, talento administrativo....y así dependiendo de sus funciones, objetivos y aporte de valor a la organización. Se destaca un tipo diferente de talento: el innovador y emprendedor. Se trata de una clasificación transversal, “ya que cualquier profesional desde su rol puede innovar”. Este tipo de profesionales son, añade, “los que más valor añadido aportan en la empresa.

AMBIENTE LABORAL

(BRONS, 2000) El ambiente laboral de la empresa es un factor que tiene una gran incidencia en el desempeño, en la productividad del trabajador.

El ambiente laboral ha cobrado notoriedad mediáticamente ante los elevados índices de suicidios de empleados en France Telecom, que han llevado a la conciencia pública la importancia de tener un adecuado ambiente laboral, pero muchas empresas no sienten ni piensan lo mismo.

El clima organizacional parece afectar positivamente o negativamente a la existencia de cierto tipo de interacciones entre los miembros de una organización. Parece afectar al grado de seguridad o inseguridad para expresar los sentimientos o hablar sobre las preocupaciones, de respeto o falta de respeto en la comunicación entre los miembros de la organización.

(CHIANG, 2011) Indica que el análisis del clima organizacional suele considerar diferentes aspectos de la organización, entre estos se suelen mencionar con cierta frecuencia:

- **Ambiente físico:** comprende el espacio físico, las instalaciones, los equipos instalados, el color de las paredes, la temperatura, el nivel de contaminación, entre otros.
- **Características estructurales:** como el tamaño de la organización, su estructura formal, el estilo de dirección, etcétera.
- **Ambiente social:** que abarca aspectos como el compañerismo, los conflictos entre personas o entre departamentos, la comunicación y otros.
- **Características personales:** como las aptitudes y las actitudes, las motivaciones, las expectativas, etcétera.
- **Comportamiento organizacional:** compuesto por aspectos como la productividad, el ausentismo, la rotación, la satisfacción laboral, el nivel de tensión, entre otros.

COMPORTAMIENTO LABORAL

(ROBBINS, 1999) Según “es una ciencia aplicada de la conducta, que investiga el impacto de los individuos, grupos y estructuras sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar los conocimientos adquiridos en la mejora de la eficacia de una organización”.

(NEWSTROM, 2003) Manifiesta “Es la materia que busca establecer en que forma afectan los individuos, los grupos y el ambiente en el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones, siempre buscando con ello la eficacia en las actividades de la empresa”.

(ANDERSEN, 2008) Para “Es una disciplina que investiga el influjo que los individuos, grupos y estructura ejercen sobre la conducta dentro de las organizaciones, a fin de aplicar esos conocimientos para el desarrollo de éstas”.

COMPETENCIA LABORAL

(ZUÑIGA, 2006) “Según Ha demostrado ser una compleja conceptualización sobre el trabajo humano y los resultados que de él se esperan”.

(MARTINEZ, 2008) Manifiesta que “las competencias laborales pueden ser definidas como el conjunto identificable y evaluable de capacidades que permiten desempeños satisfactorios en situaciones reales de trabajo de acuerdo a los estándares históricos y tecnológicos vigentes”.

(MERTENS, 1997) Se reconoce al interior de la empresa la importancia de la competencia del factor humano para alcanzar determinados objetivos.” “En lo que respecta a la oferta de formación puede observarse también una evolución hacia el enfoque de competencia laboral, en un intento de que las instituciones educativas den cuenta de los requerimientos del sector productivo moderno, atiendan los rezagos existentes y mejoren las condiciones de calificación y empleo de los diversos sectores de la población. Frente a estos cambios, surge el concepto de competencia laboral que rebasa al de las simples calificaciones para un puesto de trabajo específico. El desafío para este enfoque es proporcionar respuestas a la necesidad de identificar y construir nuevos ámbitos de saberes, desde una perspectiva que permita la adaptación a las nuevas circunstancias.

CAPACITACIÓN LABORAL

(LAFRAGUA, 2012) Según” Alude a la formación impartida u obtenida, a través de un programa de instrucción diseñado, con el objeto de desarrollar competencias específicas para el desempeño de determinadas tareas típicas de la ocupación”.

(MINISTERIO DE TRABAJO, 2012): Manifiesta Promover la difusión de la legislación laboral, como mecanismo de prevención de los conflictos laborales, capacitando a los trabajadores, con especial incidencia en los dirigentes de organizaciones sindicales, y a los empleadores en normas laborales. Para ello, se realizan talleres y seminarios de capacitación a nivel nacional, Folletos, Guías, afiches, Trípticos, Cartillas, entre otros, los cuales están referidos a la normatividad labora

(PARRA, 2013) Añade “Es la respuesta a la necesidad que tienen las organizaciones o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, mediante conocimientos teóricos y prácticos que potenciará la productividad y desempeño del personal”.

VALORACIÓN LABORAL

(MADRIMASSD, 2012) Según “es un proceso sistemático y periódico de estimación cuantitativa y cualitativa del grado de eficacia de una persona en su puesto de trabajo”.

(GERENCIA PERSONAL, 2012) Manifiesta Es un procedimiento estructural y sistemático para medir, evaluar e influir sobre los atributos, comportamientos y resultados relacionados con el trabajo, así como el grado de absentismo, con el fin de descubrir en qué medida es productivo el empleado y si podrá mejorar su rendimiento futuro.

(CEPVI, 2012) Añade “la evaluación del rendimiento de los trabajadores tiene como objetivo conocer de la manera más precisa posible cómo está desempeñando el empleado su trabajo y si lo está haciendo correctamente.”

CONTROL LABORAL

(ROBBINS, 2005) Según “Es el resultado finales acumulados de los procesos y actividades laborales de toda la organización”.

(PSICOLOGIALB, 2013) Manifiesta Aseguran la constancia de resultados a largo plazo y por supuesto interioriza en los colaboradores la necesidad de desempeño y activa sus necesidades de reconocimiento; crea el hábito y la percepción de control, contrario de cuando estos puntos no existen y aumentan los pensamientos de tener un proceso permisivo.

(ALVAREZ, 2010) Añade “es una expresión que utilizamos con el fin de describir las acciones adoptadas por los directores de entidades, gerentes o administradores, para evaluar y monitorear las operaciones en sus entidades.”

2.6. HIPÓTESIS

La implementación de procesos de Comunicación Organizacional mejorará el Desempeño Laboral en los empleados del Municipio de Pillaro.

2.7. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

Variable Independiente

Comunicación Organizacional

Variable Dependiente

Desempeño Laboral

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.2. ENFOQUE

En la presente investigación se aplicara un enfoque Cualitativo-Cuantitativo. Cualitativo ya que permitirá guiar la comprensión de las variables Comunicación Organizacional para lograr evidenciar de una forma más clara el trabajo a desarrollar con el fin de obtener resultados eficientes en el Municipio de Pillaro, y luego proceder a un análisis del Desempeño Laboral con un enfoque cuantitativo donde se visualizara cada trabajador y su mejoramiento.

3.3. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.5. Investigación Bibliográfica o Documental

Para realizar la presente investigación utilice fuentes bibliográficas y documentales respaldadas en libros, revistas y páginas web, basadas en conceptos que sirvieron de sustento.

3.3.6. Investigación de Campo

La presente investigación se realizó visitando el Municipio de Pillaro para tomar en cuenta los conocimientos reales sobre el problema, ya que se estaba en contacto directo con los involucrados que es el personal del Municipio de Pillaro utilizando técnicas como la encuesta y el instrumento necesario que es el cuestionario para medir sus capacidades y habilidades.

3.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se utilizara los siguientes tipos de investigación.

3.4.1. Investigación Exploratoria

El propósito de esta investigación es identificar los fenómenos que inciden en el problema, para así recolectar datos y crear características actuales. Para reconocer los problemas y dar una solución en el Municipio de Pillaro.

3.4.2. Investigación Correlacional

El Municipio de Pillaro evidenciara la causa-efecto. Identificando la comunicación organizacional como una causa y el efecto el desempeño laboral en los trabajadores. Con el fin de evaluar las variaciones de comportamiento.

3.4.3. Investigación Explicativa

El propósito de esta investigación en el Municipio de Pillaro es medir el grado de incidencia entre las variables que se manipulan en el problema de tal manera podemos relacionar la variable independiente que se refiere a la Comunicación Organizacional y la variable dependiente que es el Desempeño Laboral, con el fin de evaluar y determinar su causa y efecto.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

El tamaño de la población que se ha tomado en cuenta es los 208 trabajadores del Municipio de Pillaro, que nos ayudara para el cálculo y saber la cantidad que vamos a encuestar.

3.5.1 Segmentación

Tabla 1 Segmentación

VARIABLE SEGEMENTACION	VARIABLE	DATOS	FUENTE	AÑO DE LA FUENTE
DEMOGRAFICA	Trabajadores del Municipio de Pillaro	208 Personal	Municipio de Pillaro	2015

Elaborado Por: Andrea Carrera

TAMAÑO DE LA POBLACION	
ADMINISTRATIVOS	88
TRABAJADORES	120
TOTAL	208

Elaborado por: Andrea Carrera

3.5.2 POBLACION MUESTRA

Realiza la población en el Municipio de Pillaro

Fórmula para calcular la muestra

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Z= 95% → 1.96 Nivel de Confiabilidad

P= Población a favor →50%

Q= Población a contra → 50%

e= Nivel de error → 0.05 → 5%

N= Población →117318

$$n = \frac{(1.96)^2 0.5 \times 0.5 \times 117318}{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 + 117318(0.05)^2}$$

$$n = \frac{111452.1}{294.25}$$

n= 137

3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 2 Variable Independiente: Comunicación Organizacional

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Según (ANDRADE, 2005) Es un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización como aptitudes y conductas de los trabajadores internos.	Técnica flujo de mensajes miembros de la organización	Actividades Procesos de comunicación. Publico interno	¿Considera usted que las actividades que se realiza están correctamente definidas? ¿Considera usted que existe un buen proceso de comunicación interna? ¿Considera usted que se practica una buena comunicación dentro del municipio? ¿Existe una integración del personal dentro del municipio?	Instrumento ENCUESTA CUESTIONARIO Técnica: AL PERSONAL DEL MUNICIPIO DE PILLARO

Elaborado por: Andrea Carrera

Tabla 3 Variable Independiente: Desempeño Laboral

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas de instrumento
<p>Según (CHIAVENTO, 2000)</p> <p>Son aquellas acciones o comportamientos observados en los empleados que son objetivos del modelo de la organización, y pueden ser medidos en términos de las competencias de cada individuo.</p>	<p>Acciones personal del</p> <p>Objetivos del municipio</p> <p>Competencias</p>	<p>Desempeño laboral</p> <p>Clima laboral</p> <p>Generales</p> <p>Específicos</p> <p>Valores</p> <p>Principios</p>	<p>¿El municipio de Pillaro cuenta con un buen desempeño laboral?</p> <p>¿Dispone el municipio Pillaro de un buen clima laboral?</p> <p>¿Considera Ud. Que el municipio ayuda a desarrollar en el personal administrativo y operario aptitudes y destrezas con el fin de alcanzar sus objetivos específicos?</p> <p>¿Considera Ud. que cada una de sus aptitudes profesionales son bien aprovechadas en el municipio?</p> <p>¿Considera que el municipio mantiene valores administrativos para un mejor clima laboral?</p>	<p>Instrumento:</p> <p>ENCUESTA</p> <p>CUESTIONARIOS</p> <p>Técnica:</p> <p>AL PERSONAL DEL MUNICIPIO DE PILLARO</p>

Elaborado por: Andrea Carrera

Tabla 4 Preguntas y Explicaciones

PREGUNTAS	EXPLICACION
¿Para Qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
¿A qué Personas o Sujetos?	La recolección de la información se la aplicara a todos los trabajadores del Municipio de Pillaro
¿Sobre Qué Aspectos?	Los datos se basaran en el comportamiento organizacional, cultura y clima organizacional, liderazgo y desempeño laboral, talento humano y objetivos primordiales.
¿Quién?	La persona encargada de la recolección, el investigador , Andrea Carrera
¿Cuándo?	En el mejor momento oportuno para obtener buenas respuestas
¿Lugar de la recolección de la Información?	El Municipio de Pillaro
¿Cuántas Veces?	La recolección de la información se realizara las veces que sea necesario
¿Qué Técnicas de Recolección?	Para la recolección de la información se utilizara la encuesta t la observación.
¿Con Que?	Para ello se elaborara un cuestionario
¿En qué Situación?	La recolección de la información se realizara a todos los que trabajadores internos en el Municipio de Pillaro

Elaborado por: Andrea Carrera

3.7. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la realización de la presente investigación se utilizó la recolección de información, en la cual se empleará las siguientes técnicas e instrumentos.

Tabla 5 Recolección de información

Técnicas de información	Instrumentos de recolección de la información	Técnicas de recolección de la información
Información primaria	Información de campo cuestionario	Observación – encuesta
Información secundaria	Libros del comportamiento organizacional Gestión del talento humano Evaluación del desempeño Material de apoyo Página web	Lectura científica

Elaborado por: Andrea Carrera

Para la presente investigación se utilizara para la tabulación de datos, el programa SPSS versión 21, que permitirá obtener de una manera eficaz los resultados obtenidos en las encuestas a realizar.

Técnicas e Instrumentos de Recolección se Información

Las técnicas e instrumentos que se utilizaran son las siguientes:

ENCUESTA

Para la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta; la misma que será aplicada a los personal de la institución. Una encuesta nos permite medir las relaciones entre variables demográficas, económicas y sociales, evaluar periódicamente los resultados de un programa en ejecución, saber la opinión del público acerca de un determinado tema.

3.8. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Es el proceso que permite analizar la información con el fin de obtener las repuestas a las preguntas que se formularon en los instrumentos y presentar los resultados.

Para la aplicación de este plan y su procesamiento de la información se deben seguir varios pasos que se detalla a continuación:

- Depuración de datos, es decir seleccionar la información que se considera válida y la información defectuosa.
- Elaboración de cuadros de las respuestas obtenidas por cada una de las preguntas de la encuesta.
- Codificación, consiste en asignar numero co-relativo a cada una de las categorías que comprende el cuestionario, se trata de cada respuesta del cuestionario de los cuadros de observación, sean representadas por indicaciones numéricas que facilitan la tabulación.
- Tabulación de datos en donde se aplicará las herramientas estadísticas, se ingresara los datos al computador para el procesamiento respectivo.

- Toda la información y datos a utilizarse serán procesados mediante la ayuda de programas de computación como: SPSS, Word y Excel
- Graficar en donde se elabora de forma demostrativa los cuadros obtenidos.
- Consideración de respuestas de mayor significación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este capítulo presenta los resultados que se han obtenido después de realizar la encuesta a los clientes externos e internos del Municipio de Pillaro. Se realizó la tabulación de cada pregunta, junto a las tablas de frecuencia y gráficos respectivos

4.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS

Para la interpretación de datos se utilizó gráficos de barras con datos obtenidos de las tablas de frecuencia de cada pregunta, esto permitió evaluar e interpretar la situación actual de la institución de manera cualitativa y cuantitativa.

ENCUESTA

Tabulaciones

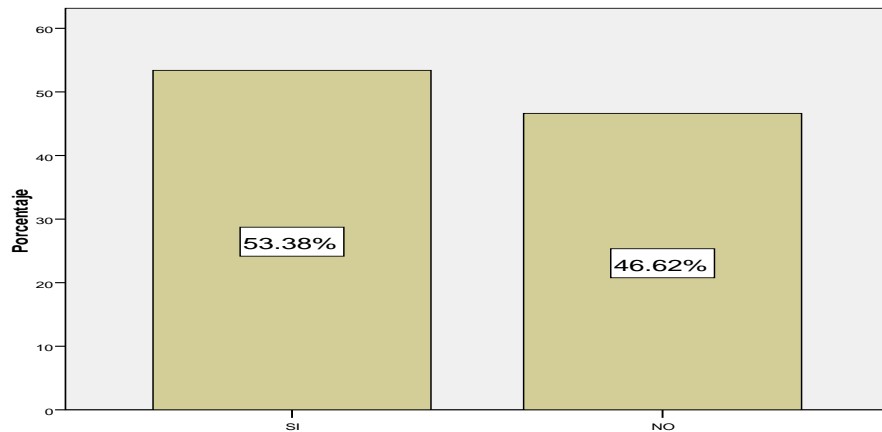
1. ¿Conoce usted la estructura organizativa que existe en el Municipio de Pillaro?

Tabla 6 Estructura organizativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	71	53,4	53,4	53,4
	NO	62	46,6	46,6	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 3 Estructura organizativa



Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: La encuesta realizada en el Municipio de Pillaro el 53.38% menciona que si conoce la estructura organizativa que existe en el municipio, el 46.62% manifiesta que no.

Interpretación: Por lo expuesto anterior se puede notar que existe un desconocimiento por parte de los colaboradores, lo que se recomienda es dar a conocer la estructura organizativa del municipio ya que esto ayuda a estar al tanto de los cargos que desempeña cada persona.

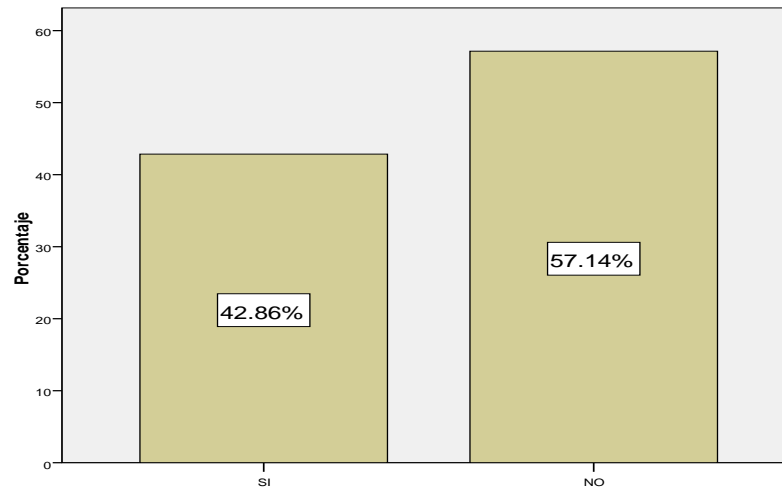
2. ¿Conoce si hay algún proceso de comunicación interna que ayude a mejorar al Municipio de Pillaro?

Tabla 7 Proceso comunicación interna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	57	42,9	42,9	42,9
	NO	76	57,1	57,1	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 4 Proceso comunicación interna



Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: Menciona que el 42.86% de los encuestados en el Municipio de Pillaro que si conoce el proceso de comunicación interna, y el 57.14% manifiesta que no.

Interpretación: Es importante dentro de una empresa el proceso de comunicación interna, ya que esto ayuda a tener un mejor desempeño dentro del municipio lo que conlleva a ofrecer un mejor servicio a las personas que requieran de sus servicios.

3. ¿Conoce el nivel jerárquico en el que usted se encuentra en el Municipio de Pillaro?

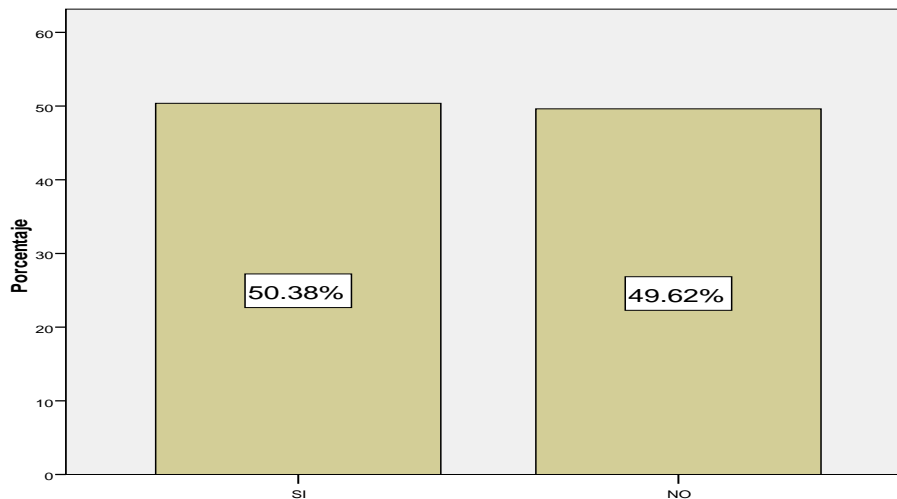
Tabla 8 Nivel jerárquico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	67	50,4	50,4	50,4
	NO	66	49,6	49,6	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 5 Nivel jerárquico



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: El personal del Municipio de Pillaro 50.38% dice que si conoce el nivel jerárquico en el que se encuentra, y el 49.62% responde que no.

Interpretación: Por lo manifestado anteriormente se recomienda dar una debida capacitación a todo el personal del municipio, en donde se manifieste los niveles jerárquicos en el que ellos se encuentran y cuál es el papel que desempeñan.

4. ¿Considera usted que se cumple la comunicación Organizacional en el Municipio De Pillaro?

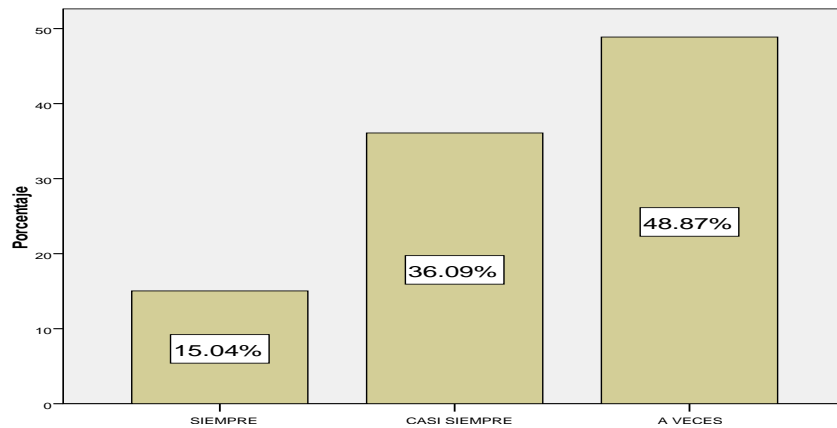
Tabla 9 Comunicación organizacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	20	15,0	15,0	15,0
	CASI SIEMPRE	48	36,1	36,1	51,1
	A VECES	65	48,9	48,9	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 6 Comunicación organizacional



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: La Comunicación Organizacional en el Municipio de Pillaro dice que 15.04% siempre se cumple la comunicación organizacional dentro del municipio, el 36.09% afirma que casi siempre y el 48.87% menciona que a veces.

Interpretación: Por lo expuesto anterior se recomienda tener más control con el personal con el fin de que se cumpla no solo con la comunicación organización que es fundamental dentro del municipio, sino también con cada una de las actividades que se realiza.

5. ¿Qué tanto conoce las funciones que debe realizar en su puesto de trabajo?

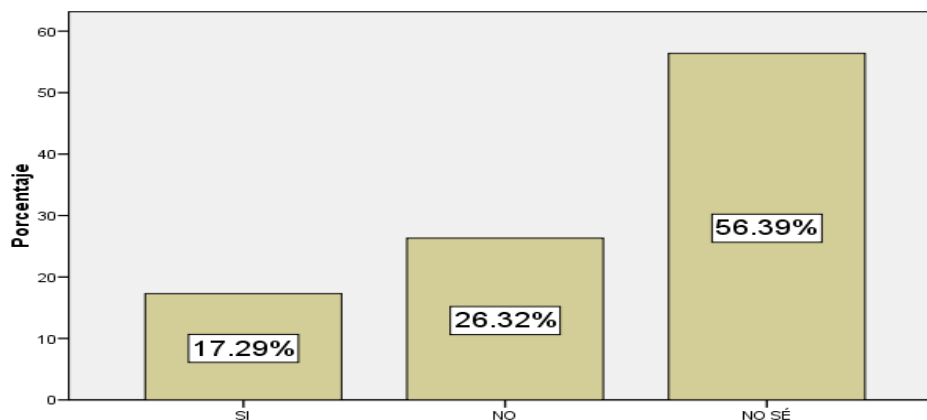
Tabla 10 Funciones laborales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	23	17,3	17,3	17,3
	NO	35	26,3	26,3	43,6
	NO SÉ	75	56,4	56,4	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 7 Funciones laborales



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: El personal dice que 17.29% que si conoce las funciones que debe realizar en su puesto de trabajo, mientras que 26.32% de los demás trabajadores afirma que no y el 56.39% menciona que no sabe.

Interpretación: Es de vital importancia que se conozca la función que desempeña cada una de las personas que laboran en el municipio, para el desarrollo del mismo y el cumplimiento de objetivos, sin embargo existe un alto porcentaje que desconocen el rol que desempeñan por lo cual es recomendable que se den capacitaciones con el fin de estar al tanto de la ocupación que cumplen.

6. ¿Está satisfecho con la Remuneración que recibe en el Municipio de Pillaro?

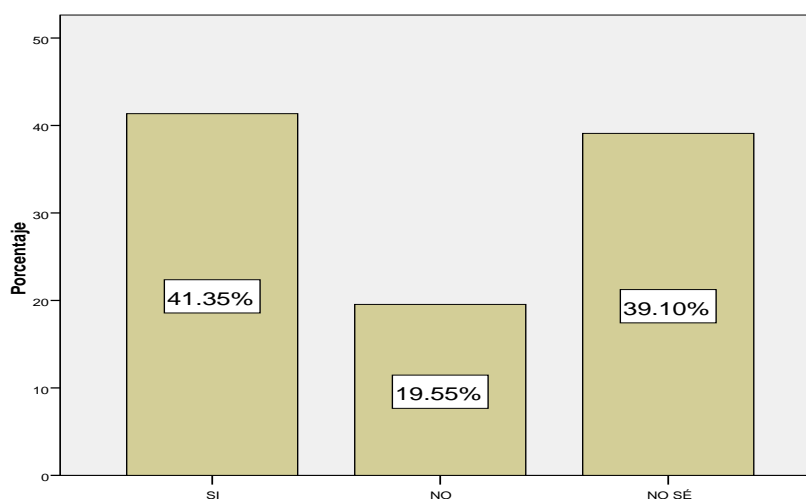
Tabla 11 Remuneración

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	55	41,4	41,4	41,4
	NO	26	19,5	19,5	60,9
	NO SÉ	52	39,1	39,1	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 8 Remuneración



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: Tan solo 41.35% responde que si está satisfecho con su remuneración que obtiene al realizar sus actividades en su puesto de trabajo, el 19.55% menciona que no y el 39.10% responde que no sabe.

Interpretación: Se puede evidenciar que no todos los trabajadores están satisfechos con el sueldo recibido por lo que se recomienda tener charlas para conocer las diferentes opiniones y saber el porqué de su descontento y tratar de solucionar.

7. ¿Considera usted que el Municipio de Pillaro motiva a sus trabajadores para que exista un mejor desempeño laboral?

