



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE PSICOLOGÍA INDUSTRIAL**

**MODALIDAD: PRESENCIAL**

**Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del  
Título de Psicóloga Industrial**

**TEMA:**

---

“LAS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DEL PERSONAL Y EL DESEMPEÑO  
LABORAL EN LA EMPRESA TEXTILES JHONATEX DE LA CIUDAD DE  
AMBATO PROVINCIA TUNGURAHUA.”

---

AUTORA: Blanca Anabel Llerena Oñate

TUTOR: Lcdo. Mg. Luis Hernán Inga Loja

AMBATO - ECUADOR

2015

**APROBACIÓN DEL TUTOR  
DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Lcdo. Mg. Luis Hernán Inga Loja, en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación sobre el tema: “Las necesidades de comunicación del personal y el desempeño laboral en la empresa textiles "Jhonatex" de la ciudad de Ambato provincia Tungurahua”, desarrollado por la egresada: Blanca Anabel Llerena Oñate, con C.C. 180449647-7, considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios; autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión calificadora designada por el Consejo Directivo.

.....  
Lcdo. Mg. Luis Hernán Inga Loja

TUTOR DE TESIS



## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO**

Al Consejo Directivo de la UTA.

El tribunal el cual ha recibido la defensa de la tesis o trabajo de investigación con motivos de obtener el título académico con el tema de “Las necesidades de comunicación del personal y el desempeño laboral en la empresa textiles "Jhonatex" de la ciudad de Ambato provincia Tungurahua.”, la cual es ostentada por Blanca Anabel Llerena Oñate, egresada de la Carrera de Psicología Industrial; Modalidad Presencial, Promoción Septiembre 2009 – Julio 2013, una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos, técnicos científicos y reglamentarios.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante el organismo pertinentey conformada

.....  
Ing.Mg. María Fernanda Vargas Ramos  
Rodríguez

.....  
Lic.Mg. María Gabriela Romero

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la Investigación de la autora, quien basado en los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autora.

.....

Blanca Anabel Llerena Oñate

C.I. 180449647-7

**AUTORA**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Blanca Anabel Llerena Oñate, cedo los derechos en “Las necesidades de comunicación del personal y el desempeño laboral en la empresa textiles "Jhonatex" de la ciudad de Ambato provincia Tungurahua”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

.....

Blanca Anabel Llerena Oñate

C.I. 180449647-7

**AUTORA**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación en el cual se refleja constancia, dedicación y sacrificio me ha permitido culminar con una de las metas que me he planteado y he conseguido alcanzar gracias a la bendición de Dios y al apoyo incondicional de mi madre, quien han estado siempre en cada uno de los pasos y decisiones que he tomado tanto en mi vida personal y profesional, siendo ella el pilar fundamental de mi vida el cual me incentivó día a día a conseguir mis propósitos y no desmayar en cada obstáculo.

A la vez dedico este trabajo de investigación al ángel que tengo en cielo, por todo el amor y valores que recibí de ti sé que vas a ser mi guía durante toda mi vida abuelito.

Blanca Anabel Llerena Oñate.

## **AGRADECIMIENTO**

La concepción de esta tesis es el resultado del esfuerzo de muchas personas, por eso quiero agradecerle a mi madre por todo el esfuerzo que ha significado para usted apoyarme en todo este proceso educativo, por los sacrificios que han hecho en silencio para darme lo que he necesitado y sobre todo por enseñarme a su manera valores que guardare por el resto de mi vida. Al final de éste que tan solo es un objetivo en mi vida, como no agradecerles a ustedes de una manera especial Sra Blanca Oñate Y Sr Carlos Llerena, mis queridos abuelitos, ustedes que han sido mi ejemplo, mi familia y mi todo. Gracias por estar conmigo siempre, gracias por el amor, por los consejos. Son todas esas cosas las que han hecho hoy de mí la mujer que soy.

A toda mi familia tíos, primos, a todos Gracias por ser tan incondicionales.

Blanca Anabel Llerena Oñate



## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	II
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO</b> .....	III
<b>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	¡Error! Marcador no definido.
<b>DERECHOS DEL AUTOR</b> .....	V
<b>DEDICATORIA</b> .....	¡Error! Marcador no definido.
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	VII
<b>INDICE GENERAL DE CONTENIDOS</b> .....	¡Error! Marcador no definido.
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	X
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	XI
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	XII
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	¡Error! Marcador no definido.
<b>CAPÍTULO I</b> .....	3
<b>EL PROBLEMA</b> .....	3
1.1. TEMA.....	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.2. Arbol de problemas .....	7
1.2.3. Analisis critico .....	8
1.2.4. Prognosis .....	9
1.2.5. Formulacion del problema .....	10
1.2.6. Interrogantes de la investigacion .....	10
1.2.7. Delimitación del objeto de investigacion.....	10
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	11
1.4. OBJETIVOS.....	12
1.4.1. Objetivo general.....	12
1.4.2. Objetivos específicos .....	13
<b>CAPÍTULO II</b> .....	14
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	14
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	14
2.2 FUNDAMENTACIONES.....	19
2.2.1. Fundamentacion Filosofica .....	19
2.2.2. Fundamentacion Epistemologica .....	20
2.2.3. Fundamentacion axiologica .....	20

2.2.4. Fundamentacion ontologica.....	21
2.2.5. Fundamentacion psicologica.....	21
2.3 FUNDAMENTACION LEGAL .....	22
2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES.....	25
2.5. FUNDAMENTACION TEORICA .....	28
2.5.1. Variable Independiente .....	28
2.5.2. Variable Dependiente .....	47
2.6. HIPÓTESIS .....	59
2.7. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES .....	60
CAPÍTULO III.....	61
METODOLOGÍA .....	61
3.1. ENFOQUE .....	61
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
3.2.1. De Campo .....	62
3.2.2. Bibliográfica documental.....	62
3.2.3. Modalidad de investigacion proyecto factible .....	62
3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	62
3.3.1. Tipo exploratoria.....	62
3.3.2. Tipo descriptiva .....	63
3.3.3. Asociacion de variables .....	63
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	63
3.4.1. Población .....	63
3.4.2. Muestra .....	66
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	67
3.6. TECNICA E INSTRUMENTOS .....	69
3.6.1. Técnica. La encuesta.....	69
3.6.2. Instrumento. El cuestionario .....	69
3.6.3. Validez y confiabilidad .....	70
3.6.4. Plan de recoleccion de informacion .....	70
3.7. PLAN DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN .....	71
3.8. PROCESAMIENTO Y ANALISIS .....	72
3.8.1. Plan de procesamiento de la informacion .....	72
CAPÍTULO IV.....	73
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	73
4.1 ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO .....	73

4.2. ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL OPERATIVO..	83
4.3 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	93
CAPÍTULO V	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
CONCLUSIONES	97
RECOMENDACIONES	98
CAPÍTULO VI	99
PROPUESTA	99
6.1 DATOS INFORMATIVOS	99
6.2 ANTECEDENTES PROPUESTA	99
6.3 JUSTIFICACIÓN	100
6.4 OBJETIVOS	101
6.4.1 Objetivo General	101
6.4.2. Objetivos Específicos	101
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	101
6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TECNICA	103
6.7 MODELO OPERATIVO	111

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Personal administrativo	63
Cuadro 2: Personal operativo	65
Cuadro 3: Variable independiente	67
Cuadro 4. Variable dependiente	68
Cuadro 5: Satisfaccion laboral	73
Cuadro 6: Toma de opiniones	74
Cuadro 7: Comunicación en la empresa	75
Cuadro 8: Jefe mediador	76
Cuadro 9: Canales de comunicación	77
Cuadro 10: Evaluación del desempeño	78
Cuadro 11: Desempeño laboral	79
Cuadro 12: Recursos necesarios	80
Cuadro 13: Niveles de comunicación	81

Cuadro 14: Mejora en la comunicación .....	82
Cuadro 15: Satisfacción laboral .....	83
Cuadro 16: Toma de opiniones .....	84
Cuadro 17: Comunicación en la empresa.....	85
Cuadro 18: Jefe mediador .....	86
Cuadro 19: Canales de comunicación .....	87
Cuadro 20: Evaluación del desempeño .....	88
Cuadro 21: Desempeño laboral.....	89
Cuadro 22: Recursos necesarios .....	90
Cuadro 23: Niveles de Comunicación. ....	91
Cuadro 24: Mejora en la comunicación .....	92
Cuadro 25: Regla de decisión. ....	94
Cuadro 26: Calculo de $X^2$ .....	94
Cuadro 27: Esperadas.....	95
Cuadro 28: Chi cuadrado. ....	95

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Arbol de problemas. ....	7
Figura 2: Red Inclusiones Conceptuales.....	25
Figura 3: Constelación de Ideas VI.....	26
Figura 4: Constelación de Ideas VD .....	27
Figura 5: Recolección de información .....	71
Figura 6: Satisfacción laboral.....	73
Figura 7: Toma de opiniones.....	74
Figura 8: Comunicación en la empresa.....	75
Figura 9: Jefe mediador.....	76
Figura 10: Canales de comunicación .....	77
Figura 11: Evaluación del desempeño .....	78
Figura 12: Desempeño laboral .....	79
Figura 13: Recursos necesarios.....	80

Figura 14: Niveles de comunicación .....	81
Figura 15: Mejora en la comunicación .....	82
Figura 16: Satisfacción laboral.....	83
Figura 17: Toma de opiniones.....	84
Figura 18: Comunicación en la empresa.....	85
Figura 19: Jefe mediador.....	86
Figura 20: Canales de Comunicación .....	87
Figura 21: Evaluación del desempeño.....	88
Figura 22: Desempeño laboral.....	89
Figura 23: Recursos Necesarios .....	90
Figura 24: Niveles de comunicación.....	91
Figura 25: Mejora en la comunicación .....	92

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE: PSICOLOGÍA INDUSTRIAL**

**Tema:** “Las necesidades de comunicación del personal y el desempeño laboral en la empresa textiles "Jhonatex" de la ciudad de Ambato provincia Tungurahua.”

**Autora:** Blanca Anabel Llerena Oñate

**Tutor:** Lcdo. Mg. Luis Hernán Inga Loja

**RESUMEN EJECUTIVO**

El proceso del actual trabajo fue ejecutado mediante un estudio de investigación alcanzando a revelar las necesidades de comunicación del personal, teniendo como base fundamental la repercusión en el desempeño laboral en la empresa textiles JHONATEX S.A, en donde no perdimos de vista que la empresa está teniendo un descenso, la dura competencia en el mercado textil y desempeño laboral regular en sus colaboradores no ayuda ya que, la falta de comunicación entre todos los miembros del personal y los amplios conocimientos de las demás organizaciones están llevando a generar pérdidas grandes en los recursos de la empresa, la organización está atravesando un desnivel administrativo, aplicando el estudio de esta investigación podremos corregir algunos de los agravantes de la compañías llevándolos al éxito y por ende generando un triunfo personal y profesional, en donde la organización podrá estar hacerse un espacio importante entre las competencias, fortaleciéndose, Por lo que el trabajo de investigación presentado tendrá en cuenta las necesidades de comunicación de los integrantes de la empresa como su desempeño laboral ayuda a la organización a alcanzar sus metas y objetivos. Así como también este trabajo es mucha jerarquía porque se planteará alternativas para dar una solución a la problemática en la que está envuelta la empresa JHONATEX S.A. Este trabajo de investigación se fundamentó en el paradigma cualitativo y cuantitativo, se utilizó la técnica de la encuesta, empleando las modalidades básicas de investigación como son la investigación de campo y bibliográfico-documental para lograr re estructurar las partes bajas de la empresa y así llegar a conseguir lo que organización desea y necesita.

**OJO**

**PALABRAS**

**CLAVES**

**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO**  
**FACULTY OF HUMANITIES AND EDUCATION**  
**CAREER: INDUSTRIAL PSYCHOLOGY**

**Topic:** "The needs of staff communication and job performance in the textile business "Jhonatex S.A "city of Ambato Tungurahua province."

**Author:** Blanca Anabel Llerena Oñate

**Tutor:** Lcdo. Mg. Luis Hernán Inga Loja

**EXECUTIVE SUMMARY**

The process of the present work was executed by a research study reaching to disclose the communication needs of staff, with the foundation's impact on job performance in the textile company JHONATEX SA, where we did not lose sight that the company is having a decline, the tough competition in the textile market and regulate their employees work performance did not help as the lack of communication between all members of staff and extensive knowledge of other organizations are generating large losses in resources the company, the organization is going through an administrative gap by applying this research study can correct some of the aggravating circumstances of the companies leading them to success and thus creating a personal and professional triumph, where the organization may be getting a significant gap between skills, strengthen, So the research paper will consider the communication needs of the members of the company and their job performance helps the organization achieve its goals and objectives. As well as this work is much hierarchy that alternatives be raised to give a solution to the problem in which the company is involved JHONATEX SA This research was based on qualitative and quantitative paradigm, the survey technique was used, employing the basic research methods such as field research and bibliographic documentary to achieve re-structuring the lower parts of the company and reach organization get what you want and need.

## INTRODUCCIÓN

La vigente investigación con el tema de: “Las necesidades de comunicación del personal y el desempeño laboral en la empresa textiles "JHONATEX" de la ciudad de Ambato provincia Tungurahua.”, trata de la importancia de mejorar el proceso de la comunicación y el desempeño laboral del personal en la empresa.

**CAPÍTULO I.-** El problema, dispersamos el planteamiento del problema con un análisis macro, meso y micro; en donde se elaboró el árbol de problemas minuciosamente con sus relativos efectos y causas, se evidenció el inconveniente a tratar y por último se planteó los objetivos a desplegar en el presente estudio.

**CAPÍTULO II.-** El Marco Teórico, podemos localizar los antecedentes investigativos de trabajos de investigación previamente realizados, equivalentes a la temática trazada, se observara en la cual se fundamenta el actual trabajo de indagación, el marco teórico que será nuestro respaldo bibliográfico, la hipótesis será planteada para evidenciar colectivamente las variables del problema como son : la variable dependiente e independiente.

**CAPITULO III.-** La metodología, Se desarrolla en este capítulo las propiedades y tipos de investigación, enfoques: cualitativo y cuantitativo, modalidad y tipos de la investigación, población y muestra, planteándose las técnicas e instrumentos las cuales se enmarcara en nuestra investigación, como la metodología, que a su vez expondrá cómo se recolectara la información de campo con sus referentes procesados, análisis e interpretación de toda la verídica información recolectada.

**CAPÍTULO IV.-** Análisis e interpretación de resultados, incluirá tablas gráficos en donde se desenvolverá el debido análisis e interpretación de la información obtenida, debidamente comprobada y registrada en las figuras estadísticas de la encuesta realizada a los miembros del personal de la corporación.



**CAPÍTULO V.-** Conclusiones y recomendaciones, En este capítulo se desarrollara los puntos clave en las recomendaciones y conclusiones, las mismas ayudaran a dar una solución a los objetivos planteados, como también a la problemática en la que se envuelve la empresa.

**CAPÍTULO VI.-** Se desarrolla la propuesta la misma q será “Las necesidades de comunicación del personal y el desempeño laboral en la empresa textiles "Jhonatex" esta auxiliara a las bajas de la organización para mejorar y fortalecer su estructura y por ende su rendimiento.

Finalmente se añaden la bibliografía y los anexos correspondientes, a la encuesta aplicada, documentos empresariales y fotografías.

## **CAPÍTULO 1**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 Tema:**

**“LAS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DEL PERSONAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA EMPRESA TEXTILES "JHONATEX" DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

#### **1.2 Planteamiento del Problema**

##### **1.2.1 Contextualización**

Las organizaciones frente a las competencias en las que se ven envueltas, tienen que observar la manera de sacar ventajas y sobresalir en el mercado, buscando nuevos planes y estrategias para la posición de líder entre ellas. El desempeño laboral, es una variable que tiene mucho que ver con respecto a lo que las empresas necesitan hoy en día, el rendimiento del personal hará que la organización se destaque o que fracase en sus diversas actividades, también necesitara de una serie de requerimientos adaptándose a innovaciones tecnológicas que ayuden al impulso de la producción y comercio.

El avance tanto tecnológico, como el progreso del conocimiento del Recurso Humano, las competencias en la industria textil en el **Ecuador** cada vez crecen más, y las necesidades de comunicación son cada vez más requeridas por las organizaciones, , los miembros de una corporación cada vez necesitan más canales o vías de comunicación, ya que al desarrollarse la empresa, el individuo se preocupa de su área y se desvía de los objetivos y metas, por la falta de comunicación entre todos los que conforman la organización.

En Ecuador se puede observar notablemente que las provincias con mayor producción y oferta del producto textil son Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. Y mientras ha ido avanzando el tiempo, ha ido aumentando su producción, las personas que brinden un desempeño laboral acorde a lo que la empresa necesita, para que el individuo llegue a ser un pilar fundamental en la empresa, ya que al no tener un buen desempeño, la empresa se verá envuelta en una pérdida de recursos.

Según estadísticas realizadas por la **Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE)**, se estimó que existen acerca de 50.000 obreros que intervienen de forma directa en la fabricación de telas y sobre pasan los 200.000 trabajadores que laboran de forma indirecta con el producto anteriormente mencionado.

De acuerdo al análisis de **INEC** nos menciona que para el censo del 2010 las actividades de manufactura cuentan con 11.006 establecimientos o sector textil de los cuales el 74,2% se dedican a la elaboración de prendas de vestir, el 8,2% a la elaboración de otros productos hechos con inventarios textiles.

Una de las principales provincias generadoras y productoras de textiles y confecciones es **Tungurahua**, considerándose uno de los sectores líderes en el mercado y de la economía nacional, provincia que por su potencia comercial se ha convertido en sector económico de suma importancia a nivel nacional.

De acuerdo a la información presentada por la **Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y la Dirección de Promoción de Exportadores (PRO-ECUADOR)** al 2012. La provincia de **Tungurahua** pasa los 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, que estadísticamente simboliza el 5,15% de la producción a nivel nacional participando Ambato, Mocha,

Pelileo, Quero. Dedicados a la confección de prendas de vestir con variación de fibras y lencería para el hogar.

El desempeño laboral de los individuos de la empresa es lo que distinguirá a la organización de las otras ya que con un personal capacitado que sepa utilizar los recursos acercara a la organización a cumplir con sus objetivos.

La Empresa de Textiles "**Jhonatex**" ubicada en las calles Quis Quis entre Quimbalembó y Cañarís. Empresa que tiene inicios desde el año de 1998, el negocio se dedicaba a la venta de ropa interior a cargo de la actual administradora la Sra. Marlene Arcos y su esposo Vicente Altamirano, empezó siendo un pequeño negocio, se invierte capital para convertir de la empresa una productora de telas en donde nace la organización de textiles llamada Jhonatex, que es una empresa dedicada a la fabricación de telas de punto, está en el mercado textil hace más de 13 años.

Jhonatex está atravesando una dura competencia en el mercado textil y desempeño laboral regular en sus colaboradores no ayuda ya que, la falta de comunicación entre todos los integrantes y los amplios conocimientos de las demás organizaciones están llevando a generar pérdidas grandes en los recursos de la empresa, la organización está atravesando un desnivel administrativo y por ende su crecimiento se encuentra estancado, malgastando su posición en el mercado así como la aplicación de nuevas estrategias de participación en la industria de textil y descuidando la oportunidad de conseguir la preferencia en nuevos clientes. La falta de comunicación y motivación así como también la mala gestión administrativa del Talento Humano ha eliminado la persecución a cada individuo sin saber la totalidad de lo que nos aportan en la empresa, haciendo que cada quien realice las actividades que saben sin fijarse en el resultado total de lo que llevan a cabo, un compañerismo solo entre ellos, sin fijarse en las metas y objetivos que tiene la compañía, ya que la organización no beneficiaria , ni motivaría a ningún colaborador, sin saber quién es el empleado que brinda mejores prestaciones a la empresa, quien está pendiente de sus metas, quien quiere que la empresa sobresalga de todas las demás y quien solo quiere tener un trabajo haciendo lo básico sin ser alguien influyente y sin servir de ejemplo para los

nuevos integrantes de la empresa, por ende alejando a la organización de sus metas y objetivos propuestos por sus beneficiarios.