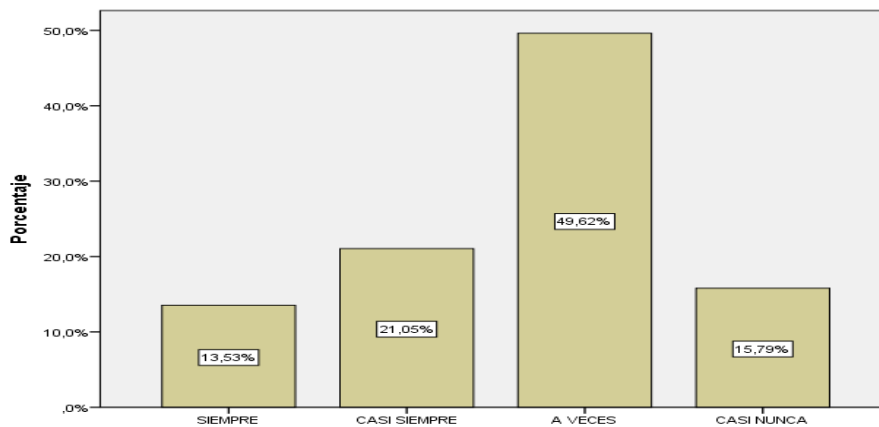
Tabla 12 Motivación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	18	13,5	13,5	13,5
	CASI SIEMPRE	28	21,1	21,1	34,6
	A VECES	66	49,6	49,6	84,2
	CASI NUNCA	21	15,8	15,8	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 9 Motivación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: La motivación en el Municipio de Pillaro en sus trabajadores dice que el 13.53% que corresponde a 18 persona manifiesta que siempre existen motivaciones para un mejor desempeño laboral, el 21.05% que corresponde a 28 personas responde que casi siempre se da motivaciones, el 49,62% que corresponde a 66 personas mencionan que a veces y el 15.79% que corresponde a 21 personas responden que casi nunca.

Interpretación: Por lo expuesto anterior se recomienda dar motivaciones consecutivamente para que puedan desempeñarse mejor en el puesto de trabajo.

8. ¿Considera que su Desempeño Laboral mejorara el desarrollo de la institución?

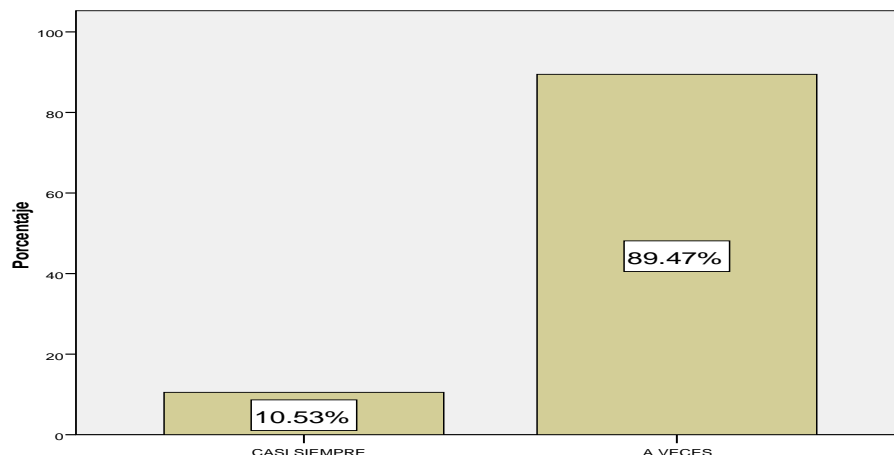
Tabla 13 Desarrollo institucional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI SIEMPRE	14	10,5	10,5	10,5
	A VECES	119	89,5	89,5	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 10 Desarrollo institucional



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: El desempeño laboral en el Municipio de Pillaro en un 10.53% menciona que casi siempre se considera que su trabajo ayuda para el desarrollo de la institución y el 89.47% responde que no.

Interpretación: Podemos evidenciar por lo expuesto anterior que se debería dar las debidas capacitaciones motivacionales ya que ellos son parte fundamental del municipio y que todos colaboran para el desarrollo de la institución.

9. ¿considera usted que su desempeño laboral es valorado por el Municipio de Pillaro?

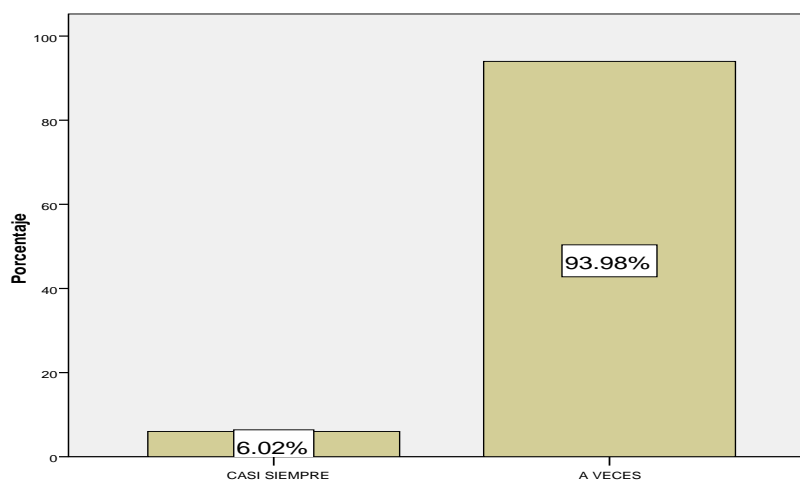
Tabla 14 Remuneración y valoración

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI SIEMPRE	8	6,0	6,0	6,0
	A VECES	125	94,0	94,0	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 11 Remuneración y valoración



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: Su desempeño laboral en los trabajadores de un 6.02% menciona que casi siempre es valorado debido a su esfuerzo realizado y el 93.98% manifiesta que a veces.

Interpretación: Por lo expuesto anterior se puede notar que los trabajadores no siempre se encuentran conformes en cuanto la valoración del desempeño laboral lo que se recomienda hablar con los trabajadores para conocer que piensan, ya que la valoración del desempeño laboral es un factor clave en la satisfacción del empleado.

10. ¿Ha recibido alguna vez socializaciones sobre la comunicación organizacional y desempeño laboral?

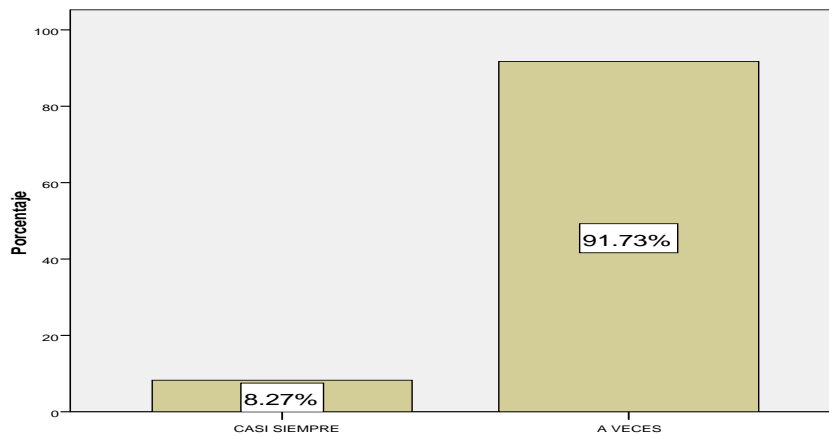
Tabla 15 Recepción de socializaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI SIEMPRE	11	8,3	8,3	8,3
	A VECES	122	91,7	91,7	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 12 Recepción de socializaciones



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: Los trabajadores del Municipio de Pillaro el 8.27% menciona que casi siempre ha recibido socializaciones sobre la comunicación organizacional y desempeño laboral, y el 91.73% menciona que a veces.

Interpretación: Por lo expuesto anterior se recomienda hacer continuamente socializaciones en cuanto a comunicación organizacional y desempeño laboral, ya que es de vital trascendencia, considerando que esto apunta sobre las normas, valores, metas y objetivos que persigue la organización, para un desempeño eficaz.

11. ¿Qué tipo de socialización le gustaría recibir en el Municipio de Pillaro?

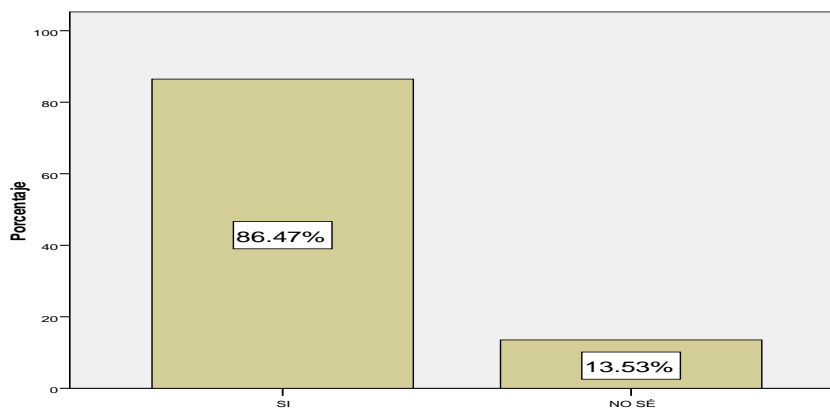
Tabla 16 Socializaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	115	86,5	86,5	86,5
NO SÉ	18	13,5	13,5	100,0
Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 13 Socializaciones



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: La socialización en los trabajadores del Municipio de Pillaro en un 86.47% menciona que si le gustaría recibir socializaciones ya que esto ayudaría a una mejor relación y comunicación entre el personal y el 13.53% menciona que no sabe.

Interpretación: Por lo expuesto anterior se recomienda primero hablar acerca de las socializaciones con los trabajadores para que sepan de que se trata y en que les ayudaría.

12. ¿Qué tipo de Socialización le gustaría recibir en el Municipio de Pillaro?

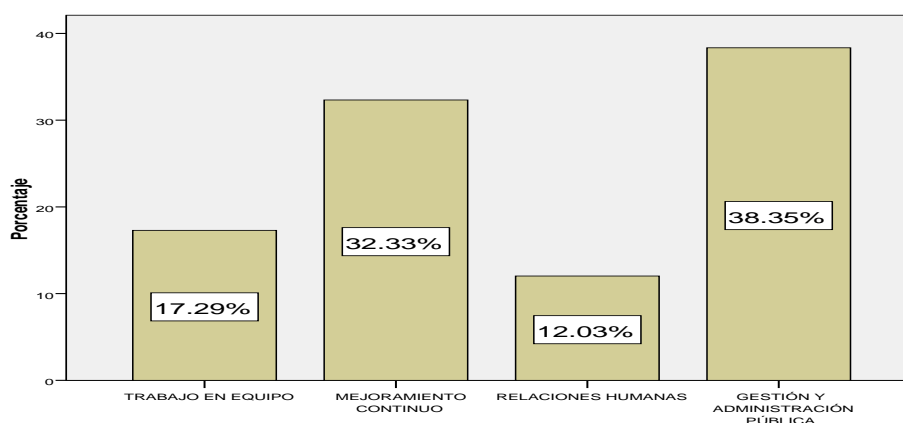
Tabla 17 Tipo de socializaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TRABAJO EN EQUIPO	23	17,3	17,3	17,3
	MEJORAMIENTO CONTINUO	43	32,3	32,3	49,6
	RELACIONES HUMANAS	16	12,0	12,0	61,7
	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	51	38,3	38,3	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 14 Tipo de socializaciones



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: La socialización en equipo dice un 17.29% de los trabajadores les gustaría recibir ya que sería mejor para una buena relación entre compañeros, el 32.33% responde al mejoramiento continuo, el 12.03% manifiesta en relaciones humanas y el 38.35% menciona que gestión y administración pública.

Interpretación: Sin lugar a duda la socialización en los diferentes ámbitos es de trascendental importancia se recomienda dar las debidas capacitaciones en los diferentes temas para que puedan enriquecerse de conocimientos y que los puedan poner en práctica en el municipio.

13. ¿Con que regularidad le gustaría recibir la socialización en comunicación organizacional en el Municipio de Pillaro?

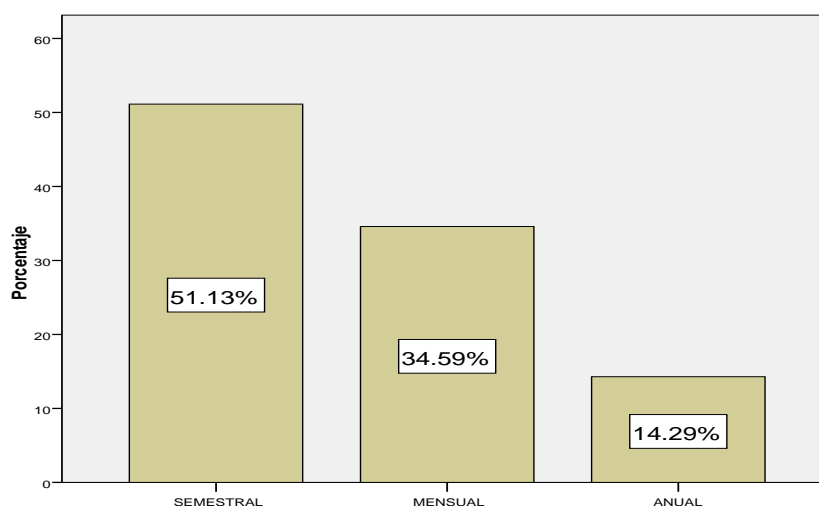
Tabla 18 Frecuencia de las socializaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SEMESTRAL	68	51,1	51,1	51,1
	MENSUAL	46	34,6	34,6	85,7
	ANUAL	19	14,3	14,3	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 15 Frecuencia de las socializaciones



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: La socialización que ha escogido el 51.13% de los trabajadores menciona que le gustaría recibir las socializaciones semestralmente, el 34.59% afirma que le gustaría recibir mensualmente y el 14.29% responde que anualmente.

Interpretación: Con lo manifestado por los encuestados se recomienda que las socializaciones se las haga semestralmente para que ellos puedan estar continuamente capacitados y por ende puedan desempeñarse mejor en sus labores diarias.

14. ¿Considera que la socialización le ayudara a tener un mayor conocimiento sobre la comunicación organizacional?

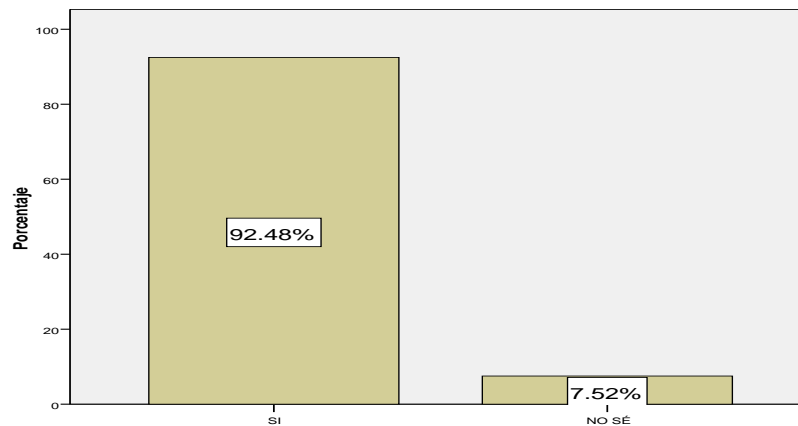
Tabla 19 Proporción de conocimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	123	92,5	92,5	92,5
	NO SÉ	10	7,5	7,5	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 16 Proporción de conocimiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: Es un mayor porcentaje de los trabajadores que da un 92.48% lo que corresponde a 123 personas menciona que la socialización si les proporciona un mayor conocimiento sobre la comunicación organizacional y el 7.52% que corresponde a 10 personas afirman que no sabe

Interpretación: Las constantes socializaciones son un factor primordial ya que mediante las mismas se absorbe los diferentes conocimientos ya que las personas adquieren patrones de comportamientos que favorecen a su desempeño laboral.

15. ¿Considera que la aplicación de procesos ayudara a una mejor comunicación en el Municipio de Pillaro?

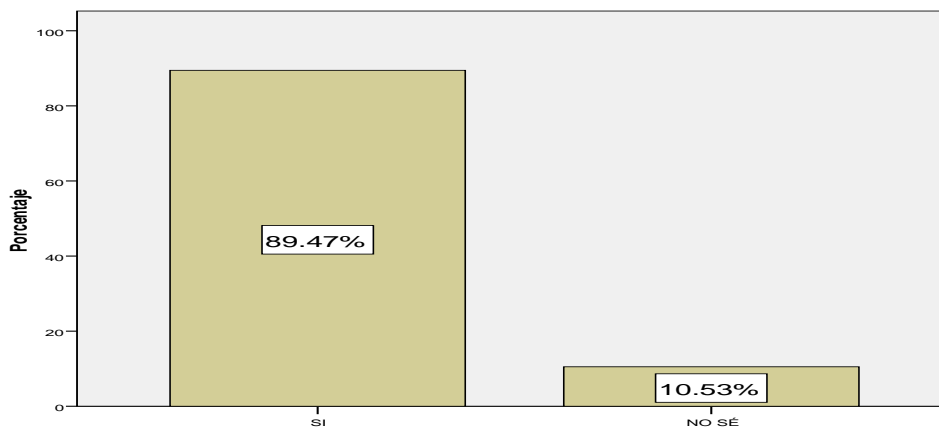
Tabla 20 Mejor desempeño laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	119	89,5	89,5	89,5
	NO SÉ	14	10,5	10,5	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 17 Mejor desempeño laboral



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

Análisis: La aplicación de procesos en el Municipio de Pillaro considera un 89.47% si les permitirá desarrollar una mejor comunicación entre sus compañeros y el 10.53% responden que no saben.

Interpretación: Con la información recogida podemos notar lo que si necesita un proceso de comunicación, ya que esta ayudara al Municipio de Pillaro a cumplir sus objetivos.

4.3. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la solución del problema planteado y de conformidad con la hipótesis estadística estipulada, es necesario realizar su verificación mediante la aplicación con la prueba no paramétrica del chi cuadrado, la misma que en esta investigación.

4.3.1. Planteamiento de hipótesis

Ho: Hipótesis nula: La implementación de procesos de comunicación organizacional **NO** mejorará el desempeño laboral de los funcionarios del Municipio de Pillaro.

Ha: Hipótesis alternativa: La implementación de procesos de comunicación organizacional **SI** mejorará el desempeño laboral de los funcionarios del Municipio de Pillaro.

4.3.2. Nivel de significancia

El nivel de significación escogido para la investigación es del 5%.

4.3.3. Elección de la prueba estadística

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba del Chi Cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Simbología:

O = Datos observados

E = Datos esperados

4.3.4. Tabla Frecuencias Observadas

Tabla 21 Frecuencias Observadas

5) ¿Cuál es la percepción que usted tiene sobre la comunicación de marketing que realiza la Institución?	ALTERNATIVAS	7. ¿Considera usted que el Municipio de Pillaro motiva a sus trabajadores para que exista un mejor desempeño laboral?				TOTAL
		SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	
SI		3,11	4,84	11,41	3,63	23
NO SÉ		10,15	15,79	37,22	11,84	75
NO		4,74	7,37	17,37	5,53	35
TOTAL		18	28	66	21	133

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

4.3.5. Tabla Frecuencias Esperadas

Tabla 22 Frecuencias Esperadas

5) ¿Cuál es la percepción que usted tiene sobre la comunicación de marketing que realiza la Institución?	ALTERNATIVAS	7. ¿Considera usted que el Municipio de Pillaro motiva a sus trabajadores para que exista un mejor desempeño laboral?				TOTAL
		SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	
SI		2,44	5,89	32,75	3,32	44,40
NO		2,44	5,89	32,75	3,32	44,40
NO SÉ		2,44	5,89	32,75	3,32	44,40
TOTAL		7	18	98	10	133

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Carrera

4.3.6. Cálculo de los grados de libertad

El grado de libertad es igual a la multiplicación del número de las filas menos 1 por el número de las columnas menos 1.

En este punto también es importante definir los grados de libertad los mismos que se utilizarán para encontrar el valor del X^2 en la tabla correspondiente.

$$gl = (c - 1) * (h - 1)$$

En donde:

gl = Grados de libertad

c = Número de columnas

h = Número de filas o renglones

Aplicación de la fórmula:

$$gl = (C - 1) * (h - 1)$$

$$gl = (4 - 1) * (3 - 1)$$

$$gl = 6$$

$$X^2_t = \frac{\alpha = 0,05}{gl = 6} = 12,5916$$

Se establece que la probabilidad de cometer un error tipo 1 será igual al 5% es decir $\alpha = 0,05$.

Para calcular el chi cuadrado y una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplica la siguiente fórmula:

4.3.7 Elección de la prueba estadística Chi cuadrado

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba del Chi Cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Simbología:

O = Datos observados

E = Datos esperados

Donde “ \sum ” significa sumatoria

Es decir, se calcula para cada celda la diferencia entre la frecuencia observada y la esperada, esta diferencia se eleva al cuadrado y se divide entre la frecuencia esperada. Finalmente se suman estos resultados y la sumatoria es el valor de X^2 obtenida.

Procedimiento para calcular la ji cuadrada (X^2)

4.3.8. Tabla cálculo Chi Cuadrado

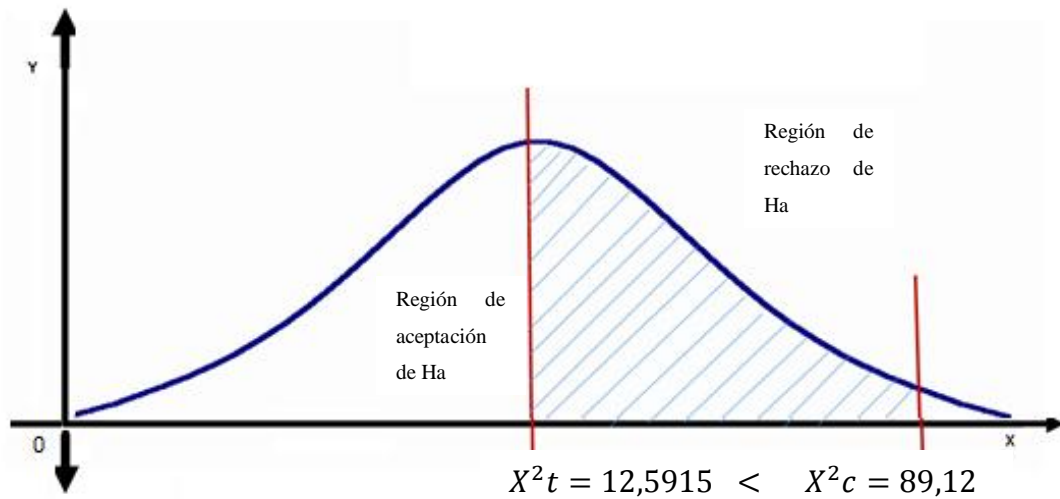
Tabla 23 Cálculo Chi Cuadrado

$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	O - E	(O - E) ²	(O - E) ²
					E
Com. Desemp. si-siempre	3,11	2,44	0,7	0,46	0,19
Com. Desemp. No sé-siempre	10,15	2,44	7,7	59,51	24,43
Com. Desemp. no-siempre	4,74	2,44	2,3	5,29	2,17
Com. Desemp. si- casi siempre	4,84	5,89	-1,1	1,11	0,19
Com. Desemp. No sé- casi siempre	15,79	5,89	9,9	97,91	16,61
Com. Desemp. No- casi siempre	7,37	5,89	1,5	2,17	0,37

Com. Desemp. si-a veces	11,41	32,75	-21,3	455,33	13,90
Com. Desemp. No sé-a veces	37,22	32,75	4,5	19,95	0,61
Com. Desemp. no-a veces	17,37	32,75	-15,4	236,65	7,23
Com. Desemp. si-casi nunca	3,63	3,32	0,3	0,10	0,03
Com. Desemp. No sé-casi nunca	11,84	3,32	8,5	72,70	21,92
Com. Desemp. no-casi nunca	5,53	3,32	2,2	4,89	1,47
				$\chi^2 =$	89,12

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Andrea Carrera

Gráfico 18 Chi Cuadrado



Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Andrea Carrera

4.3.9. Justificación y decisión Final

Con la información obtenida se logra verificar la hipótesis que se ha planteado, ya que por medio del cálculo del chi cuadrado con las preguntas 7 y 5. Dando paso a que el chi cuadrado es mayor que el de significancia, y así constatando que la implementación de procesos de comunicación organizacional **SI** mejorará el desempeño laboral de los funcionarios del Municipio de Pillaro.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.3. Conclusiones

En el Gobierno Municipal del Cantón Santiago de Pillaro existe un desconocimiento por parte de los colaboradores en cuanto a la estructura organizativa, los procesos de comunicación interna y el nivel jerárquico que ocupan en el municipio lo que ocasiona no tener la adecuada comunicación interna, por ende carecen de un buen clima laboral

Además se puede evidenciar que el municipio en ocasiones cumplen con la comunicación interna, además no todos los colaboradores conocen las funciones que deben realizar y desempeñar, en cuanto a la remuneración percibida no todos están satisfechos con lo reciben.

Se menciona que en ocasiones existen motivaciones para el mejor desempeño laboral, y que no han recibido sociabilizaciones, lo cual perjudica al municipio ya que no pueden interactuar entre ellos lo que produce que no tengan el adecuado clima laboral ocasionando un bajo rendimiento en sus funciones, y desconocimiento

de algunos temas, también los trabajadores que les gustaría tener capacitaciones en las diferentes áreas que les ayude a tener mayor conocimiento de ciertos temas que beneficiarían al municipio y al trabajo en equipo.

5.4. Recomendaciones

Se recomienda dar a conocer la estructura organizativa del municipio ya que esto ayuda a estar al tanto de los cargos que desempeña cada persona, mencionando además la importancia que tiene el proceso de comunicación interna ayudando así a tener un mejor desempeño dentro del municipio, ofreciendo un servicio de calidad.

Es aconsejable tener el debido control con el personal, dando a conocer las funciones que realiza haciéndoles partícipes de dentro del municipio de ir cumpliendo con los objetivos del municipio, además es importante capacitarlos y que conozcan de la remuneración que están percibiendo es acuerdo a sus capacidades y habilidades para que sepan que no se les está perjudicando.

Se puede dar motivaciones y sociabilizaciones al personal de manera consecutiva para el mejoramiento del trabajo y el desarrollo del municipio, la valoración también es primordial al trabajador permitiéndole opinar y tomar decisiones para que sientan que se les toma en cuenta, capacitándolos en los diferentes temas contribuyendo así con el mejoramiento paulatino de la institución.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

Título: Proceso de Comunicación Organizacional para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores del Municipio de Pillaro.

Institución Ejecutora: Municipio de Pillaro

Beneficiarios: Personal del Municipio de Pillaro

Tiempo estimado de ejecución: Septiembre a Junio del 2015

Equipo Técnico responsable: Egresada Andrea Carrera

Costo: El costo estimado de la propuesta es de \$ 4347.00

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Un proceso de comunicación está comprendido por varios aspectos de suma importancia, los cuales son establecidos por cada empresa ya que de esta depende

en que forma quiere llevarlo. Sirve y se lo aplica con el fin de que la empresa o institución esté conectada con todos sus departamentos y personas que laboral.

La efectividad de este y su incidencia en muchos aspectos de la empresa es notable, ya que sin comunicación no sabemos que pasa ni que se quiere; por lo cual es vital identificar cual es el emisor, receptor y el mensaje que se quiere dar a conocer; además hay que tomar en cuenta que medio de comunicación se va a utilizar y cual su grado de efectividad dependiendo cada caso. Este proceso identifica claramente medio de web, escritos y orales; que son los primordiales y directos con los que se quiere trabajar ya que es una forma de llegar al cliente interno y externo.

Por otro lado debe de ir de la mano con procesos de comunicación debidamente planteadas, las cuales ayudarán a cumplir los objetivos que se quieren alcanzar, con las actividades que se realizarán; también la aplicación de estrategias de desempeño laboral que no solo afectan al personal sino también a directivos.

6.3. JUSTIFICACIÓN

El municipio de Pillaro pretende implantar un proceso de comunicación organizacional que permita la interacción de todos los miembros del Municipio de Pillaro, de esta manera contribuir con los servicios de calidad para los habitantes del cantón, además; cabe señalar que es importante el adecuado equipamiento urbano y rural, para impulsar el desarrollo del cantón, conservando y protegiendo los recursos naturales, sus tradiciones y cultura con infraestructura suficiente para atraer el turismo y la inversión

Sus beneficios son varios, principalmente que promueve una integración total de los individuos, coordinación de actividades, conocimiento óptimo de situación o eventos, se ayuda a prever problemas, ayuda a la toma de decisiones pero principalmente interviene en la mejora del desempeño laboral, que es lo que se busca principalmente en este proyecto

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo General

Elaborar Procesos de Comunicación Organizacional para mejorar el Desempeño Laboral de los trabajadores del Municipio de Pillaro.

6.4.2. Objetivos específicos

Establecer direccionamiento filosófico para identificación institucional en el Municipio de Píllaro.

Determinar estrategias de comunicación organizacional interna para mejorar la interacción y coordinación de funciones.

Proponer un proceso de comunicación organizacional interno para el cumplimiento de los objetivos.

Mejorar tiempo de respuesta a clientes internos y externos.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

6.5.1. Socio- Cultural

El proceso de comunicación del Municipio de Píllaro acoge a que se cree una cultura organizacional ordenada y de socialización, en la que se dé información oportuna tanto interna como externa; ayudando a su vez a crear relaciones y valores que son importantes con la sociedad, ay que al ser una institución pública se trabaja con un sin número de personas.

6.5.2. Tecnológica

El Municipio de Píllaro cuenta con los recursos tecnológicos adecuados para la aplicación del proceso y el uso de medios de comunicación, por lo cual facilita su aplicación; además que se posee personal profesional y capacitado para el manejo y control de los mismos.

6.5.3. Organizacional

Al tener una organización institucional sistemática y debidamente identificada, ayuda a conocer los tipos de comunicación que se pueden aplicar además que según esto se han determinado los medios de comunicación que se utilizarán.

6.5.4. Económico – Financiero

Se obtiene un presupuesto acorde ya analizado con los directivos de la institución, ya que al conocer los beneficios y el problema que ha ido ocasionando al no solucionarlo es uno de su proyecto venidero, en el cual existe demasiado apoyo en todos sus aspectos.

6.5.5. Político – Legal

La propuesta no invade o afecta ninguna norma reglamentaria de la institución, es más da apoyo a su aplicación ya que es un instrumento necesario para mejorar el desempeño laboral.

6.6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO – TEÓRICO

Misión

(ESPINOZA, 2000) Según “es el medio que conduce al lugar que se debe alcanzar (la visión)”, menciona además "finalidad pretendida por una empresa o definición del papel que desea cumplir en su entorno o en el sistema social en el que actúa, y que real o pretendidamente, supone su razón de ser. Equivale a la palabra fin" finalmente menciona (FLEIMAN, 2000) "La misión es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general".

La misión es lo que la empresa desea realizar con el propósito de satisfacer con las necesidades de los clientes.

Visión

Según (JAVIER, 2006) “es una imagen de lo que los miembros de la empresa quieren que esta sea, o llegue hacer”, menciona además Según”Se toma una acepción bastante rígida corta y restringida, de forma instrumental para lograr el compromiso de los empleados con el logro de un ventaja competitiva en el mercado”. Añade (FLEIMAN, 2000) “Como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.

La visión es hacia donde esperan llegar a largo plazo.

Proceso de Comunicación

(ESTHER, 2009) ” Es parte integrante de la empresa y, como tal, la forma en que se lleve a cabo será decisiva en el modelo de organización.

Es un proceso mediante el cual una persona llamada emisor manifiesta un mensaje, información, opinión, pensamiento o dato a un receptor, a través de un

medio o canal, empleando un código común y procurando lograr el entendimiento de su significado.” Manifiesta además (expresionoralyescritauvm, 2008) “es una serie de eventos que ocurren consecutivamente y en un orden en un tiempo definidos. Finalmente menciona (ABC, www.definicionabc.com, 2013) “al conjunto de actividades vinculadas a este intercambio de datos. Dicho proceso requiere de, al menos, un emisor y de un receptor. El emisor envía ciertas señales un texto escrito, palabras, un gesto para difundir un mensaje; cuando estas señales llegan al receptor, éste debe de codificarlas para interpretar el mensaje. El proceso contempla una "devolución "del mensaje, a través de la cual el receptor se convertirá en emisor y viceversa.”

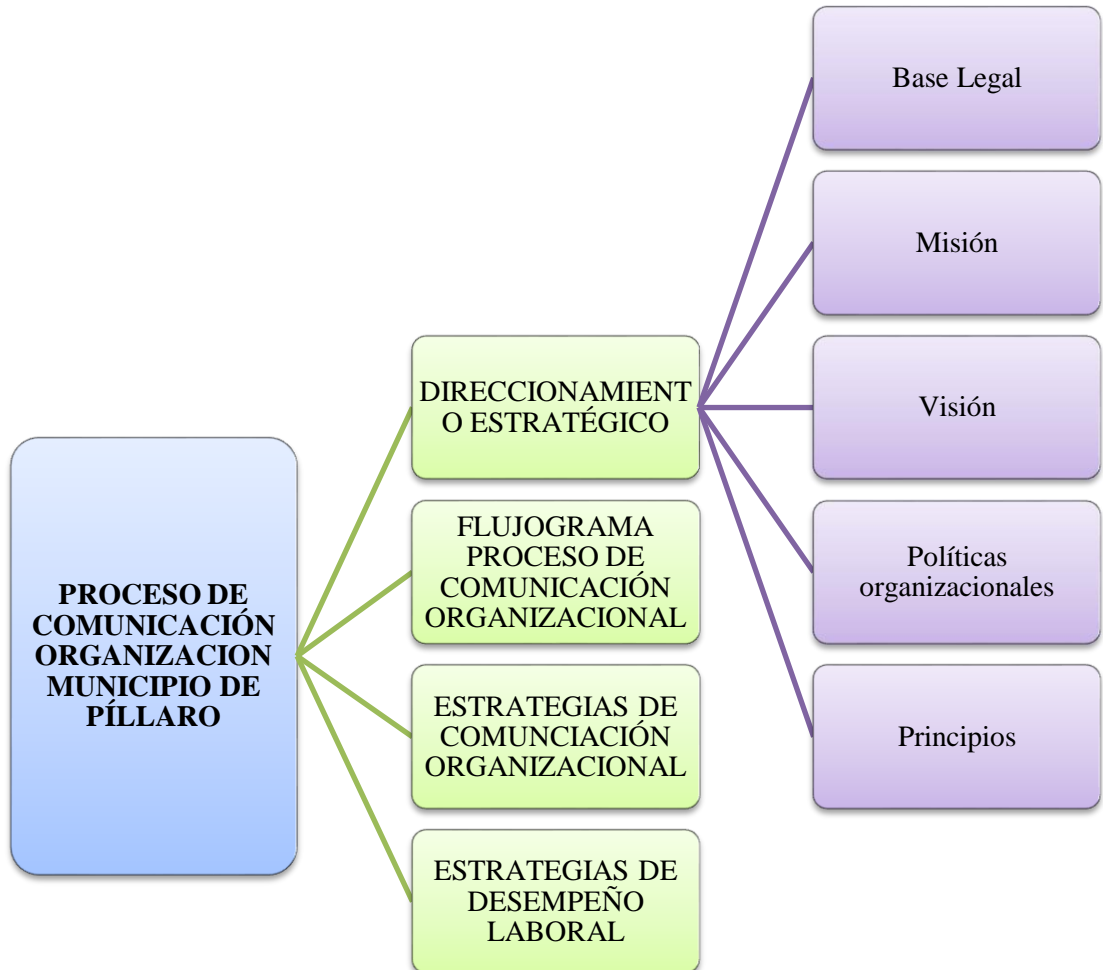
Desempeño laboral

(MONDY, 2005) “el desempeño laboral es el medido y administrado por las organizaciones productivas directamente”, menciona además”Una profesión es una vocación que se caracteriza por la existencia de un conjunto de conocimientos comunes y un procedimiento para certificar a los miembros de la organización. Las normas de desempeño las establecen los miembros de la profesión, es decir la profesión se regula por sí misma”., finalmente menciona (ROBBINS, 1999) “es pericia en la capacitación (desempeño en los programas de capacitación) y datos del departamento del personal, como el nivel de los salarios”.

El desempeño laboral tiene mucho que ver con el comportamiento de los trabajadores y el alcance de los objetivos.

6.7. MODELO OPERATIVO

Gráfico 19 Modelo Operativo



Elaborado por: Andrea Carrera.

PROCESO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE PÍLLARO

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Santiago de Píllaro, tiene la misión de dar una atención de calidad y calidez, al público que acude a la Municipalidad, en concordancia a lo que establece la Constitución Política del Estado , propendiendo que las Servidoras o Servidores Públicos y Trabajadores municipales a nombramiento y contrato desempeñen sus funciones, actividades y responsabilidades con un rendimiento del 100% a favor del cantón y empeñados que la prestación de servicios que brinda la institución sean de buena calidad y una atención con calidez sea óptimo como lo estipula la Constitución Política del Estado, el Código de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, la Ley Orgánica del Servicio Público y su Reglamento.

Tabla 24 Base Legal

de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública - LOTAIP

Literal a2) Base legal que la rige			
Tipo de la Norma	Norma Jurídica	Publicación Registro Oficial (Número y fecha)	Link para descargar la norma jurídica
Carta Suprema	Constitución de la República del Ecuador	R.O. No. 449	Constitución de la República
		20 de octubre de 2008	
Código	Código Orgánico de Coordinación Territorial, Descentralización y Autonomía - COOTAD	R. O. No. 303	COOTAD
		19 DE OCTUBRE DEL 2010	COOTAD
Ley Orgánica	Código del Trabajo	R.O. Suplemento No. 167	Código del Trabajo
		16 de diciembre de 2005	
	Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCP)	R.O. Nº 395	LOSNCP
		22 DE JULIO DEL 2008	
Ley Orgánica de Servicio Público (LOSEP)	R. O. No. 294	LOSEP	
	06 DE OCTUBRE DEL 2010		
Leyes Especiales	Código de la Niñez y Adolescencia	R.O.Nº 737- 03 de enero del 2003	

	Ley Orgánica de Discapacidad	R.O. Nº 796- 25 de octubre del 2012	
Leyes Ordinarias ...	Reglamento General a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNC P)	R. O. No. 395	Reglamento General a la LOSNCP
		22 de julio del 2008	
Decreto Ejecutivo	Reglamento a la Ley Orgánica del Servicio Público (LOSEP)	R. O. No. 294	Reglamento a la LOSEP
		06 de octubre del 2010	
	DECRETO PRESIDENCIALES/ MINISTERIALES	A LA FECHA	www.presidencia.gob.ec
Ordenanzas Municipales	GACETA OFICIAL 2013-2014		Todas las ordenanzas comprendidas en la Gaceta Oficial 2013-2014 (Ejecutadas para todos los tramites)

FECHA ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN:

04 de marzo del 2015

PERIODICIDAD DE ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN:

MENSUAL

UNIDAD POSEEDORA DE LA INFORMACIÓN - LITERAL a2):

DEPARTAMENTO DE ASESORIA JURIDICA

RESPONSABLE DE LA UNIDAD POSEEDORA DE LA INFORMACIÓN DEL LITERAL a2):

DR. JULIO PAREDES LOPEZ

CORREO ELECTRÓNICO DEL O LA RESPONSABLE DE LA UNIDAD POSEEDORA DE LA INFORMACIÓN:

julio.paredes.lopez@hotmail.com

NÚMERO TELEFÓNICO DEL O LA RESPONSABLE DE LA UNIDAD POSEEDORA DE LA INFORMACIÓN:

2873114 - extensión 122

Fuente: (PILLARO M. D.,

MISIÓN

El municipio Pillaro impulsará y garantizará el desarrollo de la población mediante la implementación de una política social efectiva, participativa y justa que vaya de la mano con los principios de la gestión de calidad de la inversión pública, como factor transversal de desarrollo y el fomento de ventajas competitivas que permitan llegar a la visión planteada

Fuente: (PILLARO M. D., RECUEROS HUMANOS, 2015)

VISION

Píllaro en el 2020 será un cantón organizado y planificado que alcance una diversificación agro-productiva con la tecnificación del campo y la reducción de la pobreza. gozará de la dotación de los servicios básicos de infra-estructura y de vialidad de primera calidad; tendrá un adecuado equipamiento urbano y rural, áreas verdes para la recreación y deporte; que conserven y protejan sus recursos naturales, sus tradiciones y cultura con infraestructura suficiente para atraer el turismo y la inversión; contando con autoridades, ciudadanos dispuestos a ubicarle a Píllaro como un gran centro de abastecimiento de productos agropecuarios, consolidándolo así en una verdadera tierra de oportunidades

Fuente: (PILLARO M. , 2015)

OBJETIVOS

Procurar el bienestar de la colectividad y contribuir al fomento y la protección de los intereses locales, mejorando la calidad de vida de los habitantes del cantón Píllaro, mediante la dotación y mantenimiento de los servicios públicos eficientes.

Disponer de una estructura por procesos, con las unidades administrativas necesarias, lideradas por personal técnico especializado.

Contribuir al fomento y protección de los intereses locales, mediante la aplicación de leyes, formulación e implementación de ordenanzas, reglamentos, acuerdos y resoluciones municipales.

Impulsar el desarrollo físico del Cantón, sus áreas urbanas y rurales, dotando de obras y servicios.

Acrescentar el espíritu de integración de todos los actores sociales y económicos, el civismo y la confraternidad de la población para lograr el creciente progreso del Cantón.

Coordinar con otras entidades el desarrollo y fortalecimiento cultural, educativo, ambiental y de asistencia social.

Principios Rectores Gobierno Municipal Santiago de Píllaro:

El Gobierno Municipal de Cantón Santiago de Píllaro basara su gestión en los siguientes principios rectores y/o Valores:

1.- **VOLUNTAD POLÍTICA Y LIDERAZGO.**-Para la búsqueda constante de los más altos niveles de rendimiento, a efectos de satisfacer oportunamente las expectativas ciudadanas, a base de concertación de fuerzas y de compromisos de los diferentes sectores internos de trabajo: Directivo, de Apoyo y Operativo.

2.- **TRABAJO EN EQUIPO.**- Dinamismo, creatividad de las autoridades y servidores para lograr una sostenida y equilibrada participación de apoyo mutuo, como la base del mejor enfrentamiento de problemas en búsqueda de soluciones

3.- **EFICACIA.**- La misión, visión y objetivos de cada una de las dependencias, definirán al ciudadano como eje de su accionar dentro de un enfoque de excelencia en la prestación de los servicios ; establecerá sistemas de rendición de cuentas , evaluación de programas y proyectos con el fin de verificar cuan acertadamente se logran los objetivos (lo planificado versus lo ejecutado) , optimizando todos y cada uno de los recursos disponibles como son: talento humano, materiales, económicos y naturales.

4.- **EFICIENCIA.**-Se optimizara el uso de los recursos financieros, humanos y técnicos, cumpliendo de manera adecuada las funciones asignadas a cada una de las dependencias administrativas en el Organigrama Estructural, producto del Plan de Fortalecimiento Municipal ; asimismo se crearán sistemas adecuados de información, evaluación y control de resultados para verificar la correcta utilización de los recursos.

5.- **TRANSPARENCIA.**- El acceso a la información se lo realizará conforme lo determina la Ley Orgánica de Transparencia y acceso a la información pública.

6.- **HONESTIDAD.**- La responsabilidad por el cumplimiento de las funciones y atribuciones será de las respectivas autoridades municipales. Sus actuaciones no podrán conducir al abuso de poder y se ejercerá para los fines previstos en la Ley.89

7.- **EQUIDAD.**- Las actuaciones de las autoridades y funcionarios municipales garantizaran los derechos de todos los ciudadanos sin ningún género de discriminación.

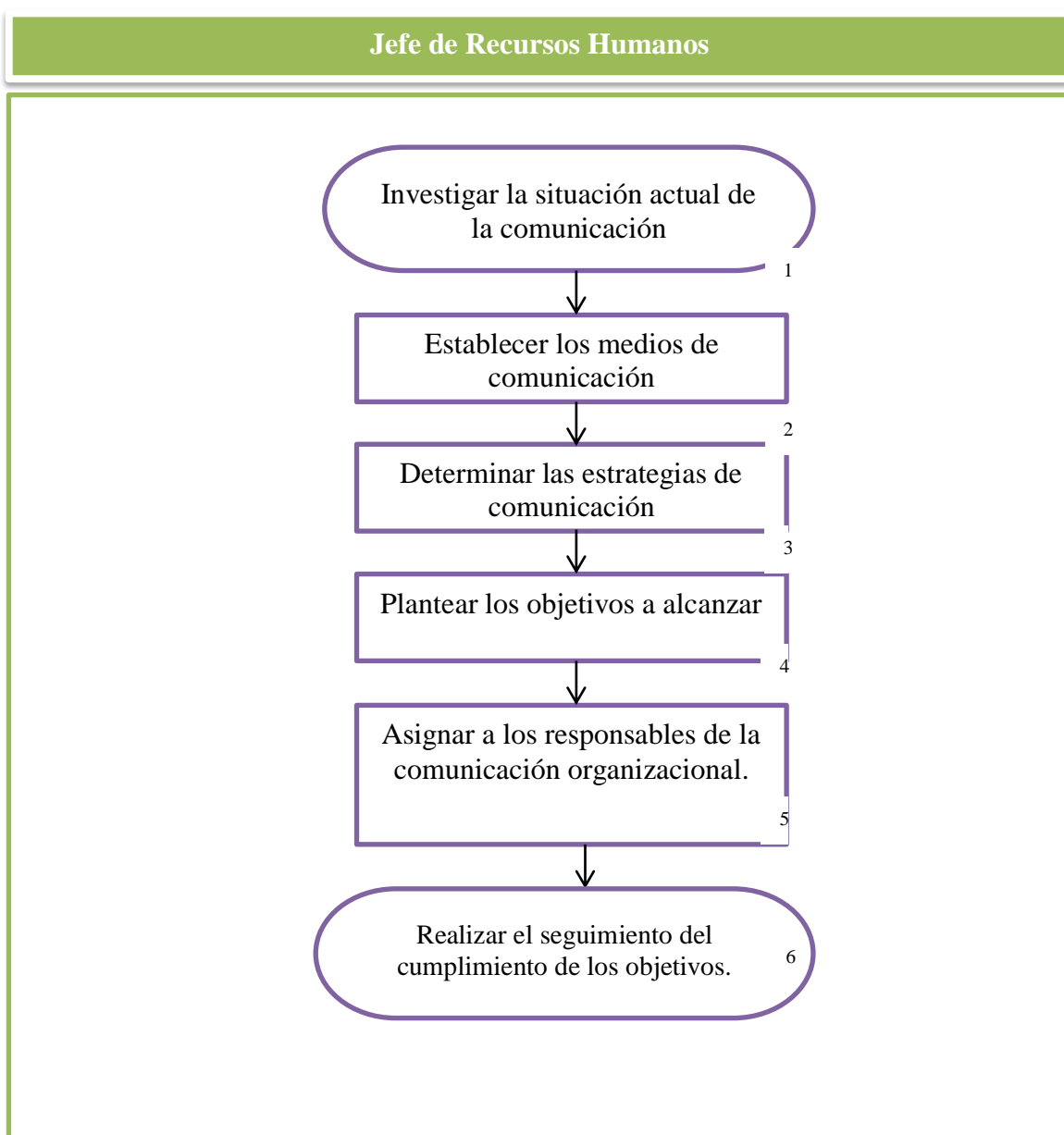
Fuente: Andrea Carrera

Tabla 25 Matriz Axiológica

PRINCIPIOS	SOCIEDAD	CLIENTE INTERNO	FAMILIA	ESTADO
Voluntad política y liderazgo	x	X		
Trabajo en equipo		X		X
Eficacia	x	X	X	X
Eficiencia	x	X	X	X
Transparencia	x	X	X	x
Honestidad	x	X	X	x
Equidad	x	X	X	X

Fuente: Andrea Carrera

Gráfico 20 Proceso de Comunicación Municipio de Pillaro



Fuente: Andrea Carrera

ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIOS ESCRITOS

INFORMES

Forma de comunicación: Ascendentes y descendentes

Estrategia: Realizar informes mensuales o semanales.

Objetivo: Proveer información de la situación actual del área o de actividades específicas.

OFICIOS

Forma de comunicación: Ascendente interno y externo.

Estrategia: Brindar formatos y estructuras de oficios según su ámbito o pedido.

Objetivo: Facilitar el contacto con el responsable de área.

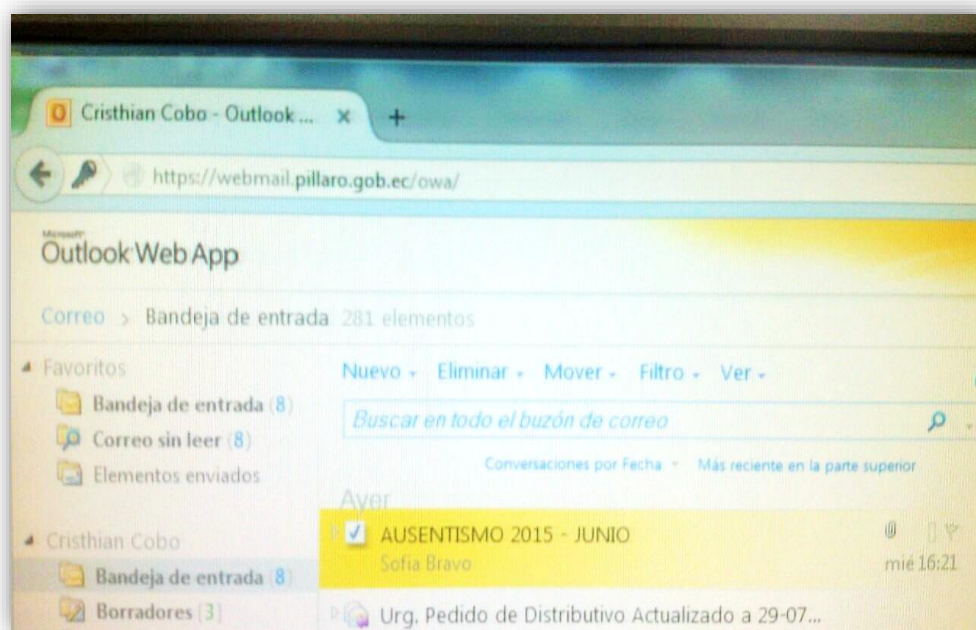
MEMOS

Forma de comunicación: Descendente.

Estrategia: Enviar memos según aviso o tema a tratar con la finalidad de ser una comunicación formal con el personal del Municipio Píllaro.

Objetivo: Mantener comunicación veraz y oportuna con las diferentes áreas

Gráfico 21 Medios de la Web



CORREO ELECTRÓNICO

Forma de comunicación: ascendente y descendente.

Estrategias:

- Crear correos para cada área y personal.
- Desarrollar una base de datos.

Objetivo: Proporcionar información eficiente para mejorar el desempeño laboral del Municipio de Píllaro.

Gráfico 22 Página Web



Estrategias:

- Diseñar la página web del Municipio de Pillaro.
- Actualizar y publicar información que facilite el contacto y conocimiento de los interesados.

Objetivo: Comunicación directa y con menor esfuerzo hacia la sociedad.

MEDIOS ORALES

Comunicación Interna

JUNTAS DE ÁREA

Estrategia: Realizar juntas en las que participen jefes de área en tiempos periódicos.

Objetivo: Conocer situación actual de área, tomar decisiones y establecer actividades y cambios.

REUNIONES

Estrategia: Entablar reuniones en las que participe todo o personal designado

Objetivo: Fomentar la participación, interacción, propuesta de idea y motivación en el personal del Municipio de Píllaro.

CONFERENCIAS

Estrategia: Realizar conferencias con asuntos de temas relevantes para el personal.

Objetivo: Obtener y preparar la personal tanto profesional y personalmente.

CAPACITACIONES

Estrategia: Proponer capacitaciones con temas actualizados y relevantes para el desempeño laboral.

Objetivo: Fomentar el conocimiento para mejorar el desempeño y compromiso laboral del personal del Municipio de Píllaro.

ESTRATEGIAS DESEMPEÑO LABORAL

Estrategia 1: Personal comprometido con la institución

Objetivo: Promover la identificación laboral y eficiencia en el trabajo.

Actividades:

- Participación activa del personal.
- Realizar eventos culturales o de entretenimiento.
- Dar a conocer los objetivos de la institución.

Estrategia 2: Coordinación de actividades y funciones.

Objetivo: Cumplimiento a cabalidad de actividades y funciones

Actividades:

- Comunicación frecuente entre áreas y personal.
- Control del cumplimiento de las actividades y funciones.
- Seguimiento del proceso de comunicación.

Estrategia 3: Ambiente laboral de calidad

Objetivo: Motivar al personal en sus actitudes y labores.

Actividades:

- Realizar reuniones extra laborales y de integración.
- Fomenta-r el compañerismo con trabajos en equipo.

6.7.1. Programa de Acción

Tabla 26 Programa de Acción

Estrategias	Objetivos	Actividades	Medios	Tiempo		Responsables	indicador
Realizando informes, oficios o memos según el tema a tratar.	Proveer información mediante los medios escritos, facilitando el contacto con el responsable.	Consignar informes para dar a conocer la situación de la empresa. Enviar oficios según el tema a tratar. Realizar memos al personal del Municipio de Pillaro dando aviso de alguna actividad o queja.	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	21/10/14	23/10/14	Presidente, jefe de recursos humanos	Índice de comunicación
Creando plataforma para el personal y el diseño de una página web	Proporcionar información eficiente, y la comunicación directa hacia la sociedad	Comunicación frecuente entre el personal Contratar a un diseñador que facilite la creación de la página web Realizar actualizaciones de la página.	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	24/10/14	31/10/14	Presidente, jefe de recursos humanos	Índice de comunicación
Realizando conferencias reuniones capacitaciones juntas para el mejoramiento del desempeño laboral	Conocer la situación actual del área y fomentar la participación del cliente interno en temas de importancia.	Proponer reuniones, y fomentar participación e interacción.	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	6/11/14	10/11/14	Presidente, jefe de recursos humanos	Índice de desempeño laboral

Personal comprometido con la institución	Proveer la identificación laboral y eficiencia en el trabajo	Participación del personal Realización de eventos culturales Dara a conocer objetivos de la institución	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	11/11/14	25/11/14	Presidente, jefe de recursos humanos	Nº de registros de empleados
Coordinación de actividades y funciones	Cumplimiento a cabalidad de las actividades y funciones	Conferencias frecuentes entre áreas y personal Control del cumplimiento de las actividades y funciones Seguimiento del procesos de comunicación	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	26/12/14	2/12/14	Presidente, jefe de recursos humanos	Índice de desempeño laboral
Ambiente laboral de calidad	Motivar al personal en sus actividades y labores	Realizar reuniones extra laborales y de integración Fomentar el compañerismo en trabajos de equipo.	Suministros y Materiales Equipo de Oficina	03/12/14	09/01/15	Presidente, jefe de recursos humanos	Índice de cultura organizacional

Elaborado por: Andrea Carrera.