### 1.2.2 Árbol de Problemas

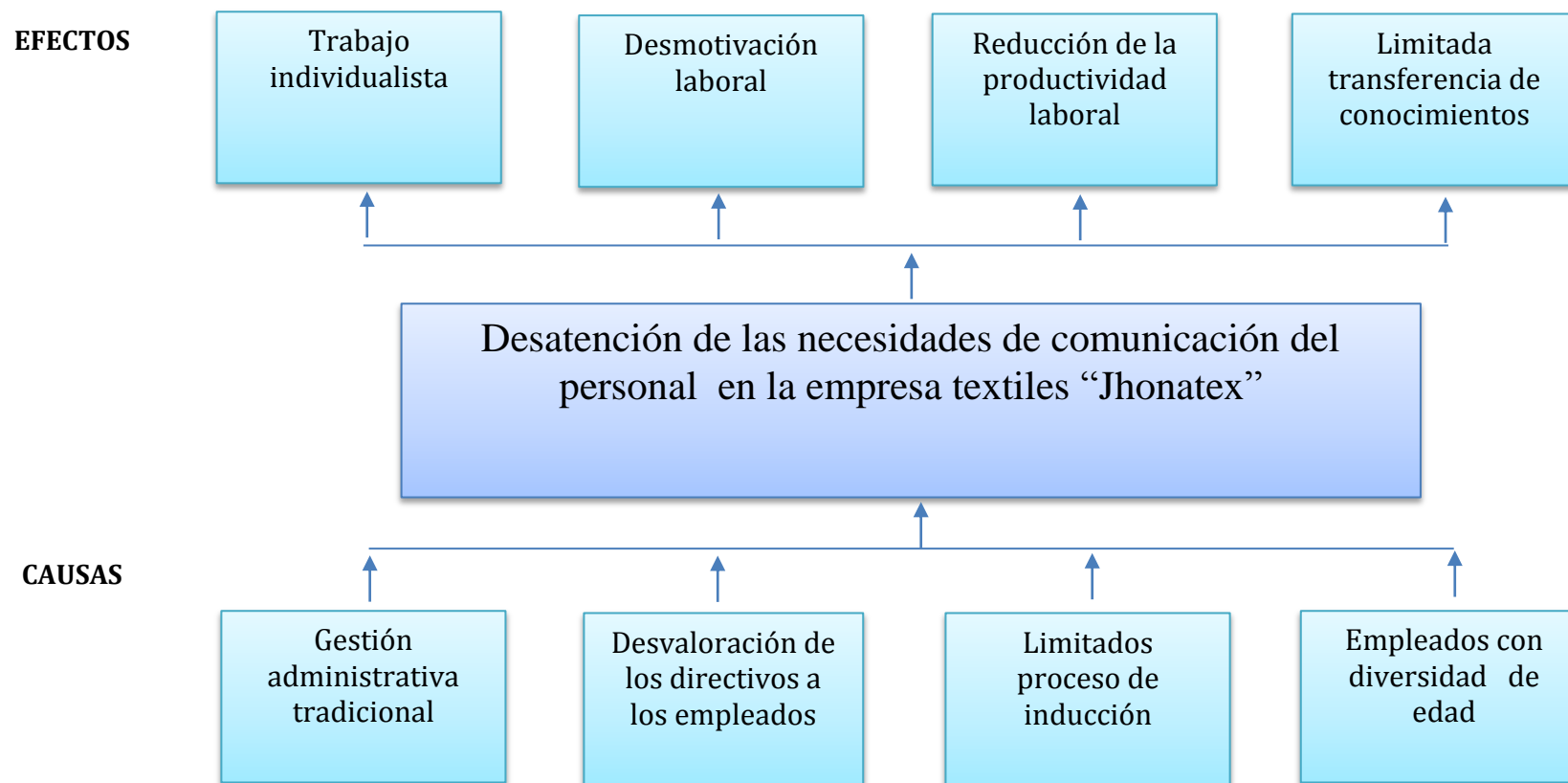


Figura N° 1: Árbol de problemas  
Elaborado por: Anabel Llerena

### **1.2.3 Análisis crítico.**

Es necesario analizar las causas, las mismas que dieron lugar al planteamiento del problema a estudiar las mismas que se menciona a continuación:

En la empresa de industria textil “Jhonatex” se ha observado una gestión administrativa tradicional al no romper paradigmas para poder optar por nuevos sistemas administrativos actualizados y avanzados y que resulten eficientes para la empresa.

Se ha detectado una inadecuada administración del personal, ya que se ha manifiesta una desvaloración de los directivos a los empleados, al prestar poca importancia en la superación y atención de inconvenientes de los mismo. Dentro de este problema también es la escasa comunicación o poca apertura al diálogo que se ha venido dando entre las autoridades de la empresa textil “Jhonatex” y el personal que labora en la misma.

También se puede decir que su proceso de inducción es limitado, al ingresar personal nuevo a la organización y no cuentan con una capacitación oportuna para el desarrollo y desenvolvimiento del mismo en sus funciones de trabajo.

Finalmente también se ha notado que los empleados que se encuentran laborando actualmente en la empresa son en general de mucha diversidad de edad, muchos de ellos se mantienen con paradigmas tradicionales que a lo largo del tiempo laboral han adquirido los mismos paradigmas y carecen de eficiencia intelectual actualizada.

#### **1.2.4 Prognosis.**

Si la empresa de industria textil “Jhonatex” no soluciona el problema que ha venido acarreado por un tiempo significativo, esta no logrará llegar tener un buen desempeño laboral, la cual es indispensable para el crecimiento de la empresa.

Las mencionadas problemáticas tienden a efectuar una preocupante inconformidad en los puestos de trabajo, los individuos realizan su labor de forma individualista sin tener en cuenta a los objetivos de la organización, el personal llega a desmotivarse y perder el interés para alcanzar los objetivos planteados haciendo que la empresa pierda notablemente credibilidad y estabilidad económica, razón principal de su existencia, y también causando que los empleados busquen nuevas oportunidades de trabajo.

La desmotivación laboral de los trabajadores dentro de la empresa tiende a ser un problema ya que el individuo al ser ignorado por gerencia, puede llevar a disminuir la producción y a causar grandes pérdidas de los principales recursos que sostiene a la organización.

En la Organización al no tener una buena comunicación y los directivos al no explicar lo que la corporación necesita, los empleados empiezan a dar una reducción en la productividad laboral, que traen estancamientos al cumplimiento de los objetivos y metas realizadas por la misma.

Existe poca creatividad de los jefes, el ambiente es tenso y genera estrés, ocasionando una limitada transferencia de conocimientos, tanto desde el punto jefe empleado o de empleado nuevo a empleado antiguo, de este modo la empresa



Jhonatex no podrá continuar en los mercados siendo una competitiva y referenciada.

### **1.2.5 Formulación del problema**

¿Cómo las necesidades de comunicación del personal repercuten en el desempeño laboral en la empresa textiles Jhonatex ?

### **1.2.6 Interrogantes de la Investigación**

- ¿Cuáles son las necesidades de comunicación del personal en la empresa textiles Jhonatex?
- ¿Cómo es el desempeño laboral del personal de la empresa textil Jhonatex?
- ¿Cuál sería la solución a la problemática planteada?

### **1.2.7 Delimitación del Objeto de Investigación**

CAMPO: Psicología Industrial

ÁREA: Laboral

ASPECTO: Desempeño Laboral

LÍMITE ESPACIAL: Jhonatex

LÍMITE TEMPORAL: Año 2014

UNIDAD DE OBSERVACIÓN: Personal Administrativo y Operativo

**OJO VER SI EL ESPACIO ESTA BIEN AQUI**

### **1.3 Justificación**

Para la presente investigación existe gran **interés** por parte de los propietarios de la empresa Jhonatex, ya que manifiesta que no cuentan con un estudio acerca de las necesidades de comunicación del personal y el desempeño laboral, motivo por el cual se viene presenciando un déficit con respecto a la colaboración que sus trabajadores y por ende un déficit en el avance competitivo de la entidad en el mercado, debido a esto existe un interés de los mismos por querer mejorar el desempeño de sus trabajadores, por lo que prestan las ayudas y facilidades necesarias para realizar la investigación.

Los recursos económicos en la empresa han decaído con el deficiente personal de la organización, por lo que el presente trabajo de investigación será **factible** para conocer a fondo los errores que envuelven a la organización. La empresa Jhonatex cuenta con toda la información y recursos que la investigadora necesita, para aplicar las mejoras a la organización y poder brindarle una sólida estructura y así llegar a los fines deseados, ya que la empresa teniendo en cuenta lo investigado, aplicara esta investigación y llevara una ventaja competitiva sobre sus competencias, haciendo de esta una empresa que sabrá manejar mucho mejor sus recursos, lo que será de gran factibilidad tanto para la empresa como para la investigadora, el éxito de este trabajo, que nos ayudara a llegar más rápido a nuestras metas y objetivos.

La empresa Jhonatex siguiendo los pasos de psicología industrial mejorara el desempeño de los empleados, lo cual será de vital **importancia** en la organización, el personal colabora en la empresa y como tal este interviene en gran magnitud y significativamente en la administración, lo que hará que esta avance, el cumplimiento de los objetivos y finalización de metas, influye en la actividad económica de la empresa y en el irrenunciable avance competitivo de la misma frente al mercado, por ende hoy en día las empresas con o sin fines económicos, públicas o privadas buscan nuevas estrategias que solucionen las distintas problemáticas que se puedan presentar con el Talento Humano dentro de las mismas.

El **impacto** que tendrá esta investigación hará de la empresa de textiles Jhonatex, mejorar la calidad de la administración del personal dentro de la empresa y como esta puede llevar a la misma al logro de grandes metas propuestas y cumplir con la satisfacción total de sus clientes.

Del presente trabajo de investigación los principales **beneficiarios** son los propietarios de la empresa Jhonatex al mejorar su productividad, los empleados al satisfacer de una mejor manera sus necesidades de comunicación, y por último pero no menos importante la comunidad universitaria de la Universidad Técnica de Ambato al tener un documento de consulta para futuros trabajos de investigación.

Se cuenta con los recursos necesarios tanto económicos como de información necesaria que se encuentra en los documentos de respaldos que elabora y presenta la empresa para el avance del estudio de sus fenómenos o problemática anteriormente mencionada y de esta manera llegar al descubrimiento de la solución de los mismos para la realización del presente trabajo de investigación, el cual tendrá un impacto como es el de mejorar el desempeño laboral a través de la satisfacción de las necesidades colectivas y personales del personal que labora dentro de la empresa.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar si las necesidades de comunicación del personal inciden en el desempeño laboral en la empresa de textiles Jhonatex.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las necesidades de comunicación del personal en la empresa textiles Jhonatex.
- Analizar el desempeño laboral del personal de la empresa textiles Jhonatex.
- Proponer la solución a la problemática planteada.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes investigativos.**

Revisados los archivos de la de la Empresa “Jhonatex”. en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, no se han encontrado trabajos relacionados con el tema de investigación; sin embargo en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato se han encontrado temas similares detallados a continuación:

Según Pacha Jaime(2008) en su proyecto de investigación con el tema: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL PROCESO ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO DE ÁREA (PDA) PASA SAN FERNANDO DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, Previa la obtención de: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL, en la Universidad Técnica de Ambato, con un objetivo general de determinar si la inexistencia del Departamento de Comunicación Organizacional limita una Estrategia de Comunicación Corporativa para el Desarrollo entre quienes se encuentran involucrados con el Programa de Desarrollo de Área PDA Pasa-San Fernando del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua. Con los objetivos específicos de:

- Diagnosticar, en una muestra, qué conoce la gente sobre los lineamientos de desarrollo del PDA Pasa-San Fernando.
- Analizar qué tipo de comunicación utiliza el Proyecto para conocer la cobertura de sus programas
- Proponer un diseño de Departamento de Comunicación Organizacional.

De acuerdo al estudio, investigación y análisis realizado se desprende las siguientes conclusiones:

- De las 100 personas encuestadas en las comunidades influenciadas por el PDA Pasa San Fernando solo 15 no han escuchado hablar del PDA, es decir que la institución tiene cierto grado posicionamiento en las comunidades, pero a pesar de esto los habitantes no se sienten satisfechos con la información que reciben, el 74% señala que desconoce la mayoría de actividades que ofrece y realiza la institución, esto ha causado que los habitantes formen conceptos erróneos y equivocados sobre los aspectos que giran en torno a la entidad e incluso hacía quienes prestan sus servicios.
- Una de las principales consecuencias para que los habitantes no satisfagan su necesidad de información, es que en los últimos meses se ha dejado de lado la salida a reuniones para difundir y socializar las actividades del PDA solo el 35% de los encuestados dice conocer las actividades del PDA.
- Los resultados de la investigación reflejan, el descuido de quienes están al frente y, de quienes asisten técnica y financieramente, a la parte comunicacional.
- Los habitantes de las comunidades al estar permanentemente informados sobre las actividades que realiza el PDA, forman su propia información en base a supuestos, origina que la institución tenga una imagen negativa que en muchos casos ha generado problemas.
- Esta investigación tuvo por otra parte, la intención de incentivar al profesional de la comunicación en la gestión comunicacional de cualquier organización, sobre todo en aquellas que atraviesan procesos, actualmente frecuentados, los de estrategias corporativas

Al indagar la investigación anterior se puede observar que las necesidades de comunicación del personal que se desenvuelve en la organización ofrece a los empleados la manera de tener más claras las metas y objetivos de la corporación, es punto importante el iniciar planes de comunicación en la empresa para mejorar el nivel de eficiencia y eficacia del talento humano, beneficiando así a la organización.

Según Iturralde Julia (2010) en su tema :LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LOS RESULTADOS DEL RENDIMIENTO DE LOS TRABAJADORES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS LTDA DE LA CIUDAD DE AMBATO. Trabajo de graduación previo a la obtención del título DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA, en la Universidad Técnica de Ambato, con un objetivo general de Proponer el desarrollo de un modelo de evaluación de desempeño laboral para mejorar el rendimiento de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda. En la ciudad de Ambato. Con los objetivos específicos:

- Analizar el Modelo de Evaluación de Desempeño Laboral que actualmente posee la Institución, para demostrar su inaplicabilidad.
- Analizar los resultados de las Evaluaciones de Desempeño Laboral del año 2010 para determinar el nivel de rendimiento de los trabajadores.
- Proponer la aplicación de un método de Evaluación de Desempeño Laboral denominado de 360° por Competencias en la Cooperativa de Ahorro de Crédito Oscus Ltda.

Luego de haber obtenido los resultados de la investigación de campo y contrastado con los objetivos y la hipótesis se llegó a determinar las siguientes conclusiones:

- El trabajo de campo nos ubica en un tiempo y en un espacio real, sale a flote muchas circunstancias en los distintos ámbitos, niveles, secciones

que involucran al gran recurso de la cooperativa como es el Recurso Humano, hoy acertadamente llamado Capital Intelectual

- El ambiente laboral de la institución se encuentra en un margen de apreciación de los trabajadores como bueno
- Los empleados de la cooperativa no conocen en su mayoría los resultados de la su evaluación del desempeño
- Los objetivos de la realización de la evaluación del desempeño no son conocidos por parte de los trabajadores de la Cooperativa OSCUS
- No existe un plan de Mejora en función del desempeño de los trabajadores, lo que impide su desarrollo y crecimiento
- No se identifican métodos, técnicas apropiadas de evaluación del desempeño que potencialicen y fortalezcan el sistema de recursos humanos a fin de que el personal se motive y se comprometa con la filosofía de la cooperativa, se continuará cometiendo errores que pueden causar graves perjuicios a la institución

Se puede concluir que la investigación anterior nos menciona la importancia del desempeño laboral, la falta de capacitación, una mala organización y sobre todo el no llevar un control definido, viene a influir en el desempeño de los individuos miembros de la empresa.

Según Tamayo Carlos (2010) en su trabajo de investigación con el tema: EL EMPLEO ERRÓNEO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL PERSONAL DE LA FUNDACIÓN DON BOSCO LIMITA EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA CIUDAD DE AMBATO. Trabajo de graduación, como requisito a la obtención del título de Licenciado en Comunicador Social, en la Universidad Técnica de Ambato, con el objetivo general de: Determinar como el empleo erróneo de la Comunicación Interna del personal de la Fundación Don Bosco



Limita el desempeño laboral en la ciudad de Ambato durante el primer semestre del 2010. Con los objetivos específicos de:

- Analizar el empleo erróneo de la Comunicación Interna en la fundación Don Bosco.
- Establecer cómo se da el desempeño laboral en la Fundación Don Bosco.
- Diseñar una alternativa de solución para el mejoramiento de la comunicación interna y el desempeño laboral en la Fundación Don Bosco.

En el anterior trabajo de investigación podemos observar las siguientes conclusiones:

- Nuestras conclusiones son que al tomar en cuenta y dar a conocer la definición de las respectivas estrategias comunicacionales mejorarán y fortalecerán las relaciones comunicacionales, así también se creará un ambiente de trabajo con más sapiencia y más aún, se observará la responsabilidad adecuada y el respeto a cada uno de los roles de trabajo.
- También concluyo en que si hay mayor conocimiento de todo el personal, en lo que tiene que ver con sus respectivos roles de trabajo, se mantendrá una armonía laboral y por esta razón un desarrollo que mejorará más aún a la Fundación Don Bosco
- Si el personal de la Fundación Don Bosco tiene ideas positivas en sus diferentes relaciones comunicacionales se encaminarán por una sola dirección todos llevarán al crecimiento y desarrollo, tanto motivacional, como laboral; para que exista el respectivo progreso que la Fundación Don Bosco anhela.
- De esta manera terminamos concluyendo, que si todos pensamos en desarrollo laboral y buenas relaciones comunicacionales; poniendo de nuestra parte, llegaremos a mantener una fuerza optimista que nos ayudará con nuestro trabajo diario en la Fundación Don Bosco.

Las necesidades de la comunicación en la empresa y el desempeño laboral se encuentran estrechamente relacionados, por esta razón, si uno de estos aspectos sufre una modificación el otro también se ve afectado por esta razón la empresa debe cuidar significativamente éstos para alcanzar una adecuada calidad empresarial.

## **2.2. Fundamentaciones**

### **2.2.1. Fundamentación Filosófica**

Según Rendón Miguel (2004: 46) dice: La fundamentación filosófica consiste en utilizar categorías, principios, teorías de la filosofía para solucionar problemas ontológicos, gnoseológicos y axiológicos de la disciplina analizada. Estos fundamentos filosóficos dependen de una concepción filosófica y deben ser capaces de estimular el desarrollo de la ciencia, dar una explicación de su existencia, estimular su desarrollo y coadyuvar su utilización práctica.

El presente trabajo de investigación se enmarca en el paradigma crítico propositivos, ya que la misma busca dar solución a una problemática planteada partiendo de un análisis de la situación de la misma con respecto al desempeño laboral y a las necesidades personales del personal de la empresa, para de este análisis proponer la mejor solución para el problema planteado.

**OJO LOS ESPACIOS**

### **2.2.2. Fundamentación Epistemológica**

Según Maya Betancourt Arnobio (2012:8) dice: Roja por su parte, señala que la epistemología: Es la ciencia interdisciplinaria que estudia los fundamentos, esencia, origen, proceso, medios, métodos, desarrollo y fundamentos de conocimiento en general, del “aprendizaje, inteligencia”, luego agregar: Es la ciencia que estudia cómo se desarrolla el aprendizaje, la inteligencia y el conocimiento del ser humano. Como usted podrá inferirlo y determinarlo entonces, la epistemología es una herramienta de primera mano para comprender como conoce y aprende el ser humano.

Son las herramientas que tiene la empresa para conocer a los miembros parte una organización en donde observaran los métodos que deben seguir, así como el proceso para el desarrollo de la corporación aprendiendo de las experiencias, en donde el trabajador conoce a su empresa su esencia, origen y viceversa

### **2.2.3. Fundamentación Axiológica**

Según Brenes Eugenia, Porrás Martha (2007:306) La axiología es una disciplina filosófica colocada por unos en la Metafísica, porque los valores son referidos al ser; por otros, en la Ética, porque se ocupa exclusivamente de los valores éticos, en la Estética por algunos, porque la valoración y juicios axiológicos siguen una pautas muy parecidas a las de captación de la belleza; en Antropología cultural a veces, porque los valores están vinculados al legado cultura de cada sociedad.

La fundamentación axiológica es la que se encarga de la ética, principios y valores que llevara la empresa, lo que la caracteriza de otras organizaciones, la forma de manejar la empresa con las diferentes culturas y la de los miembros de la organización, que la llevara a ser observada como valores propios y únicos de la compañía.

#### **2.2.4. Fundamentación Ontológica**

Según Rendón Miguel Ángel (2005:46) La fundamentación ontológica exige determinar la forma de existencia de los entes con los que trata la disciplina, el status ontológico de los objetos a los que se refieren los enunciados y las leyes de la teoría. Como consecuencia de la fundamentación ontológica de debe dar una fundamentación gnoseológica, es decir justificar la existencia del objeto de la teoría en la realidad y especificar el enfoque particular que se estudia de él.

La fundamentación ontológica que se refiere al aspecto de ley y enunciados en la que está envuelta la empresa, estudia la realidad de los hechos en la empresa y el planteamiento real de los hechos particulares que se manejan en la organización

#### **2.2.5. Fundamentación Psicológica**

Según García Correa Antonio (2008:21) Siempre la psicología ha creído que el niño necesita de un orden, reglas conductas y normas y, también, de la enseñanza del respeto a los demás. Ahora bien en estos últimos tiempos ha habido cambios en las actitudes hacia las razones de esta necesidad disciplinar. En el

pasado se creía que un niño necesitaba disciplina porque la sociedad le pedía comportarse de una manera muy determinada y no toleraba desviaciones del modelo aprobado de conducta, ahora se acepta que el niño necesita de un orden y disciplina para ser feliz, aceptado socialmente y para un sano desarrollo psíquico.

Tal como observamos el anterior concepto, aportaremos que tal como en los niños se les va imponiendo una serie de reglas, conductas y orden, así también la empresa debe formar al individuo parte del personal, con las reglas y procedimientos que la organización observe que es la correcta para el manejo de su personal.

### **2.3 Fundamentación Legal**

La presente investigación se respalda en las leyes y estatutos de la República del Ecuador, según el **CÓDIGO DE TRABAJO**, Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005, Codificación 17:

**Art. 45.- Obligaciones del trabajador.-** Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;

- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
- g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;
- h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y,
- j) Las demás establecidas en este Código.