6.8. PRESUPUESTO

Tabla 27 Presupuesto

DESCRIPCIÓN	RECURSOS
Realización de informes, oficios, memos.	hojas, grapas, impresiones
Creación de plataforma para el personal y el diseño de una página web	Contratar diseñador gráfico.
Proponer reuniones	Esferos, hojas, capetas, aguas.
Promover identificación laboral	Hojas, aguas, esferos.
Coordinación de actividades	Esferos, hojas, grapas, impresora
Motivaciones al personal	Esferos, hojas, grapas, impresora
Capacitadores	Hojas, esferos, aguas, capacitadores
Juntas de trabajo	Hojas, esferos.

Elaborado por: Andrea Carrera.

Tabla 28 Humanos

CANTIDAD	DETALLE	HORAS	PRECIO UNITARO	VALOR TOTAL
1	Diseñador	100	3	1000
2	Capacitadores	100	3.50	1500
	TOTAL			2500

Elaborado por: Andrea Carrera

Tabla 29 Materiales

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
5	CAJAS DE ESFEROS	5,00	25
3	CAJAS DE GRAPAS	3,00	9,00
1000	IMPRESIONES	0,05	50
280	CARPETAS	0,35	98
20	RESMAS	3.50	70
	TOTAL		252

Elaborado por: Andrea Carrera

Tabla 30 Tecnológicos

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	FLAHS MEMORY	15	15
1	COMPUTADORA	800	800
1	PROYECTOR INFOCUS	700	700
	TOTAL		1515

Elaborado por: Andrea Carrera

Tabla 31 Otros Gastos

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	TRANSPORTE	30	30
1	ALIMENTACION	50	50
	TOTAL		80

Elaborado por: Andrea Carrera

Tabla 32 Presupuesto

DETALLE	SUB TOTAL
Humanos	2500,00
Material	252,00
Tecnológicos	1515,00
otros gastos	80,00
TOTAL	4347,00

Elaborado por: Andrea Carrera

El presupuesto para la aplicación de la propuesta de la aplicación de un proceso de comunicación organizacional del Municipio de Píllaro es de 4347,00 dólares americanos.

6.9. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA Y CONTROL DEL PLAN

La propuesta será evaluada constantemente por los responsables asignados; además se controlara el cumplimiento de los objetivos por medio de la siguiente matriz.

Tabla 33 Matriz de Monitoreo y Evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	Presidente, y jefe de recursos humanos
¿Por qué Evaluar?	Para verificar si se está cumpliendo con la propuesta y los objetivos
¿Para qué Evaluar?	Para medir el grado de factibilidad que ha tenido la propuesta.
¿Con qué criterios?	Teniendo en cuenta la innovación y cumplimiento de los objetivos
Indicadores	Cuantitativos y Cualitativos.
¿Qué evaluar?	Los objetivos establecidos dentro de la propuesta.
¿Quién evalúa?	Presidente
¿Cuándo evaluar?	Al final de la aplicación de la propuesta
¿Cómo evaluar?	Mediante el Nivel de Desempeño Laboral $NDL = \frac{\text{desemp laboral 2015} - \text{desemp laboral 2014}}{\text{desemp laboral 2014}}$
¿Con qué evaluar?	Encuesta e investigación de campo.

Fuente: Matriz de monitoreo y evaluación.
 Elaborado por: Andrea Carrera

**CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL DEL GOBIERNO
DEL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO**

Objetivo: reconocer el grado de comunicación organizacional que existe dentro del Gobierno del Cantón Santiago de Pillaro.

Instrucciones: Sírvase completar esta encuesta, la información obtenida servirá para conocer el nivel de comunicación y desempeño de los empleados.

Por favor utilice la siguiente escala para responder:

1. ¿Conoce Usted la estructura organizativa que existe en el Municipio de Pillaro?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

NADA

2. ¿Conoce usted algún proceso de comunicación interna que ayude a mejorar al Municipio de Pillaro?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

NADA ()

3. ¿Conoce el nivel jerárquico en el que usted se encuentra en el Municipio de Pillaro?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

NADA ()

4. ¿Considera usted que se cumple la comunicación Organizacional en el Municipio De Pillaro?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

5. ¿Qué tanto conoce las funciones que debe realizar en su puesto de trabajo?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

NADA ()

6. ¿Está satisfecho con la Remuneración que recibe en el Municipio de Pillaro?

SATISFECHO ()

INSATISFECHO ()

7. ¿Considera usted que el Municipio de Pillaro motiva a sus trabajadores para que exista un mejor desempeño laboral?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

8. ¿Considera que su Desempeño Laboral mejorara el desarrollo de la institución?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

9. ¿considera usted que su desempeño laboral es valorado por el Municipio de Pillaro?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

10. ¿Ha recibido alguna vez socializaciones sobre la comunicación organizacional y desempeño laboral?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

11. ¿Qué tipo de socialización le gustaría recibir en el Municipio de Pillaro?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

12. ¿Qué tipo de Socialización le gustaría recibir en el Municipio de Pillaro?

TRABAJO EN EQUIPO ()

MEJORAMIENTO CONTINUÓ ()

RELACIONES HUMANAS ()

GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA ()

BIBLIOGRAFÍA

- Editorial Vértice. (2008). *Comunicación interna*. España: Editorial Vértice.
- Ezquer Matallana, F., & Castellano Delgado, J. M. (2010). *Big to small: Las estrategias de las grandes corporaciones al alcance de la mediana empresa*. España: Gesbiblo.
- Freire , M. T., & Blanco Jiménez, F. J. (2006). *Prácticas y conceptos básicos de microeconomía*. Madrid: ESIC.
- Martínez Herrera, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Orton IICA / CATIE. . (2001). *Las Oportunidades de Negocios y el Mercado*. Paraguay: IICA.
- Abajo, B. S. (2009). *Propuesta de un modelo de regulación ex ante para la mejora de las condiciones de competencia en los nuevos mercados de distribución de contenidos digitales*. Universidad de Córdoba.
- ABC. (2013). www.definicionabc.com. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/social/relaciones-laborales.php>
- ABC. (2013). www.definicionabc.com. Obtenido de [www.definicionabc.com: http://www.definicionabc.com/social/relaciones-laborales.php](http://www.definicionabc.com/social/relaciones-laborales.php)
- ABCignews. (29 de Mayo de 2012). *El mercado bajo la perspectiva de la demanda*. Obtenido de abcignux.com: <http://abcignux.com/articulos/etiquetas/mercado-potencial/>
- Achilles De Faria, F. (1983). *es un proceso de cambios planeados en sistemas socio-técnicos abiertos, tendientes a aumentar la eficacia y salud de la organización para asegurar el crecimiento mutuo de la empresa y sus empleados"*. . México: Limusa.

- Adkins, W. D. (2001). *www.ehowenespanol.com*. Obtenido de *www.ehowenespanol.com*: http://www.ehowenespanol.com/definir-cuota-mercado-como_146310/
- Adler, R. B. (2005 - 462 páginas). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. Elmhurst: McGraw-Hill.
- Adler, R. B. (2005, 462 pág.). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. Elmhurst: McGraw-Hill.
- Ahumada, J. (2001). *Notas para una teoria general de la planificacion* . Mexico.
- Aidima. (2012). *Aidima*. Recuperado el 2014, de <http://aidima.es/servicios/formacion/Manual%20de%20funciones.html>
- AITE, A. d. (1 de Abril de 2013). *aite.com.ec*. Recuperado el 4 de Agosto de 2013, de www.aite.com.ec/index.php?option=com...view...id=35...
- aktiva. (2011). *www.aktiva-mente.es*. Obtenido de *www.aktiva-mente.es*: <http://www.aktiva-mente.es/2011/10/%C2%BFque-es-el-marketing-mix/>
- Alet, J. (2007). *Marketing Directo E Interactivo*. Madrid: Esic.
- Alfaro Beltrán, F., & Alfaro Escobar, M. (1999). *Diagnósticos de productividad por multimomentos* . Barcelona: Marcombo .
- Alfeo. (2010). *Gobierno de España*. Recuperado el Abril de 2014, de <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque7/pag2.htm>
- Alles, M. A. (2005 - 357 páginas). *DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO BASADO EN COMPETENCIAS*. Ediciones Granica S.A.,.
- ALLES, M. A. (2005, 57 pág.). *DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO BASADO EN COMPETENCIAS*. Ediciones Granica S.A.,.
- Alonso, M. d. (2012 - 76 páginas). *Algunos apuntes sobre Comunicación Organizacional*. EU: EAE, .

- Alonso, M. d. (2012, 76 pág.). *Algunos apuntes sobre Comunicación Organizacional*. EU: EAE,.
- Altamirano, E. (28 de Enero de 2013). *Periodico Hoy*. Recuperado el Marzo de 2014, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-inversion-en-marketing-digital-toma-impulso-con-las-nuevas-tecnologias-572664.html>
- Altonivel. (2011). *Altonivel.com*. Recuperado el 2014, de <http://www.altonivel.com.mx/8885-aplicaciones-de-celular-nueva-cultura-de-comunicacion-y-vida-soc.html>
- Alvarez. (04 de Agosto de 2009). <http://www.slideshare.net/ALVAREZCCRONNY/ambiente-de-trabajo>.
Obtenido de <http://www.slideshare.net/ALVAREZCCRONNY/ambiente-de-trabajo>: <http://www.slideshare.net/ALVAREZCCRONNY/ambiente-de-trabajo>
- Alvarez, H. (2010). *control interno*. Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.monografias.com/trabajos16/control-interno:
<http://www.monografias.com/trabajos16/control-interno/control-interno.shtml>
- AMA. (1960). *Comite de definiciones de la american marketing association* .
- ambito-financiero.com. (10 de Agosto de 2010). *ambito-financiero.com*. Obtenido de ambito-financiero.com: <http://ambito-financiero.com/estrategias-aumentar-fidelizacion-clientes/>
- Amoroso Garcés, S. M. (2013). *El marketing de servicios y su impacto en el desarrollo organizacional en la Casa de la Cultura de la ciudad de Ambato* . Ambato: UTA, Facultad de Ciencias Administrativas.
- Anchatuña, N. d. (2012). *“El Marketing de Guerrilla y su incidencia en el Posicionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. de la Ciudad de Ambato”*. . Ambato: Facultad De Ciencias Administrativas, Universidad Técnica De Ambato.

- Andersen, A. (2008). *definición.com*. Obtenido de www.definicion.com: <http://www.definicion.com>
- Andes. (Mayo de 2013). Recuperado el Abril de 2014, de <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa/industria-av%C3%ADcola-tungurahua-erige-m%C3%A1s-importantes-ecuador.html>
- Andrade, C. (2010). *Carrera Profesional del Talento Humano*. Bogota .
- Andrade, H. (, 2005 - 122 páginas). *comunicacion oranzacional interna*. MEXICO: Netbiblo.
- Andrade, H. (2005). *Comunicacion Organizacional Interna, Proceso Disciplina y tecnica*. (C. Seco, Ed.) España: Editorial Gesbiblo.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España: netbiblo.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España: netbiblo.
- Andrade, H. (2005, 122 páginas). *Comunicacion organizacional interna*. MEXICO: Netbiblo.
- Aquilera, J. (Mayo de 2006). *Gestiopolis*. Recuperado el Marzo de 2014, de <http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/importancia-de-las-politicas-para-la-comunicacion-organizacional.htm>
- ARANA. (2007). *www,scribd.com*. Obtenido de www,scribd.com
- Arango, L. Á. (19 de Noviembre de 2011). *banrepcultural.org*. Recuperado el 12 de Octubre de 2013, de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia>
- Archanco, R. (Septiembre de 2011). *papelesdeinteligencia.com*. Recuperado el Noviembre de 2013, de <http://papelesdeinteligencia.com/que-es-gestion-del-conocimiento/>

- arellanomarketing. (Mayo de 2012). *www.arellanomarketing.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.arellanomarketing.com/inicio/estudios-ad-hoc/>
- Armstrong, P. K. (2003). *Fundamentos de Marketingl*. Prentice Hall.
- Arocas, R. L. (Mayo de 2013). *dialnet.unirioja.es*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2013, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=624593>
- Arraut, L. C. (2010). Gestión de calidad de innovación. *Escuela de Administración de Negocios*, 8.
- Asisten, J. C. (2011). *Producción*.
- Aubert, i. (05 de 06 de 2012). *Rincon del Coach*. Recuperado el 09 de 05 de 2013, de www.tisoc.com: <http://www.tisoc.com/el-rincon-del-coach/que-es-la-motivacion.php>
- Avellán, R. (2011). *proyectoconsaburum.wikispaces.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <https://proyectoconsaburum.wikispaces.com/Plan+de+empresa>
- Ayala, C. (Marzo de 2012). *www.madrimasd.org*. Recuperado el Octubre de 2013, de http://www.madrimasd.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema4_7.asp
- Ayala, S. (18 de 01 de 2004). Recuperado el 09 de 05 de 2013, de www.elprisma.com: http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/evaluaciondeldesempenopersonal/
- Barquero José Daniel, R. d. (2007). *Marketing de clientes*. España.
- BARRENO, M. (2003). AMBATO.
- Barrios, M. (04 de 03 de 2009). *La Evaluacion y si unfluencia en el desempeño laboral*. Recuperado el 06 de 05 de 2013, de www.sappiens.com: http://www.sappiens.com/castellano/articulos.nsf/Recursos_Humanos/_La

_evaluación_y_su_influencia_en_el_desempeño_laboral/8EA0EE64A04A120FC125756F006D7DD0!opendocument

Bartoli, A. (2005). *comunicacion*.

Bastardas Boada, A. (2005). *Comunicación humana y paradigmas holísticos. CLAVES de razón práctica*,.

Bastidas, A. (31 de 08 de 2009). *Slideshare*. Recuperado el 04 de 05 de 2013, de www.slideshare.net: <http://www.slideshare.net/alejandrab/desempeo-laboral>

Bastos, B. A. (2006). *fidelizacion del cliente* . madrid: Ideaspropias.

Batallas, P. (17 de Enero de 2014). *Ekos negocios*. Recuperado el 28 de Marzo de 2014, de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=2824>

Bedoya, E. (2002). www.cecod.org. Obtenido de www.cecod.org: <http://www.cecod.org/LinkClick.aspx?fileticket=e7-HWdalJ3A%3D&tabid=790&language=es-ES>

Beltran, G. (Diciembre de 2009). gustavobeltran.com. Recuperado el Diciembre de 2013, de <http://gustavobeltran.com/%C2%BFque-se-entiende-por-direccionamiento-estrategico/>

Beltrán, G. (Diciembre de 2009). gustavobeltran.com/%C2%BFque-se-entiende-por-direccionamiento-estrategico/. Obtenido de gustavobeltran.com: <http://gustavobeltran.com/%C2%BFque-se-entiende-por-direccionamiento-estrategico/>

Berlo, D. K. (30/06/2008 - 265 páginas). *El proceso de comunicación*:. El Ateneo,.

Berlo, D. K. (1977). *Communicatopn As Process: Review and Commentary*. . USA.

BERLO, D. K. (2008, 265 pág.). *El proceso de comunicación*:. El Ateneo,.

- BernalL, A. I.-1. (2010). *“Influencia de las redes sociales en los medios de comunicación”*,.
- Bernardez, M. (2007). *conceptos y herramientas para la mejora, crreaccion e incubacion de nuevas organizaciones*. Indiana: authorHouse .
- bizagi. (2010). *www.bizagi.com*. Recuperado el 2013, de <http://www.bizagi.com/processcentral/Documents/ad042965-b2a2-4ece-b392-74fea7dfebaa/docs/Reclutamiento%20y%20Selecci%C3%B3n%20Construcci%C3%B3n.pdf>
- Blanch, J. M., Espuny, M. j., Gala, C., & Artiles, A. M. (2003). *Teoria de las relaciones laborales*. Barcelona: UOC.
- blogtrabajounidad2. (Mayo de 2009). *blogtrabajounidad2.blogspot.com*. Recuperado el 2014, de [blogtrabajounidad2.blogspot.com: http://blogtrabajounidad2.blogspot.com/2009/05/definicion-de-herramientas-sincronicas.html](http://blogtrabajounidad2.blogspot.com/2009/05/definicion-de-herramientas-sincronicas.html)
- Boada, I. S. (2010). *Segmentación de Mercado para la comercialización de accesorios para mascotas (Perros y Gatos), fabricados en materiales sintéticos. Caso: Microempresa Alfa*. . Universidad Andina Simón Bolívar .
- Bogotá, E. d. (Abril de 2010). *www.eeb.com.co*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.eeb.com.co/responsabilidad-global/politicas-corporativas>
- Bohórquez, E. R. (2004). *Propuesta de Fortalecimiento Institucional del Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos para los Próximos 10 Años, Apoyando la Reforma del Estado y la Seguridad y el Desarrollo del Ecuador*. . República Del Ecuador Secretaría General del Consejo de Seguridad Nacional.
- Bolaños, B. (1996). *Comunicacion Escrita*. San Jose Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia San jose Costa Rica .

- Bolaños, N. (Octubre de 2009). *www.slideshare.net/BONODG/nuevos-productos-desafio-de-espectativas*. Obtenido de [www.slideshare.net: http://www.slideshare.net/BONODG/nuevos-productos-desafio-de-espectativas](http://www.slideshare.net/BONODG/nuevos-productos-desafio-de-espectativas)
- Boni, F. (2008 - 288 páginas). *Teorías de los medios de comunicación*. Univ. Autònoma de Barcelona,.
- BONI, F. (2008, 288 pág.). *Teorías de los medios de comunicación*. Univ. Autònoma de Barcelona,.
- Bonta, P., & Farber, M. (2009). *199 preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Norma.
- Borges, V. (Septiembre de 2012). *Metodomarketing*. Recuperado el Marzo de 2014, de <http://www.metodomarketing.com/definicion-de-publico-objetivo/>
- Bort Muñoz, M. Á. (2004). *Merchandising: cómo mejorar la imagen de un establecimiento comercial*. madrid: Esic.
- Bounafina, P. (03 de mayo de 2013). *www.valorescorporativosgt.com*. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de [valores corporativos: http://www.valorescorporativosgt.com/](http://www.valorescorporativosgt.com/)
- Bourdieu. (2003). *COMUNICACION*.
- Brandolini, A. (2009). *Comunicación interna. Clave para una gestión exitosa*. Argentina: La Crujía.
- Brenes, L. (2002). *Gestión de Comercialización*. Costa Rica: EUNED.
- BRUNET. (2005). *PLANES DE COMUNICACION*.
- Burzaco. (2012). *adestrategica.espacioblog.com*. Recuperado el 2013, de <http://adestrategica.espacioblog.com/post/2007/03/26/recomendacion-defina-ajuste-o-ratifique-mision-vision-y>

- Businesssolutione. (2010). *www.bscgla.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.bscgla.com/04.%20Educacion/00010.%20Productividad/Productividad.pdf>
- Caballano, J. L. (01 de 05 de 2013). *El Prisma*. Recuperado el 03 de 05 de 2013, de www.elprisma.com:
http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/gestionempresarialrecursoshumanos/
- Caldevilla Domínguez, D. (2007). *Manual relaciones públicas*. España: Vision net.
- Camino, J. R., & Garcillán, M. d. (2007). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. Madrid: Esic.
- Camino, J. R., & Rúa, M. d. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: Esic.
- Camino, R. d. (1999). *La Definición de Sostenibilidad, Las Variables Principales Y Bases Para Establecer Indicadores*. España: CATIE. .
- Campos Freire, F. (2011). *El nuevo escenario mediático* . España: comunicaiion social.
- Candale, P. &. (2010). *COMUNICACION INSTITUCIONAL*.
- CANDALE, P. &. (2010). *COMUNICACION INSTITUCIONAL*.
- Candanedo, M. (16 de 12 de 2008). *Tareas emilio*. Recuperado el 03 de 05 de 2013, de www.marilubus.blogspot.com:
<http://marilubus.blogspot.com/2008/12/tipos-de-comunicacion-organizacional.html>
- Cañabate, J. P. (, 2011 - 100 páginas). *Introducción a la comunicación institucional*. FRAGUA: Grupo 5.
- Cañabate, J. P. (2011 - 100 pág.). *Introducción a la comunicación institucional*. FRAGUA: Grupo 5.

- Capitán, Á. J. (2009). *Definición de un modelo de clima laboral*. Murcia.
- Capriotti, P. (2005). *La comunicación interna*. España: Universidad Rovira.
- Capriotti, P. (2006). *Gestión de comunicación en las organizaciones*.
- Capuz Llerena, J. E. (2012). *La rotación de personal y su influencia en los objetivos institucionales de la Empresa Servicueros S.A. Capuz Llerena, Jackeline Elizabeth*. Ambato: UTA.
- Cardenas, P. (2012). *www.aulafacil.com*. Recuperado el 2013, de <http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Lecc-2.htm>
- Cardona, M., & A, C. C. (2005). *Territorio, ciclo de vida y estructura empresarial: un puente en la industrialización regional*. Medellín: Universidad EAFIT.
- Carrillo, R. (24 de Febrero de 2009). *www.slideshare.net/jcfdezmxestra/que-es-planificar*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2013, de www.slideshare.net/jcfdezmxestra/que-es-planificar: <http://www.slideshare.net/jcfdezmxestra/que-es-planificar>
- Carrión Maroto, J. (2007). *Estrategia: de la visión a la acción*. Madrid: esic.
- Carrión Maroto, J. (2007). *Estrategia: de la visión a la acción*. España: Esic.
- Castell, A. C. (2011). *OPTATIVA III. CONTABILIDAD*. Manzanillo: Universidad de Colima.
- Castellanos, J. R. (15 de 05 de 2010). *Contribuciones a la Economía*. Recuperado el 10 de 05 de 2013, de www.eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2010a/cccm2.htm>
- Cayota, S. (1997). *Gestión para la modernización*. Pomelo.
- Cedeño Gómez, Á. (2005). *Administración de la empresa*. costa rica: Universalidad estatal a Distancia.
- Cendex, p. U. (2001). *Estrategias de producción y mercado para los servicios de salud*. Bogaota: Ceja.

- Centeno, M. (10 de Octubre de 2011). *sistemas-de-planificacin-de-recursos-empresariales*. Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de sistemas-de-planificacin-de-recursos-empresariales:
<http://www.slideshare.net/maykelcenteno/sistemas-de-planificacin-de-recursos-empresariales>
- cepvi. (2012). Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.cepvi.com:
<http://www.cepvi.com/trabajo/rendimiento.shtml>
- Cerda, E. C. (2009). *RECURSOS HUMANOS*. Mexico.
- Chacón. (2009). *Satisfacción y expectativa del cliente*, Editorial. Valencia.
- Chacón, L. A. (2012). www.tipsplan.com/que-es-una-meta. Obtenido de www.tipsplan.com: <http://www.tipsplan.com/que-es-una-meta>
- Chalán, E. A. (2012). “*El sistema de gestión del talento humano y su incidencia en el rendimiento laboral en la Coordinación Zona 3 Planta Central del Ministerio de Inclusión Económica Y Social*”. . Ambato: UTA.
- Charan, R. (2004). *El crecimiento rentable, un asunto de todos: 10 herramientas prácticas para el crecimiento empresarial*. España: Empresa activa.
- Chiang Vega, M. ., & Núñez, A. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Madrid: Comillas.
- Chiavenato, I. (1999). *ADMINISTRACIÓN DE RECUSOS HUMANOS*. Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (s.f.). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO*. Recuperado el 07 de Agosto de 2013, de http://scholar.goscholar.google.com/ec/scholar?q=gestion+de+recurso+humano&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5:
http://scholar.goscholar.google.com/ec/scholar?q=gestion+de+recurso+humano&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5

- Chiavenato, I. (s.f.). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. 2004: McGraw-Hill Interamericana,.
- CLELLAND, D. M. (2009). *Estudio de la motivacion humana*. Madrid : Narcera.
- Clelland, D. M. (2009). *Estudio de la motivacion humana*. Madrid: Narcera.
- Clubplaneta. (2009). *www.trabajo.com.mx*. Recuperado el Octubre de 2013, de http://www.trabajo.com.mx/creando_tu_manual_de_procesos.htm
- Cobo Escobar, J. X. (2012). *El desarrollo del Talento Humano por Competencias y la Productividad de Carrocerías Pérez en la ciudad de Ambato*. . Ambato: UTA, Facultad de Ciencias Administrativas.
- Cockrum, J. (2011). *101 maneras de hacer un negocio* (tercera ed.). ecuador: norma .
- Collado, F. (s.f.). *comunicacion organizacional*.
- Collas, A. (2012). *gestion.pe*. Recuperado el Octubre de 2013, de http://gestion.pe/empleo-management/claves-buscar-empleo-mejorar-posicion-laboral-2009674?href=nota_rel
- Combeller, C. R. (1999). *El nuevo escenario: la cultura de calidad y productividad en las empresas* . México: Jabaz.
- Companys, R., & Corominas, A. (1988). *Planificacion y rentabilidad de proyectos industriales*. España: Marcombo.
- competenciaslaborales. (2010). *www.competenciaslaborales.cl*. Obtenido de www.competenciaslaborales.cl: <http://www.competenciaslaborales.cl/definiciones.htm>
- Comunicacion, T. Y. (30/06/2008 - 265 páginas). *Bib. Orton IICA / CATIE*. El Ateneo,.
- Comunicacion, T. Y. (2008, 265 pág.). *Bib. Orton IICA / CATIE*. El Ateneo,.