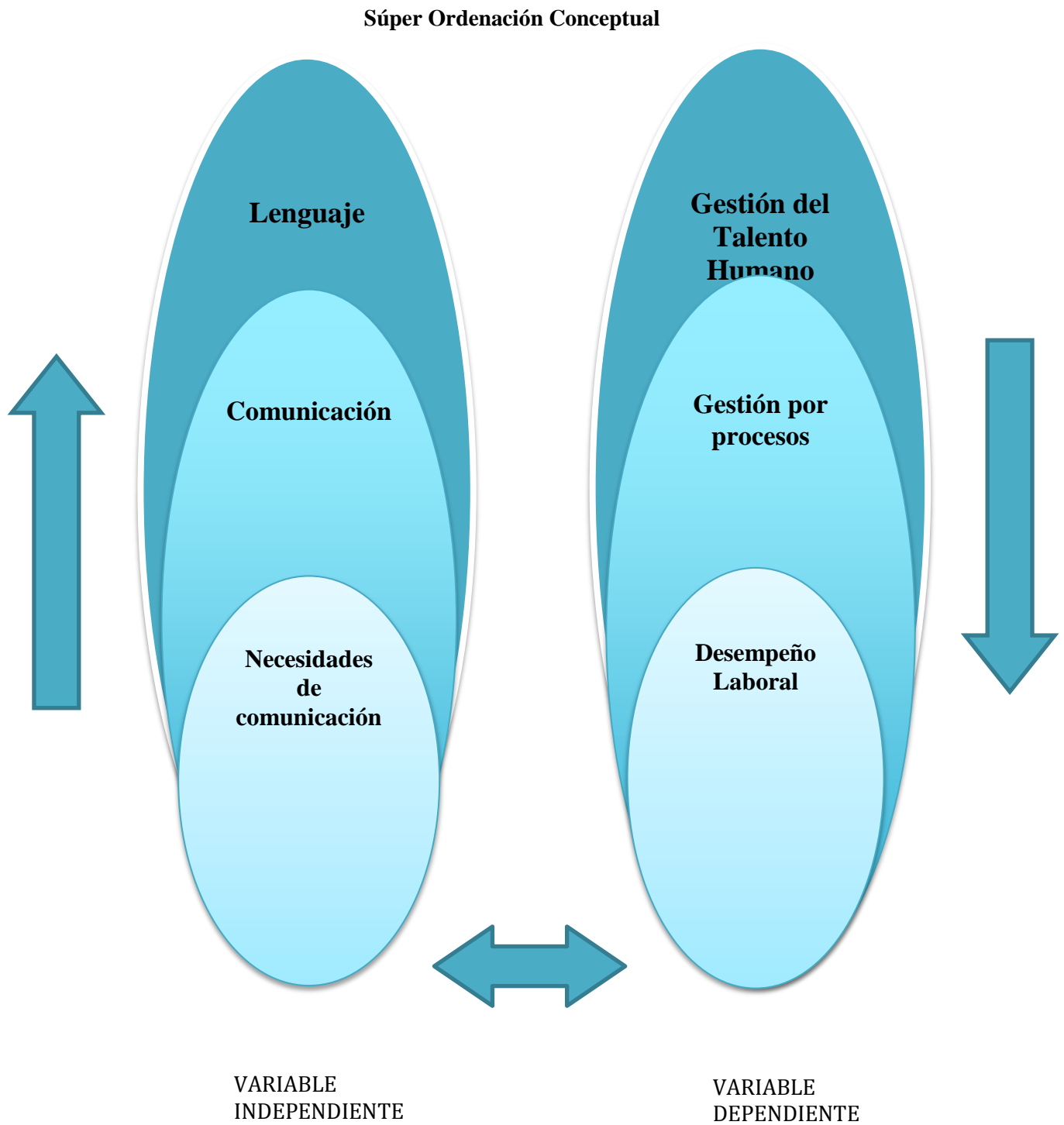
Según **CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008**,  
Registro Oficial # 449.

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

## 2.4 Categorías Fundamentales



**Figura N° 2:** Red Inclusiones Conceptuales  
**Elaborado por:** Anabel Llerena



### 2.4.1. Constelación de Ideas VI

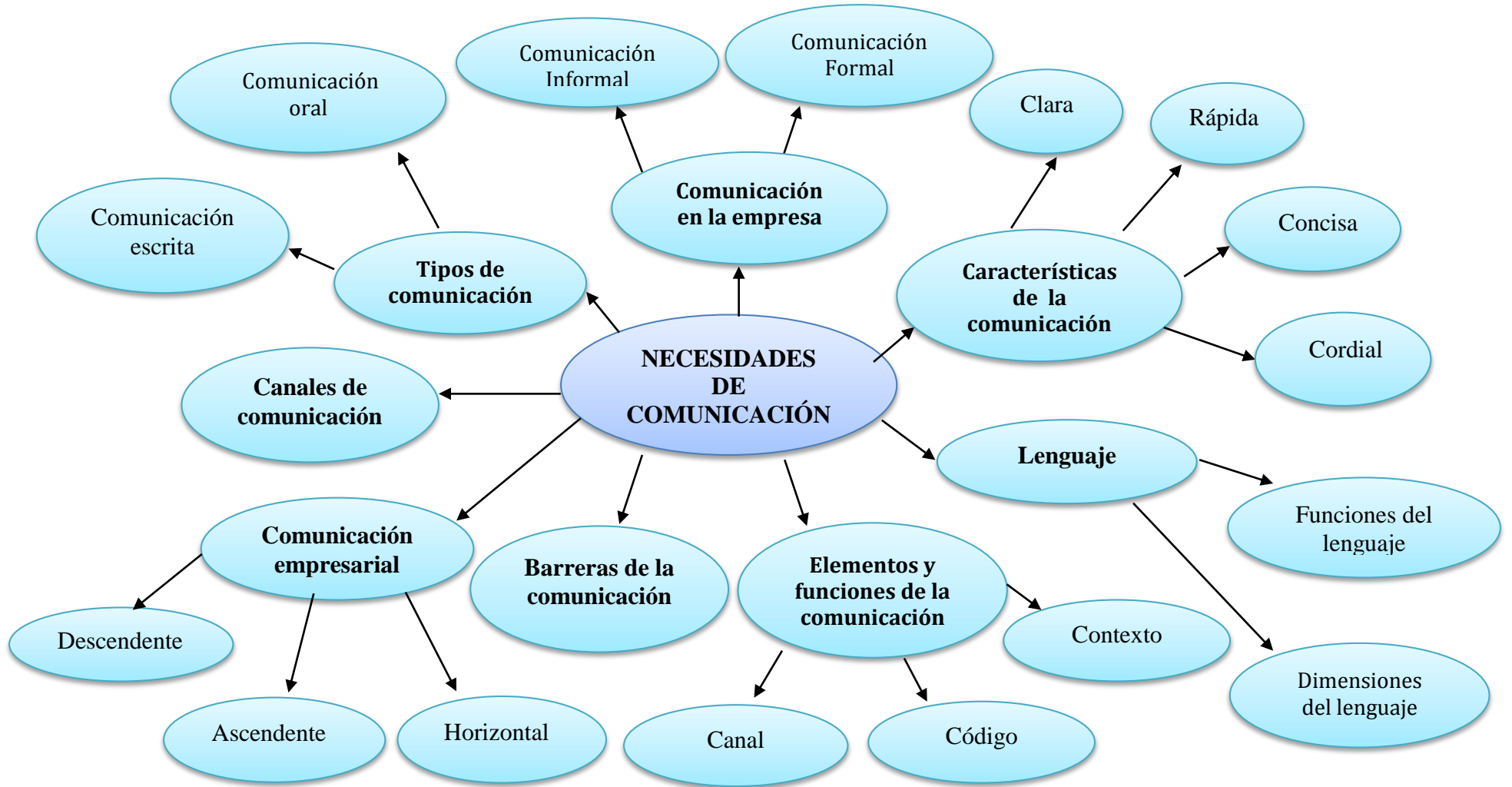


Figura N° 3: Constelación de Ideas VI  
Elaborado por: Anabel Llerena

#### 2.4.2. Constelación de Ideas de la VD

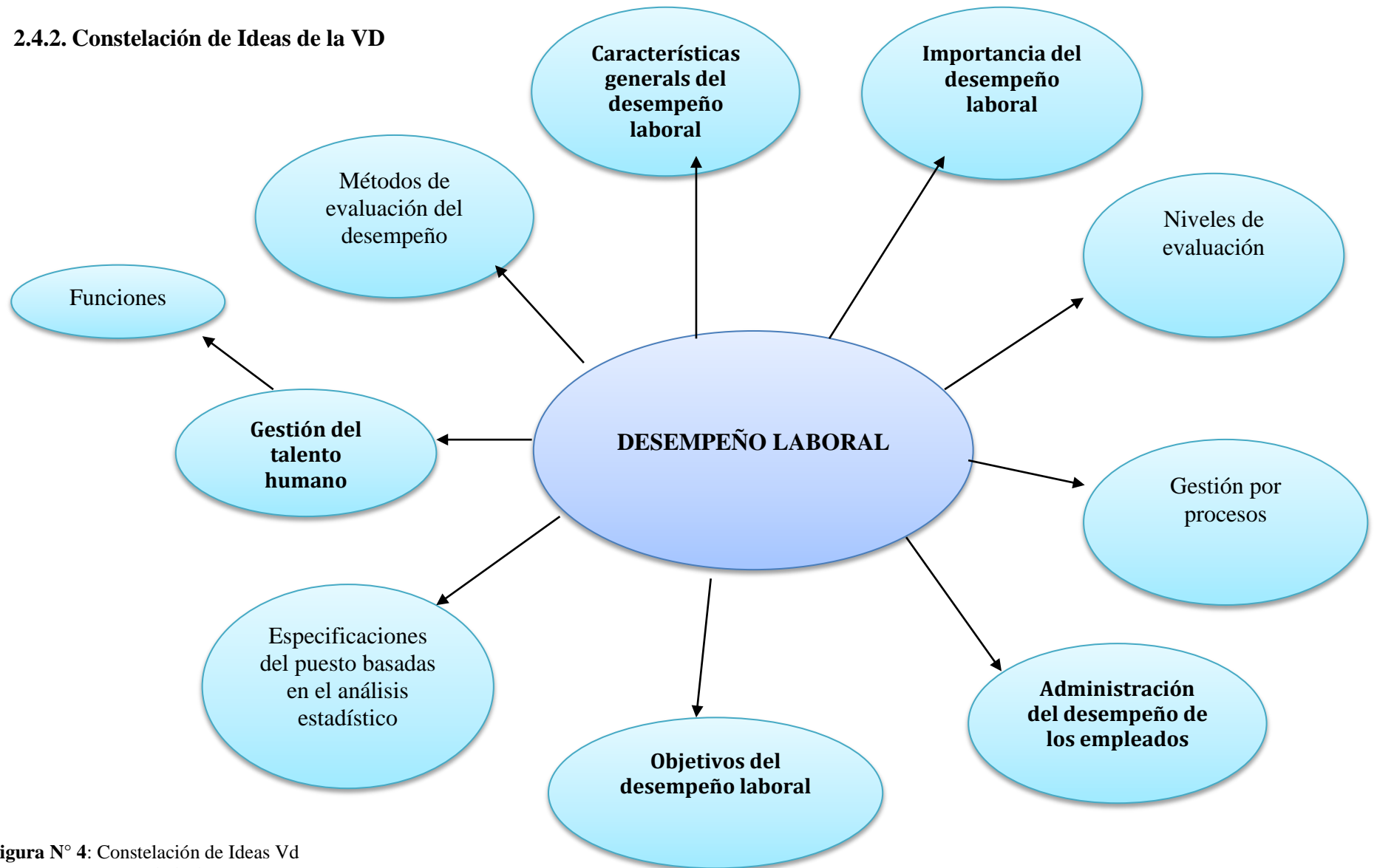


Figura N° 4: Constelación de Ideas Vd  
Elaborado por: Anabel Llerena

## **2.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

### **2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE**

#### **NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DEL PERSONAL.**

##### **Definición**

Según Giménez. (1996:39). “Por necesidades de comunicación escrita se entiende que son los contenidos necesarios para el dominio de una situación de comunicación donde las actividades de lectura o de escritura se realizan. ”

Según Sara Díez Freijeiro (2010:34). "Un conjunto de acciones que se emprenden y consolidan para entablar vínculos entre los miembros de una organización, con el objetivo de comprometerlos e integrarlos en el desarrollo y realización de un proyecto común."

Según Utrilla, Morillo, Ania (2006:426). La comunicación es una necesidad básica del ser humano, y dentro de todos los tipos de comunicación humana la más potente es la comunicación oral.

Según Carlos Ongallo (2007:94). Se ha plasmado con anterioridad que la comunicación con los miembros de la organización es una necesidad. Toda organización necesita de la comunicación, Por tanto, la organización, y más concretamente la empresa, debe establecer una política de comunicación interna. La información constituye la fuente de energía que mueve a la organización: información sobre la organización misma, sobre su entorno, sus productos y servicios, y especialmente sobre las personas que la componen.

Según Utrilla, Morillo, Ania..., Martín. (1985: 427). La comunicación es el proceso mediante el cual la persona se relaciona con su entorno, o con otras personas, utilizando un código común (lingüístico o no lingüístico), que se envía a través de un medio (canal de comunicación), con la finalidad de conseguir un objetivo (una respuesta). Por ello, podemos decir que la comunicación es relación y no sólo información. Cuando en la comunicación no se produce una respuesta por parte del receptor, no se ha entendido la información.

Según García J (1998:78). La gestión del activo humano ha de atenerse a los principios establecidos por las ciencias humanas del comportamiento. Las necesidades que regulan la comunicación interna e interpersonal constituyen un sólido punto de partida. En la gestión del activo humano es necesario asignar a la comunicación el papel de satisfacer las necesidades descritas por Maslow en su pirámide. Estudios de Puoms (1954) y Mishler y Tropp (1956) demuestran que las personas dentro de una organización se comunican para mejorar su posición. Igualmente la gente tiende a canalizar sus comunicaciones hacia aquellos que le hacen sentirse más segura.

De acuerdo a Melendo (1990: 17). La comunicación es una necesidad y un deseo innato en el ser humano. Este siente la necesidad de autoexpresión. Todos necesitamos relacionarnos, expresarnos y darnos a conocer; necesitamos, a la vez, conocer a otros y ser conocidos por ellos. Existe una conexión estrecha entre la comunicación y las relaciones interpersonales.

La cita anterior da a comprender que la necesidad de comunicación del personal no es nada más que el proceso por el medio del cual el personal se interrelaciona en un área específica de acuerdo a la necesidad del mismo. Y por medio de esta comunicación se permite las mejoras en sus desempeños laborales.

Las relaciones y comunicaciones personales es un elemento clave para la comprensión, el trabajo en grupo, la confianza, el apoyo entre el personal, en fin factores de relevancia y necesarios para el bienestar personal y el avance de la empresa. Según las citas tomadas anteriormente una de las comunicaciones más importantes la oral y se puede deducir que la segunda más importante es la escrita en especial cuando existe niveles jerárquicos de personal.

### **Comunicación en la empresa**

Según Lamata F (1998:361). Vamos a referirnos en esta parte de nuestra reflexión a la comunicación en la empresa y sus problemas peculiares. En orden a comprender mejor éstos haremos un símil entre ciertos rasgos de los individuos y las empresas. Pero antes parece necesario aclarar lo que entendemos por comunicación en la empresa. Los que estudian el tema suelen distinguir entre comunicación formal y comunicación informal. Aunque las definiciones y los límites no se determinan con exactitud, el sentido que se asigna a cada una se aproxima a los que indicamos a continuación.

La **comunicación formal** tendría que ver con la oficial y, en cierto modo, legal, con la que se establece en un contexto de interpelación basada en el ejercicio de los roles oficiales de cada cual en la estructura organizativa. Comprendería no sólo las comunicaciones con «membrete y sello», sino todas las que tuvieran lugar entre miembros de la empresa en sus papeles en y referidas a ésta.

La **comunicación informal** tendría un carácter extraoficial. Podría establecerse entre cualquiera en términos de ejercicio de otros roles no necesariamente oficiales (aunque éstos difícilmente lleguen a olvidarse por completo). Sus contenidos pueden ser variados y no vincularse con la empresa: aficiones, problemas personales, bromas, chismes de sociedad, etc., pero también problemas laborales, cuestiones relativas a las tareas, rumores sobre la corporación y los jefes. etc.

Con respecto a la comunicación en la empresa, como se puede entender en el párrafo anterior la comunicación entre el personal es una de las bases más importantes para el entendimiento entre los diferentes departamentos de la misma y de esta manera con el trabajo unido la entidad llegara al cumplimiento de los objetivos planteados. Los tipos de comunicaciones dentro de la empresa vienen a ser formal e informal. Formal cuando el personal se asegura que su medio de comunicación se rija al reglamento interno y cumpla con todas las políticas y procedimientos establecidos y la comunicación informal viene a ser aquella que no contiene respaldo alguno.

## **COMUNICACIÓN**

Según Roberto Pascual (2010:42). El proceso inevitable y constante entre los actores sociales (todo es comunicación), diversa (verbal y no verbal), contextual (cada intercambio crea su contexto de interpretación, y el concepto de contexto se hace dinámico y complejo), retroactiva (no lineal entre dos actores estables en su rol de emisor/receptor, sino sometida a la modificación cibernética que producen sus propios efectos, no necesariamente intencional (procesos de intercambio o interacción no buscada y no controlada), y cultural (sometida a las normas, reglas o creencias de los contextos culturales, pero creando también ella esos contextos y esa cultura)

Según López & Gallardo (2005:22). Interacción (influencia recíproca) que sea intersubjetiva (conocida mutuamente) e intencional, voluntaria y se realiza a través de un sistema de signos basado fundamentalmente en un sistema de símbolos verbales caracterizados por la doble articulación que, a su vez, se basa en sistema completo que incluye la fonética, la sintaxis, la semántica y la pragmática; en otros términos, «la comunicación es una interacción intersubjetiva y voluntaria mediante un lenguaje humano basado en la doble articulación y en un sistema simbólico».

En síntesis la comunicación es una serie de actitudes y actividades emocionales y técnicas que el humano debe emitir o expresar de cualquier forma y en el momento oportuno, o también se puede decir que es intercambio de ideas entre un emisor y un receptor. Este puede ser totalmente intersubjetiva, intencional, voluntario, constante, diverso, retroactivo, no tiene un forma específica ni reglas a seguir, todo esto depende de la cultura de cada una de la personas.

**Una buena comunicación en 360° administra diversos criterios de forma estratégica:**

Según Joaquín Sánchez Herrera (2012:21). Define:

- Informar: Dar a conocer, socializar, entregar información, difundir discurso, crear conciencia, generar redes de información, etc.
- Posicionar: Instalar, diferenciar, proyectar una imagen corporativa, destacar, sumar valor a una imagen, etc.
- Persuadir: Generar una acción, vender, educar, lograr el aprendizaje de una conducta, innovación y hábito, obtener votos, lograr un cambio.

- Compartir: Compartir sentimientos y sensibilidades, estados de ánimo, lazos afectivos, unir a través de las emociones, mantener los afectos.
- Construir comunidad: Crear puentes, establecer relaciones de convivencia, resolver conflictos, generar lazos de asociación, negociación y búsqueda de acuerdos en base a intereses comunes.

Este tipo de comunicación de 360 grados, trata de una comunicación de calidad e integrada dentro de las instituciones tanto privada como pública, de llevar las distintas maneras que existen de comunicación dentro de la organización de una manera que el mismo empiece un proceso de cumplimiento de metas y objetivos ya planteados. También esto debe reflejarse a lo externo como en la imagen corporativa, las relaciones públicas, las campañas publicitarias, el internet, etc., en fin los diferentes medios que existen para comunicarse con el público, este nuevo método de comunicación también viene basada en un contante dialogo entre los empleados, con los accionistas, los proveedores, los clientes, entre otros.

## **CANALES DE COMUNICACIÓN**

Según De la Mora Medina José (1999: 114) manifiesta: el canal o medio de comunicación es el elemento que sirve para trasladar, conservar, amplificar, difundir transportar o reproducir los mensajes elaborados por un emisor; es el instrumento que ayuda a recorrer las señales desde un emisor hasta un receptor

## **BARRERAS DE COMUNICACIÓN**

Según León Alma (2005: 36) manifiesta: En el proceso de la comunicación suelen presentarse perturbaciones que interfieren y



afectan total o parcialmente a la realización del mismo. Los psicólogos las de nominan barreras de comunicación. Otros autores llaman a este fenómeno ruido o interferencias. Se representan debido a los problemas o deficiencias originadas en algunos de los elementos del proceso de comunicación. Puede ocurrir que el contenido del mensaje no llegue a su destino, o bien, que llegue distorsionado y no cumpla con el objetivo de la comunicación.

## **ELEMENTOS Y FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA**

Según Del Arco Asensio Eva, Vázquez Blömer Beatriz (2009:273) manifiestan: Los elementos que intervienen en el proceso de comunicación pueden tener una función comunicativa en si misma enriqueciendo el mensaje.

### **EMISOR**

Según Del Arco Asensio Eva, Vázquez Blömer Beatriz (2009:273) dicen: Es el elemento que pone en marcha el proceso generando y/o enviando el mensaje. En la empresa puede ser una persona individual, un departamento o un grupo. Ejerce una función expresiva cuando intenta transmitir impresiones, deseos, estados de ánimo, etc.

### **RECEPTOR**

Según Del Arco Asensio Eva, Vázquez Blömer Beatriz (2009:273) redactan: Para hablar de intercambio se exige que haya como mínimo dos personas, el máximo no existe. El receptor es el destinatario de la información. Ejerce una función apelativa cuando se pretende con el

mensaje llamar la atención del receptor e influir en su comportamiento para que actúe de una forma determinada.

## **MENSAJE**

Según Del Arco Asensio Eva, Vázquez Blömer Beatriz (2009:273) manifiestan: Es el objeto de la transmisión. Está constituido por una o más informaciones, transformadas a través de un código. Su contenido debe ser homogéneo (versar sobre el mismo tema), claro (debe tener sentido para las partes), estructurado. Puede ejercer una función poética cuando el emisor pretende con su mensaje llamar la atención sobre el propio mensaje.

## **CÓDIGO**

Según Del Arco Asensio Eva, Vázquez Blömer Beatriz (2009:273) dicen: Conjunto de señales con significado entre el emisor y el receptor que se relacionan entre sí. Está compuesto por una serie de elementos escritos, orales o gestuales que son comprensibles para las personas que participan en la comunicación. Puede ejercer una función metalingüística, cuando el emisor utiliza el código para hablar sobre el propio código.

## **CANAL**

Según Del Arco Asensio Eva, Vázquez Blömer Beatriz (2009:273) “Es el medio a través del cual se produce la comunicación, es el soporte físico del mensaje. Puede ejercer la función fática cuando se verifica el correcto funcionamiento del canal”.

## CONTEXTO

Según Del Arco Asensio Eva, Vázquez Blömer Beatriz (2009:273) redactan: Conjunto de condiciones en las que desarrolla la comunicación, es decir, espacio tiempo, circunstancias psocioculturales, mensajes posteriores y anteriores. En emisor y receptor deben encontrarse en el mismo contexto para que el mensaje sea comprendido de igual forma por los interlocutores.