- consumoteca. (Mayo de 2011). *www.consumoteca.com/familia-y-consumo/asociaciones-de-consumidores/analisis-comparativo/*. Obtenido de *www.consumoteca.com*: <http://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/asociaciones-de-consumidores/analisis-comparativo/>
- conversis. (2011). *conversisconsulting.com*. Recuperado el 2013, de <http://conversisconsulting.com/retos-marketing-tecnologico/descubrir-entender-nuevos-mercados/>
- Córdova, L. (2009). *Objetivos de los Sistemas de Producción y Operaciones – Parte I*.
- CORIDEAS. (6 de Mayo de 2011). *www.lahora.com.ec*. Recuperado el 8 de Agosto de 2013, de <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101205712/-1/%C3%A2%E2%82%AC%CB%9CCreatividad%20para%20la%20innovaci%C3%83%C2%B3n%C3%A2%E2%82%AC%E2%84%A2%20.html#.Ug5hUZI3uAk>
- Coromina, N. P. (Noviembre de 2011). *gestioninformacion.idec.upf.ed*. Recuperado el Noviembre de 2013, de <http://gestioninformacion.idec.upf.edu/~i1258/ganadores/i76441/gestionconte10.html>
- corporacionelite. (2011). *www.corporacionelite.org*. Recuperado el Diciembre de 2013, de http://www.corporacionelite.org/php/ch_14.php
- Costa Sansaloni, J. (2006). *Innovación y propiedad industrial*. España: universidad politecnica de valencia.
- Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente: La comunicación y la calidad del servicio en la Atención al cliente*. Ideas Propias.
- crecenegocios. (5 de Marzo de 2010). *www.crecenegocios.com*. Recuperado el 4 de Octubre de 2013, de <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-funciones-del-area-de-recursos-humanos/>

- crecenegocios. (2011). *www.crecenegocios.com*. Recuperado el 2013, de <http://www.crecenegocios.com/el-proceso-de-reclutamiento-y-seleccion-de-personal/>
- Cristina, A. (15 de enero de 2007). *www.marketingdeservicios.blogspot.com*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de www.marketingdeservicios.blogspot.com: www.marketingdeservicios.blogspot.com
- Cruz, R. (30 de Junio de 2012). *www.doctortecno.com*. Recuperado el Marzo de 2014, de <http://www.doctortecno.com/noticia/redes-sociales-principal-instrumento-del-marketing-digital-ecuador>
- CUA, C. U. (2011). *www.cuaad.udg.mx*. Recuperado el Noviembre de 2013, de www.cuaad.udg.mx/alumnos/servicio-social
- DANS, E. (2010). *Todo va a cambiar. Tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer*. Barcelona: deusto.
- David Allred Whetten, K. S. (2005). *Desarrollo de Habilidades directivas*. México: Pearson.
- davidsolo777. (Junio de 2011). *www.buenastareas.com*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Empresa-y-Capacidad-Empresarial/2489753.html>
- Definición ABC. (12 de Mayo de 2012). *Definición ABC*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://www.definicionabc.com>
- Definición.de. (5 de Abril de 2012). *Definición.de*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://definicion.de/satisfaccion/#ixzz2iEZsBNmD>
- definicion.de/rendimiento/*. (s.f.). Obtenido de definicion.de/rendimiento/: <http://definicion.de/rendimiento/>

- definicionabc. (s.f.). *www.definicionabc.com*. Obtenido de *www.definicionabc.com*:
<http://www.definicionabc.com/general/meta.php#ixzz2iTGoT442>
- Definicionde. (2009). *DEFINICIÓN.DE*. Recuperado el 15 de Agosto de 2012, de <http://definicion.de/marketing-de-servicios/>
- definicion-desempeno-laboral*. (2012). Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.ehowenespanol.com/definicion-desempeno-laboral-info_149860/:
http://www.ehowenespanol.com/definicion-desempeno-laboral-info_149860/
- Delgado, J. J. (20 de 12 de 2010). *www.prohumana.CL*. Recuperado el 06 de 10 de 2013, de http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=2040&Itemid=91
- deloitte. (2012). *www.deloitte.com*. Recuperado el 2013, de <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ecuador/Local%20Assets/Documents/Informativo%20Gerencial/Deloitte-IGenero2013.pdf>
- demonhhhemmm. (Octubre de 2012). *www.definicionABC*. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de [www.definicionABC: http://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php](http://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php)
- DHL. (2012). *www.dhl.com.ec*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.dhl.com.ec/es/carreras/gestion.html>
- DiarioTelegrafo. (19 de Enero de 2013). *www.telegrafo.com.ec*. Recuperado el 9 de Octubre de 2013, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-ambiente-laboral-de-tres-empresas-fue-premiado.html>
- Dias de santos. (1995). *Diagnostico de la empresa*. madrid: MAPCAL.

- Díaz Bretones, F., & Montalbán Peregrín, M. (2004). *El individuo como unidad de análisis: la influencia de los valores, percepciones y actitudes en el comportamiento laboral*. Barcelona: OUC.
- Díaz Moliner, R. (2007). *Guía práctica para la prevención de riesgos laborales*. España: Lex Nova.
- Diccionario de Marketing, d. C. (1999). *Diccionario de Marketing, de Cultural, S.A.*
- DiccionarioPublicidaddirecta. (2011). *www.publirecta.com*. Recuperado el 3 de Octubre de 2013, de http://www.publirecta.com/dicc/diccionario_marketing_a.php
- Díez, I. V. (2004). *Cómo conquistar el mercado con una estrategia CRM*. Madrid: FC.
- Dinner, C. (16 de Octubre de 2008). *www.slideshare.net*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net/christianluc/marketing-de-servicios-presentation): <http://www.slideshare.net/christianluc/marketing-de-servicios-presentation>
- Downes, L., & Mui, C. (1999). *Estrategias Digitales Para Dominar el Mercado*. España: Granica.
- Duro, A. M. (01 de Marzo de 2006). *calidad de vida laboral*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de [calidad de vida laboral](http://www.fcjs.urjc.es/geap/Web_Alumnos/Informaci%C3%B3n%20Alumnos/Programas%20URJC/programas_antteriores/LICENCIATURA%20EN%20CIENCIAS%20DEL%20TRABAJO/5%C2%BA%20curso/Calidad%20de%20Vida%20Laboral/2005-2006/CalidadVidaLaboral.2%C2%BA.06-5.pdf): http://www.fcjs.urjc.es/geap/Web_Alumnos/Informaci%C3%B3n%20Alumnos/Programas%20URJC/programas_antteriores/LICENCIATURA%20EN%20CIENCIAS%20DEL%20TRABAJO/5%C2%BA%20curso/Calidad%20de%20Vida%20Laboral/2005-2006/CalidadVidaLaboral.2%C2%BA.06-5.pdf
- e-conomic. (2002). *www.e-conomic.es*. Obtenido de www.e-conomic.es: <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-marketing-mix>
- e-conomic. (2002). *www.e-conomic.es*. Obtenido de www.e-conomic.es: <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-cuota-mercado>

- Ecopetrol. (2011). *www.ecopetrol.com.co*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.ecopetrol.com.co/contenido.aspx?catid=265&conid=38366&pagid=129886>
- Ediciones Díaz de Santos . (1997). *La ventaja competitiva*. Madrid-España: Díaz de Santos .
- Ediciones Díaz de Santos S.A. (1994). *Dirección por objetivos: aplicaciones en la pequeña empresa*. México: Díaz de Santos.
- Editorial Vértice. (2008). *Dirección estratégica*. España: Vértice.
- Editorial Vértice. (2010). *Marketing digital*. España: Vértice.
- Elergonomista*. (2009). Recuperado el 4 de Mayo de 2013, de <http://www.elergonomista.com/comunicacionproceso.html>
- elergonomista*. (2011). *www.elergonomista.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.elergonomista.com/relacioneslaborales/r183.html>
- Eli, E. (16 de Noviembre de 2005). *riie.com*. Recuperado el 12 de Octubre de 2013, de <http://riie.com.pe/?a=31105>
- empleare. (24 de Noviembre de 2009). *www.empleare.com*. Recuperado el 4 de Octubre de 2013, de <http://www.empleare.com/los-objetivos-profesionales.html>
- EmpleoSud. (8 de Diciembre de 2011). *www.ldsjobs.org*. Recuperado el 2 de Octubre de 2013, de <https://www.ldsjobs.org/ers/ct/articles/developing-your-career-plan?lang=spa>
- emprendices.co. (21 de Julio de 2010). *www.emprendices.co*. Obtenido de www.emprendices.co: <http://www.emprendices.co/definicion-de-e-business-o-negocios-electronicos/>
- Empresas, G. d. (28 de Noviembre de 2011). *gestion.tvinnovacion-empresarial*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de [gestion.tvinnovacion-empresarial](http://gestion.tv/innovacion-empresarial/): <http://gestion.tv/innovacion-empresarial/>

- Enciclopedia de economía. (2009). *www.economia48.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.economia48.com/spa/d/inventario/inventario.htm>
- Enrique, P. A. (2007). *La gestión tecnológica del conocimiento*. España: Edit.um.
- Enzensberger, H. M. (01/11/1984 - 74 páginas). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Anagrama Editorial S. A., .
- ENZENSBERGER, H. M. (1984, 74 pág.). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Anagrama Editorial S. A.,.
- Erhard, L. (2007). *Economía Social de mercado* (Primera ed.). Madrid: Ediciones Rialp, S.A.
- eritocsb. (Enero de 2011). *www.buenastareas.com/ensayos/Capacidad-Empresaria*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Capacidad-Empresarial/1379778.html>
- Escat, M. (07 de 10 de 2008). *comunicacion organizacional*. Recuperado el 03 de 05 de 2013, de [www.gestiopolis.com: http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/estrategias-de-comunicacion-interna.htm](http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/estrategias-de-comunicacion-interna.htm)
- Escobar, J. (05 de 05 de 1996-1999). *monografias.com*. Recuperado el 03 de 05 de 2013, de [www.monografias.com: http://www.monografias.com/trabajos5/comcor/comcor.shtml](http://www.monografias.com/trabajos5/comcor/comcor.shtml)
- España, M. d. (2009). *Recursos.cnice*. Recuperado el 4 de Mayo de 2013, de http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm
- Espinosa, R. (2011). *robertoespinosa.es*. Recuperado el 2013, de <http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>
- Espinoza, L. Á. (2009). *Comunicación Efectiva para el Logro de una Visión Compartida*. UACJ.

Espinoza, S. A. (s.f.). *Diccionario de Economía*. Andrade.

ESPÓSITO, R. (13 de Enero de 2013). */renzoespósito.com*. Obtenido de */renzoespósito.com*: <http://renzoespósito.com/5-estrategias-para-la-fidelizacion-de-clientes/>

Esther. (07 de Octubre de 2009). *www.tiemposmodernos.eu*. Obtenido de *www.tiemposmodernos.eu/ret-concepto-proceso-de-comunicacion/*: <http://www.tiemposmodernos.eu/ret-concepto-proceso-de-comunicacion/>

Esther. (03 de Marzo de 2010). *www.tiemposmodernos.eu*. Obtenido de *www.tiemposmodernos.eu*: <http://www.tiemposmodernos.eu/direccion-empresarial-ret/>

Esther, L. (3 de Marzo de 2010). *www.tiemposmodernos.eu*. Recuperado el 7 de Octubre de 2013, de <http://www.tiemposmodernos.eu/direccion-empresarial-ret/>

Eugenio, B. G. (2012). “*Estrategias de Marketing Digital y la captación de clientes de la Empresa Distrillanta S.A. de la Ciudad de Ambato.*”. Ambato: Facultad De Ciencias Administrativas, Universidad Técnica De Ambato.

Europapress. (20 de Febrero de 2014). *Lainformacion.com*. Recuperado el Abril de 2014, de http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/empresas/mas-de-200-empresas-se-informan-sobre-marketing-digital-internacional-en-unas-jornadas-organizadas-por-extend_a_wiuwJX5hddhk1d11WURhP4/

Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2008). *Administración Y Control de la Calidad*. Mexico: Cengage Learning.

expresionoralyescritauvm. (06 de Mayo de 2008). *www.slideshare.net/expresionoralyescritauvm/la-comunicacin-como-proceso*. Obtenido de *www.slideshare.net*: <http://www.slideshare.net/expresionoralyescritauvm/la-comunicacin-como-proceso>

- Fernández Collado. (Febrero de 2005).
www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm. Obtenido de
www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm:
<http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm>
- Fernández López, S., & Rodríguez Sandías, A. (2007). *La práctica de las finanzas de empresa*. España: Delta.
- Fernández Ríos, M., & Sánchez, J. C. (1997). *Eficacia organizacional*. madrid: Días de Santos.
- Fernández, D. (Octubre de 2012). *decisionempresarial.com*. Recuperado el 9 de Octubre de 2013, de http://decisionempresarial.com/decision_2012/noticias-recientes/como-afecta-una-crisis-financiera-en-el-ambiente-laboral/
- Fernandez, N. (2002). *cuadernos de gestion*. Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/214.pdf:
<http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/214.pdf>
- Ferré, J. M., & Ferré, J. (2006). *Políticas y estrategias de comunicación y publicidad*. madrid: Diaz de santos.
- Ferrell, M. D. (2006). *Estrategia de Marketing*. Thomson.
- Ferrell, O. (2006). *Estrategia de Marketing*. Mexico: Santa fe.
- Filippi, G. (2010). *www.linkedin.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.linkedin.com/company/graciela-filippi-innovacion-estrategica/evaluaci-n-de-potencial-laboral-804206/product>
- Filippi, G. (2011). *Las competencias laborales y el potencial de desarrollo*.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. México: Mc Graw Hill.
- Flores Jimenez, N. A. (2009). *Diseño de un Sistema de Evaluación del Desempeño Laboral para El Colegio e Instituto Tecnológico Superior David Ausubel Bajo el Enfoque de Competencias*. Quito: UTE.

Florez Lopez, R. I. (Octubre de 2012). *rosainesflorezlopez.blogspot.com*. Obtenido de [rosainesflorezlopez.blogspot.com: http://rosainesflorezlopez.blogspot.com/2012/10/concepto-cultural-digital.html](http://rosainesflorezlopez.blogspot.com/2012/10/concepto-cultural-digital.html)

Folberg. (2006).

Fonseca, M. (2007). *Comunicacion oral*. Mexico: Pearson.

Franco, C. (Octubre de 2010). *www.tendencias21.net*. Recuperado el 2013, de http://www.tendencias21.net/La-cultura-organizacional-es-clave-para-el-exito-de-una-empresa_a4976.html

Fred R, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Mexico: Pearso Educacion.

French, R. (2011 - 689 páginas). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. John Wiley & Sons: pedagogical features.

French, R. (2011, 689 pág.). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. John Wiley & Sons: pedagogical features.

Frías F., P. (2001). *Desafíos de modernización de las relaciones laborales: hacia una nueva cultura y concrecion empresarial*. Buenos Aires: EDIN.

FunciónJudicialTungurahua. (22 de Octubre de 2012). *tungurahua.funcionjudicial.gob.ec*. Recuperado el 9 de Octubre de 2013, de <http://tungurahua.funcionjudicial.gob.ec/index.php/es/saladeprensa/noticias/item/962-el-consejo-de-la-judicatura-implementa-plan-piloto-de-comunicaci%C3%B3n-interna-para-la-funci%C3%B3n-judicial.html>

Fundación Wikimedia. (18 de Enero de 2011). *es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de [es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente: http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente)

- Gallego, J. C. (2010). *Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Técnicas básicas*. Madrid: Editex.
- Gamboa Ruiz, E. J. (04 de Septiembre de 2010). *www.psicologiaincientifica.com*.
Obtenido de <http://www.psicologiaincientifica.com/satisfaccion-laboral-determinantes/>: <http://www.psicologiaincientifica.com/satisfaccion-laboral-determinantes/>
- Gámez, R. (2006). *Comunicacion y cultura organizacional en empresas* . UAS.
- Gan, F. (2007 - 404 páginas). *Manual de Recursos Humanos*. Editorial UOC,.
- GAN, F. (2007, 404 pág.). *Manual de Recursos Humanos*. Editorial UOC,.
- García, J. O. (2010). *gestionhumana.com.sv/*. Recuperado el Octubre de 2013, de http://gestionhumana.com.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=28:el-potencial-laboral&catid=11:recursos-humanos&Itemid=43
- García, J., & Arregui, T. (2002). *Gestión del conocimiento y empresa: una aproximación a la realidad española*. EOI.
- García, M. (Agosto de 2010). *Marketing y Comunicación integral*. Obtenido de marketingcosmeticaperfumeria.wordpress.com:
<http://marketingcosmeticaperfumeria.wordpress.com/2010/08/05/proceso-del-desarrollo-de-nuevos-productos/>
- García, R. P. (2012). *Valoración de La Carrera Profesional en sus diferentes dimensiones y aplicación al Personal Sanitario del Sistema Nacional de Salud Español*. . UNED.
- García, S., & Núñez, T. d. (2001). *Cultura corporativa y competitividad de la empresa española*. madrid.
- GARCIA, V. (2012). *www.primaerd.com*. Obtenido de <http://www.primaerd.com>
- García, V. (2012). *www.primaerd.com*. Obtenido de <http://www.primaerd.com>

- Gargurevich Regal, J. (2006). *¿Para qué estudiar Periodismo?. En Revista Palestra de la Comunicación*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Garteiz, J. M. (14 de Marzo de 2009). *www.mycoach.es*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.mycoach.es/2009/03/14/objetivos-empresariales/>
- Gerencia personal*. (2012). Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de [www.gerenciapersonal.com: http://www.gerenciapersonal.com/evaluacion-del-desempeno-laboral.html](http://www.gerenciapersonal.com/evaluacion-del-desempeno-laboral.html)
- gerencie.com*. (2013). *www.gerencie.com*. Obtenido de [www.gerencie.com: http://www.gerencie.com/diferencia-entre-meta-y-objetivo.html](http://www.gerencie.com/diferencia-entre-meta-y-objetivo.html)
- Gestionyadministracion*. (2011). *www.gestionyadministracion.com*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2013, de <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-de-recursos-humanos.html>
- GIBSOM P. (2005 - 221 páginas). *PROCESS DE COMUNICACION*. EU.: Netbiblo.
- GIBSOM P. (2005, 221 pág.). *PROCESOS DE COMUNICACION*. EU.: Netbiblo.
- Gil, A. (01 de 07 de 2009). *Scribd*. Recuperado el 09 de 05 de 2013, de [www.scribd.com: http://es.scribd.com/doc/29939697/EVALUACION-DE-DESEMPENO](http://es.scribd.com/doc/29939697/EVALUACION-DE-DESEMPENO)
- Gimon, A. (09 de Septiembre de 2006). *www.gestiopolis.com/*. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de [www.gestiopolis.com/: http://www.gestiopolis.com/](http://www.gestiopolis.com/).
- Gitman, L. J., & McDaniel, C. D. (2007). *El futuro de los negocios*. México: Cengage Learning.
- Globalholidaycard. (30 de Abril de 2013). *www.globalholidaycard.com*. Recuperado el 30 de Octubre de 2013, de <http://www.globalholidaycard.com/marketing-estrategico/>

- Glosario.net. (03 de Septiembre de 2007). *ciencia.glosario.net*. Obtenido de ciencia.glosario.net: <http://ciencia.glosario.net/agricultura/tasa-de-crecimiento-11591.html>
- Gonzales, A. (2012). *www.rrppnet.com.ar*. Recuperado el 2013, de <http://www.rrppnet.com.ar/imageninstitucional.htm>
- Gonzales, M. (Junio de 2002). *www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/42/conmercadhel.htm*. Obtenido de www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/42/conmercadhel.htm: <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/42/conmercadhel.htm>
- Gonzalez, A. B. (2008). *Comunicacion Interna*. Buenos Aires: La Crujia Ediciones.
- Gonzalez, J. M. (23 de Febrero de 2007). *www.elsiglodetorreon.com*. Recuperado el 20 de Agosto de 2013, de www.elsiglodetorreon.com: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/261534.html>
- González, M. J. (2006). *Habilidades directivas*. España: 2006.
- Guado, P. (2011). *www.cpsmbga.gov.com*. Recuperado el 2013, de http://www.cpsmbga.gov.com/MECI/Diagnostico%20_Componente_%20Direccionamiento_%20Estrategico.pdf
- Guato Rojas, M. L. (2013). *La comunicación interna y el ambiente laboral en el Colegio Técnico Provincia de Pastaza de la ciudad de Puyo*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Guerra, A. y. (2007). *desempeño laboral* .
- Gunnar Broms, R. H. (01/01/2000 - 181 páginas). *ambiente laboral* . (COIFA).
- Gunnar Broms, R. H. (2000 - 181 páginas). *ambiente laboral*. (COIFA).
- Gutierrez, J. (2009). *www.taringa.net*. Recuperado el 2013, de <http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/12031531/La-Mision->

de-una-Empresa-20-ejemplos-de-empresas-
conocida.htmlhttp://www.taringa.net/posts/apuntes-y-
monografias/12031531/La-Mision-de-una-Empresa-20-ejemplos-de-
empresas-conocida.html

Hassan, M. E. (Julio de 2013). *Conductasexito*. Recuperado el Junio de 2014, de
[http://conductasexito.blogspot.com/2013/07/la-actitud-profesional-
garantiza-el.html](http://conductasexito.blogspot.com/2013/07/la-actitud-profesional-garantiza-el.html)

Hellriegel, D. (20/01/2009 - 640 páginas). *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*. Cengage Learning Editores, .

Hellriegel, D. (2009, 640 pág.). *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*. Cengage Learning Editores,.

Hernández, H. (2000). *upr.libguides.com*. Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de
upr.libguides.com:
<http://upr.libguides.com/content.php?pid=203069&sid=1696812>

Hernández, J. (2010). *administraciondeempresasii.blogspot.com*. Recuperado el
Diciembre de 2013, de
[http://administraciondeempresasii.blogspot.com/2008/06/productividad-y-
administracin-de.html](http://administraciondeempresasii.blogspot.com/2008/06/productividad-y-administracin-de.html)

Hernandez, S. (04 de 11 de 2011). *Ilustrados*. Recuperado el 13 de 05 de 2013, de
www.ilustrados.com: [http://www.ilustrados.com/tema/10670/evaluacion-
desempeno.html](http://www.ilustrados.com/tema/10670/evaluacion-desempeno.html)

Herrera, F. (08 de 06 de 2012). *Tecoloco.com*. Recuperado el 06 de 05 de 2013, de
www.tecoloco.com: [http://www.tecoloco.com/blog/la-motivacion-de-los-
empleados-dentro-de-la-empresa.aspx](http://www.tecoloco.com/blog/la-motivacion-de-los-empleados-dentro-de-la-empresa.aspx)

Herrera, J. (30 de 08 de 2004). *Navactiva*. Recuperado el 04 de 05 de 2013, de
www.navactiva.com:
[http://www.navactiva.com/es/documentacion/comunicacion-interna-
empleados-y-estrategia-van-de-la-mano_18303](http://www.navactiva.com/es/documentacion/comunicacion-interna-empleados-y-estrategia-van-de-la-mano_18303)

HERZBERG. (2007, 198 pág.). *DESEÑPEÑO LABORAL*.

Herzberg. (2007. 198 PAG.). *DESEÑPEÑO LABORAL*.

Hinostroza, C. N. (Marzo de 2010). *www.unl.edu.ec*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.unl.edu.ec/juridica/wp-content/uploads/2010/03/Modulo-6-Administraci%C3%B3n-de-la-Produccion-de-Bienes-y-Servicios.pdf>

Hornngren, C. T., Foster, G., & Datar, S. M. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. México: Pearsoned.

Hose, C. (2012). *definicion-desempeno-laboral*. Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.ehowenespanol.com/definicion-desempeno-laboral-info_149860/: http://www.ehowenespanol.com/definicion-desempeno-laboral-info_149860/

Hose, C. (6 de Enero de 2013). *www.ehowenespanol.com*. Recuperado el 4 de Octubre de 2013, de http://www.ehowenespanol.com/definicion-desempeno-laboral-info_149860/

Huelva, U. d. (2008). *TEMA 1. LA EMPRESA: CONCEPTO, ELEMENTOS, FUNCIONES Y CLASES*. España: Universidad de Huelva.

Idalberto, C. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. McGraw-Hill Interamericana.

indexmundi. (2001). *www.indexmundi.com*. Obtenido de [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_crecimiento.html): http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_crecimiento.html

Industrias, M. d. (2010). *ww.minetur.gob.es*. Recuperado el Noviembre de 2013, de <http://www.minetur.gob.es/energia/ELECTRICIDAD/CALIDADSERVICIO/Paginas/IndexCalidad.aspx>

Ing. Mora Vanegas, C. (17 de Diciembre de 2007). *www.gestiopolis.com/canales8/ger/alcance-del-rendimiento-y-desempeno-laboral-en-la-organizacion.htm*. Obtenido de

www.gestiopolis.com/canales8/ger/alcance-del-rendimiento-y-desempeno-laboral: <http://www.gestiopolis.com/canales8/ger/alcance-del-rendimiento-y-desempeno-laboral-en-la-organizacion.htm>

Iniesta, L. (2004). *Diccionario de Marketing* . Cultural S.A.

Internacional, S. (Febrero de 2011). *www.seminarium.com*. Recuperado el Agosto de 2013, de <http://www.seminarium.com/ec/noticias/la-innovacion-es-clave-para-una-empresa-destaque-ante-el-resto/>

Iturralde, E. (Octubre de 2012). *www.oocities.org*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.oocities.org/es/amadisemorales/fase3/infografia2.htm>

Ivoskus, D. (2010). *Cumbre mundial de comunicación política*. Buenos Aires: Zorzal.

Jaramillo, J. (16 de Junio de 2013). *www.andes.info.ec*. Recuperado el 7 de Agosto de 2013, de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-apunta-aplicacion-innovacion-ciencia-tecnologia-sector-empresarial.html>

Jáuregui, A. (2010). *www.gestiopolis.com*. Recuperado el 2013, de <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no8/Herramientasmktg.htm>

Jimenez, A. (2012). *.elblogsalmon.com*. Obtenido de [.elblogsalmon.com](http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-tipos-de-mercados-existen): <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-tipos-de-mercados-existen>

Jiménez, J. G. (14/12/1998 - 384 páginas). *Ediciones Díaz de Santos*. DIAZ DE SANTOS: Ediciones Díaz de Santos.

Jimenez, J. G. (1998). *Comunicacion Interna*. Madrid España: Ediciones Diaz de Santos S.A.

Jiménez, J. G. (1998). *La comunicación interna*. Madrid: díaz de santos.

JIMENEZ, J. G. (1998, 384 pág.). *Ediciones Díaz de Santos*. DIAZ DE SANTOS: Ediciones Díaz de Santos.

- Joaquin, R. P. (02 de 11 de 2011). *www.marketingempresarial.org*. Recuperado el 06 de 10 de 2013, de <http://www.marketingempresarial.org/2011/11/concepto-marketing-empresarial.html>
- Joband. (Junio de 2013). Recuperado el 2014, de <http://blog.jobandtalent.com/el-manual-de-funciones-de-la-empresa/>
- Karyelim. (10 de Junio de 2010). *www.slideshare.net/karyelim/inteligencia-competitiva*. Obtenido de www.slideshare.net: <http://www.slideshare.net/karyelim/inteligencia-competitiva>
- Kossen, S. (1992). *La venta creativa*. Madrid: Dias de santos.
- Kotler Philip, C. D. (2001). *Dirección de Marketing*. Edición del Mileniol.
- Kotler, & Armstrong. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. México: Pearson educacion.
- Kotler, P. (2007). *DIRECCION DE MARKETING*. Mexico: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2010). *Dirección de Marketing*. Madrid: Thomson Editores S.A.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Fundamentos de Marketing* (Sexta ed.). México: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Dirección de Marketing* (Duodécima ed.). México: Pearson.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: pearson Educacion .

- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2006). *DIRECCION DE MARKETING*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson.
- Krajewski, L. J. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. México: camara nacional de la industria.
- LaAruacana. (2008). *Motivación y Liderazgo dos conceptos relacionados*. LaAruacana.
- lafragua. (2012). Obtenido de www.is.gd/lafragua: <http://www.is.gd/lafragua>
- Lafuente, J. M. (1996). *Cuadernos de dirección estratégica y planificación*. España: diaz de santos.
- Lahora. (27 de Enero de 2010). www.lahora.com.ec. Recuperado el Noviembre de 2013, de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/988631/-1/Capacitaci%C3%B3n_empresarial_para_mejorar_la_econom%C3%ADa.html
- lahora. (16 de Enero de 2011). www.lahora.com.ec. Recuperado el 10 de Agosto de 2013, de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101079646/-1/M%C3%A1s_productos_innovadores_para_rama_de_construcci%C3%B3n__.html#.Ug5gb5I3uAk
- lahora. (9 de Abril de 2013). www.lahora.com.ec. Recuperado el 4 de Agosto de 2013, de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101489836/-1/Sector_textil_busca_nuevos_horizontes.html#.UgPGs5I3uAk
- Lahora. (23 de Enero de 2013). www.lahora.com.ec. Recuperado el 7 de Octubre de 2013, de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101455259/-1/Designan_a_mejor_colaborador_de_2012.html#.UIMdtoZg9u4
- Lahora. (Septiembre de 2013). www.lahora.com.ec. Recuperado el Noviembre de 2013, de <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101559098>

- la-importancia-de-la-capacitacion-labora*. (15 de Abril de 2013). Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.la-importancia-de-la-capacitacion-labora.com: www.paratodohayfans.com/.../la-importancia-de-la-capacitacion-laboral/
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2002). *MarketingInternational* . Thomson Editores S.A.
- Lester, R., Norbert, E., & Mottley, H. (1989). *Control de calidad y beneficio empresarial*. Díaz de Santos.
- Levis, D., & Cabello, R. (2007). *Medios informáticos en la educación a principios del siglo XXI*. Argentina: Prometeo.
- Lidón, J. (1998). *Conceptos básicos de economía*. Mexico: Camino de Vera.
- Lister, J. (29 de Junio de 2013). www.ehowenespanol.com. Obtenido de www.ehowenespanol.com: http://www.ehowenespanol.com/modelo-negocio-internet-info_324076/
- Llanes, G. D. (2009). bvs.sld.cu/revistas/infd/n809/infd2209.htm. Obtenido de bvs.sld.cu/revistas/infd/n809/infd2209.htm: <http://bvs.sld.cu/revistas/infd/n809/infd2209.htm>
- Loaiza, A. (Agosto de 2009). *transformacioncreativa.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de http://transformacioncreativa.com/index.php?option=com_eventlist&view=details&id=53%3ALas+7+Llaves+para+explotar+tu+potencial+laboral+-+Retiro+de+fin+de+semana&lang=es
- Londoño. (2008). *Capacidad de producción*. Bogota.
- Longenecker, J. C. (2007). *Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor*. México: Cengage learning.
- López Belbeze, M. P. (2008). *Dirección comercial: guía de estudio*. España: Servei.

- López Lita, R., Fernández Beltrán, F., & Drán Mañés, Á. (2004 3ra ed). *La publicidad local*. Universitat Jaume.
- López Mielgo, N., Montes Peón, J. M., & Vázquez Ordás, C. J. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las pymes*. España: netbiblo.
- López Viera, L. (2003). *Comunicación Social*. . La Habana : Félix Varela,.
- López Yáñez, J., Sánchez Moreno, M., & Paulino, M. E. (2004). *Cambiar con la sociedad, cambiar la sociedad*. España: universaliadda de sevilla.
- Lopez, & Pinto. (2008). *Los pilares del Marketing*. España: Politext.
- López, J. (2005). *Motivación laboral y gestión de recursos humanos* . UNSMSM.
- Lopez, M. D. (2005). Obtenido de www.google.com.
- Lopez, P. (2010). *dspace.ups.edu.ec*. Obtenido de [dspace.ups.edu.ec](http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/194/3/CAPITULO%20II.pdf):
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/194/3/CAPITULO%20II.pdf>
- Lopez, R. (12 de Enero de 2013). *marketingdigitaldesdecero.com*. Obtenido de marketingdigitaldesdecero.com:
<http://marketingdigitaldesdecero.com/2013/01/12/el-marketing-digital-definicion-y-bases/>
- López-Pinto, B. (2010). *Los pilares del marketing*. Barcelona: UPC.
- Lorenzo, A. F. (2005). *Formular la estrategia* . Pearson.
- Losa, N. F. (2011). *El desarrollo profesional de los trabajadores como ventaja competitiva de las empresas* . Universidad de La Rioja.
- Losa, N. F. (2011). *El desarrollo profesional de los trabajadores como ventaja competitiva de las empresas* . Universidad de la Rioja.
- Lugo, r., Hernández, J., Yolanda, N., & ZuloagaYurexi. (08 de Junio de 2008). *Creatividad-empresarial*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de

Creatividad-empresarial: <http://es.scribd.com/doc/3381141/Creatividad-empresarial>

Luis, D. (12 de 03 de 2011). *El emprendedor*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de www.estutsco.blogspot.com: <http://estuitsco.blogspot.com/2011/03/ciclo-de-la-motivacion-y-motivacion.html>

Luz Patricia Pardo Martínez, P. A. (, 2001 - 95 páginas). *Gestión social del talento humano*. Grupo Editorial Lumen/Humanitas.

Madrid, C. d. (2014). *Promocion.camaramadrid*. Recuperado el Marzo de 2014, de <http://www.promocion.camaramadrid.es/Principal.aspx?idemenu=2&idsubmenu=5&idapartado=4>

Madrimasd. (2012). *Manual orientacion profesional*. Recuperado el 08 de Agosto de 2014, de www.madrimasd.org/Empleo/ServicioEstrategiaProfesional: <http://www.madrimasd.org/Empleo/ServicioEstrategiaProfesional/ManualOrientacionProfesional/bibliografia.asp>

Mafla, H. A. (, 2009 - 97 páginas). *Medición de la gestión del talento humano y su incidencia en la competitividad de la pequeña empresa*. Universidad La Gran Colombia.

MAFLA, H. A. (2009, 97 pág.). *Medición de la gestión del talento humano y su incidencia en la competitividad de la pequeña empresa*. Universidad La Gran Colombia.

Magdalena. (s.f.). www.magdalena.gov.co. Obtenido de www.magdalena.gov.co: http://www.magdalena.gov.co/apc-aa-files/61306630636336616166653232336536/manual_de_procesos_y_procedimientos.pdf

Magliocchini, I. (12 de 01 de 2012). *Wikipedia*. Recuperado el 03 de 05 de 2013, de www.wikipedia.org: http://es.wikipedia.org/wiki/Discusi%C3%B3n:Recursos_humanos

- Maisanche, F. (2013). */edicionimpresa.elcomercio.com*. Recuperado el 2014, de <http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/22110000f8d93d79-267f-48d2-a376-1ff59787a7f0>
- Malagón Londoño, G., Galán Morera, R., & Pontón Laverde, G. (2006). *Garantía de calidad en salud*. Colombia: Panamericana.
- managementjourna. (21 de Noviembre de 2011). *www.managementjournal.net*. Recuperado el 4 de Octubre de 2013, de <http://www.managementjournal.net/top-management/capital-humano/tag/posicion%20laboral>
- Manene, L. M. (4 de Abril de 2012). *MERCADO: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS, ATRACTIVO Y SEGMENTACIÓN*. Obtenido de www.luismiguelmanene.com: <http://www.luismiguelmanene.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/>
- Manizales, J. (Junio de 2013). *www.agenciadenoticias.unal.edu.co*. Recuperado el Noviembre de 2013, de <http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/ndetalle/article/la-motivacion-valor-diferencial-en-gestion-del-conocimiento.html>
- Manriquez, G. (Enero de 2010). *competitividadresponsable.wordpress.com*. Recuperado el Marzo de 2014, de <http://competitividadresponsable.wordpress.com/2010/01/04/la-politica-de-comunicacion-corporativa/>
- Manual orientacion profesional*. (2012). Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.madrimasd.org/Empleo/ServicioEstrategiaProfesional/ManualOrientacionProfesional/bibliografia.asp
- MANUFACTURAINTELIGENTE.COM. (03 de Diciembre de 2008). *mejoracontinua-kaizen.blogspot.com*. Obtenido de [mejoracontinua-](http://mejoracontinua-kaizen.blogspot.com)

kaizen.blogspot.com: <http://mejoracontinua-kaizen.blogspot.com/2008/12/que-es-mejora-continua.html>

Margarita Chiang Vega. (2010 - 302 páginas). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Univ Pontifica Comillas,.

Margarita Chiang Vega. (2010, 302 pág.). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Univ Pontifica Comillas,.

Mariño, J. O. (2010). *Efecto mediador de la innovación organizacional en la relación entre el entorno y el desempeño organizacional en empresas de servicios*. . ESADE.

marketing-xxi. (2010). *www.marketing-xxi.com*. Recuperado el Diciembre de 2013, de <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

Marquéz, R. (2011). *Procesos Producción*.

Marr, R., & García Echevarría, S. (1997). *La dirección corporativa de los recursos humanos*. Madrid: diaz de santos.

Martínez Nocedo, Y. (2009). *Hablemos de comunicación*. La Habana.: Logos, ACCS.

Martinez Pedros, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). *Metas estratégicas*. Madrid: Diaz de santos.

Martínez Posadas, S. (Abril de 2009). *www.turevista.uat.edu.mx*. Obtenido de www.turevista.uat.edu.mx:
<http://www.turevista.uat.edu.mx/Volumen%203%20Numero%204/comunicacion%20organizacional.htm>

Martinez, A. (2009). *EL PROCESO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO COMO HERRAMIENTA PARA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES*.

Martínez, E. R. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. BBVA.

- Martinez, J. M. (2008). *el arte de enseñar y de enseñar*. bolivia: La Hoguera.
- Martínez, L. (2006). *Gestión del cambio y la innovación en la empresa*. España: Ideaspropias.
- Martínez, L. (2012). *aplicaciones.ceipa.edu.co*. Recuperado el 2013, de http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/monografias/direccionamiento_estrategico_para_la_empresa_solema_ltda.pdf
- Martins, C. (2011). *la tercera pantalla (marketing en un mundo movil)* (segunda ed.). Colombia: Prentice Hall.
- Maslow, A. H. (2005 - 348 páginas). *Una Visión Humanista para la Empresa de Hoy*. Editorial Paidós,.
- MASLOW, A. H. (2005, 348 pág.). *Una Visión Humanista para la Empresa de Hoy*. Editorial Paidós,.
- Mata, M. G. (2011). *Importancia del reclutamiento y selección del personal*. Universidad Veracruzana.
- mcgraw-hill.es. (s.f.). *www.mcgraw-hill.es*. Obtenido de www.mcgraw-hill.es: www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448169298.pdf
- Medina, J. (2006). *Visión compartida de futuro*. Cali - Colombia: Universalidad del valle.
- Mejía, C. A. (2013). *www.planning.com*. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de Documentos planning: <http://planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf>
- Mejia, L. G. (2000). *Dirección Recursos Humanos*. McGraw Hill.
- Melendes, D. (2007). *www.dosideas.com*. Obtenido de <http://www.dosideas.com>
- MELENDES, D. (2007). *www.dosideas.com*. Obtenido de <http://www.dosideas.com>
- Mendice, D. (2011). *El marketing de servicio y un mundo de guerras*. buenos aires, Argentina .

- Mercado, S. (1997). *Mercadotecnia programada: principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado*. México: Limusa.
- Mertens, L. (1997). *Formación basada en competencia laboral*:. Guanajuato: Cinterfor.
- Mertens, L. (2011). *www.oitcinterfor.org*. Recuperado el 2013, de http://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/edit/docref/medicion_capacitacion.pdf
- Middleton. (2010). *Construir una marca en 30 días*. Mexico: Ediciones McGRAW Hill.
- Middleton, S. (2010). *Construir una marca en 30 dias* (primera ed.). Mexico: McGraw Hill.
- Mike Schultz, J. D. (2011). *marketing de servicios profesionales* (tercera edición ed.). Colombia: Norma.
- Minetti, M. V. (Octubre de 2011). *www.learningreview.com*. Recuperado el Noviembre de 2013, de <http://www.learningreview.com/component/content/article/2880-comunicacion-interna-20-para-la-gestion-del-conocimiento>
- Mínguez Vela, A. (2003). *El formador en la empresa*. Madrid: Esic.
- Ministerio de trabajo. (2012). Obtenido de <http://www.mintra.gob.pe/mostrarServicios.php?codServicios=1>: <http://www.mintra.gob.pe/mostrarServicios.php?codServicios=1>
- Ministerio de Salud. (2009). *Información conceptual*. Perú.
- MIPRO. (2012). *comercioexterior.com.ec/*. Recuperado el 2013, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/textileros-de-tungurahua-buscan-insertar-sus-productos-en-mercados-internacionales>

- MIPRO, M. d. (18 de Enero de 2013). *www.industrias.gob.ec*. Recuperado el 3 de Agosto de 2013, de <http://www.industrias.gob.ec/ministerio-de-industrias-promueve-productividad-e-integracion-en-sector-textil-de-antonio-ante/>
- Miranda. (2010). *www.aliadolaboral.com*. Obtenido de [www.aliadolaboral.com](http://www.aliadolaboral.com/personas/SE4/BancoConocimiento/P/p-que-es-competencia-laboral-colombia/p-que-es-competencia-laboral-colombia.aspx): <http://www.aliadolaboral.com/personas/SE4/BancoConocimiento/P/p-que-es-competencia-laboral-colombia/p-que-es-competencia-laboral-colombia.aspx>
- Moenaert, R., Robben, H., Gouw, P., & León. (s.f.). *Marketing con vision de futuro*. Madrid: ESIC.
- Mondy, R., & Noe Robert. (2005). *Administracion de recursos humanos*. Mexico: camara nacional de la industria.
- Montenegro, S. (20 de Agosto de 2010). *creatividad-empresarial*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de [creatividad-empresarial: http://www.slideshare.net/silviayjuanda/la-creatividad-empresarial](http://www.slideshare.net/silviayjuanda/la-creatividad-empresarial)
- Morales, M. (08 de 12 de 2012). *Equilibrio Laboral*. Recuperado el 10 de 05 de 2013, de [www.equilibriolaboral.cl: http://www.equilibriolaboral.cl/index.php/otras-publicaciones/178-evaluacion-de-desempeno-en-6-pasos](http://www.equilibriolaboral.cl/index.php/otras-publicaciones/178-evaluacion-de-desempeno-en-6-pasos)
- Morgan, R. (Junio de 2010). *www.oocities.org*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.oocities.org/es/evanuaman/trabajo3.htm>
- MOYA, M. (2009). AMBATO.
- Muñiz, R. (01 de 04 de 2001-2013). *Adwords Marketing online*. Recuperado el 03 de 05 de 2013, de Portal de Relaciones Publicas.net: <http://rrppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm>
- Navarro Llena, J. M. (01 de Enero de 2014). */www.puromarketing.com*. Obtenido de [/www.puromarketing.com: http://www.puromarketing.com/13/19078/estrategias-fidelizacion-desde-punto-vista-cliente.html](http://www.puromarketing.com/13/19078/estrategias-fidelizacion-desde-punto-vista-cliente.html)

- Navarro, J. C. (2010). *economia.unmsm.edu.pe*. Recuperado el 2013, de <http://economia.unmsm.edu.pe/Docentes/JNavarroL/Planeamiento/CLAS E%202%20GE.PDF>
- Navarro, R. (2007). *Clima y Compromiso Organizacional*. Veracruz Mexico: UCC. Obtenido de www.eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/340/Origenes%20y%20definicion%20de%20clima%20laboral.htm>
- negocio.com. (2009). *www.un-negocio.com*. Obtenido de www.un-negocio.com: <http://www.un-negocio.com/negocios-online/negocios-electronicos.html>
- Newstrom, J. (2003). *COMPORTAMIENTO HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES*. Mc Graw Hill.
- Nohlen, D. (2011). *www.rzuser.uni-heidelberg.de*. Obtenido de www.rzuser.uni-heidelberg.de: http://www.rzuser.uni-heidelberg.de/~k95/es/doc/diccionario_metodo-comparativo.pdf
- Noreña, L. S. (2013). *Producción*.
- Núñez, P. (2012). *Nuevos retos en el desarrollo de carrera profesional el modelo boundaryless career*. *Universia Business Review*.
- O'Guinn, A. y. (2011). *Publicidad*. International Thomson Editores,.
- Obando, J. R. (2004). *Elementos de Microeconomía*. Costa Rica: EUNED.
- Ochoa Juan Francisco. (08 de 01 de 2012). *www.cybertech.com*. Recuperado el 06 de 10 de 2013, de <http://www.cybertech.com.ar/mendive>.
- O'farrell, R. (Enero de 2013). *www.ehowenespanol.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de http://www.ehowenespanol.com/conceptos-planificacion-produccion-sobre_96031/
- Olaya, M. C. (2007). *Principios de Clase Mundial en La Manufactura en Redes Empresariales de la Confección un Estudios de Benchmarkin*. Manizales:

Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales Facultad de Ciencias y
Administración Maestría en Administración .

- Oliveros, M. (2010). *Capacidad de Producción*. Universidad de los Andes.
- Oltra Comorera, V., Curós Vilà, M. P., Díaz Cuevas, C. A., Rodríguez-Serrano, J.,
Tebla Nuez, R., & Tejero Lorenzo, J. (2005). *Desarrollo del factor humano*.
Barcelona - España: UOC.
- organismos.chubut. (2010). *organismos.chubut.gov.ar*. Obtenido de
organismos.chubut.gov.ar:
<http://organismos.chubut.gov.ar/fortalecimiento/que-es-el-fortalecimiento/>
- Orgemer, G. (2002). *Enciclopedia de los recursos humanos*. España: FC.
- Oroz, R. (2010). *Gestión del talento humano*.
- Orozco, J. (2010). *El benchmarking y su aplicación en las instituciones bancarias*.
. Quito: Universidad Politécnica Salesiana. .
- Ortegón, L. (2005). *Capacidad Empresarial*.
- Ortiz, A. (2012). Desarrollo del Pensamiento y Competencias Basicas. En A. Ortiz.
Magdalena, Colombia: Editorial Litoral.
- Ortiz, G. A. (2005). *Gerencia financiera y diagnóstico estratégico*. Bogotá:
McGraw-Hill.
- Orton IICA / CATIE. (2004). *La Comercialización en Grande Con Los Pequeños
Es Posible*. IICA / CATIE.
- Orton IICA / CATIE. . (2002). *Planificación Aplicada a Empresas Asociativas
Rurales*. Peru: IICA.
- Oslo, M. d. (2005). Manual de Oslo.
- Padilla, G. (2011). *www.foromarketing.com*. Recuperado el 2013, de
[http://www.foromarketing.com/nuevos-mercados-y-gesti%C3%B3n-de-
clientes](http://www.foromarketing.com/nuevos-mercados-y-gesti%C3%B3n-de-clientes)

- Palacio, E. (2012). *haztuplandenegocios.com*. Recuperado el Diciembre de 2013, de <http://haztuplandenegocios.com/blog/sobre-el-direccionamiento-estrategico-y-sus-componentes/>
- PARDO, P. A. (2001, 95 pág.). *Gestión social del talento humano*. Grupo Editorial Lumen/Humanitas.
- Parra, L. (15 de Abril de 2013). *la-importancia-de-la-capacitacion-labora*. Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.la-importancia-de-la-capacitacion-labora.com: www.paratodohayfans.com/.../la-importancia-de-la-capacitacion-laboral/
- Patrick, T. (25 de 03 de 2013). *Estrategias de la Comunicacion*. Recuperado el 02 de 05 de 2013, de estrategiasdelacomunicacion.com: <http://estrategiasdelacomunicacion.com/2013/03/25/la-importancia-de-las-percepciones-en-los-negocios/>
- Paul Capriotti. (1992 - 169 páginas). *LA IMAGEN DE LA EMPRESA*. Capriotti.
- Pazmiño, L. (Agosto de 2011). *preguntasempresariales.blogspot.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://preguntasempresariales.blogspot.com/2008/06/definicion-de-direccion-en-una-empresa.html>
- pazuzu68. (s.f.). 2011. Obtenido de Mayo: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Capacidad-Empresarial/2242817.html>
- Pease, A. (2011). *El arte de negociar y persuadir*. España: Amat.
- Pelaez Avalos, J. (20 de Marzo de 2009). *Tendencias de marketing*. Obtenido de markegruop.blogspot.com: <http://markegruop.blogspot.com/2009/03/mercado-potencial-vs-mercado-objetivo.html>
- Pérez Fernández de Velasco, J. A. (1994). *Gestión de la calidad empresarial: calidad en los servicios y atención al cliente calidad total*. Madrid: ESIC.

- Pérez Gorostegui, E. (2006). *Función directiva y recursos humanos*. Dias de santos.
- Pérez Soto, J. M. (2004). *El capital intelectual*. España: Norma.
- Pérez, A. M. (2009). *Planeación y control de operaciones*. Cali.
- Pérez, E. (2002). *Comunicación fuera de los medios: "below the line"*. Madrid: ECIS.
- Perez, L. (2005). *Marketing Social*. Mexico: Pearson.
- Pérez, L. (2011). *www.crecenegocios.com*. Recuperado el 2013, de <http://www.crecenegocios.com/como-mejorar-el-desempeno-del-personal/>
- Pérez, V. (2006). *Calidad Total en la Atención al cliente: Pautas para garantizar*. Editorial Ideas Propias.
- Perez, V. C. (2006). *Calidad Total en la Atención al cliente: Pautas para garantizar la*. Ideas Propias.
- Pérezbolde, G. (2011). *El poder de los números*. Recuperado el Marzo de 2014, de <http://elpoderdelosnumeros.org/noticias/el-63-de-las-empresas-mexicanas-realizan-marketing-digital>
- PeriodicoHoy. (30 de Octubre de 2012). *www.hoy.com.ec*. Recuperado el 9 de Octubre de 2013, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-empresas-apuestan-por-nuevas-estrategias-565320.html>
- PeriodicoHoy. (Julio de 2013). *www.hoy.com.ec*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/empresas-ejercitan-a-empleados-para-mejorar-rendimiento-laboral-416723.html>
- Peru21. (Mayo de 2013). *peru21.pe*. Recuperado el 2014, de <http://peru21.pe/economia/empresas-creen-que-hay-escasez-talentos-2131739>

- Pescali, F. (2009). *dspace.ups.edu.ec/bitstream*. Recuperado el 2013, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/690/4/CAPITULO%20II.pdf>
- Petri, H. L. (2009). *Análisis del concepto de motivación*. Thomson.
- Philip Kotler. (2005). *Las preguntas más frecuentes sobre marketing*. Colombia: Norma.
- Pinto, M. (2013). www.mariapinto.es/alfineees/comunicacion/que.htm. Obtenido de www.mariapinto.es: <http://www.mariapinto.es/alfineees/comunicacion/que.htm>
- Piñeyro, M. L. (2010). *Planeamiento institucional*. Revista Iberoamericana de educación.
- Pita, G. J. (1999). *Productos y servicios en banca*.
- Ponce, G. (05 de Octubre de 2012). *principios-o-valores-corporativos*. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de www.slideshare.net/ponceguillermo71/principios-o-valores-corporativos /: <http://www.slideshare.net/ponceguillermo71/principios-o-valores-corporativos>
- Porras Salazar, D. M. (2010). *Estandarización de Procesos Productivos y su incidencia en la Satisfacción de Clientes en la empresa "Compunet - Salcedo"*. Ambato: UTA.
- Porter, H. B. (2006). *Administracion*. Mexico: Cámara nacional de la industria.
- Porter, L. W. (1974). es.wikipedia.org/wiki/Compromiso_organizacional. Obtenido de es.wikipedia.org/wiki/Compromiso_organizacional: http://es.wikipedia.org/wiki/Compromiso_organizacional
- Porter, M. (2004). *emprendedor.com*. Recuperado el 2013, de <http://emprendedor.com/site/index.php/negocios/emprender/328-que-es-estrategia-el-clasico-de-michael-porter>

- prisma. (Julio de 2011). *www.elprisma.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/direccion/
- proasetel. (5 de Febrero de 2011). *www.proasetel.com*. Recuperado el 5 de Octubre de 2013, de http://www.proasetel.com/paginas/articulos/desarrollo_plancarrera.htm
- Psicologialaboral. (Enero de 2011). *wordpress.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://psicologialaboral.wordpress.com/2011/12/01/como-ubicar-posiciones-laborales-experteer-una-solucion/>
- psicologialaboral.ne*. (2013). Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.psicologialaboral.net: <http://www.psicologialaboral.net/articulos/218/saber-y-hacer/>
- Públicas, M. d. (2010). *Glosario de conceptos y definiciones*.
- Puchol, L. (2007). *Dirección y Gestión de Recursos Humanos*. Buenos Aires: Ediciones Diaz de Santos.
- Pulla, E. (2012). *Administración*. ISEC.
- Pümpin, C. (1987). *Cultura empresarial*. Berna: Rialp.
- Puro Mercadeo. (27 de Febrero de 2007). *estrategia, marketing, mercado* . Obtenido de puomercadeo.blogspot.com: <http://puomercadeo.blogspot.com/2007/02/para-quin-es-el-marketing.html>
- Quintero, N. (2008). *Clima Organizacional y el Desempeño Laboral*. Revista NEGOTIUM. Universidad del Zulia .
- R., E. V. (2005). *Gestión y gerencia empresariales aplicadas al siglo XXI*. Ecoe.
- R., M., & Robert, N. (2005). *Administración de recursos humanos*. Mexico: camara nacional de la industria.
- R., s. (2005). *MARKETING Y GESTION DE NEGOCIOS*.

- Radar. (2004). *www.radar.c*. Obtenido de *www.radar.c*:
<http://www.radar.cl/articulos/7-tips-para-un-marketing-digital-efectivo>
- Rafael López Lita, F. F. (2006 - 242 páginas). *La comunicación corporativa en el ámbito local*. Universitat Jaume.
- Ramírez, C. (2007). *Fundamentos de administración*. Colombia: Ecoe.
- Ramírez, J. (2009). *Inventario en una empresa*.
- Ramírez, L. M. (s.f.). *Actualizaciones para el Desarrollo Organizacional*.
- Ramos, C. P. (28 de Junio de 2011). *www.degerencia.com/*. Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de *www.degerencia.com/...*:
http://www.degerencia.com/articulo/competitividad_empresarial_un_nuevo_concepto
- Real academia española*. (2010). Obtenido de Real academia española.
- Rebeil Corella, M. A., & RuizSandoval Reséndiz, C. (1998). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. México: Uviversalidad Latinoamericana.
- Recalde, L. (14 de Septiembre de 2012). *www.rincondelvago.com*. Recuperado el 19 de Octubre de 2013, de <http://html.rincondelvago.com/necesidades-deseos-y-demanda.html>
- Reid, A. L. (2006). *Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones*. Mexico: Diana México.
- Renau, J. J. (2004). *El emrendedor innovador y la creacion de las empresas de I+D+I*. España.
- Render, B. (2004). *Principios de administración de operaciones*. México: personed.
- Rendón, J. C. (2007 - 233 páginas). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Pearson Educación,.