## LAS CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN

Según Rubio Domínguez Pedro (2006) dice: Existen cuatro conceptos claves que deberemos aplicar siempre en nuestras comunicaciones. Esta ha de ser:

- a) CLARA
- b) RAPIDA
- c) CONSISA
- d) CORDIAL

**A) CLARA**, según Rubio Domínguez Pedro (2006). Para permitir que todas las partes puedan compartir y comprender las ideas. Probablemente éste es el aspecto más importante de una correcta comunicación y requiere mucha precisión y atención por parte del emisor. El idioma empleado debe ser entendido con facilidad por el receptor y no deberemos emplear jergas o modismos que no le resulten familiares a éste. Esta situación pone en dificultad al emisor para estructurar un buen mensaje y a veces, por comodidad, utiliza sus propios términos coloquiales y si el receptor no le entiende lo que dice, peor para él, es su problema. Antes de iniciarnos en la práctica de una comunicación eficaz, tenemos que aceptar la responsabilidad de redactar el mensaje de forma fácil de entender

o interpretar. No olvidemos que la comunicación debe buscar siempre la “percepción” por parte del receptor.

**B) RÁPIDA** según Rubio Domínguez Pedro (2006), si no es así, el tiempo transcurrido puede desvirtuar el mensaje, e introduce otro concepto que se denomina “comunicación de formada”.

**OJO ESTO NO PUEDE ESTAR ASI**

Un famoso ejemplo es aquel del comandante de un ejército que envió un mensaje a un mando inferior que decía “enviad refuerzos, vamos a avanzar”. Poco a poco se fue alterando el contenido del mensaje y debido a la mala comunicación y comprensión humana, llegó a transformarse en “hacer **esfuerzos, vamos a danzar**”.

Este ejemplo, tantas veces citado, evidencia el problema para conseguir una eficaz comunicación; todo canal de comunicación que suponga algún retraso causará inevitablemente una distorsión del mensaje original, por lo que será difícil conseguir la comprensión pretendida.

**C) CONCISA**, según Rubio Domínguez Pedro (2006). Para obtener un nivel óptimo de respuesta por parte del receptor. El comentario que realiza éste es un elemento esencial en el proceso de conseguir una mutua comprensión, es decir, que ésta sea compartida. Este proceso se le denomina con el término anglosajón feedback o reacción y aunque su planteamiento es simple, en la práctica es difícil conseguirlo. Si prevemos que puedan existir problemas de lenguaje, resulta esencial que el receptor “parafrasee” el mensaje, es decir poniendo énfasis en las palabras recibidas y así asegurar el mutuo entendimiento evitando que puedan producirse errores de interpretación.

**D) CORDIAL**, según Rubio Domínguez Pedro (2006). Es la base de toda buena comunicación y debe establecerse siempre que sea posible una correcta relación interpersonal. Los problemas de entendimiento o interpretación del mensaje se deben resolver desde el inicio, con lo cual obtendremos más fácilmente el feedback y/o comentario de su contenido. Los buenos ejecutivos establecen su trabajo a través de una correcta relación entre los miembros de un mismo equipo, donde las comunicaciones se establecen a través de un canal de comunicación muy personal. Un ejecutivo agradable, jovial y de trato exquisito, obtendrá el máximo éxito si en éste aspecto de la comunicación aplica correctamente los principios anteriormente explicados.

## **TIPOS COMUNICACIÓN**

Según Muller Delgado Marta Virginia (1999). Dice: Según el lenguaje o sistema de signos utilizado por el emisor para transmitir su mensaje, la comunicación se clasifica en dos tipos: verbal y averbal. La comunicación verbal se realiza por medio del lenguaje articulado, es decir, con palabras, y puede ser oral y escrita. La primera se produce por medio de signos sonoros llamados fonemas, los cuales son captados por el oído. La segunda requiere de signos gráficos o grafemas, los cuales son percibidos con el sentido de la vista. La comunicación averbal o no verbal se lleva a cabo sin palabras, mediante algún otro sistema de signos, como miradas, gestos, movimientos, imágenes, gráficos, mapas, planos, luces, colores, señales. Jeroglíficos, silbidos, música, sirenas, pellizcos, empujones, codazos, golpes, besos, abrazos, caricias y otros.

## **COMUNICACIÓN ESCRITA**

Según Muller Delgado Marta Virginia (1999). Por parte, la comunicación escrita es, en términos generales, más estática que la oral, en virtud de que los cambios que normalmente se producen en la lengua la afectan menos rápidamente que a la segunda. Generalmente es, también es más elaborada, puesto que al comunicarse por escrito, el emisor tiene la preocupación de que alguien pueda descubrir sus errores de lenguaje. Además el mensaje que contiene puede ser captado por un número incontable de receptores, durante un tiempo ilimitado, ya que los escritos tienen la capacidad de perpetuarse indefinidamente y multiplicarse sin límite por medio de los diferentes sistemas de reproducción gráfica.

## **COMUNICACIÓN ORAL**

Según Muller Delgado Marta Virginia (1999), redacta: La comunicación oral generalmente resulta más fácil que la escrita, porque, además de los signos sonoros o fonemas, cuenta con más recursos de expresividad: puede ser enriquecida con mil variadas inflexiones de la voz, con el énfasis, las pausas o silencios, la mirada, la sonrisa, el gesto, los movimientos de la cabeza y de las manos y con actitud corporal. Se caracteriza por ser, generalmente, mas espontánea y descuidada que la escrita puesto que el emisor casi siempre improvisa lo que dice, se expresa más de prisa que cuando escribe, utiliza instrucciones que no pueden aptarse en la lengua escrita, comete incorrecciones y recurre a modismos y a expresiones regionales o locales, se interrumpe , se corrige sobre la marcha cuantas veces lo crea necesario, y no se preocupa de que sus palabras puedan ser juzgadas posteriormente (a menos que se les estén grabando en cinta magnética).

Según Muller Delgado Marta Virginia (1999). Manifiesta: También puede decirse que la comunicación oral es más variable que la escrita, pues al comunicarse oralmente, el emisor sigue las corrientes expresivas del momento con su léxico y fraseología de moda. Esto hace, incluso, que la comunicación oral tienda a ser más limitada, en el tiempo y en el espacio, que la que se hace por medio del lenguaje escrito. Por supuesto que, a pesar de sus marcadas diferencias, las formas de comunicación verbal o son contradictorias, sino complementarias y ambas deben ser usadas adecuadamente, en el momento oportuno, buscando la misma claridad, la precisión, la coherencia y el correcto uso del lenguaje, para que le emisor logre comunicarse en forma efectiva y eficaz.

## **COMUNICACIÓN EMPRESARIAL**

Según Enrique Ana Maria (2008) pág. 51, manifiesta: La comunicación interna de forma planificada o no, siempre ha existido en todo tipo de organizaciones, sobre todo en aquellas empresas e instituciones preocupadas por la “calidad” y a las que se califica como “excelentes”. Está considerada como una herramienta de gestión y es un signo exterior de modernidad para aquellas empresas o instituciones que la aplican. Puede ser definida como “el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización: es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas”.

## **ASCENDENTE**

Según Urcola Telleria Juan Luis, Urcola Martiarela Nerea (2015). pág. 60, redacta que: Es aquella que trasmite informaciones y aporta ideas, opiniones, deseos, aspiraciones, sugerencias, quejas etc., hacia los niveles

de mayor responsabilidad de la organización. Va de abajo arriba. Se da cuando las personas emiten uno o más mensajes a los niveles superiores de la empresa, bien sea a través de canales formales o informales, con el fin de informar, proponer o aportar sugerencias.

- La comunicación ascendente es importante y necesaria porque
- Promueve la participación y la aportación de ideas.
- Ayuda a conocer el estado de ánimo y motivación de cada trabajador.
- Mejora el conocimiento entre la dirección y su equipo,
- Y sirve como retroalimentación para saber cómo llegó el mensaje que queríamos.

Según Urcola Telleria Juan Luis, Urcola Martiarela Nerea (2015) pág. 60 dice: Las formas de comunicación ascendente pueden ser múltiples y entre las más conocidas se hallan: el buzón de sugerencias, las encuestas de opinión, las entrevistas formales o informales, los boletines internos, los despachos ordinarios, las reuniones, los círculos de calidad y entrevistas de evaluación. Si no se realizan adecuadamente con el tiempo terminan muriendo todas ellas. Los contenidos más habituales de la información ascendente suelen ser los problemas más reales o potenciales, las propuestas quejas y desavenencias así como las sugerencias de mejora. El contacto que con mayor frecuencia se utiliza y debe utilizarse es el jefe inmediatamente superior.

## **DESCENDENTE**

Según Urcola Telleria Juan Luis, Urcola Martiarela Nerea (2015). pág. 58. Es aquella que tiene por objetivo informar e influir en los miembros de una organización mediante mensajes que se vierten en la estructura de arriba abajo. Cuando los niveles superiores deciden comunicar o



transmitir cualquier tipo de mensaje a los niveles inferiores, se da una forma de comunicación descendente. La comunicación descendente se utiliza principalmente para transmitir políticas, estrategias objetivos de la empresa o departamentales, intrusiones de trabajo, procedimientos o procesos operativos. Formación, información, motivación evaluación, etc. Para llevar a cabo la comunicación descendente se pueden utilizar múltiples medios. Tanto orales y escritos como visuales. Los más habituales son las notas o circulares internas, los manuales de procedimiento u operativos, la reuniones informativas y el boletín de noticias. En la actualidad hay mensajes internos que se transmiten a través de canales electrónicos, incluso por videoconferencias.

## **HORIZONTAL**

Según Urcola Telleria Juan Luis, Urcola Martiarela Nerea (2015). pág. 62 manifiesta: Es aquella que se da entre personas de un mismo nivel. De forma lateral y en un plano de igualdad. El propósito de la comunicación horizontal más habitual suele ser fomentar las relaciones profesionales y el compañerismo, resolver problemas interdepartamentales, potenciar la coordinación interna. Evitar malentendidos y lograr que se realicen las actividades operativas con el fin de conseguir metas establecidas con la mayor eficiencia posible entre los miembros de un mismo nivel jerárquico, sin que sea necesario acudir a estamentos superiores, Las formas de comunicación horizontal más habituales son las reuniones interdepartamentales, los omits de dirección u otros de índole más operativa, el correo electrónico, la resolución de conflictos, las sesiones formativas e informativas etc. La comunicación horizontal ofrece a los componentes de una organización la posibilidad de lograr una mayor coordinación, así como una satisfacción en el trabajo potenciar y motivación y lograr mejoras en el

rendimiento. Sin embargo, es frecuente encontrar en las organizaciones importantes problemas de comunicación horizontal. Lo notamos específicamente cuando desarrollamos programas de trabajo en equipo ya que surgen habitualmente situaciones conflictivas derivadas de la existencia de auténticos reinos de tarifas entre departamentos, con auténticos señores feudales que junto a sus vasallos mantiene reiteradas contiendas con los departamentos colaterales. No solo cada uno va al suyo, sino que en ocasiones tratan de obstaculizar e impedir el buen funcionamiento de departamento rival. Debemos recordar que dentro de las organizaciones existen muchos equipos de trabajo y que el conjunto de todos ellos conforman la empresa. Por eso defendemos que se potencie la comunicación horizontal, porque, entre otras cosas genera un espíritu de operación y logra crear un ambiente de trabajo en el que se comparte una visión común.

## **LENGUAJE**

"El lenguaje es un subconjunto de procesos en el conjunto de procedimientos disponibles para algunos organismos por ejemplo, los humanos en su intento de adaptación a su entorno psíquico y social" (Santacruz, 1987:190).

Según Isabel de los Reyes Rodríguez Ortiz (2005:29), al citar en su libro a varios autores como: Bloom y Lahey (1978, cit. en Triadó y Forns, 1989) el lenguaje es un código por el cual se representan ideas sobre el mundo a través de un sistema arbitrario de signos para la comunicación. El lenguaje se concibe como un instrumento de comunicación, mientras que las diferentes modalidades del lenguaje son las lenguas (Martinet. 1972). En palabras de Saussure (1980). "la lengua no se confunde con el lenguaje, la lengua no es más que una

determinada parte del lenguaje, aunque esencial. Es a la vez un producto social de la facultad del lenguaje y un conjunto de convenciones necesarias, adoptadas por el cuerpo social para permitir el ejercicio de esta facultad en los individuos. La lengua es la parte social del lenguaje exterior al individuo, que por sí solo no puede ni crearla, ni modificarla; sólo existe en virtud de una especie de contrato establecido entre los miembros de la comunidad.

Podemos entender por lenguaje que es el sistema por el cual al intervenir una serie de factores o modalidades como letras, signo, etc., que caracteriza y da facultad a cada tipo de comunicación que pueda construirse de forma social o personal de la mejor manera y para un mayor entendimiento, haciendo de la comunicación capaz de cumplir con todas las expectativas que el ser humano en medio de la sociedad se proponga.

## **DIMENSIONES DEL LENGUAJE**

Según Gallardo Paúls Beatriz (2005) pág. 157 manifiesta: Cuando el lingüista se enfrenta a la descripción del lenguaje natural. Se encuentra con un objetivo de estudio tridimensional. i.e... que se define mediante tres tipos de componentes; forma función u significación. Es decir, distinguimos una forma que consideramos desprovista de significado, a la que podemos llamar “significante total”. También distinguimos una función, a la que podemos llamar “significante parcial”, que parece asociable a un sentido, aunque no de una manera sistemática. Finalmente tenemos a la significación, que es una asociación inseparable de “significante+ significado”.

## **FUNCIONES DEL LENGUAJE**

Las funciones del lenguaje se dividen en algunas partes, sin embargo veremos las siguientes, debido a su complejidad:

### **Funciones Básicas**

Según Rioseco Izquierdo Rosita (1995). Pág. 8. El aprendizaje de las funciones básicas se percibe como una secuencia graduada que puede desarrollarse a diversos ritmos, según las capacidades y nivel de madurez del niño. El periodo de apresto es algo valioso; sin embargo no es suficiente, ya que los niños requieren de esta estimulación durante todo el primer ciclo básico, por las razones anteriormente señaladas. Por esto no podemos dar por terminado el desarrollo de estas funciones al finalizar la etapa preescolar o al inicial el primer año; debemos considerar como un continuo que debe seguir desarrollándose en forma integrada al proceso del lector. Es así como se puede apreciar en todo el texto del alumno diversas actividades, de distinta modalidad, donde se ejercitan todas las funciones básicas que presentamos a continuación:

1. Percepción Visual
2. Percepción Auditiva
3. Percepción Táctil
4. Orientación Espacial
5. Orientación Temporal
6. Esquema Corporal
7. Sicomotricidad Gruesa
8. Sicomotricidad Fina.

### **Las funciones complementarias**

Según De la Cruz LaBlanca Ignacio (2014) pág. 78. Redacta: Junto a las funciones esenciales, existen otras tres funciones complementarias de líder, símbolo, sustituto e ideólogo.

**Símbolo.-** El líder es la imagen, el emblema del grupo, es el máximo representante y la cabeza visible

**Sustituto.-** El líder sustituye la responsabilidad individual, se convierte en responsable de los resultados.

## **LA ORGANIZACIÓN EN LA LENGUA**

La organización en la lengua se divide en:

### **FONEMAS**

Según López García Ángel (1999) pág. 106. Dice: Resulta evidente que para lograr el primer objetivo del estudio fonológico se precisa un concepto o definición de la unidad del campo fónico. Se entiende por fonema el sonido mínimo distintivo, con capacidad de diferenciar significados. Se identifica, pues, la unidad fonológica o fonema mediante el procedimiento de la comunicación de un elemento o sonido por otro en una cadena dada (habitualmente una palabra); si es el resultado del proceder comporta una variación significativa el elemento sustituido y el reemplaza son dos fonemas; si no se produce tal variación de significado, ambos sonidos son variantes o alófonos de un mismo fonema.

### **PALABRAS**

Según Hualde José, Olarrea Antxon, Escobar Ana María (2003) pág. 121: La morfología es la rama de la lingüística que estudia la estructura de las palabras. Probablemente la palabra es la unidad lingüística de la que cualquier hablante de una lengua como el español o el inglés tiene conciencia más clara. Podemos definir la palabra como a unidad mínima con significado que se puede pronunciar de manera aislada. En

general el determinar que es y que no es palabra no presenta mayores problemas.

## **ENUNCIADOS**

Según Gonzales Calvo José Manuel (2006) pág. 14. Dice: El enunciado es la unidad sintagmática mínima del nivel enunciativo del plano textual .Es el esquema elemental de situación y combinación de oraciones. Aunque el enunciado puede estar constituido por oración. En el plano sintáctico. La palabra es la unidad paradigmática mínima y el sintagma la correspondiente sintagmática. Por ello, oración y sintagma verbal con conceptos de distinto alcance y pertenecientes a dimensiones (paradigma y sintagma) y planos (sintáctico y textual) distintos.

## **TEXTOS**

Según López Alonso, Seré Arlette (2001) pág. 15. Manifiesta: el texto es un objeto lingüístico empírico y un producto social; en tanto objeto lingüístico, es una unidad verbal autónoma con forma propia, contenido específico y una organización y un funcionamiento interno determinados; como producto social, es una unidad de comunicación mediatizada por la interacción de sus dimensiones psicológica, social e histórica.

### **2.5.2 VARIABLE DEPENDIENTE**

#### **GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.**

Según Manuel Matos Moquete (2007:14). La Gestión Humana o Gestión del Talento Humano, es la forma como la organización libera,

utiliza, desarrolla, motiva e implica todas las capacidades y las potencias de su personal, con miras a una mejora sistemática y permanente tanto de éste como de la propia organización.

La Gestión Humana es un componente de la gerencia moderna y su fin principal consiste en promover del desarrollo de las competencias de las personas por medio de una labor coordinada y de estrategias de mejoramiento continuo del conocimiento y el talento humano. Como todo proceso de gestión, la Gestión Humana es dinámica, interactiva e integral, de manera que permite tanto a la organización como a sus colaboradores crecer juntos y desarrollar al máximo sus potencialidades. Esto, desde luego no es posible sin una visión moderna de la Gestión Organizacional por parte de los gerentes generales y de los gerentes del personal humano en particular, lo que implica, romper definitivamente con las prácticas mecanicistas e instrumentalistas de la tradicional administración de recursos humanos.

La gestión del Talento Humano no es nada más que el manejo eficiente y eficaz del personal que labora dentro de la empresa a través de una serie de pasos como son la motivación, la organización, la capacitación, la selección adecuada del personal, uso de sus habilidades, en fin el desarrollo de sus capacidades competitivas y que estas sean aprovechadas de la mejor manera dentro de la empresa.

### **Funciones que pueden desempeñar.**

Según Delgado & Ventura (2008:23). Las funciones que puede desempeñar el Departamento de Recursos Humanos de una empresa son:

Relacionadas con la gestión del personal:

1. Planificación de plantillas.
2. Descripción del puesto de trabajo.

3. Reclutamiento y selección de personal.
4. Acogida de nuevos trabajadores.
5. Valoración del puesto de trabajo y retribución.
6. Evaluación del desempeño.
7. Formación y desarrollo.
8. Relaciones laborales.
9. Prevención de riesgos.

Relacionadas con la administración de personal:

- I. Elaboración de nóminas.
2. Trámites de Seguridad Social y Hacienda.
3. Control de absentismo.
4. Trámites relacionados con infracciones y sanciones.
5. Trámites de contratación.
6. Trámites relacionados con la finalización de la relación laboral.
7. Información.

En los párrafos anteriores menciona cuales son las funciones que llegan o deben desempeñar el departamento de recursos humanos, las mismas que intervienen tanto con la gestión como con la administración del personal que labora dentro de una organización con el fin de crear un ambiente laboral propicio y el cumplimiento de los objetivos empresariales.

## **GESTIÓN POR PROCESOS.**

De acuerdo a Fernando González Ferreras, Consolación Carpio Miguel, Juan Carlos Pérez Pérez (2005:71). La gestión por procesos está basada en aplicar sistemas de gestión de la calidad a la gestión de las actividades que integran los mismos buscando su eficacia y eficiencia, identificando los responsables y desarrollando las correspondientes



actuaciones de mejora en base a información relevante obtenida en el seguimiento y control de los mismos.

- **Eficacia:** Maximización de lo logrado como consecuencia de la realización de una determinada actuación con respecto a lo que se tenía planificado. Tiene que ver con la consecución de resultados según objetivos.
- **Eficiencia:** Maximización de los resultados alcanzados con relación a los recursos y las acciones invertidos en su consecución. Tiene que ver con los recursos y el proceso utilizados para la consecución de resultados.
- Los Indicadores tienen un papel fundamental en la medición de la eficacia y eficiencia. Un indicador es una unidad de medida que permite el seguimiento y evaluación periódica de las variables clave de una organización, mediante su comparación con los correspondientes referentes internos y externos.

La gestión por procesos según menciona el párrafo anterior, es el cumplir o aplicar un sistema conformado de varios procedimientos que tienen el objetivo de manejar las distintas actividades empresariales de una forma eficiente y eficaz, así como también el control de estos. Todo para obtener una empresa competitiva y que su evolución sea de manera beneficiosa.

## **DESEMPEÑO LABORAL**

### **Definición.**

Según Whetten & Camerón (2004: 300) nos dice que: El desempeño es el producto de la habilidad multiplicada por la motivación, la habilidad es el producto de la aptitud multiplicada por el entrenamiento y

recursos, y la motivación es el producto del deseo y el compromiso. La función multiplicadora en estas fórmulas sugiere que todos los elementos son esenciales.

En la cita mencionada anteriormente nos enseña la importancia de saber definir los factores que intervienen en un desempeño laboral, en este caso nos cita factores de carácter cualitativo como es la motivación y de carácter cuantitativo como la habilidad, las cuales nos aporta para la evaluación del mismo

López A. (2006: 50) nos comenta que: En el desempeño laboral, se ha desarrollado la CBC (Capacitación Basada en Competencias) y están alcanzándose muchos resultados a partir de la definición de competencias para las distintas actividades laborales de los sectores de manufactura, comercio y servicio. La definición de competencias describe no sólo el desempeño laboral, sino también un perfil de los distintos tipos de trabajadores en cada sector y rama.

En la investigación anterior nos comenta acerca de la competencia como parte del desempeño laboral en varias áreas hábiles así como también la exigencia que se requiere de cada uno de los trabajadores para con la empresa en forma favorable.

Según Robbins (1998:41). Además de brindar un marco de referencia unificado de la personalidad, la investigación de las cinco grandes también ha encontrado relaciones importantes entre estas dimensiones y el desempeño laboral. Se consideraron cinco categorías de ocupaciones profesionales (incluidos ingenieros, arquitectos, contadores, abogados), policía, gerentes, ventas y empleados semicalificados y calificados. Se

definió el desempeño laboral en términos de sus calificaciones, pericia en la capacitación (desempeño en los programas de capacitación) y datos del departamento de personal, como el nivel de los salados. Los resultados demostraron que la escrupulosidad predecía el desempeño laboral en los cinco grupos de ocupaciones. En lo que respecta a las otras dimensiones, su capacidad predictoria dependía tanto de los criterios de desempeño como de los grupos; por ejemplo, la extraversión son trabajos que requieren de tratos sociales. Del mismo modo, se descubrió que la apertura a las experiencias era importante para predecir la pericia en la capacitación, lo que también suena lógico. Lo que no se ve claro o por qué la estabilidad emocional no estuvo relacionado con el desempeño laboral. De manera intuitiva, parecerle que la gente tranquila y segura se desenvolverá mejor en casi cualquier puesto que ansiosos e inseguros. Los investigadores sugieren que le respuesta puedes« que sólo quienes son muy estables retienen su trabajo. Si esto es cierto, el margen entre los sujetos estudiados —todos los cuales optaban empleados—tenderá a ser bastante pequeño.

### **Objetivos del Desempeño Laboral**

Según Chiavenato (2000), cinco objetivos:

El desempeño laboral debe evaluarse en destino a:

- Efectos futuros: Tiene que ver con la medida en que los compromisos relacionados con la motivación afectará el futuro.
- Reversibilidad: Se refiere a la velocidad con que una motivación puede revertirse y la dificultad que implica hacer este cambio.
- Impacto: En qué medida se ven afectadas otras áreas o actividades.

- Calidad: Se refiere a las relaciones laborales, valores éticos, consideraciones legales, principios básicos de conducta, imagen de la compañía, entre otros aspectos.
- Periodicidad: ¿La motivación debe ser frecuente o excepcionalmente?

En síntesis el objetivo del Desempeño Laboral es el cumplimiento de una serie de pasos sistemáticos que ayudaran a la prevención de posibles problemas y por ende aprovechar las capacidades de cada personal para aplicarlos en la empresa de forma que esta evolucione de manera eficiente y competitiva, cumpliendo con los objetivos propuestos.

### **Características generales del Desempeño Laboral**

Según Chiavenato (2000), cuatro características:

- Certeza: Estado que existe cuando quienes se desempeñan en una labor disponen de información completa y precisa.
- Incertidumbre: Existe cuando quienes se desempeñan en una labor no cuentan con información suficiente para conocer las consecuencias de acciones distintas.
- Riesgo: Estado que existe cuando la probabilidad de éxito es inferior a 100 por ciento de “Quienes toman se motivan a desempeñar una labor prefieren evitar o manejar los riesgos.
- Conflicto: Presiones opuestas procedentes de fuentes distintas, se motivan de manera individual y experimentan un conflicto psicológico cuando resultan atractivas diversas opciones o cuando ninguna lo es. El desempeño laboral se vincula entre personas o grupos y se crea el conflicto del grupo

Entre las características generales del desempeño laboral están la certeza que trata de información suficiente y verídica, la incertidumbre que es lo contrario de certeza o sea información poco confiable e insuficiente, luego tenemos el riesgo que como su nombre puede dar a entender de la poca probabilidad de éxito y finalmente el conflicto el cual se da en medio de las personas que laboran dentro de la organización.

### **Importancia del Desempeño Laboral**

Según nos comenta Chiavenato (2000: 115), Es importante que todo individuo conozca la importancia de valorar su desempeño laboral y profesional, al conocer el valor de esto, implica que podrá tener un mejor desempeño en el lugar donde esté prestando sus servicios, siendo una persona profesionalmente satisfecha con la función que está desarrollando, podrá ejercer su carrera desde una mejor perspectiva. Se abordara el tema del trabajo docente, su misión, visión, sus motivaciones y las diferentes funciones, que desempeña.

El párrafo anterior menciona que el desempeño laboral es parte fundamental para toda persona que tenga un cargo funcional dentro de una organización, ya que a través de su desempeño laboral la empresa llega a ser una entidad capaz de competir dentro del mercado, desempeñado sus actividades de una manera eficiente y eficaz, cumpliendo los objetivos propuestos por la misma.

### **Métodos de evaluación del desempeño.**

Según Stephen P. Robbins. (2005:296). Los gerentes pueden elegir varios métodos importantes del desempeño.

- **Ensayos escritos**

El ensayo escrito es una técnica de evaluación del desempeño en la que un evaluador redacta una descripción de las fortalezas, las debilidades, el desempeño pasado y el potencial de un empleado. El evaluador también hace sugerencias para mejorar el desempeño.

- **Incidentes críticos**

El uso de incidentes críticos centra la atención del evaluador en los comportamientos críticos o clave que distinguen el desempeño laboral eficaz del ineficaz. El evaluador redacta anécdotas que describen algo que hizo un empleado y que fue especialmente eficaz o ineficaz. La clave aquí es que sólo se citan los comportamientos específicos, no los rasgos de personalidad vagamente definidos.

- **Escalas de calificación gráfica**

Uno de los métodos de evaluación del desempeño más populares son las escalas de calificación gráfica. Este método enumera una serie de factores de desempeño, como la cantidad y la calidad del trabajo, el conocimiento del trabajo, la cooperación, la lealtad, la asistencia, la honestidad y la iniciativa. Entonces, el evaluador recorre la lista y califica al empleado en cada factor usando una escala ascendente, que por lo general especifica cinco puntos. Por ejemplo, un factor como el conocimiento del trabajo podría recibir una calificación de 1 ("poco informado sobre las obligaciones de trabajo") a 5 ("tiene dominio completo de todas las etapas del trabajo").

Existe una variedad de métodos que el personal administrativo de la empresa puede elegir para evaluar el desempeño de su personal, a continuación se mencionara algunos. El primero es el método de ensayos escritos el cual consiste el escribir una serie de factores del empleado como es su capacidad laboral, su historial, sus fortalezas y debilidades y sobre todo el potencial que este tiene. El segundo es el método de

incidentes críticos el mismo que deja a un lado las cualidades del personal sino toma en cuenta el comportamiento histórico que ha venido trayendo este ya sea bueno o malo. El tercero viene a ser el de escalas de calificación gráfica este es un método más completo al momento de describir al personal laboral de empresa, en este se le toma en cuenta una variedad de factores como el desempeño, la calidad y cantidad de trabajo, la asistencia, la honestidad, etc. información que se utilizará como mejor convenga a la organización.

### **Administración Del Desempeño De Los Empleados.**

Según Stephen P. Robbins (2005:296). Los gerentes deben saber si sus empleados desempeñan sus trabajos con eficiencia y eficacia o si hay necesidad de mejorar el desempeño. Evaluar el desempeño de los empleados forma parte de un sistema de administración del desempeño. que es un proceso que establece las normas de éste y evalúa el de los empleados para contar decisiones de recursos humanos objetivas, así como proporcionar documentación que apoye esas decisiones, la evaluación del desempeño es una parte fundamental de un sistema de administración.

La administración del desempeño de los empleados según la cita mencionada anteriormente, tiene que ver con un sistema instalado en la empresa en el que controla el nivel gerencial a los empleados que prestan sus servicios. Mientras que el objetivo de este control es el de asegurarse que el personal está rindiendo de manera eficiente y eficaz para el cumplimiento de metas y objetivos preestablecidos en la entidad.

### **Niveles de evaluación.**

Según Cabrera E. (1994:11). La diversidad de funciones que se llevan a cabo en una institución tan compleja como el MAG, no permite la utilización de un solo instrumento aplicable a todo el personal. Por

consiguiente, se vuelve necesario establecer categorías que contemplen grupos de cargos que, a su vez, caractericen tipos de empleados. Para tal propósito, se recomienda que se adopten cuatro tipos de empleados, así:

1. Empleados ejecutivos: Son aquellos empleados que tienen bajo su responsabilidad las operaciones de una gerencia, una dirección general, un departamento, una unidad o una sección y cuyas funciones conllevan la administración de personal.
2. Empleados técnicos: son empleados que desarrollan funciones especializadas que implican una formación de nivel universitario. Desarrollan labores relacionadas con la elaboración y ejecución de planes y proyectos, solución de problemas técnicos y asesoría para la toma de decisiones.
3. Empleados administrativos: son empleados que llevan a cabo tareas rutinarias de carácter burocrático, en oficinas y con el auxilio de equipo de reproducción, cálculo y comunicación. Son los responsables de realizar los trámites y procedimientos administrativos.
4. Empleados operativos: Estos empleados desarrollan labores rutinarias en donde predomina el aspecto manual. Sus funciones son simples y rutinarias; las tareas están bien especificadas.

Los niveles de evaluación de acuerdo a lo citado anteriormente nos mencionan que para proceder a la evaluación efectiva de los trabajadores de la empresa se debe realizar a través de sistemas instalados en la misma. En este caso se debe empezar por separar o clasificar por grupo según características o tipos de empleados, para facilidad se puede guiar en los siguientes:



- Empleados ejecutivos. Son los que están al mando o en la directiva de la organización.
- Empleados técnicos. Aquellos que realizan funciones técnicas ejerciendo una profesión universitaria.
- Empleados administrativos. Aquellos que llevan a cabo tramites de carácter administrativo, en oficinas, caculos, producción, etc.
- Empleados operativos. Aquellos que llevan a cabo rutinas de carácter manufacturero específico.

De esta manera se podrá facilitar los resultados de la evaluación y el proceder a realizar su respectivo análisis.

### **Especificaciones del puesto basadas en el análisis estadístico**

Basar la especificación del punto en un análisis estadístico es un enfoque más defendible, pero también más difícil. En esencia, el propósito es determinar, mediante estadísticas, la relación entre 1) algún mecanismo de predicción o rasgo humano como la estatura, la inteligencia o la destreza de los dedos y 2) algún indicador o criterio para la efectividad de él en el trabajo (como el desempeño calificado por el supervisor).

El procedimiento sigue cinco pasos:

- 1) analizar el puesto y decidir cómo medir el desempeño laboral.
- 2) seleccionar rasgos personales, como la destreza de los dedos, que en su opinión pronosticarán el buen desempeño,
- 3) aplicar pruebas a los candidatos relacionados con estos rasgos,
- 4) medir el desempeño laboral subsiguiente de estos candidatos y
- 5) analizar estadísticamente la relación entre el rasgo humano (destreza de los dedos) y el desempeño laboral. Su objetivo es determinar si lo

anterior predice lo segundo. Así, podrá indagar estadísticamente los requisitos humanos para desempeñar el trabajo.

Este método tiene mayor defensa que el enfoque de criterio, porque las leyes relativas a la igualdad de derechos prohíben usar rasgos que no permitan probar la diferencia entre personas con buen y con mal desempeño. Tal vez tenga que demostrar que las normas de contratación que discriminan en razón de género, raza, religión, origen nacional o edad predican el desempeño laboral y ello, por lo general, requiere de un estudio de validación estadística.

En si el propósito de este tema es el acomodar al personal colaborador de la empresa en puestos de trabajo apropiados con funciones específicas para lo que cada uno de los empleados son capaces de realizar, observar en que puesto de trabajo se encuentren capacitados y sobre todo se sientan a gusto. Y esto se lo logra a través de la aplicación de pruebas y por ende se procede al análisis estadístico de los índices como resultados de las pruebas aplicadas. Con esto se logra de una manera eficiente ver el nivel de intelectualidad y sobre todo que tan capaz es para realizar una función específica, o para función está capacitado. De esta manera se obtendrá un desempeño laboral excelente y de calidad, dando apertura a que la empresa llegue al cumplimiento de sus objetivos y metas.

## **2.5 Hipótesis**

La satisfacción de las necesidades de comunicación del personal mejorará el desempeño laboral en la empresa textiles "Jhonatex"

## **2.6 Señalamiento De Variables**

**Variable Independiente**

Necesidades de comunicación del personal

**Variable Dependiente**

Desempeño Laboral

**OJO ESPACIOS VERIFICAR BIEN**

## **CAPÍTULO 3**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Enfoque**

El enfoque de nuestra investigación será predominantemente crítico – propositivo y cuantitativo, ya que se partirá de características propias del problema de estudio para poder interpretarlas y analizarlas de mejor manera a las mismas se les otorgará valores numéricos para facilitar su estudio.

Según Herrera E. (2008 : 20). La ruptura de dependencia y transformación social requieren de alternativas coherentes en investigación; una de ellas es el enfoque crítico-propositivo. Crítico porque cuestiona los esquemas molde de hacer investigación que están comprometidas con la lógica instrumental del poder, porque impugna las explicaciones reducidas a causalidad lineal. Propósito en cuanto la investigación no se detiene en la contemplación pasiva de los fenómenos, sino que además plantea alternativas de solución construidas en un clima de sinergia y pro actividad

#### **3.2 Modalidad Básica de la Investigación**

La investigación que se va a desarrollar está fundamentada en la investigación de campo, bibliográfica – documental.

### **3.2.1 De campo**

En el presente trabajo se utilizará este tipo de investigación para el desarrollo del marco teórico, ya que se crea la necesidad de conocer la realidad y causa del problema referente al tema de investigación

### **3.2.2 Bibliográfica – Documental**

La Investigación se maneja con esta modalidad debido que se acudirá a fuentes de información secundaria como libros, revistas especializadas, publicaciones, módulos, internet, con el fin de profundizar más la información sobre el problema propuesto y una mejor comprensión

### **3.2.3. Modalidad De Investigación Social o Proyecto Factible**

Además de las modalidades anteriores el trabajo de grado asume la modalidad de proyecto factible porque se planteará una propuesta de solución al problema

## **3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

### **3.3.1. Tipo Exploratorio**

El investigador tiene como objeto el estudio de los fenómenos o problemas encontrados para de esta manera buscar su respectiva solución. En este caso dentro de la empresa Jhonatex se encuentra el destacado problema “las necesidades de comunicación del personal y el desempeño laboral”. La misma que ha emprendido al estudio profundo y de esta manera a buscar la solución a través de la aplicación de nuevos métodos efectivos que beneficien a la organización en dicha necesidad.

### 3.3.2. Tipo Descriptiva

Nos involucramos en este tipo de investigación ya que estudiamos propiedades y características del problema de estudio para poder determinar las posibles causas del mismo, y de esta manera poder proyectarnos a la mejor solución de dicha problemática.

### 3.3.3. Asociación de Variables

Porque permite medir el grado de relación entre variables con los mismos sujetos de un contexto determinado.

## 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.4.1. Población

Para la presente investigación la población será de 73 personas las mismas que forman parte del personal administrativo y operativo de la empresa Jhonatex,

#### Administrativos

No.	NOMBRE	CARGO
1	Alomaliza Yugcha Marcia Lucia	Vendedor
2	Altamirano Arcos Carolina Maricela	Gerente Financiero
3	Álvarez Naranjo Inés Angélica	Asesor de Ventas
4	Arcos Miranda Lidia Marlene	Gerente General
5	Arcos Miranda Luis Fabián	Transportista
6	Aucatoma Aucatoma Jessica Katherine	Auxiliar de Bodega
7	Basantés Samaniego Juan Pablo	Transportista
	Cadena León Christian Patricio	Vendedor
9	Cadena León María Belén	Responsable de Seguridad
10	De La Cruz García Paul Gonzalo	Contador
11	Delgado Yanchaliquin Renso Octavio	Jefe de Bodega Producto Terminado
12	Eugenio Nuñez Gabriela Alejandra	Auxiliar de Contabilidad
13	Escobar Escobar Paulo Javier	Vendedor
14	Freire Ortiz Jonathan Ricardo	Auxiliar de Contabilidad
15	Hurtado Guzmán Héctor Álvaro	Diseñador Grafico
16	López Barrionuevo Mónica Alexandra	Administrador
17	López Romo Mery Ximena	Jefe de Talento Humano

18	Machado Silva Estefany Victoria	Auxiliar de Bodega
19	Maita Gómez María Narcisa	Conserje/Portero
20	Miranda Guamancuri Amílcar Xavier	Vendedor
21	Moyolema Pérez Angelita Susana	Vendedor
22	Moyolema Pérez Mónica Cristina	Vendedor
23	Núñez Castro Grace Alejandra	Auxiliar de Contabilidad
24	Núñez Castro Silvia Elena	Auxiliar de Contabilidad
25	Panimboza Panimboza Juan Gabriel	Transportista
26	Quinatoa Maiza Segundo Francisco	Transportista
27	Quishpe Punina María Dolores	Conserje/Portero
28	Ruiz Aguaiza Segundo Humberto	Auxiliar de Bodega
29	Suntaxi Suntaxi José Manuel	Vendedor
30	Villafuerte Soria Yolanda Lizbeth	Recepcionista
31	Yanchaliquin Ruiz Myriam Targelia	Auxiliar de Bodega
32	Allas Chimborazo Zoila María	Conserje/Portero
33	Altamirano Arcos Andrés Alexander	Gerente de Ventas
34	Arcos Guamanquispe Luis Armando	Administrador
35	Guamanquispe Guamanquispe Sara Jeanette	Auxiliar de Servicios

**Cuadro No1:** Personal Administrativo

**Fuente:** Empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

### Personal Operativo

No.	NOMBRE	CARGO
1	Altamirano Freire Guadalupe Esmeralda	Asistente de Producción
2	Bombón Moposita Edison Santiago	Operador de Tejeduría
3	Caguana Cepeda José Manuel	Operador de Tejeduría
4	Collay Aguagallo Ángel Medardo	Asistente de Producción Tejeduría
5	Guato Chinachi José Celiano	Técnico
6	León Juncal José Antonio	Operador de Tejeduría
7	Lizano Villarreal Mayra Elizabeth	Jefe de Producción
8	Moposita Moposita Klever Danilo	Operador de Tejeduría
9	Obando Guambo Mario Iván	Operador de Tejeduría
10	Panimbosa Alomaliza José Mauricio	Operador de Tejeduría
11	Panimbosa Tisalema Luis Miguel	Operador de Tejeduría
12	Panimboza Alomaliza Robinson Orlando	Operador de Tejeduría
13	Quinteros Freire Hamilton Carlos	Operador de Tejeduría
14	Reinoso Pacha Esthela Piedad	Asistente de Producción Tejeduría
15	Reyes Salmeron Javier Lenin	Asistente de Producción Tejeduría
16	Saillema Guamanquispe Myrian Elizabeth	Jefe de Producción

17	Sisalema Analuisa Israel Napoleon	Asistente de Producción Tejeduría
18	Tuapanta Pullutaxi Fausto David	Operador de Tejeduría
19	Valdivieso Maygua Claudio Bladimir	Operador de Tejeduría
20	Yansapanta Galarza Marcelo Rolando	Operador de Tejeduría
21	Alomaliza Zumba William Hernan	Auxiliar de Tintorería
22	Armendariz Romero Betty Tarcila	Auxiliar de Acabados y Termofijado Textil
23	Caiza Azogue Héctor Geovanny	Jefe de Bodega Químicos y Colorantes
24	Caiza Azogue Luis Joselito	Operador de Tintorería
25	Clavijo Calvache Mario Alonso	Técnico de Tintorería
26	Freire Balseca Hernán Nepalí	Auxiliar de Acabados y Termo fijado Textil
27	Guerrero Gavilanes Narcisa de Jesús	Auxiliar de Acabados y Termofijado Textil
28	Jerez Herrera Danilo Marcelo	Mecánico
29	Miranda Meneses Héctor William	Operador Tintorería Textil
30	Poaquiza Caiza Nestor Orlando	Auxiliar de Tintorería
31	Ponce Naranjo Néstor Enrique	Operador Tintorería Textil
32	Punina Paredes Wladimir Orlando	Auxiliar de Acabados y Termofijado Textil
33	Rodríguez Gavilanes Héctor Freddy	Operador de Acabados y Termofijado Textil
34	Salazar Riofrio Aristides Octavio	Jefe de Laboratorio
35	Tisalema Berdesoto Flavio Darío	Auxiliar Tintorería
36	Tixilema Tigselema Luis Anibal	Encargado Planta de Tratamiento
37	Yanchaliquin Quishpe Miguel Roberto	Operador de Acabados y Termofijado Textil

**Cuadro No 2:** Personal operativo

**Fuente:** Empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



### 3.4.2. Muestra

Según Proaño Jaime. (2010:98) Manifiesta que: La muestra, para ser confiable, debe ser representativa, y además ofrecer la ventaja de ser la más práctica, la más económica y la más eficiente en su aplicación. No se debe perder de vista que por más que por más perfecta que sea la muestra, siempre habrá una diferencia entre el resultado que se obtiene de ésta y el resultado del universo; esta diferencia es lo que se conoce como error de muestreo (E); por esta razón, mientras más grande es la muestra es menor el error de muestreo, y por lo tanto existe mayor confiabilidad en sus resultados.

En esta investigación no se calculó la muestra ya que se trabajó con toda la población para obtener una mayor veracidad en los datos.

### 3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### Operacionalización de la variable independiente: Necesidades de comunicación del personal

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TECNICAS INSTRUMENTOS
<p>Es un conjunto de acciones que comprenden y están encaminadas a consolidar o entablar vínculos entre los miembros de una organización, con el objetivo de realizar un proyecto en común.</p> <p><b>AUTOR NOMBRE</b></p> <p><b>OJO</b></p>	<p>Consolidar vínculos</p> <p>Proyecto en común</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas laboral</li> <li>• Problemas Personal</li> <li>• Problemas familiares</li> <li>• Nivel de comunicación escrita</li> <li>• Nivel de comunicación oral</li> <li>• Líneas de comunicación</li> </ul>	<p>¿Usted se siente satisfecho con el ambiente laboral de la empresa?</p> <p>¿Toman en cuenta las opiniones vertidas por los empleados de la empresa?</p> <p>¿La comunicación que existe en la empresa es buena?</p> <p>¿Los canales de comunicación están claramente definidos?</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

--	--	--	--	--

**Cuadro No 3:** Variable Independiente  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

### Operacionalización de la variable dependiente: Desempeño Laboral

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TECNICAS INSTRUMENTOS
Es el grado de cumplimiento de una serie de procesos sistemáticos para cumplir con sus obligaciones, o responsabilidades encomendados de una determina empresa, o institución, las mismas que deben ser acorde a sus capacidades para obtener un buen desempeño. <b>OJO ESTO NO PUEDE ESTAR</b>	<p>Cumplimiento de Obligaciones.</p> <p>Capacidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia.</li> <li>• Metas y Objetivos.</li> <li>• Sociales.</li> <li>• Laborales</li> <li>• Conocimiento</li> <li>• Aptitudes</li> </ul>	<p>¿Con qué frecuencia evalúa el desempeño laboral de sus empleados?</p> <p>¿Cómo considera usted desempeño laboral de sus empleados?</p> <p>¿Existe en la empresa los recursos necesarios para un buen desempeño laboral?</p> <p>¿Cree que incide los niveles de comunicación en el desempeño laboral de sus empleados?</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

ASI				
-----	--	--	--	--

**Cuadro No 4:** Variable Dependiente  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

### **3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

Según Gil Pascual Juan Antonio (2011), dice: “La ciencia se apoya en instrumentos capaces de cuantificar fenómenos estableciendo relaciones funcionales obtenidas a través de modelizaciones de la realidad. Para realizar este proceso, el investigador utiliza la medida mediante la que es capaz de representar propiedades por medio de números”.