- RENDÓN, J. C. (2007, 233 pág.). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Pearson Educación,.
- Reposo, D. (2010). *Plan estratégico institucional* .
- Retóricas. (2008). *Retoricas.com*. Recuperado el 4 de Mayo de 2013, de <http://www.retoricas.com/2009/05/el-receptor-en-comunicacion.html>
- Revistaelagro. (2014). *Revistaelagro*. Recuperado el 2013, de <http://www.revistaelagro.com/2013/09/24/analisis-de-la-avicultura-ecuatoriana/>
- Reyes Ponce, A. (2004). *Administración moderna*. México: Limusa.
- Reyes, G. S. (2007). *Propuesta para el Modelado del Conocimiento Empresarial* .
Castello: Universidad Jaume.
- Reyes, P. (2008). *Productividad*. UACH.
- Ribeil Corella, M. A. (1996). *Comunicacion Organizacional*. Mexico: Universidad Iberoamericana.
- Richard Chang, Y. (1996). *Mejora continua de procesos*. Argentina: Granica.
- Richaud, G. (21 de Febrero de 2014). *larepublica*. Recuperado el Marzo de 2014, de <http://www.larepublica.pe/21-02-2014/iab-y-el-marketing-digital-en-el-peru-y-latinoamerica>
- Ríos, S. (10 de Marzo de 2013). *blog.zyncro.com*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de <http://blog.zyncro.com/2013/10/02/como-iniciar-una-gestion-del-conocimiento-en-una-pyme-aprovechando-el-conocimiento-interno-y-el-que-es-posible-localizar-en-internet/>
- Riquelme, M. (01 de 04 de 2011). *Web y Empresas*. Recuperado el 10 de 05 de 2013, de www.webbyempresas.com: <http://www.webyempresas.com/sobre-nosotros/>

- Rivera Camino, J., & López Rúa, M. d. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: Esic.
- Rivera, E. (2011). *financeumg.webs.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://financeumg.webs.com/MatApoyo03.pdf>
- Robbins. (2009). *comportamiento organizacional*.
- Robbins, S. P. (2004 - 675 páginas). *comportamiento organizacional*. san diego state university: Pearson Educación.
- Robbins, S. P. (1999). *FUNDAMENTOS DEL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*. Mexico: MIEMBRO DE LA CAMARA NACIONAL DE INDUSTRIAS, EDITORIAL, REG. NUM.1524.
- ROBBINS, S. P. (1999). *FUNDAMENTOS DEL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*. Mexico: MIEMBRO DE LA CAMARA NACIONAL DE INDUSTRIAS, EDITORIAL, REG. NUM.1524.
- Robbins, S. P. (2001, 643 pág.). *marketing*. Prentice Hall,; NDA.
- Robbins, S. P. (2004, 675 pág.). *comportamiento organizacional*. san diego state university: Pearson Educación.
- Robbins, S. P. (2005 8va ed). *Administración*. México: pearson educacion.
- Robbins, S. P. (Prentice Hall, 2001 - 643 páginas). *marketing*. Prentice Hall,; NDA.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. Pearson Educación.
- Robbins, Stephen, P., & Coulter, M. (2005). *Administracion*. mexico: univesalidades.
- Robbins. (1999). *Fundamentos del comportamiento organizacional*. Mexico: Camara nacional de la industria.
- Robins, S. (2005). *Administración*. México: Pearson .
- Rodríguez Ardura, I. (2006). *Principios y estrategias de marketing*. España: UOC.

- Rodríguez Rowe, V. (2008). *Comunicación Corporativa un Derecho y un Deber*. Santiago de Chile: RIL Editores.
- Rodríguez, L. G. (2013). www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso06/conf3_grodriguez.pdf. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso06/conf3_grodriguez.pdf: https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso06/conf3_grodriguez.pdf
- Rodríguez, R. J. (2004). *Chi cuadrado - Notas Metodológicas*.
- Rodríguez-Serrano, J. C. (2004). *El modelo de gestión de recursos humanos*. Barcelona - España: UOC.
- Rojas Macedo, D. H. (11 de Diciembre de 2010). *mercado total*. Obtenido de es.scribd.com: <http://es.scribd.com/doc/45080448/Mercado-Total>
- Rojas, J. P. (s.f.). *Principios de ética empresarial*. México: Selector.
- Rokes, B., & Núñez, J. L. (2004). *Servicio Al Cliente*. México: Thomson.
- Rosa., V. D. (Agosto de 2010). www.encyclopediadetareas.net. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.encyclopediadetareas.net/2010/08/que-son-los-inventarios.html>
- Rosalba Todaro, L. A. (2009). *Desempeño laboral de hombres y mujeres: opinan los empresarios*. Centro de Estudios de la Mujer (CEM).
- Routio, P. (2007). www2.uiah.fi/projects/metodi/272.htm. Obtenido de www2.uiah.fi/projects/metodi/272.htm: <http://www2.uiah.fi/projects/metodi/272.htm>
- Rowe, V. R. (2008 1ra Ed). *Comunicación corporativa. Un derecho y un deber*. Santiago de Chile: Ril.
- Rpmero, R. (2005). *Marketing*. Palmir E.I.R.L.

- Rubio, E. (02 de 05 de 2013). *Reglas de Oro de un Buen Clima Laboral*. Recuperado el 06 de 05 de 2013, de www.elmundo.es: <http://www.elmundo.es/sudinerro/noticias/noti12.html>
- Ruiz, G. (02 de Agosto de 2013). *definanzas.com/definicion-de-objetivos*. Recuperado el 12 de Agosto de 2013, de [definanzas.com](http://definanzas.com/definicion-de-objetivos/): <http://definanzas.com/definicion-de-objetivos/>
- Saavedra, R. (2001). *Planificación del desarrollo*. Colombia: Alfa.
- Sailema, D. F. (2013). *“La Comunicación Interna y el Mejoramiento Continuo en la Unidad Educativa Manzanapamba Del Cantón Pelileo”*. Ambato: Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Técnica de Ambato.
- Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2012). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: Esic.
- Sallenave, J. P. (2002). *Gerencia y planeación estratégica*. Colombia: Norma S.A.
- Saltos, L. (2007). *psychobiology*. Recuperado el 4 de Mayo de 2013, de psychobiology.ouvaton.org/glossaire.es/es-txt-p06.20-02-glossaire.htm
- Sánchez Herrera, J. (2009). *La creación de un sistema de evaluación estratégica de la empresa aplicable a las decisiones de inversión en mercados financieros*. España: Esic.
- Sanchez Martorelli, J. R. (2013). *Indicadores de Gestión Empresarial: De La Estrategia a Los Resultados*. USA: palibrio.
- Sánchez, P. (2012). *La Dirección. Generalidades*. México: ESIC.
- Santana, A. L. (2012). *La Motivación y su Incidencia en el Rendimiento Laboral de la Empresa Madearq S.A de la ciudad de Ambato* Santana Aldas Lisbeth Adriana . Ambato: UTA.
- Santillán de la Peña, M. (2010). *Gestión del Conocimiento. El Modelo de Gestión de Empresas del Siglo XXI*. España: Netbiblo.

- Sauquet, A. (2005). *Gestión y conocimiento en organizaciones que aprenden*. España: Thomson.
- Scheinsohn, D. (2009 - 134 páginas). *Comunicación Estratégica*. GRANICA: Ediciones Granica S.A.,.
- SCHEINSOHN, D. (2009, 134 pág.). *Comunicación Estratégica*. GRANICA: Ediciones Granica S.A.,.
- Schiffman, L. G., & Lazar Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. pearson Practice hall.
- Schmidt, K. (2010). *La Actitud Profesional*. Recuperado el Junio de 2014, de <http://etica.duoc.cl/pop-up/doc-fet00/b3.htm>
- Schnaars, S. (1994). *Estrategias de marketing* . madrid: Dias de santos.
- Schumpeter, J. A. (2007). *ministerio de la produccion*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de www.cadenasproductivas.org.pe/?q=node/91: <http://www.cadenasproductivas.org.pe/?q=node/91>
- SECOFI. (2010). www.contactopyme.gob.mx. Recuperado el 2013, de <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- secretarias.com.ec. (Julio de 2013). mitecnologico.com/igestion/Main/ConceptoEImportanciaDeGestionEmpresarial. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de [mitecnologico.com](http://mitecnologico.com/igestion/Main/ConceptoEImportanciaDeGestionEmpresarial): <http://mitecnologico.com/igestion/Main/ConceptoEImportanciaDeGestionEmpresarial>
- SEGOVIA. (2010). www.scrind.com. Obtenido de www.scrind.com
- seminarium. (2013). www.seminarium.com. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.seminarium.com/ec/noticias/evaluacion-del-desempeno-laboral-su-importancia-en-las-empresas/>

- seminarium. (Mayo de 2013). *www.seminarium.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.seminarium.com/ec/noticias/evaluacion-del-desempeno-laboral-su-importancia-en-las-empresas/>
- Serna, H. (2006). *Concetos basicos. En el servicio al cliente*. Colombia: Ltda.
- Serrano, F. M. (2010). *www.reddircom.org*. Recuperado el Diciembre de 2013, de <http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>
- Serrano, J. C. (2004). *Modelo de gestión de recurso humano*. barcelona: UOC.
- Serrano, K. M. (2011). *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica de las Relaciones*. Barcelona: UOC.
- Serrano, M. (2009). *www.ehowenespanol.com*. Obtenido de [www.ehowenespanol.com](http://www.ehowenespanol.com/definicion-tasa-crecimiento-poblacion-como_160715/): http://www.ehowenespanol.com/definicion-tasa-crecimiento-poblacion-como_160715/
- servicios, m. d. (2009). *definicion.de/marketing-de-servicios*. Recuperado el 24 de Setiembre de 2013, de definicion.de/marketing-de-servicios: definicion.de/marketing-de-servicios
- Shannon. (2004 - 245 páginas). *Teorias de la Comunicacion*. Editorial Universitaria, .
- Silva, R. (Julio de 2006). <http://www.monografias.com/trabajos38/administracion-tiempo/administracion-tiempo.shtml>. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos38/administracion-tiempo/administracion-tiempo.shtml>: <http://www.monografias.com/trabajos38/administracion-tiempo/administracion-tiempo.shtml>
- Singuenza, L. A. (Abril de 2013). *www.eoi.es*. Recuperado el Diciembre de 2013, de <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/04/09/como-hacer-un-proceso-de-reclutamiento-y-de-seleccion-de-personal-efectivo/>

- Socorro, F. Y. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Solana, Y. M. (2004 - 205 páginas). *COMUNICACION INSTITUCIONAL*. Prestige: Fragua, .
- Solís, C. (31 de Marzo de 2008). *Gestiopolis*. Recuperado el 20 de Octubre de 2013, de <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/46/finanycontra.htm>
- Sonia San Martín. (2008). *Prácticas de Marketing: Ejercicios y supuestos*. Madrid: Esic.
- Soria Chávez, J. R. (2012). *Los procesos de producción y su incidencia en el costo unitario del producto de la Embotelladora Bascun*. Ambato: UTA.
- Sousa, C. (Junio de 2013). *istmo.mx*. Recuperado el Septiembre de 2013, de <http://2010/11/analisis-filosofico-del-concepto-de-motivacion/>
- Spada, D. d. (2006). *Comunicación*. Brasil.
- Spendolini, M. (2005). *Benchmarking*. Bogotá- Colombia: Norma.
- Stanton William, E. M. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill Interamericana, 14 edición.
- Stanton, E. . (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.
- Stanton, Etzel, & Walker. (2000). *Fundamentos de Marketing*,. Mc Graw Hill,.
- Stanton, Etzel, & Walker. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.
- Stanton, Walker, & Etzel. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.
- Stepet. (2005). *MARKETING Y GESTION DE NEGOCIOS*.
- stepet R. (2005). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. ONDURAS: LATINA.

- Stern, L. W., & El-Ansary, A. I. (1999). *books.google.com.ec*. Recuperado el 11 de 10 de 2013, de <http://books.google.com.ec/books?id=Tzw1JBz0slQC&hl=es&>
- Sulser Valdéz, R. A. (2004). *Exportación Efectiva*. México: ISEF.
- Sussman, J. (2005). *El Poder de la Promoción*. Prentice Hall Hispanoamerica S.A.
- Swisscontact, F. S. (2011). *www.swisscontact.org.ec*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.swisscontact.org.ec/www.swisscontact.org.ec/Contacto.html>
- Taguchi. (1986). *Etapas en el control de la calidad*.
- Talaya, Á. E. (2008). *Principios de marketing*. Madrid: ESIC.
- Tarantino, S. (04 de 10 de 2012). *Gerencia de Negocios en Hispano America*. Recuperado el 07 de 05 de 2013, de [www.gerencia.com:](http://www.degerencia.com/) http://www.degerencia.com/tema/clima_organizacional
- Taylor, F. C. (2005, 208 pág.). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. MEXICO: CIESPAL.
- Taylor, F. C. (Páginas:208 Edición:Primera Año:2005). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. MEXICO: CIESPAL.
- Tejada, B. D. (2007). *Administración de servicios de alimentación. Calidad, nutrición, productividad y beneficios*. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Tello, O. M. (2011). “*Estrategias de marketing digital y su incidencia en el posicionamiento de los productos de la Empresa Textiles M&B de la ciudad de Ambato*”. Ambato: Facultad De Ciencias Administrativas, Universidad Técnica De Ambato.
- Terlevich, J. F. (2011). *Gestión de la producción*. UTN.
- Terry, G. R. (2012). *Principles Of Management*. Estados Unidos: Literary Licensing, LLC.

- Thompson, D. (2011). *www.agifreu.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de http://www.agifreu.com/docencia/imagen_corporativa.pdf
- Tirado Loja, G. A. (2012). *El rendimiento laboral y su incidencia en la producción de la Industria de Polímeros y Plásticos Cía. Ltda. INPOLPLAST*. Ambato: UTA.
- Tirado, B. (2006). *desarrollo_personal_vs_desarrollo_profesional*. Recuperado el 08 de Agosto de 2013, de www.degerencia.com/articulo/desarrollo_personal_vs_desarrollo_profesional:
http://www.degerencia.com/articulo/desarrollo_personal_vs_desarrollo_profesional_que_es_mas_prioritario_para_los_paises_latinoamericano
- Tirado, C. B. (1991 - 250 páginas). *La Formacion Y El Desempeño*. UNAM,.
- Toran. (2007). Recuperado el 2013, de <http://www.uv.es/~toran/mkservitm/descarga/tema03mser.pdf>.
- Toro. (1992). *www.scielo.org.co/scielo*. Recuperado el 7 de Agosto de 2013, de www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-99982006000200013&script=sci_arttext:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-99982006000200013&script=sci_arttext
- Torrens, J. A. (2012). *upcommons.upc.edu/e-prints/.../500/.../Eficacia%20Empresarial%20.pdf*. Recuperado el 20 de Agosto de 2013, de upcommons.upc.edu/e-prints/.../500/.../Eficacia%20Empresarial%20.pdf:
<http://upcommons.upc.edu/e-prints/bitstream/2117/500/1/Eficacia%20Empresarial%20.pdf>
- Torres, R. (22 de Noviembre de 2006). *cambio-e-innovacion-organizacional*. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de www.cambio-e-innovacion-organizacional:
<http://www.slideshare.net/rosana271/cambio-e-innovacion-organizacional>

- Trelle. (2007). *comunicacion organizacional* .
- Trelles, I. (2001). *Comunicación Organizacional*.
- ULA, U. d. (2010). *www.ula.com*. Recuperado el 2013, de <http://www2.ula.ve/dsiportal/dmdocuments/MNPP-Dpto-CONTABILIDAD%2012-2006.pdf>
- UNAM. (2010). *www.ingenieria.unam.mx*. Recuperado el 2013, de <http://www.ingenieria.unam.mx/~guiaindustrial/disenoinfo/6/1.htm>
- Universia. (Marzo de 2013). *noticias.universia.es*. Recuperado el 2014, de <http://noticias.universia.es/empleo/noticia/2013/03/19/1011614/importancia-saber-segundo-idioma.html>
- Universidad Nacional de Colombia. (s.f.). *www.virtual.unal.edu.c*. Obtenido de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%209/cap9_f.htm
- UniversidaddeMurcia. (2007). *Dirrección estratégica y Política de una empresa*. España: Universidad de Murcia.
- UniversidaddeMurcia. (2012). *www.um.es*. Recuperado el Noviembre de 2013, de <http://www.um.es/siu/>
- USFQ, U. S. (2012). *escueladeempresas.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.escueladeempresas.com/incompany/experiencia-empresarial/>
- UTA, U. (2012). *www.uta.edu.ec*. Recuperado el Noviembre de 2013, de http://www.uta.edu.ec/v2.0/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=16
- Vadillo, J. L. (2009). *Comportamiento Humano: El recurso básico de las organizaciones empresariales*. Mexico: universalidad de Deusto.
- Valda, J. C. (21 de Enero de 2011). *jcvalda.wordpress.com*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://jcvalda.wordpress.com/2011/01/21/que-es-la-planificacion-de-la-produccion/>

- Valdéz, R. A. (2004). *Exportación Efectiva*. México.
- Valiñas, R. F. (2002). *Segmentación de mercados*. Thomson.
- Valiñas, R. F. (2002). *Segmentación de mercados*. ECAPSA.
- Valle Labrada Rubio. (2010). *Etica en Los Negocios*. Madrid: ESIC.
- Vallejo, M. A. (2010). *Comunicación Organizacional y Responsabilidad Social: Diagnostico e Implementación de la Responsabilidad Social en la empresa INZATEX*. . Quio: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Internacional.
- vanderreis.com*. (29 de Noviembre de 2007). Obtenido de www.vanderreis.com/inteligencia_competitiva/:
http://www.vanderreis.com/inteligencia_competitiva/
- Vargas, L. (16 de Abril de 2013). *culturadigitaljigla.blogspot.com*. Obtenido de culturadigitaljigla.blogspot.com:
<http://culturadigitaljigla.blogspot.com/2013/04/cultura-digital.html>
- Vásquez Blömer, B., Escudero Serrano, M. J., & Gabín, M. A. (2010). *Administración y Gestión*. madrid: Nobel.
- Vasquez, A. (27 de 03 de 2010). *motivacion laboral*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de www.motivacionlaboral22.com:
<http://motivacionlaboral22.blogspot.com/2010/03/ciclo-y-elementos-que-influyen-en-la.html>
- VAUTE, A. (2012). *ww.dspace.com*. Obtenido de ww.dspace.com
- vega, r. (2012). *tuspreguntas.misrespuestas.com*. Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de tuspreguntas.misrespuestas.com:
<http://tuspreguntas.misrespuestas.com/preg.php?idPregunta=7832>
- Velasco, A. M. (2007). *PLAN DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. MEXICO: LIBRI MUNDI.

- Velásquez, N. P. (2012). *La gerencia del potencial humano en las organizaciones que aprenden desde la perspectiva psicológica*. Poiésis .
- Vértice, E. (2008). *Dirección estratégica*. España: Vértice.
- Vértice, E. (2008). *La publicidad aplicada a la pequeña y mediana empresa*. España: Vértice.
- Vertice, P. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. España: Vertice Publicaciones.
- Weaver. (1987). *COMUNICACION*.
- Wiemann, M. O. (Editorial UOC, 2011 - 160 páginas). *La comunicación en las relaciones interpersonales*. Editorial UOC,.
- WIEMMAN, M. O. (2011, 160 pág.). *La comunicación en las relaciones interpersonales*. Editorial UOC,.
- Wiki ESPOL. (02 de Junio de 2009). www.wiki.espol.edu.ec. Obtenido de www.wiki.espol.edu.ec:
http://www.wiki.espol.edu.ec/index.php/Cultura_digital
- Wluker, W. (2012). *canalasesor.wke.es*. Recuperado el Octubre de 2013, de http://canalasesor.wke.es/ver_detalleArt.asp?idArt=62112&action=ver
- WS, E. (15 de Agosto de 2009). *economia.ws*. Recuperado el 12 de Octubre de 2013, de <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>
- www.degerencia.com*. (s.f.). Obtenido de http://www.degerencia.com/tema/administracion_del_tiempo:
http://www.degerencia.com/tema/administracion_del_tiempo
- www.eumed.net*. (s.f.). Obtenido de www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/prc/ambiente%20laboral.htm:
<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/prc/ambiente%20laboral.htm>

www.oocities.or. (s.f.). Obtenido de *www.oocities.or:*
<http://www.oocities.org/es/angelcontrerasna/organizacion/trabajo2.html>

www.recursos-empresariales-erp. (2012). Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de
www.tranquisoft.com/productos-/recursos-empresariales-erp:
<http://www.tranquisoft.com/productos-/recursos-empresariales-erp>

www.rivassanti.net/curso-ventas/definicion-de-gestion-del-tiempo.php. (s.f.).
Obtenido de *www.rivassanti.net:* <http://www.rivassanti.net/curso-ventas/definicion-de-gestion-del-tiempo.php>

Yala, E. A. (2006 PAG. 129). *Teoria De Informacion Y Comunicacion .*

Yerena, M. d. (2005). *Comunicación oral: fundamentos y practica estratégica.*
Segunda edición pearson prentice hall.

Yomras, S. (12 de 05 de 2011). *Calidad Emocional.* Recuperado el 14 de 05 de
2013, de *www.yomras.com:*
<http://complicesenlaempresa.blogspot.com/2011/05/ciclo-motivacional.html>

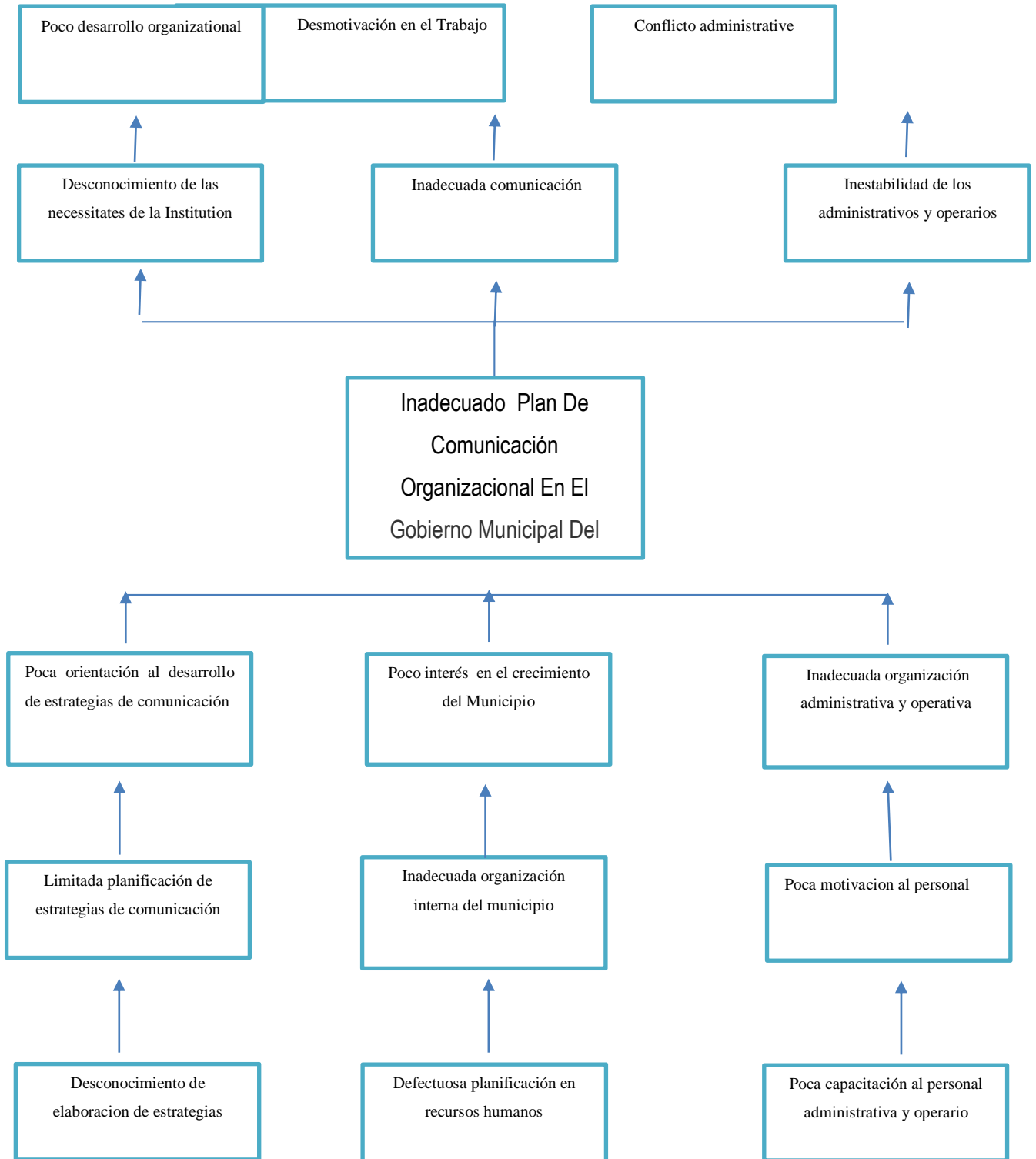
Zayas, E. (1990). *Comunicación Interpersonal.*

Zikmund, W., & Barry, J. (2008). *Investigación de Mercados.* Cengage Learning.

Zúñiga, F. V. (2006). *DE LAS VIRTUDES LABORALES A LAS COMPETENCIAS CLAVE.*

ANEXOS

ARBOL DE PROBLEMAS



**CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL DEL GOBIERNO
DEL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO**

Objetivo: reconocer el grado de comunicación organizacional que existe dentro del Gobierno del Cantón Santiago de Pillaro.

Instrucciones: Sírvase completar esta encuesta, la información obtenida servirá para conocer el nivel de comunicación y desempeño de los empleados.

Por favor utilice la siguiente escala para responder:

1. ¿Conoce Ud. la estructura organizativa que existe en el municipio?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

NADA

2. ¿Conoce el proceso de comunicación interna?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

NADA ()

3. ¿Conoce el nivel jerárquico en el que Ud. Se encuentra?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

NADA ()

4. ¿Se cumple la comunicación organizacional dentro del municipio?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

5. ¿Conoce las funciones que debe realizar en su puesto de trabajo?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

NADA ()

6. ¿Está satisfecho con su Remuneración?

SATISFECHO ()

INSATISFECHO ()

7. ¿Existe motivaciones para un mejor desempeño laboral?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

8. ¿Considera que su trabajo ayuda para el desarrollo de la institución?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

9. ¿Su desempeño laboral es valorado y remunerado?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

10. ¿Ha recibido alguna vez socializaciones sobre la comunicación organizacional y desempeño laboral?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

11. ¿Le gustaría recibir una socialización?

SIEMPRE ()

A VECES ()

NUNCA ()

12. ¿Qué tipo de Socialización le gustaría recibir?

TRABAJO EN EQUIPO ()

MEJORAMIENTO CONTINUÓ ()

RELACIONES HUMANAS ()

GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA ()

13. ¿Cada que tiempo le gustaría recibir?

SEMESTRAL ()

MENSUAL ()

ANUAL ()

14. ¿Considera que la socialización le ayudara a tener un mayor conocimiento sobre la comunicación organizacional?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

15. ¿Considera que la socialización le permitirá desarrollar un mejor desempeño laboral?