#### **3.6.1. Técnica. La encuesta**

Según Abascal Elena, Grande Idefonso (2005:14) manifiestan: la encuesta se puede definir como una técnica, primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante método cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. Las encuestas pueden ser personal y no personales.

#### **3.6.2. Instrumento. El cuestionario**

Según Fernández Nogales Ángel (2004) pág. 123, dice: En aquellas técnicas de investigación donde los datos se obtienen mediante un proceso de comunicación con el colectivo objeto de estudio, el cuestionario se convierte en una pieza clave del intercambio de información entre investigador y entrevistado. El cuestionario tiene que transmitir las necesidades de información del investigador a las

personas entrevistadas y tiene que facilitar el registro y la devolución de las respuestas de los investigados al entrevistador.

### **3.6.3. Validez y confiabilidad**

Según Landean Rebecca (2007), pág. 81, redacta: La validez es grado en que el instrumento proporciona datos que reflejen realmente los aspectos que interesan estudiar. La validez en el grado con el cual el instrumento prueba su consistencia, por los resultados que produce al aplicarlo repetidamente al objeto de estudio.

### **3.6.4. Plan de recolección de información**

De acuerdo a Oscar A. Zapata (2005:205) menciona: En toda investigación es necesario recabar los datos más adecuados para contestar las preguntas de investigación y, posteriormente, analizar los datos recopilados y encontrar su significación.

### 3.7. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Preguntas Básicas	Explicación
<b>1. ¿Para qué?</b>	Para alcanzar los objetivos de la investigación
<b>2. ¿De qué persona u objetos?</b>	35 Administrativo 37 Operario
<b>3. ¿Sobre qué aspectos?</b>	Necesidades de la comunicación Desempeño laboral
<b>4. ¿Quién, quienes?</b>	Investigador: Anabel Llerena
<b>5. ¿Cuándo?</b>	2014 -2015
<b>6. ¿Dónde?</b>	Empresas Textiles Jhonatex en la ciudad de Ambato
<b>7. ¿Cuántas veces?</b>	Una vez a cada colaborador
<b>8. ¿Qué técnicas de recolección?</b>	Encuesta, observación.
<b>9. ¿Con qué?</b>	Cuestionarios
<b>10. ¿En qué situación?</b>	Previa cita, en coordinación con la empresa.

**Figura No 5:** Recolección de información  
**Elaborado por:** Anabel Llerena



### **3.8.PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS**

#### **3.8.1. Plan de procesamiento de la información**

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta no pertinente, etc.
- Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadro según variables, manejo de información, estudio estadístico de datos para representación de resultados.
- Representación Gráfica
- Análisis e interpretación de resultados
- Comprobación de la Hipótesis mediante el estadígrafo Chi-Cuadrado – El método estadístico que se utilizara para la verificación de la hipótesis una vez ya tabulados los datos de la encuesta al personal en la empresa textiles Jhonatex
- Fórmula del Estadígrafo de Prueba  $X^2 = \sum (O - E)^2 / E$

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Análisis de resultados de la encuesta aplicada al personal administrativo.

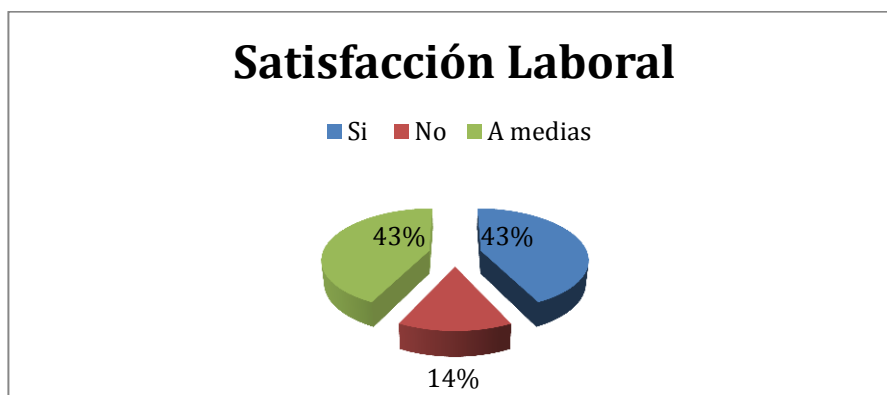
##### 1. ¿Usted se siente satisfecho con el ambiente laboral de la empresa?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	42,86
No	5	14,29
A medias	15	42,86
Total	35	100,00

**Cuadro No 5:** Satisfacción Laboral

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 6:** Satisfacción laboral

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

##### **Análisis:**

Se registra con un 43% que si se encuentran satisfechos en la empresa, el 5 % de los encuestados dijo que no hay un buen ambiente de trabajo, mientras que otro 43% manifestó que a medias.

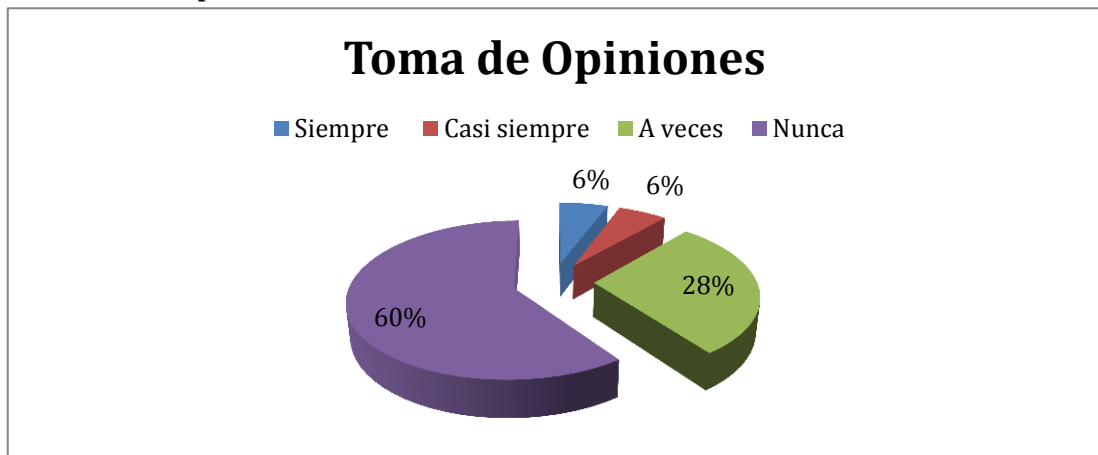
##### **Interpretación:**

El personal administrativo en su mayoría se siente satisfecho con el ambiente laboral de la organización, lo que podemos aportar es que con un buen ambiente laboral, cada uno de los individuos tendrá más fácil acceso a la comunicación de cualquier tipo de inquietud o curiosidad acerca de la empresa, todo el personal deberá ser incluido para llegar a sentirse en el mismo equipo y involucrarse de este buen ambiente laboral que rodea a la mayoría del personal, para contagiarse sus ganas de aportar lo máximo de sus capacidades para con la organización.

## 2. ¿Toman en cuenta las opiniones vertidas por los empleados de la empresa?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	5,71
Casi siempre	2	5,71
A veces	10	28,57
Nunca	21	60,00
Total	35	100,00

**Cuadro No 6:** Toma de opiniones  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 7:** Toma de opiniones  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

### **Análisis:**

Se registra el 60% dijo que nunca y el 28% dijo que solo a veces son tomadas en cuenta sus opiniones, mientras que solo un 6% dijo que siempre es tomado en cuenta y otro pequeño 6% manifestó que casi siempre sus opiniones son válidas en la empresa.

### **Interpretación:**

Más de la mitad de los encuestados respondieron que nunca o que solo a veces son tomadas en cuenta las opiniones de los empleados, lo que vemos es que si no tomamos las opiniones vertidas de los diferentes empleados estaremos frente a un desconocimiento en la diversas áreas de la organización y no podremos realizar ninguna aportación ni una clase de mejora ya que no se sabrá a ciencia cierta los problemas que conllevan cada puesto, es deber del jefe escuchar y ver las diversas aportaciones que tienen que dar los asalariados.

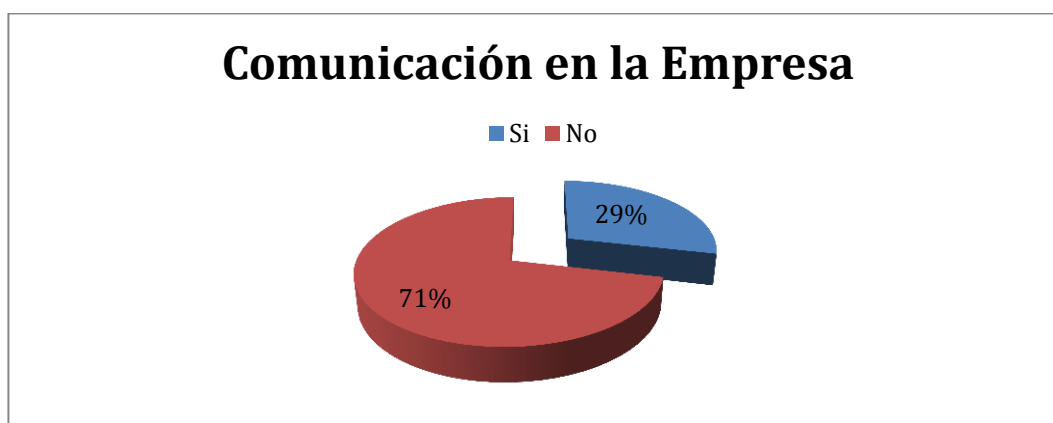
### 3. ¿La comunicación que existe en la empresa es buena?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	28,57
No	25	71,43
Total	35	100,00

**Cuadro No 7:** Comunicación en la empresa

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 8:** Comunicación en la empresa

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

#### **Análisis:**

Se registra que el 71% de los encuestados respondieron si existe una buena comunicación en la empresa, mientras que el 29% dijo que la comunicación que existe en la empresa no es buena.

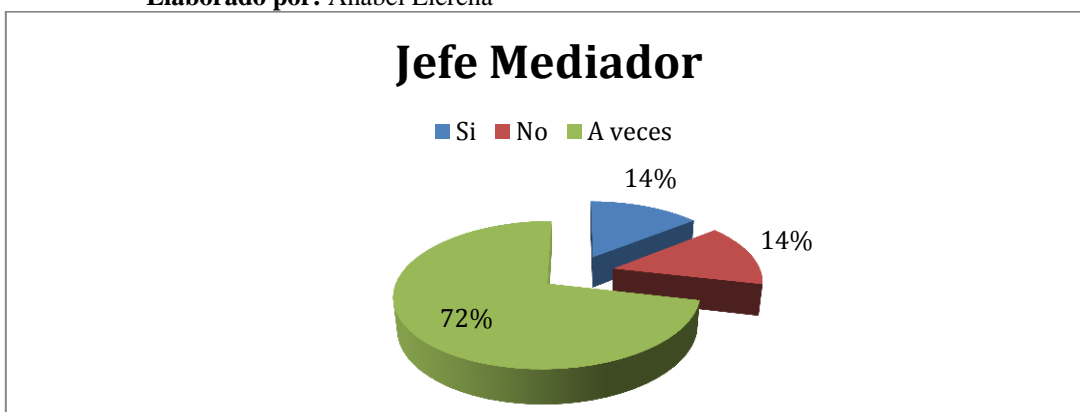
#### **Interpretación:**

Una mayoría muy grande manifestó que si existe una buena comunicación en la organización, interpretando lo que pudimos ver es que el personal administrativo tiene un muy buen flujo de comunicación, lo que nos ayudara a tener más claro los objetivos y metas de la empresa lo que los acercara y se lo vera en un tiempo más corto del establecido, la comunicación tiene que ser entre todos los miembros del personal, no excluir a ningún individuo ya que esto generara un descontento y un mal ambiente, si entre todos y cada uno de los compañeros de se incluyen la empresa no dejara de ser activa ni un solo momento.

**4. El Jefe de talento humano es un mediador entre los administrativos y los dueños de la empresa?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	14,29
No	5	14,29
A veces	25	71,43
Tota	35	100,00

**Cuadro No 8:** Jefe mediador  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 9:** Jefe mediador  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

**Análisis:**

Se registra con el 72% respondió que solo a veces el jefe de talento humano es un mediador entre los administrativos y los dueños de la empresa, mientras que el 14% de los encuestados dijeron que si, es mediador y el 14% restante respondió que no lo es.

**Interpretación:**

El personal administrativo respondió en su mayoría que a veces el jefe de talento humano es mediador entre los administrativos y los dueños de la organización, lo que ahí podemos ver es una falla por parte del mediador ya que los jefes como los empleados pueden llegar a tener equivocaciones y sin un buen mediador los problemas pueden crecer de a poco, si se da la razón siempre a los jefes, hay que ser muy equilibrado en este punto y saber llevar las diferentes situaciones en las que se encuentra sumergida la empresa.

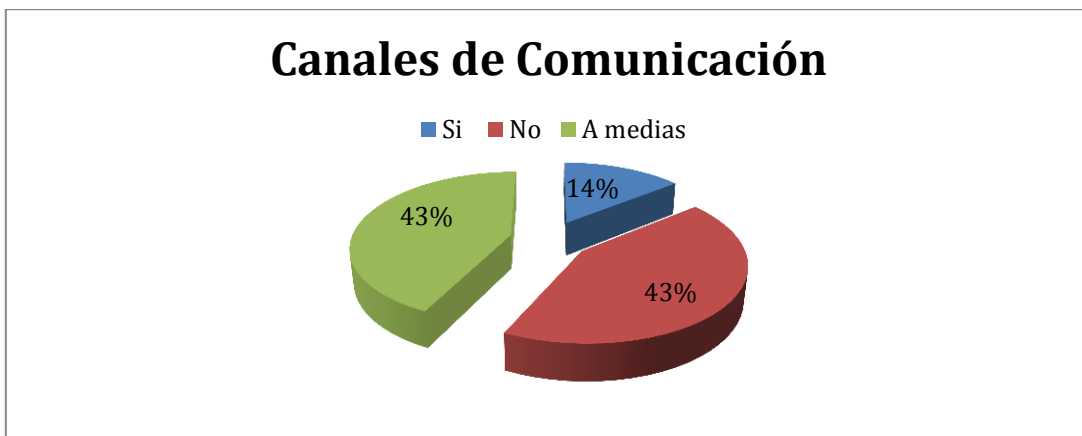
## 5. ¿Los canales de comunicación están claramente definidos?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	14,29
No	15	42,86
A medias	15	42,86
Total	35	100,00

**Cuadro No 9:** Canales de comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 10:** Canales de comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

### **Análisis:**

Se registra con un 43% respectivamente respondieron que no y que a medias los canales de comunicación están claramente definidos en la empresa, mientras que el 14% restante manifestó que si observa que los canales de comunicación están claros.

### **Interpretación:**

Las opiniones estuvieron cerradas en esta pregunta, pero la inclinación de la respuestas es que no están claramente definidos los canales de comunicación, lo que nos lleva a interpretar que se deberán definir todos estos canales de comunicación de una forma más clara y concisa en la cual el empleado pueda informarse de una mejor forma y pasar o contar a los demás individuos los mensajes con la misma claridad que la empresa lo dio a entender al mismo.

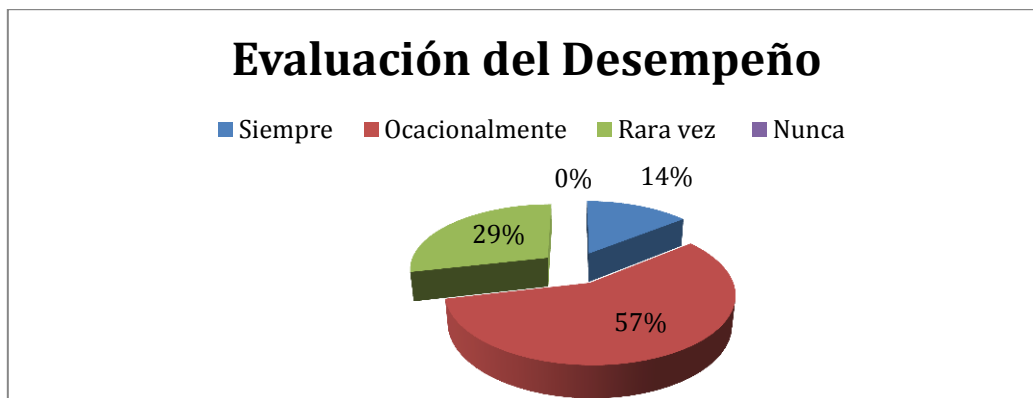
## 6. ¿Con qué frecuencia evalúa el desempeño laboral de sus empleados?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	14,29
Ocasionalmente	20	57,14
Rara vez	10	28,57
Nunca	0	0
Total	35	100,00

**Cuadro No 10:** Evaluación del desempeño

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 11:** Evaluación del desempeño

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

### Análisis:

Se registra que el 57% de los interrogados respondieron que ocasionalmente evalúan el desempeño, el 29% manifestó que rara vez y una minoría de encuestados el 14% dijo que siempre evalúan el desempeño laboral de cada uno de los individuos de la empresa.

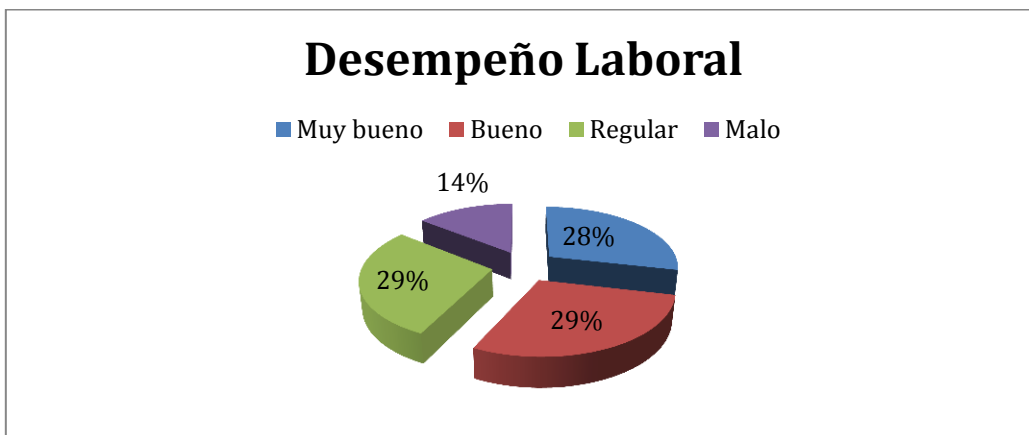
### Interpretación:

La empresa deberá evaluar a cada uno de los individuos en sus diferentes áreas con un tiempo establecido para ver las mejoras y optimización de los recursos, más de la mitad del personal de administración manifestó que solo ocasionalmente son evaluados, lo que hay que tomar las debidas correcciones para saber que miembro es el que tiene cada vez un mejor desenvolvimiento y que miembro deja de ser una pieza útil en el desarrollo de la empresa.

## 7. ¿Cómo considera Usted el desempeño laboral de sus empleados?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	10	28,57
Bueno	10	28,57
Regular	10	28,57
Malo	5	14,29
Total	35	100,00

**Cuadro No 11:** Desempeño laboral  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 12:** Desempeño laboral  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

### **Análisis:**

Se registra en opiniones divididas respondieron a la pregunta del desempeño laboral de sus empleados, el 28% respondió que el rendimiento es muy bueno, otro 29% manifestó que es bueno, el 29% dijo que es regular y el 14% indicó que es malo el desempeño laboral de su personal.

### **Interpretación:**

Las opiniones en esta pregunta son muy cerradas, lo que podemos aportar es que el personal no se está desarrollando de la misma forma en todas las áreas, para algunos son ágiles mientras para otros no tanto, por lo que se puede recomendar es que los individuos tendrán que ser debidamente capacitados, para poder explotar al máximo su desempeño para con la organización, llevados de la mano con las diversas necesidades que los jefes y la empresa requieren y necesitan.



**8. ¿Existe en la empresa los recursos necesarios para un buen desempeño laboral?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	42,86
No	5	14,29
A medias	15	42,86
Total	35	100,00

**Cuadro No 12:** Recursos necesarios

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No13:** Recursos necesarios

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

**Análisis:**

Se registra con el 43% dijo que sí y otro 43% dijo que a medias existen los recursos necesarios para un buen desempeño laboral, mientras que solo el 14% manifestó que si encuentran los recursos para su buen desempeño.

**Interpretación:**

Con dos partes grandes los encuestados respondieron que sí y a medias existen los recursos necesarios para un buen desempeño laboral, lo que nos lleva a notar que la empresa deberá capacitar a los empleados que no sepan utilizar los diferentes recursos para su buen desempeño e implementar los recursos que sean necesarios para el excelente desenvolvimiento laboral de todos los empleados lo que llevara a conseguir las metas y objetivos que la organización desea.

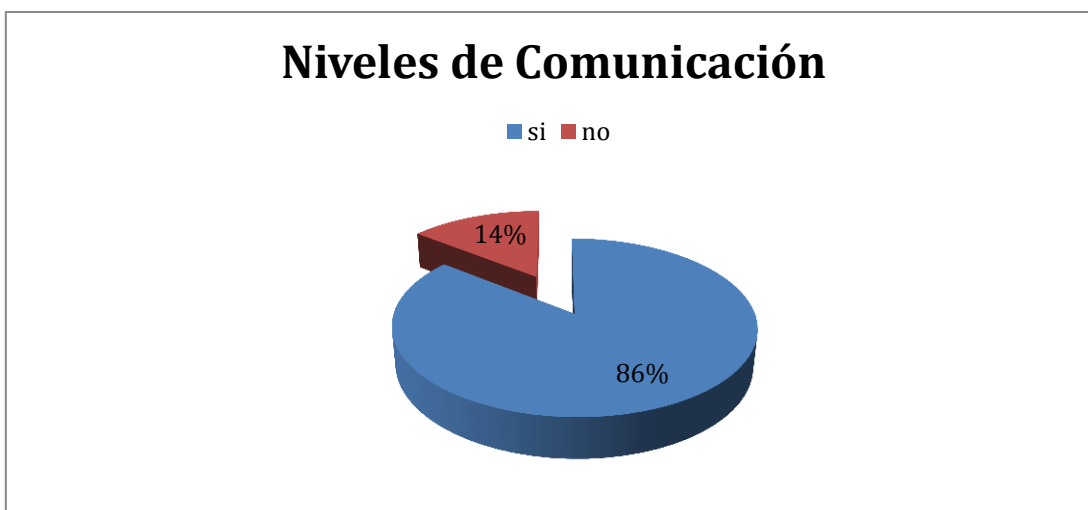
**9. ¿Cree que incide los niveles de comunicación en el desempeño laboral de sus empleados?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	85,71
No	5	14,29
Total	35	100,00

**Cuadro No 13:** Niveles de comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 14:** Niveles de comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonate

**Elaborado por:** Anabel Llerena

**Análisis:**

Se registra q el 86% dijo que si incide los niveles de comunicación en el desempeño laboral de cada uno de los individuos parte del personal de la empresa, solo el 14% dijo que no incide los niveles de comunicación en su desempeño.

**Interpretación:**

Casi en su totalidad los interrogados supieron responder que si incide los niveles de comunicación en su desempeño, lo que podemos aportar es que la empresa deberá tener niveles de comunicación oportunos para el buen desempeño de los trabajadores lo que podrá ayudar a la mejora de la comunicación entre ellos y fijarse los puntos y metas de la empresa de manera más clara y lograrlos con la objetividad que la organización necesita.

**10. ¿Cree que es necesario que se mejoren los procesos de la comunicación en la empresa?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	85,71
No	5	14,29
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

**Cuadro No 14:** Mejora en la comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 15:** Mejora en la comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

**Análisis:**

Se registra el 86% de los interrogados piensa que es necesario que se mejoren los procesos de comunicación en la organización, mientras que solo un 14% respondió que la comunicación no necesita de mejoras en dichos procesos.

**Interpretación:**

Solo una mínima parte del personal administrativo dijo que la comunicación no necesita de que mejoren los procesos de comunicación, lo que podemos interpretar es que la empresa deberá adoptar mejoras en los procesos de comunicación ya que si la una gran parte del personal lo pide, es porque lo necesita, para tener una mayor efectividad al mejorar los procesos de comunicación el empleado se involucrará en la empresa y tendrá en cuenta las metas y objetivos de la organización.

## 4.2. Análisis de resultados de la encuesta aplicada al personal operario.

### 1. ¿Usted se siente satisfecho con el ambiente laboral de la empresa?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	45,95
No	10	27,03
A medias	10	27,03
Total	37	100,00

Cuadro No 15: Satisfacción laboral

Fuente: Encuesta empresa Jhonatex

Elaborado por: Anabel Llerena

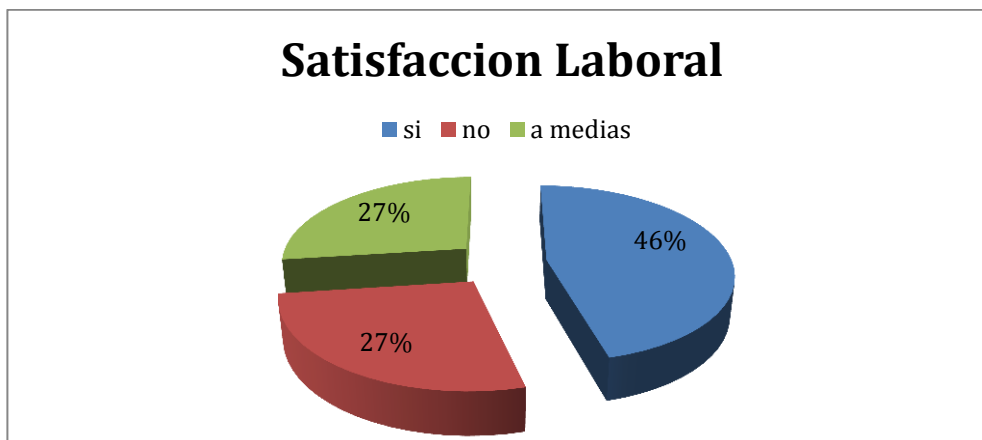


Figura No 16: Satisfacción laboral

Fuente: Encuesta empresa Jhonatex

Elaborado por: Anabel Llerena

#### Análisis:

Se registra con el 46% manifestó que si se siente satisfecho con el ambiente laboral de la empresa, otra parte de la encuesta el 27% respondió que no está satisfecho, mientras que el 27% restante dijo que a medias se siente con el ambiente laboral en la organización.

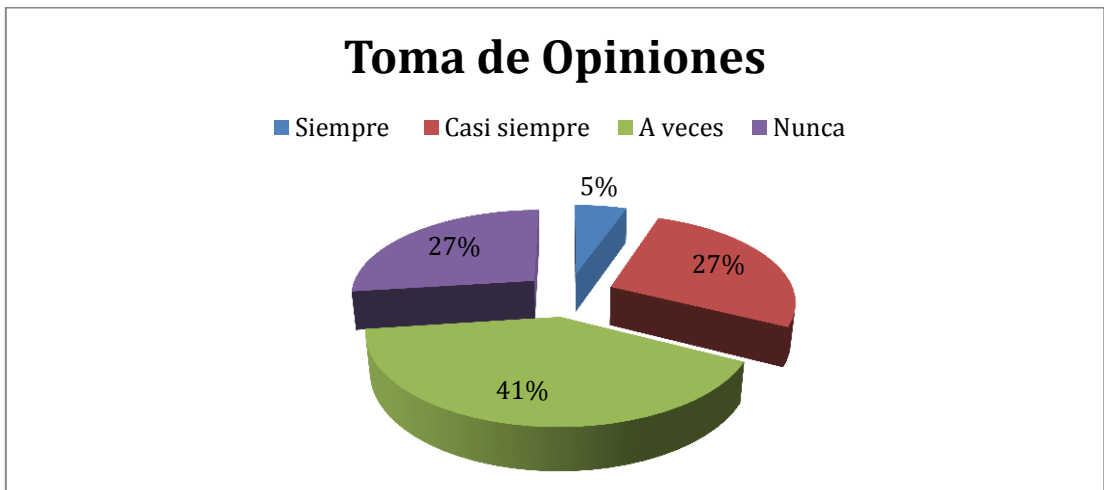
#### Interpretación:

En este grafico encontramos que casi la mitad del personal operativo está satisfecho con el ambiente laboral de la empresa, lo que podemos observar es que no todos se encuentran realizados en la organización, los jefes de la empresa deberán preocuparse por el estado anímico y psicológico de sus obreros, sus problemas y sus objetivos, hacer que se sientan una pieza importante en el desarrollo de la empresa para que puedan explotar al máximo sus capacidades y ser ejemplo de nuevos miembros de la organización.

**2. ¿Toman en cuenta las opiniones vertidas por los empleados de la empresa?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	5,41
Casi siempre	10	27,03
A veces	15	40,54
Nunca	10	27,03
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

**Cuadro No 16:** Toma de opiniones  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 17:** Toma de opiniones  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

**Análisis:**

Se registra que la respuesta de la pregunta si toma en cuenta de las opiniones vertidas por los empleados de la empresa fue contestada de la siguiente manera: el 41% respondió que a veces, el 27% dijo que casi siempre, el otro 27% dijo que nunca y solo el 5% dijo que siempre.

**Interpretación:**

En el grafico pudimos encontrar que la mayoría de los encuestados del personal operativo siente que a veces toman en cuentas sus opiniones y puntos de observación, sin estar al tanto de las opiniones del personal operativo la organización desde el inicio se descarrilara de sus objetivos, se deberá estar al tanto de todos los procesos en las diferentes áreas de cada uno de sus empleados donde se verá qué la importancia que necesita cada área de la empresa.

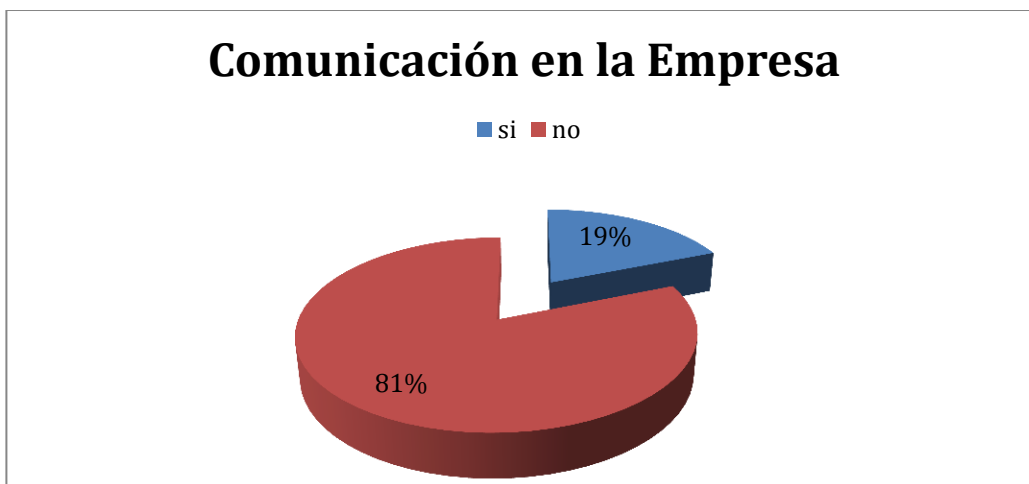
### 3. ¿La comunicación q existe en empresa es buena?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	18,92
No	30	81,08
Total	37	100,00

**Cuadro No 17:** Comunicación en la empresa

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura 18:** Comunicación en la empresa

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

#### **Análisis:**

Se registra q tan solo el 19% de las personas encuestadas manifestó que si existe una buena comunicación en la empresa, mientras que en la mayoría de interrogados, pudimos ver que un 81% respondió que en la organización no hay una buena comunicación.

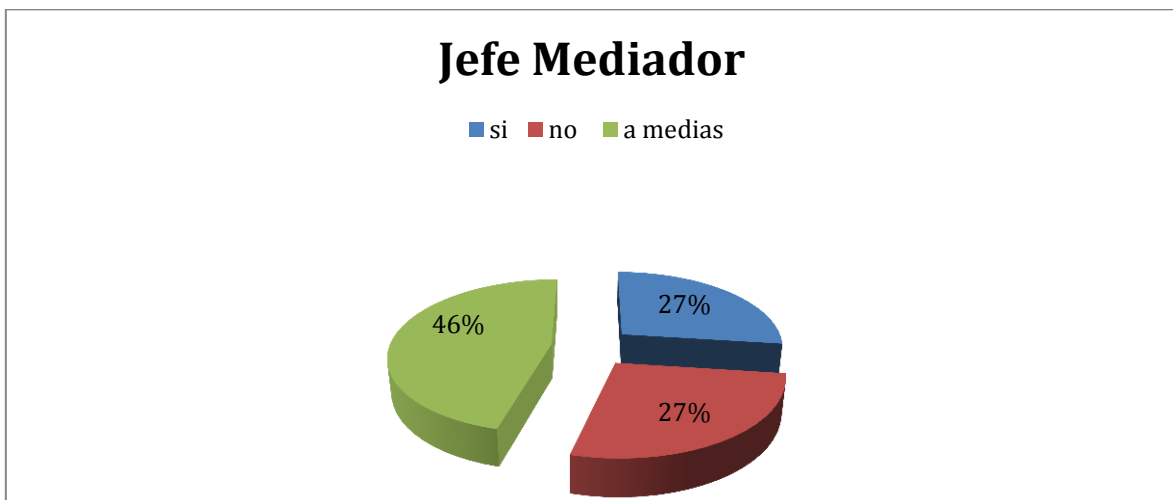
#### **Interpretación:**

Una gran parte de los encuestados del personal operativo respondió que no hay una fluida comunicación en la empresa, lo que nos lleva a ver, que si no hay una buena comunicación los objetivos se alejaran y el ambiente de la empresa no será de los mejores, la comunicación es el pilar fundamental de la organización, para saber los requerimientos que necesita el obrero y requiere la empresa para llegar a sus metas y objetivos.

4. **¿El Jefe de talento humano es un mediador entre los obreros y los dueños de la empresa?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	27,03
No	10	27,03
A veces	17	45,95
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

**Cuadro No 18:** Jefe mediador  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 19:** Jefe mediador  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

**Análisis:**

Se registra a veces fue la respuesta más popular entre los interrogados con un 46%, el otro 27% manifestó sí, que el jefe de talento humano es un mediador entre los obreros y los dueños de la empresa y el 27% restante dijo que no que el jefe no es un buen mediador.

**Interpretación:**

La respuesta a veces fue la más utilizada en la pregunta que de que si el jefe de talento humano es mediador entre los obreros y los dueños de la empresa, lo que podemos observar es que tanto los empleados como los jefes necesitan un buen mediador que vea las cosas desde afuera con un criterio definido, defendiendo los intereses de la organización por encima de los diversos puntos de vista.





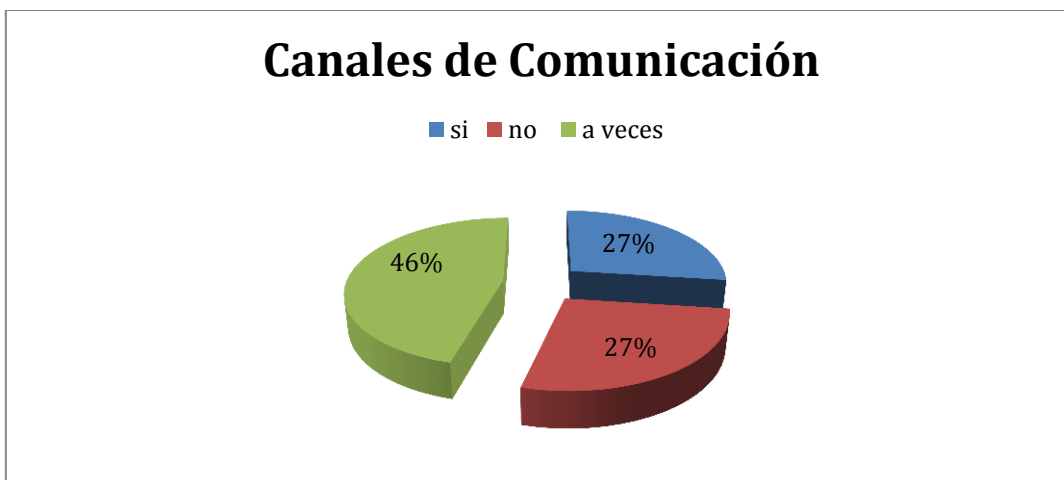
5. ¿Los canales de comunicación están claramente definidos?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	27,03
No	10	27,03
A medias	17	45,95
Total	37	100,00

**Cuadro No 19:** Canales de comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 20:** Canales de Comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

**Análisis:**

Se registra la respuesta más utilizada por los encuestados fue a medias con el 46%, el 27% manifestó los canales de comunicación si están claramente definidos, más el 27% restante respondió que no que los canales de comunicación no están claros.

**Interpretación:**

Los canales de comunicación están claramente definidos para una minoría, los canales de comunicación para el personal operativo no están tan claros como deberían ser, los jefes deberán tomar en cuenta lo que le resulta al personal operativo más fácil de captar haciendo que puedan captar de una forma clara los diversos mensajes que la empresa necesitara brindarle por los diversos canales de comunicación

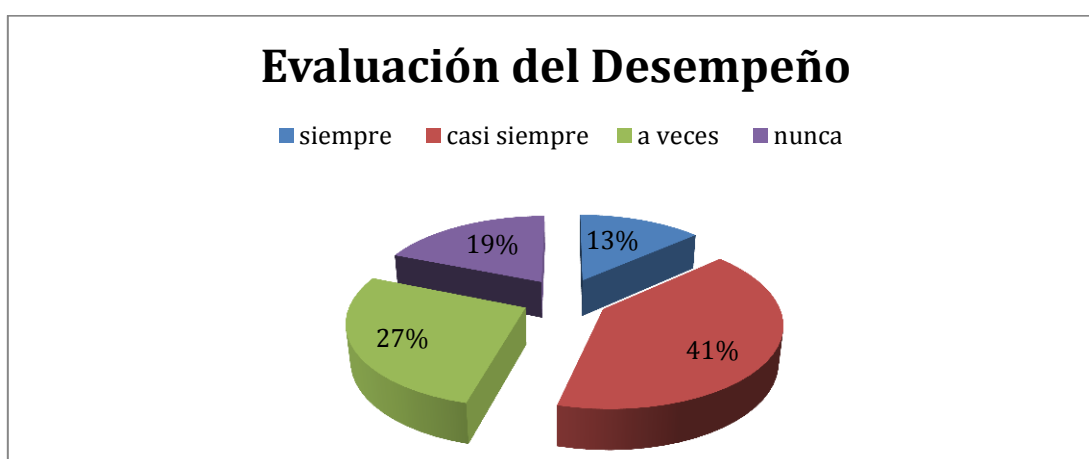
## 6. ¿Los directivos de la empresa evalúan su desempeño laboral?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
siempre	5	13,51
casi siempre	15	40,54
a veces	10	27,03
nunca	7	18,92
Total	37	100,00

**Cuadro No 20:** Evaluación del desempeño

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 21 :** Evaluación del desempeño

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

### **Análisis:**

Se registra los directivos de la empresa casi siempre evalúan el desempeño laboral dijo una mayoría del 41%, el 27% manifestó que a veces evalúan su desempeño, el 19% de los encuestados dijeron que nunca los evalúan, mientras que solo el 13% restante respondió que siempre son evaluados.

### **Interpretación:**

El personal manifestó que casi siempre evalúan el desempeño laboral, lo que la empresa deberá regularizar ya que con una evaluación del desempeño los individuos entraran a una competencia entre ellos donde verán como capacitarse para estar al frente de sus compañeros, llevar una ventaja y ser un líder donde los compañeros lucharan para estar a la par o sobrepasar al mejor miembro de la empresa aparte de llevarse los beneficios que brindará la organización.

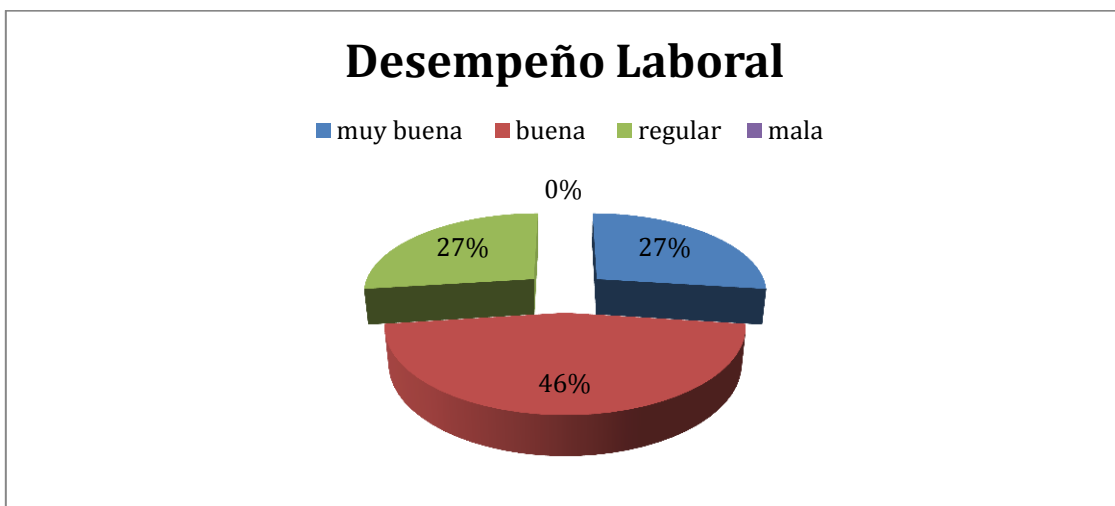
## 7. ¿Cómo considera su desempeño laboral?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
muy buena	10	27,03
buena	17	45,95
regular	10	27,03
mala	0	-
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

**Cuadro No 21 :** Desempeño laboral

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 22 :** Desempeño laboral

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

### **Análisis:**

Se registra la mayoría de los encuestados el 46% respondió que considera su desempeño laboral como bueno, el 27% manifestó que se considera muy bueno y el último 27% dijo que se considera regular en su propio desempeño laboral en la organización. Nadie se consideró con un mal desempeño.

### **Interpretación:**

En partes divididas respondió el personal operativo, donde la mayoría del personal califica su desempeño como bueno, analizamos que el personal operativo no está seguro de sus aportes con la empresa dejando muchas dudas que los directivos deberán corregir haciendo un plan que incentive al trabajador a entregar el máximo de sus capacidades, a enseñar lo que la organización necesita de cada uno de ellos y escuchando lo que el personal necesita de la empresa.

## 8. ¿Existe en la empresa los recursos necesarios para un buen desempeño laboral?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
si	15	40,54
no	7	18,92
a medias	15	40,54
Total	37	100,00

**Cuadro No 22:** Recursos necesarios  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 23:** Recursos Necesarios  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

### Análisis:

Se registra en la empresa existe los recursos necesarios a medias dijo el 40%, con un idéntico porcentaje, otro 40% manifestó que si hay los recurso para un buen desempeño, el ultimo 19% respondió que no hay los recursos suficientes para lograr un desempeño laboral bueno.