SUFICIENTE ()

INSUFICIENTE ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Art. 7 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública - LOTAIP

Literal b1) El directorio completo de la institución

No.	Apellidos y Nombres de los servidores y servidoras	Puesto Institucional	Unidad a la que pertenece	Extensión telefónica	Correo Electrónico institucional
1	BUENAÑO ROBAYO CARLOS FERNANDO	Concejal	GOBERNANTE	112	cbuenano@pillaro.gob.ec
2	CHICAIZA TOAPANTA DAVID ISAIAS	Concejal	GOBERNANTE	112	dchicaiza@pillaro.gob.ec
3	HARO SANCHEZ DARWIN RAFAEL	Concejal	GOBERNANTE	112	dharo@pillaro.gob.ec
4	SARABIA RODRÍGUEZ ELVIA GRACIELA	Concejal	GOBERNANTE	112	esarabia@pillaro.gob.ec
5	TIXE CONSTANTE MARIA ROSARIO	Concejal	GOBERNANTE	112	rtixe@pillaro.gob.ec
6	SARABIA RODRIGUEZ JAIME PATRICIO	Alcalde	GOBERNANTE	103	psarabia@pillaro.gob.ec
7	PAREDES LÓPEZ JULIO ALFREDO	Director de Procuraduría Síndica Municipal	ASESORIA JURIDICA	122	jparedes@pillaro.gob.ec
8	TOSCANO MOYA ANGEL GABRIEL	Asistente de Abogacía	ASESORIA JURIDICA	122	tgabriel@pillaro.gob.ec
9	VILLACIS CONSTANTE OMAR SANTIAGO	Asistente Técnico Administrativo 3	ASESORIA JURIDICA	122	ovillacis@pillaro.gob.ec
10	CARVAJAL CERON CARLOS GONZALO	Asistente de Abogacía	ASESORIA JURIDICA	122	gcarvajal@pillaro.gob.ec
11	ESCOBAR ALMEIDA VERONICA ELIZABETH	Cordinador Técnico de la Unidad de Comunicación Corporativa	UNIDAD DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA	119	vescobar@pillaro.gob.ec
12	LARA CAMPAÑA EVELIN VANESSA	Sub Director de Secretaría General	SECRETARIA	101	vlara@pillaro.gob.ec
13	ARAUJO GUTIERREZ DORA CLEOPATRA	Secretaria Ejecutiva 3	SECRETARIA	101	daraujo@pillaro.gob.ec
14	BAYAS JIMÉNEZ FRANKLIN RAÚL	Director Administrativo y de Desarrollo Institucional	DIRECCION ADMINISTRATIVA Y DESARROLLO INSTITUCIONAL	106	fbayas@pillaro.gob.ec
15	BARRIGA TUBÓN JOSE ERNESTO	Analista de Compras Públicas	UNIDAD DE COMPRAS PUBLICAS	110	jbarriga@pillaro.gob.ec
16	VALLE ARROYO LEVY ESTUARDO	Técnico de Tecnología y Sistemas Informáticos.	DESARROLLO INSTITUCIONAL	110	lvalle@pillaro.gob.ec
17	MANZANO FERNANDEZ RICHARD OSWALDO	Director Financiero	DIRECCION FINANCIERA	105	rmanzano@pillaro.gob.ec
18	CASTAÑEDA DARQUEA MARIO PATRICIO	Coordinador Técnico Unidad de Presupuesto	UNIDAD DE PRESUPUESTO	109	pcastaneda@pillaro.gob.ec
19	JIMENEZ MOPOSITA EDITH	Analista de Presupuesto	UNIDAD DE PRESUPUESTO	109	ejimenez@pillaro.gob.ec
20	TORRES IBARRA DIANA JAQUELINE	Coordinador Técnico Unidad Contabilidad	UNIDAD DE CONTABILIDAD	108	dtorres@pillaro.gob.ec
21	JACOME MONTESDEOCA LUCRECIA	Contador 4	UNIDAD DE CONTABILIDAD	108	liacome@pillaro.gob.ec
22	ALVAREZ CAMPAÑA GIOCONDA JACQUELIN	Contador	UNIDAD DE CONTABILIDAD	108	galvarez@pillaro.gob.ec
23	GRANDA VIERA AGUSTIN WLADIMIR	Técnico de Rentas	SECCION RENTAS	114	wgranda@pillaro.gob.ec
24	CARRILLO CRESPO NORMA CECILIA	Guardalmacén	SECCION DE BODEGA	108	ccarrillo@pillaro.gob.ec
25	YACHIMBA PULLUPAXI JACQUELINE DEL ROCIO	Tesorera Municipal	UNIDAD DE TESORERIA	107	lyachimba@pillaro.gob.ec
26	GOMEZ BARRIONUEVO GEOVANY	Recaudadora 4	SECCION DE RECAUDACION	123	ggomez@pillaro.gob.ec
27	VALLE ESPARZA CARLOS GONZALO	Recaudadora 3	SECCION DE RECAUDACION	123	cvalle@pillaro.gob.ec
28	JIMENEZ MOYA ANGELA MERCEDES	Recaudadora 1	SECCION DE RECAUDACION	123	ajimenez@pillaro.gob.ec
29	BAUTISTA PEREZ SILVANA DE LOURDES	Recaudadora 1	SECCION DE RECAUDACION	123	sbautista@pillaro.gob.ec
30	ZURITA MOYA RAMIRO OLIVERIO	Recaudadora 1	SECCION DE RECAUDACION	123	rzurita@pillaro.gob.ec
31	TAPIA MEJIA GUSTAVO	Director de Registro de la Propiedad	DIRECCION DE REGISTRO DE LA PROPIEDAD		gtapia@pillaro.gob.ec
32	NUÑEZ CASTILLO SANTOS ESTUARDO	Abogado 1	DIRECCION DE REGISTRO DE LA PROPIEDAD		
33	MORENO ALVAREZ ENRIQUE ROBERTO	Técnico Registral 3	DIRECCION DE REGISTRO DE LA PROPIEDAD		
34	ALVAREZ CHICAIZA SANDRA ELIZABETH	Asistente Técnico Administrativo 2	DIRECCION DE REGISTRO DE LA PROPIEDAD		
35	JUNTA CHANGO DORIS EDITH	Asistente Técnico Administrativo 2	DIRECCION DE REGISTRO DE LA PROPIEDAD		
36	VIERA CHILUISA MERY DEL ROSAL	Asistente Técnico Administrativo 2	DIRECCION DE REGISTRO DE LA PROPIEDAD		
37	FLORES GALLEGOS DAVID ANTONIO	Asis. Técnico Admin. 2. (Promotor Cultural.- Dir. de Banda	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
38	GALARZA TENECOTA WILSON NOLBERTO	Asis. Técnico Admin 2. (Promotor Cultural- Coordinador	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
39	CHICAIZA CUSHQUI LUIS GONZALO	Asistente Administrativo.- (Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
40	CHIMBORAZO VIÑAN LUIS ERNESTO	Asistente Administrativo.- (Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
41	CHIMBORAZO VIÑAN SEGUNDO VICTOR	Asistente Administrativo.- (Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
42	DIAZ CHIMBORAZO SEGUNDO MANUEL	Asistente Administrativo.- (Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
43	YUQUILEMA GALLEGOS CRISTIN DAVID	Asistente Administrativo.- (Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
44	TIBAN ROJANO MIGUEL ANGEL	Asistente Administrativo.- (Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
45	TOAPANTA LLUMIPANTA CARLOS ANIBAL	Asistente Administrativo.- (Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
46	DIAZ PILCO WILMAN RODOLFO	Asistente Administrativo.- (Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		

47	HIDALGO ALOMOTO JUAN CARLOS	Asistente Administrativo.-(Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
48	IZA GALORA KLEVER JUAN	Asistente Administrativo.-(Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
49	TOAPANTA LLUMIPANTA JORGE ISAIAS	Asistente Administrativo.-(Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
50	MORETA MASAQUIZA ANGEL	Asistente Administrativo.-(Músico)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
51	GUACHAMIN SUNTA EDISON PATRICIO	Técnico Instructor de Danza	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES	120	pguachamin@pillaro.gob.ec
52	SALINAS ESPIN OSWALDO ALFREDO	Asistente Técnico Administrativo.-(Asistente de Danza)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES	120	osalina@pillaro.gob.ec
53	ALVARADO VALDIVIEZO ESTEFANY TATIANA	Técnico de Turismo	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		
54	VERNAZA VALENCIA FLORENCIO FABIANO	Técnico de Actividades Recreativas	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES	120	fvernaza@pillaro.gob.ec
55	PERALVO JIMENEZ LOURDES MARGARITA	Asistente Técnico Administrativo 2. (Bibliotecaria)	UNIDAD DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES		mperalvo@pillaro.gob.ec
56	TORRES PAREDES HERLINDA CUMANDÁ	Medicina General	UNIDAD DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL		
57	HARO FLORES PATRICIA ISABEL	Odontóloga	UNIDAD DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL		pharo@pillaro.gob.ec
58	LARREA MOSCOSO ROMULO ADOLFO	Asistente de Psicología Clínica	UNIDAD DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL		glarrea@pillaro.gob.ec
59	DIAZ ROBAYO FLOR MARIA	Terapia y Rehabilitación Física	UNIDAD DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL		fdiaz@pillaro.gob.ec
60	SORIA RIPALDA CARLOS	Comisario Municipal.	SECCION DE COMISARIA MUNICIPAL		csoria@pillaro.gob.ec
61	MARIÑO CARRASCO INES JAQUELINE	Spicóloga Clínica	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		jmarino@pillaro.gob.ec
62	LOPEZ VELASTEGUI BELGICA CECILIA	Asistente Técnico Administrativo 2	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
63	TOAPANTA YANCHA BLANCA SUSANA	Técnico de Desarrollo Social	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		stoapanta@pillaro.gob.ec
64	FONSECA MOYA GADLYS JADIRA	Asistente Técnico Administrativo 2	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
65	JACOME MOYA MARTHA ELIZABETH	Asistente Técnico Administrativo 2	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
66	MOYA SORIA ROSI ESPERANZA	Asistente Técnico Administrativo 2	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
67	VELÁSTEGUI COLOMA OMAIRA VENESSA	Miembro de la Junta de Protección de Derechos	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL	107	ovelastegui@pillaro.gob.ec
68	VELASCO YACHIMBA JOSÉ JAVIER	Miembro de la Junta de Protección de Derechos	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL	107	jvelasco@pillaro.gob.ec
69	GALORA MOYA NORMA YOLANDA	Miembro de la Junta de Protección de Derechos	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL	107	ygalora@pillaro.gob.ec
70	ACURIO MOREJÓN IVÁN MARCELO	Director de Planificación	DIRECCION TECNICA DE PLANIFICACION	118	iacurio@pillaro.gob.ec
71	TAMAYO VITERI GUSTAVO DARIO	Téc. Avalúos y Catastros.	SECCION DE AVALUOS Y CATASTROS	124	dtamayo@pillaro.gob.ec
72	VITERI RIPALDA MARCO VINICIO	Asistente Técnico Administrativo 3	SECCION DE AVALUOS Y CATASTROS	124	vviteri@pillaro.gob.ec
73	GALLO SORIA PAUL MILIAN	Asistente Técnico Administrativo 3	SECCION DE AVALUOS Y CATASTROS	124	pgallo@pillaro.gob.ec
74	VARGAS TRUJILLO GLADYS GIOMAR	Técnico de Proyectos 1	UNIDAD DE PROYECTOS, ESTUDIOS E INVESTIGACIONES	118	gvargas@pillaro.gob.ec
75	MOYA JEREZ BLASCO GONZALO	Técnico de Proyectos 1	UNIDAD DE PROYECTOS, ESTUDIOS E INVESTIGACIONES	118	bmoya@pillaro.gob.ec
76	ROMERO ORTEGA GEOVANN A CATALINA	Analista de Proyectos 1	UNIDAD DE PROYECTOS, ESTUDIOS E INVESTIGACIONES	118	romero@pillaro.gob.ec
77	VALLE HARO DANNY PATRICIO	Analista de Proyectos 1	UNIDAD DE PROYECTOS, ESTUDIOS E INVESTIGACIONES	118	dvalle@pillaro.gob.ec
78	CORTES RODRIGUEZ JOSE HERNAN	Asistente Técnico Administrativo 2	UNIDAD DE PROYECTOS, ESTUDIOS E INVESTIGACIONES	118	hcortes@pillaro.gob.ec
79	CARRILLO ALVAREZ ISRAEL SALOMÓN	Director de Gestión y Control Ambiental.	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL	111	icarrillo@pillaro.gob.ec
80	CRIOLLO QUIHPE EFRAIN RIGOBERTO	Técnico de Proyectos Productivos 1	SECCION CONTROL AMBIENTAL Y RESIDUOS SOLIDOS	111	rcriollo@pillaro.gob.ec
81	MONTACHANA PUJOS IRENE	Técnico de Saneamiento Ambiental	SECCION CONTROL AMBIENTAL Y RESIDUOS SOLIDOS	111	imontachana@pillaro.gob.ec
82	BARRIONUEVO DIAZ NANCY JAQUELINE	Técnico de Proyectos	SECCION CONTROL AMBIENTAL Y RESIDUOS SOLIDOS	111	lbarrionuevo@pillaro.gob.ec
83	VELASTEGUI PEREZ ITALO RUBEN	Técnico del Camal y Centro de Mercadeo	UNIDAD DE CAMAL Y CENTRO DE MERCADEO	111	
84	CAMPAÑA TAMAYO ENITH LORENA	Administración de Servicios Públicos (Mercado)	SECCION COMERCIALIZACION Y SERVICIOS PUBLICOS	121	
85	SORIA MEDINA ELIAS RAUL	Analista de Comercialización y Administración de Servicios Públicos	SECCION COMERCIALIZACION Y SERVICIOS PUBLICOS	121	rsoria@pillaro.gob.ec
86	LOPEZ CASTRO EDGAR PATRICIO	Director de Desarrollo Vial y Obras Públicas.	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OBRAS PUBLICAS	104	elopez@pillaro.gob.ec
87	FONSECA ARCOS ELVIA JOSEFA	Secretaría Ejecutiva 3	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OBRAS PUBLICAS	116	efonseca@pillaro.gob.ec
88	SANCHO RODRIGUEZ JORGE ISAAC	Fiscalizador 2	DESARROLLO VIAL Y OBRAS PUBLICAS	116	jsancho@pillaro.gob.ec
89	PAUCAR LIZANO VICENTE	Fiscalizador 2	DESARROLLO VIAL Y OBRAS PUBLICAS	116	vpaucar@pillaro.gob.ec
90	ARAUZ DIAZ RAUL ALEXANDER	CONSERJE EXTERNO	ADMINISTRACION GENERAL		
91	CARRERA ARBOLEDA GALO ARMANDO	AUXILIAR DE SERVICIOS	ADMINISTRACION GENERAL		
92	CHUCURI ROJANO JORGE GUSTAVO	POLICIA MUNICIPAL	SECCION DE COMISARIA MUNICIPAL		
93	CONSTANTE VELASCON JENNY MARITZA	POLICIA MUNICIPAL	SECCION DE COMISARIA MUNICIPAL		
94	GALORA JIMÉNEZ SILVIO GILBERTO	POLICIA MUNICIPAL	SECCION DE COMISARIA MUNICIPAL		
95	GUEVARA RAMOS DACIA DANIELA	POLICIA MUNICIPAL	SECCION DE COMISARIA MUNICIPAL		
96	MENA RUÍZ WALTER OSWALDO	POLICIA MUNICIPAL	SECCION DE COMISARIA MUNICIPAL		
97	QUINTEROS DÍAS EDGAR PAUL	POLICIA MUNICIPAL	SECCION DE COMISARIA MUNICIPAL		
98	VITERI LUNA MANUEL MESÍAS	POLICIA MUNICIPAL	SECCION DE COMISARIA MUNICIPAL		
99	ALULEMA GALLO MARTHA CECILIA	AUXILIAR DE ENFERMERIA	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		

100	MOREJON CORTES DELIA NOEMI	AUXILIAR DE ENFERMERIA	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
101	QUINTUÑA AUCAPIÑA MARY DEL ROCÍO	AUXILIAR DE ENFERMERIA	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
102	ROMERO ROMERO VERÓNICA DEL CARMEN	AUXILIAR DE ENFERMERIA	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
103	PUJOS GALLEGOS LIVIA DEL ROCIO	AUXILIAR DE REHABILITACION	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
104	GUAMANI CARRILLO ALEXANDRA MARISELA	AUXILIAR DE SERVICIOS	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
105	CHASING CASTILLO ABELARDO JUVENAL	GUARDIÁN	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
106	GUACHI CHICAIZA ALEX FABRICIO	GUARDIAN	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
107	SANCHEZ CALAPIÑA GLORIA MATILDE	COCINERA DEL ASILO	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
108	HARO CAMPAÑA IRMA RENE DEL CARMEN	AUXILIAR DE COCINA	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
109	HARO CAMPAÑA IRMA RENE DEL CARMEN	AUXILIAR DE COCINA	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
110	SANCHEZ CALAPIÑA GLADYS MARIA	LAVANDERA ASILO	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
111	LESCANO GUTIERREZ ADOLFO GUILLERMO	CONDUCTOR ADMINISTRATIVO	UNIDAD DE DESARROLLO SOCIAL		
112	ESPIN VIERA SILVIO GERMAN	CONDUCTOR ADMINISTRATIVO	DIRECCION TECNICA DE PLANIFICACION		
113	AGUIAR GUEVARA CESAR	AUXILIAR DE SERVICIOS	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
114	COLLAHUAZO SANGUCHO LUIS FROILÁN	AUXILIAR DE SERVICIOS	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
115	GUANO CAISALITIN SEGUNDO ALEJANDRO	AUXILIAR DE SERVICIOS	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
116	NAULA JUAN LIZARDO	AUXILIAR DE SERVICIOS (GUARD T)	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
117	TUBÓN CHICAIZA ROLANDO ALFREDO	AUXILIAR DE SERVICIOS	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
118	AGUIRRE MOLINA CRISTIAN	CHOFER RECOLECTOR	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
119	RUIZ HERRERA WILSON HOMERO	CHOFER RECOLECTOR	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
120	ALVÁREZ ROMERO HUMBERTO DANILO	JORNALERO RELLENO SANITARIO	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
121	BAUTISTA SIZA LUIS ALFREDO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
122	CAIZA SANCHEZ DANIEL SANTIAGO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
123	CARDENAS ARIAS SEGUNDO PEDRO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
124	CHICAIZA ORTEGA SEGUNDO GREGORIO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
125	CORTEZ JOSE MARCIAL	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
126	CUYAGO CHICAIZA ROSA MERCEDES	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
127	HARO GAMBOA ALVARO CARLIN	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
128	HARO QUISHPE OLMES ARTURO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
129	HARO SANDOVAL TELMO RODRIGO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
130	MORETA MANOBANDA CARLOS	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
131	ORTEGA MORETA WILSON ORLANDO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
132	QUINAUCHO GUAYTA MARIA MARGARITA	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
133	QUISHPE QUINGA JORGE FAUSTO	PEON (GUARDIA MUNICIPIO POR LA NOCHE)	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
134	QUISHPE TIPAN OLGA CONSUELO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
135	ROLDÁN MENA WALTER FLAVIO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
136	ROMERO LITUMA DIANA ALEXANDRA	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
137	SATUQUINGA CHILUIZA JULIO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
138	TITUAÑA CHILUIZA JORGE	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
139	TOAPANTA COLLAHUAZO BLANCA	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
140	TOAPANTA TOAPANTA GLADYS DEL ROCIO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
141	VILLACIS MALDONADO ERNESTO GONZALO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
142	VITERI SANCHEZ EDMUNDO MARCELO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
143	VIZCAINO BONILLA EDY	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
144	ZHUNAULA PATIÑO HUMBERTO	PEON	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
145	LLAULLE PROAÑO KLEVER	JARDINERO	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
146	SORIA VELOZ LUIS EFRAIN	JARDINERO	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
147	VELASCO HARO EFREN RIGOBERTO	JARDINERO	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
148	VACA SALGADO ABRAHAN	CHOFER RECOLECTOR	DIRECCION DE GESTION Y CONTROL AMBIENTAL		
149	QUISHPE LÓPEZ LUIS FERNANDO	GUARDIA	SECCION PLAZAS Y MERCADOS		
150	SÁNCHEZ BAUTISTA SEGUNDO ROSALINO	GUARDIA	SECCION PLAZAS Y MERCADOS		
151	GUACHI SANGUCHO WILSON ENRIQUE	GUARDIA	SECCION PLAZAS Y MERCADOS		
152	CALAPIÑA TOAPANTA JESÚS MILTON	OPERADOR MAQUINARIA O EQUIPO PESADO	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
153	CHANGO TIGSE SEGUNDO RAÚL	OPERADOR MAQUINARIA O EQUIPO PESADO	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		

154	JACOME VITERI LUIS GONZALO	OPERADOR MAQUINARIA O EQUIPO PESADO	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
155	SARABIA RODRIGUEZ LUIS OLIVO	OPERADOR MAQUINARIA O EQUIPO PESADO	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
156	ESPIN GAMBOA EDGAR ORLANDO	OPERADOR	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
157	CALAPIÑA ORTEGA ELOY EFRAIN	OPERADOR	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
158	LESCANO MANZANO ANGEL HOMERO	OPERADOR	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
159	HARO REAL FREDY EDMUNDO	OPERADOR	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
160	BARRIGA ORTEGA ANGEL GILBERTO	OPERADOR	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
161	ORTEGA MANOSALVAS WILSON ENRIQUE	MECANICO AUTOMOTOR	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
162	CORDOVA CORDOVA MANUEL ANTONIO	AYUDANTE DE MECANICA	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
163	HINOJOSA LESCOANO WILSON GILBERTO	AUXILIAR DE SERVICIOS	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
164	IBARRA RUIZ JOFRE PATRICIO	AUXILIAR DE SERVICIOS	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
165	MOSQUERA ALVAREZ CARLOS	AUXILIAR DE SERVICIOS	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
166	HARO CARRILLO SEGUNDO RAFAEL	CHOFER	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
167	HARO RAMIRES CARLOS ANGEL	CHOFER	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
168	NARANJO JEREZ OMAR PAULINO	CHOFER	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
169	SOLIS CAMPAÑA DIEGO SEBASTIAN	CHOFER DE VOLQUETE	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
170	MOPPOSITA PERALVO JOSE VICENTE	CHOFER DE VOLQUETE	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
171	ALVAREZ ACUÑA MARCO DANILO	CHOFER DE VOLQUETE	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
172	CHICAIZA QUINGA LUIS LEON	CHOFER DE VOLQUETE	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
173	ANDRADE ARCOS AUDBERTO	CHOFER DE VOLQUETE	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
174	LESCANO CASTILLO DARWIN GERMÁN	CONDUCTOR ADMINISTRATIVO	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
175	BARRIONUEVO BASANTES FANNY	JORNALERO	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
176	QUISHPE CARGUA JUAN CARLOS	PEON	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
177	CHICAIZA CUYAGO MIGUEL ANGEL	PEON	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
178	PAREDES ARCOS SEGUNDO JACINTO	PEON	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
179	TOAPANTA CALAPIÑA JUAN SILVERIO	PEON	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
180	TIGSE PULLUQUITIN MARIO ERNESTO	PEON	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
181	PILCO PIMBOZA MARCO ANTONIO	PEON	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
182	VILLACIS JORGE OSWALDO	PEON	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
183	VITERI SANTA FE LEONARDO RICARDO	PEON	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
184	ZURITA VIERA CESAR EFRAIN	PEON	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
185	ALULEMA AIMARA ENMA EMPERATRIZ	CONDUCTOR ADMINISTRATIVO	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
186	CEVALLOS LARA WASHINGTON PATRICIO	CONDUCTOR ADMINISTRATIVO	DIRECCION DE DESARROLLO VIAL Y OO.PP		
187	ALVAREZ RODRIGUEZ AIDA MARIA	AUXILIAR DE SERVICIOS	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
188	ROBALINO ORTÍZ HOLGUER CARMELO	AUXILIAR DE SERVICIOS	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
189	RUIZ CHANGO MIRIAM JANETH	AUXILIAR DE SERVICIOS	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
190	BASANTE PERALVO FRANCISCO IVAN	AUXILIAR DE SERVICIOS	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
191	SUAREZ MORALES JOSE ANTONIO	CONDUCTOR ADMINISTRATIVO	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
192	COLLAGUAZO REMACHE LUIS ENRIQUE	GUARDIAN	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
193	HARO PAUCAR WILFRIDO ROMAN	GUARDIAN	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
194	HARO SALAZAR OLGER JOSÉ	GUARDIAN (ESTACIÓN DE BOMBEROS)	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
195	ROMERO ROMERO ANGEL MANUEL	GUARDIAN	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
196	TOAPANTA COLLAGUAZO LUIS ISRAEL	GUARDIAN (ESTACIÓN DE BOMBEROS)	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
197	TRUJILLO MANZANO JORGE FRANCISCO	GUARDIAN	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
198	SÁNCHEZ LOZADA CHRISTIAN GEOVANNY	INSPECTOR DE SERVICIOS	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
199	ALARCON MOYA MARIO OSWALDO	LECTOR MUNICIPAL	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
200	CHILUIZA FONSECA ANGEL JAVIER	LECTOR MUNICIPAL	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
201	HARO MENA DARWIN JOSELITO	LECTOR MUNICIPAL	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
202	ZURITA RAMOS MÓNICA DE LAS MERCEDES	LECTOR MUNICIPAL	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
203	CORTEZ SANDOVAL MARIO HERNÁN	GUARDIAN OPERADOR SIST. AGUA POTABLE	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
204	RAMIREZ NARANJO MILTON SALOMON	GUARDIAN OPERADOR SIST. AGUA POTABLE	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
205	REINOSO HECTOR CRISTOBAL	OPERADOR SIST. AGUA POTABLE	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
206	CHIMBORAZO LLUGSHA SEGUNDO	PEON	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		
207	LARREA MOSCOSO TITO ORLANDO	PEON	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO		

208	PROAÑO SORIA NESTOR WILLIAM	PEON	SECCION AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO	
DIRECCIÓN INSTITUCIONAL			ROCAFUERTE RF044 Y BOLIVAR	
CIUDAD EN LA QUE LABORA				
TELÉFONO INSTITUCIONAL				
LINK A BASE DE DATOS O SISTEMA DE BÚSQUEDA (OPCIONAL):				
FECHA ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN:			25/03/2015	
PERIODICIDAD DE ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN:			MENSUAL	
UNIDAD POSEEDORA DE LA INFORMACION - LITERAL b1):			UNIDAD DE TALENTO HUMANO	
RESPONSABLE DE LA UNIDAD POSEEDORA DE LA INFORMACIÓN DEL LITERAL b1):			COORDINADORA TECNICA DE LA UNIDAD DE TALENTO HUMANO	
CORREO ELECTRÓNICO DEL O LA RESPONSABLE DE LA UNIDAD POSEEDORA DE LA INFORMACIÓN:			vescobar@pillaro.gob.ec	
NÚMERO TELEFÓNICO DEL O LA RESPONSABLE DE LA UNIDAD POSEEDORA DE LA INFORMACIÓN:			03 2873114 ext 119	