### Interpretación:

Dos grandes partes respondieron que sí y que a medias hay recursos para un buen desempeño laboral, lo que nos lleva a ver y a interpretar que la empresa deberá implementar los recursos que sean más fáciles para los empleados y que estos entreguen al máximo sus capacidades con los recursos brindados, sin embargo la empresa está en la obligación de enseñar a cada uno de los individuos lo optimización de los recursos.

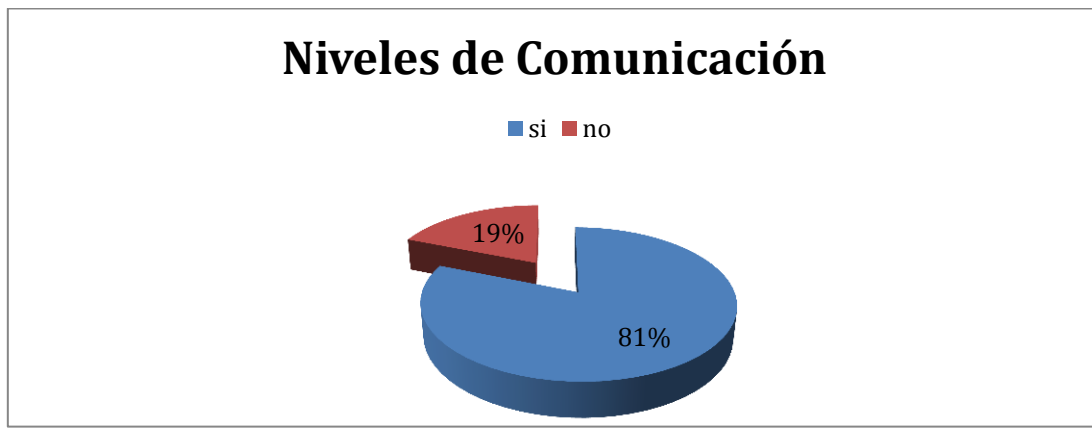
## 9. ¿Cree que incide los niveles de comunicación en su desempeño laboral ?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
si	30	81,08
no	7	18,92
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

**Cuadro No 23:** Niveles de Comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 24:** Niveles de comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

### **Análisis:**

Se registra solo el 19% de los encuestados respondieron no a la pregunta de que si cree que incide los niveles de comunicación en su desempeño laboral de sus empleados mientras que la mayoría de los interrogados el 81% supo responder que no incide los niveles de comunicación en su desempeño.

### **Interpretación:**

Una pequeña minoría de los encuestados fueron los que respondieron que no incide los niveles de comunicación en su desempeño laboral, lo que podemos observar es que los empleados operativos de la organización, necesita de los diversos niveles de comunicación para desarrollar su desempeño laboral al máximo.

**10. ¿Cree que es necesario que se mejoren los procesos de la comunicación en la empresa?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
si	37	100,00
no	0	-
Total	37	100,00

**Cuadro No 24:** Mejora en la comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena



**Figura No 25 :** Mejora en la comunicación

**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex

**Elaborado por:** Anabel Llerena

**Análisis:**

El 100% de los encuestados respondieron que si es necesario que se mejoren los procesos de la comunicación en la empresa, nadie estuvo en desacuerdo, ni hubo una opinión en contra de la mejora de los procesos de la comunicación en la organización.

**Interpretación:**

Lo que corresponde a todo el personal operativo encuestado dijeron que se necesita que se mejoren los procesos de comunicación, esto nos hace ver que la empresa deberá adoptar y mejorar dichos procesos, donde los empleados puedan comunicarse abiertamente con sus jefes manifestando lo que les hace falta para hacer crecer a la empresa y donde los dirigentes expresen lo que es mejor para el desarrollo y el crecimiento de la organización.

### 4.3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

#### 1.- Planteo de hipótesis

##### a) Modelo Lógico

**H<sub>0</sub>**; La satisfacción de las necesidades de comunicación del personal NO mejorará el desempeño laboral en la empresa textiles "Jhonatex"

**H<sub>1</sub>**; La satisfacción de las necesidades de comunicación del personal mejorará el desempeño laboral en la empresa textiles "Jhonatex"

##### b) Modelo Matemático

H<sub>0</sub>; O = E

H<sub>1</sub>; O ≠ E

##### c) Modelo estadístico

$$X^2 = \sum \frac{O - E}{E}$$

X<sup>2</sup> = Chi cuadrado

O = Frecuencias observadas

E = Frecuencias esperadas

#### 3.- Nivel de Significación

∞ = 0.05

#### 4.- Regla de decisión

1 - 0,05 = 0,95

gl = (f - 1) ( c - 1 )

gl = (2 - 1) ( 2 - 1)

$$gl = (1) (1)$$

$$gl = 1$$

Al 95% y con 1 gl  $X^2$  t es igual a 3,841

Se acepta la hipótesis nula si,  $X^2$  c es menor o igual a  $X^2$  t, caso contrario se rechaza.

v	0,005	0,01	0,025	0,05	0,95	0,975	0,99	0,995
1	0,00003935	0,000157	0,000982	0,00393	3,841	5,024	6,635	7,879

**Cuadro No 25 :** Regla de decisión  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

## 5.- Cálculo de $X^2$

OBSERVADAS ( O )			
PREGUNTA RESPUESTA	La comunicación que existe en la empresa es buena	Cree que incide los niveles de comunicación en el desempeño laboral de sus empleados	SUMATORIA
SI	10	30	40
NO	25	5	30
SUMATORIA	35	35	70

**Cuadro No 26 :** Calculo de X  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena



ESPERADAS ( E )		
<b>PREGUNTA RESPUESTA</b>	La comunicación que existe en la empresa es buena	Cree que incide los niveles de comunicación en el desempeño laboral de sus empleados
<b>Si</b>	20,00	20,00
<b>NO</b>	15,00	15,00

**Cuadro No 27:** Esperadas  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

### Cálculo de $X^2$

CHI CUADRADO					
PREGUNTA	O	E	O - E	$(O - E)^2$	$(O - E)^2/E$
La comunicación que existe en la empresa es buena	10	20,00	-10,00	100,00	5,00
	25	15,00	10,00	100,00	6,67
Cree que incide los niveles de comunicación en el desempeño laboral de sus empleados	30	20,00	10,00	100,00	5,00
	5	15,00	-10,00	100,00	6,67
$X^2$					23,33

**Cuadro No 28 :** Chi cuadrado  
**Fuente:** Encuesta empresa Jhonatex  
**Elaborado por:** Anabel Llerena

Una vez hechos los cálculos podemos notar que:

Si  $x_c^2 = 23,33 \geq x_t^2 = 3,8415$  por lo tanto se rechaza  $H_0$

## **7.- Conclusión**

Como el  $x^2$  calculado es mayor que el  $x^2_t$ , se rechazó la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la satisfacción de las necesidades de comunicación del personal mejorará el desempeño laboral en la empresa textiles "Jhonatex"

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones

De acuerdo a los objetivos planteados y a los resultados obtenidos durante el desarrollo de los capítulos anteriores del presente trabajo de investigación, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- Con respecto a identificar las necesidades de comunicación del personal en la empresa textiles Jhonatex, la investigación de campo los ayudó a determinar que, la empresa no toma en cuenta las opiniones de los empleados de la empresa lo cual encontramos que una mayoría manifiesta que nunca con respecto a este tema, la comunicación en la empresa no es buena lo cual lo afirma más de la mitad, los canales de comunicación no están claramente definidos donde se obtuvo un poco menos de la mitad que afirmó que no y con un mismo porcentaje a medias .
- En lo que se refiere a analizar el desempeño laboral del personal de la empresa textiles Jhonatex, podemos concluir de la investigación de campo que ocasionalmente se evalúa el desempeño laboral lo cual lo afirma más de la mitad del personal investigado, según la perspectiva del personal el desempeño en términos generales se encuentra entre bueno y regular.
- De todo lo visto anteriormente vemos que los niveles de comunicación incide en el desempeño laboral, lo cual aseveran la mayoría del personal encuestado, por lo que cree que es necesario que se mejoren los procesos de la comunicación de la empresa.

## **Recomendaciones**

- Debe la empresa realizar correctivos en lo que se refiere a las necesidades de comunicación, para de esta manera poder mejorar el desempeño, y a la vez lograr un ambiente de confianza entre autoridades y empleados, dando una seguridad al personal en comunicar anomalías, sugerencias o recomendaciones.
- Se debe realizar evaluaciones o valoraciones al desempeño laboral, para de esta manera poder determinar el grado de efectividad de sus empleados, y así poder ver en que sectores se está, y evitar una disminución de la productividad de la empresa.
- Como una recomendación general podemos decir que la mejor alternativa de solución a la problemática planteada sería el desarrollo de un plan de comunicación interna en la empresa.

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

**Título:** Plan de comunicación interna para la empresa "Jhonatex"

**Institución Ejecutora:** Empresa "Jhonatex"

**Ubicación:** Provincia de Tungurahua.

**Tiempo Estimado Para La Ejecución:** Diciembre 2014- Marzo 2015

**Equipo Técnico Responsable:** Investigadora

#### **6.2 ANTECEDENTES PROPUESTA**

De la investigación de campo realizada a la empresa Jhonatex, se pudo palpar que, no toma en cuenta las opiniones de los empleados de la empresa, los canales de comunicación no están claramente definidos, todo esto referente a las necesidades de comunicación.

Con respecto al desempeño laboral se concluyó que, ocasionalmente se evalúa el desempeño laboral, y según la perspectiva del personal el desempeño en términos generales se encuentra entre bueno y regular.

De todo lo visto anteriormente vemos que los niveles de comunicación incide en el desempeño laboral es por eso que como recomendación general podemos decir que la mejor alternativa de solución a la problemática planteada sería el desarrollo de un plan de comunicación interna en la empresa.

### 6.3 JUSTIFICACIÓN

El avance tecnológico y las capacidades intelectuales de las personas avanzan cada vez más con el pasar del tiempo, las empresas comerciales debido a las competencias en este amplio mercado se ven en la obligación de alcanzar ventajas y buscar soluciones a los distintos problemas que se generen en la organización, en donde las estrategias de la corporación ayudara a optimizar recursos, que les permita posesionarse en este difícil mercado.

Este trabajo impulsa a la investigadora a observar y analizar el desempeño laboral del personal "JHONATEX", así como también las necesidades de comunicación de la misma, localizando como más comunes, el personal que no reciben ningún tipo de comunicación, ni capacitación para mejorar el desempeño laboral de sus trabajadores, el ambiente laboral no es el más óptimo y la satisfacción laboral de sus colaboradores no es la mejor, la inexistencia de claridad de todos los miembros de la empresa hace que la corporación caiga en desorientación lo que la aleja de sus metas y objetivos, mermando la rentabilidad y desperdiciando los recursos de la organización, generando pérdidas a la misma.

Por esta serie de problemas la investigadora se ve motiva a plantear como alternativa de solución el mejoramiento de los sistemas de comunicación, así como incentivar a su personal para que tenga un buen desempeño laboral, lo que ayudara a mejorar el proceso de comunicación, mejorar el clima laboral y brindar satisfacción al obrero para así obtener el máximo de sus cualidades, experiencias y sabiduría en las diferentes áreas en donde operara, por ende al desenvolverse de una mejor manera la empresa obtendrá una serie de ventajas en donde el trabajador se sienta a gusto y esta forma contribuir a mejorar la rentabilidad de la Empresa "JHONATEX" en donde se acercara a todos los objetivos y metas que la organización se ha propuesto.

## **6.4 OBJETIVOS**

### **6.4.1 Objetivo General**

Desarrollar un plan de Plan de comunicación interna para la empresa "Jhonatex"

### **6.4.2. Objetivos Específicos**

- Socializar el plan de comunicación interna para la empresa "Jhonatex".
- Planificar el plan de comunicación interna para la empresa "Jhonatex".
- Ejecutar el plan de comunicación interna para la empresa "Jhonatex"
- Evaluar el plan de comunicación interna para la empresa "Jhonatex"

## **6.5 ANÁLIS DE FACTIBILIDAD**

- **Económica:**

La propuesta desarrollada en este capítulo se enfoca en la parte de las finanzas de la empresa, ya que al mejorar un sistema de comunicación el personal no tendrá inconvenientes en saber lo que la empresa necesita de ellos, creando una competencia sana entre trabajadores para mejorar su servicio, en donde el buen desempeño de la empresa se vea reflejado en la parte económica de la corporación, organizándose y creando mayores oportunidades que brindara más facilidades a los clientes de la empresa "JHONATEX", en donde las demandas crecerán se generara una mejor rentabilidad y por ende más beneficios económicos para los colaboradores.

- **Tecnológica:**

La tecnología en la actualidad es uno de los factores más importantes en el ámbito empresarial, donde los procesos productivos van de la mano con la tecnología, la optimización de recursos también es un punto que aporta, la presente propuesta pretende que las necesidades de comunicación del personal sea más fluida, para que

el desempeño laboral del personal, este de acorde a la necesidades de la organización. La empresa deberá tener la tecnología que requiera el empleado para brindar el máximo de sus capacidades y que la corporación tenga un nivel competitivo a la par de las competencias más posesionadas del mercado.

- **Socio - Cultural:**

En el proyecto de investigación realizado se observa las distintas formas que pueden emplearse para llegar a una correcta comunicación lo que hará que el empleado conozca las metas y objetivos de la compañía, cada individuo parte del personal de esta empresa de textiles se verá así mismo como un pilar fundamental de la empresa, donde se compensara su desenvolvimiento y su buen desempeño laboral, llegando asa a tener una excelente relación con sus jefes y compañeros, brindando a la empresa el máximo de sus cualidades para alcanzar lo que la organización se proponga, sintiéndose bien con la labor prestada.

- **Organizacional:**

La propuesta acerca de las necesidades de comunicación del personal y el desempeño laboral en la empresa textiles “**JHONATEX**” compete a la factibilidad organizacional ya que esta propuesta auxiliara a la corporación debido que la organización tiene un personal dinámico con capacidades de fácil adaptación, este trabajo de investigación creará que el desempeño laboral del personal mejore notablemente , asimismo que la comunicación interna de la empresa sea el más claro y conciso entre cada uno de los miembros.

- **Ambiental:**

En este trabajo de investigación al realizar y aplicar la propuesta desarrollada sobre las necesidades de comunicación del personal en la empresa textiles



“**JHONATEX**” para que el personal tenga un mejor desempeño laboral, con el presente estudio se pretende realizar una nueva y mejor estructura para que el desempeño de cada uno de los individuos parte de la empresa, sea el más óptimo, acercándola a la corporación a sus metas y objetivos, creando un mejor ambiente laboral en donde el trabajador explote el máximo sus capacidades.

## **6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **Plan de comunicación interna**

Según Editorial Vértice (2008:26), dice: La comunicación interna es una herramienta imprescindible al servicio de la gestión empresarial. Pero cada herramienta de comunicación nace dentro de un entorno que la justifica, y por tanto no se puede aplicar el mismo plan de comunicación a dos empresas distintas. Para definir un plan de comunicación adaptado a nuestra empresa los pasos han de ser:

#### **1. Averiguar cuáles son la prácticas comunicativas actuales**

Primero hemos de saber que mensajes se están transmitiendo hasta la fecha, quien lo hace, mediante que canales ¿formales o informales?, quienes son los receptores y medios.

#### **2. Establecer nuestro criterios para elegir que mensajes se deben transmitir**

Como canales criterios figuran:

- **Pertinencia:** Que podemos transmitir que sea a la vez lo máximo posible y lo mínimo innecesario.
- **Segmentación:** Quien es el público objetivo de los diferentes tipos de mensajes. Debemos comunicarnos con todos, pero segmentando la audiencia, pues no toda la información es pertinente para todo el mundo.
- **Coherencia:** Las diferentes informaciones no deben desmentirse entre si

- **Gradación:** El impacto de cada mensaje debe ser garantizado sin que le estorbe el eco de otro: es necesaria la comunicación gradual y proporcionada.
- **Adecuación:** Adaptar cada mensaje a la superación de las barreras físicas, intelectuales y psicológicas de cada receptor.

### **Interlocutor**

Según Criado del Val Manuel (1980:27) manifiesta: Dentro de la unidad básica, a la que llamamos coloquios, figurarán las <<interlocuciones>>, o centros de emisión recepción, que pueden ser tantas como personas intervienen en el coloquio. Como elementos de la interlocución figuran el << interlocutor>>, la <<situación>> y el <<decurso>>. En el concepto de interlocutor se incluyen todos aquellos distintivos que caracterizan a la persona o centro emisor-receptor, situado en cada uno de los polos que integran el coloquio.

### **Canales o medios de comunicación**

Según Fernández García Tomas, García Rico Agustín (2001:123) dice: Al no existir una definición consensuada unívocamente, de modo genérico podemos considerar la comunicación como: << el mecanismo por el medio del cual existen y se desarrollan las relaciones humanas, es decir todos los símbolos de la mente junto con los medios para transmitirlos a través del espacio y preservados en el tiempo o aquella situación conductual en la cual una fuente transmite un mensaje a un receptor con la intención consiente de afectar su conducta posterior>>. La comunicación vincula la relación entre personas, facilita que no estemos solos o aislados, y nos remite a otras personas. También a través de la comunicación además de compartir ideas, sentimientos, percepciones, etc., vamos a intercambiar información y difunde el conocimiento. Hablar de tecnologías de comunicación lleva consigo hablar de medios de comunicación ,

considerados estos << como recursos tecnológicos que permiten amplificar, conservar, reproducir o expandir las características físicas de un mensaje codificado>>. Son sistemas de transmisión los mensajes codificados en distintos soportes materiales pudiendo distinguir entre otros:

- Medios visuales: libros, revistas, prensa.
- Medios auditivos: radios, discos cassettes, cds.
- Medios audiovisuales: cine, televisión, video, nuevas tecnologías.

## **Comunicación**

Según Báez Carlos Julio (2000:1), dice: La palabra comunicación, como dice el profesor Aranguren, significa “puesta en común”. Tiene la misma raíz que comunidad y común (del latín communis o communicare), por tanto, se relaciona con una comunión entre personas, un compartir. La palabra comunicación es empleada como conectar, informar y compartir (Montaner y Moyano, 1995). Se dice que hay comunicación para exponer que entre personas o cosas distanciadas se ha establecido contacto. Si este contacto va acompañado de un mensaje se trata de transmisión de información, entrar en contacto con otro u otros para hacerle partícipe de ideas, sentimientos, intereses, deseos, etc

## **Comunicación formal**

Según Carretón Ballester Ma. Carmen (2007:38) Este tipo de comunicación transmite mensajes reconocidos de forma explícita por la organización (información oficial), se encuentra perfectamente definida y sigue las líneas del organigrama empresarial, lo que permite conocer cuales son los canales de transmisión de la información planeada para la organización. La estructura planificada para el funcionamiento eficaz de la organización es la que presenta los canales de comunicación formal, que son imprescindibles para coordinar y estructurar las actividades de la organización basadas en su naturaleza piramidal.

## **Comunicación Informal**

Según Editorial Vértice (2008:23), manifiesta: La comunicación informal surge de la interacción social, siendo por ello, tan variable, dinámica e inconstante como las personas. Coexiste con el sistema de comunicación formal de la empresa, e incluye la conformación de una organización informal que está integrada por una red de relaciones personales sociales establecida dentro de la organización. Por esta razón, es una comunicación difícil de controlar o planificar, desde la dirección de la empresa.

## **Mensaje**

Según Peñafiel Pedrosa Eva, Serrano Garcia Cristina (2010:50). Manifiestan que: Es el conjunto de símbolos transmitidos en el proceso de comunicación, el contenido de la información enviada, el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor que quiere transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor, a veces esto no es sencillo, por lo que se puede hablar de dos tipos de mensaje:

- **El mensaje proyectado:** es el conjunto de significados que el individuo ha pretendido transmitir, que no siempre coinciden con lo que transmite
- **El mensaje percibido:** Es lo que el receptor ha interpretado y comprendido del mensaje transmitido y que puede coincidir o no con el proyectado

## **Receptor**

Según Peñafiel Pedrosa Eva, Serrano Garcia Cristina (2010.50), en su libro redactan lo siguiente: “Receptor o decodificador es la persona u organización a la 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”.

### **Retroalimentación**

Según Sendra Judith Andrés (2009:42) dice: La retroalimentación es un concepto que expresa la cantidad de la información que fluye por los canales de comunicación mientras se da el proceso. El emisor del mensaje, mientras lo está lanzando, recibe del receptor una serie de señales que le indican si le entiende, si le interesa y si está de acuerdo. Estas señales le sirven para realizar una valoración del impacto de lo que está comunicando y como está siendo recibido por parte del receptor.

### **Flujos de comunicación**

Según García Jiménez Jesús (1998:23) La comunicación interna actúa sobre las conductas de tarea (redes de actividad) y sobre las conductas de relación (redes de comunicación). Gracias a la comunicación ambas conductas se ven interafectadas. La configuración interna configura alimenta y retroalimenta el circuito de la información/comunicación efectivas.

### **Comunicación Descendente**

Según Báez Carlos Julio (2000:108,109) dice. La comunicación descendente debe proporcionar a los empleados de la institución un conocimiento de la organización: historia, normas, política de personal, política remunerativa, horarios, normas disciplinarias, etc. Dentro de la tares de este tipo de comunicación se encuentra la edición de boletines internos, la elaboración de resúmenes de prensa, la fijación de paneles informativos, en los cuales se den a conocer las decisiones adoptadas, y todo tipo de información que resulte útil para el personal. Dentro de las instituciones públicas

todo está prácticamente reglado, de modo, existen normativas que definen con toda claridad tanto la estructura como las funciones de las diferentes instituciones.

### **Comunicación Ascendente**

Según Editorial Vértice (2008:18), es la que tienen lugar cuando se emiten mensajes desde un nivel inferior a otro superior jerárquica o funcionalmente (si no existiera esta relación podríamos hallarnos a un caso de comunicación horizontal aun cuando el emisor fuese de nivel inferior al receptor) se produce dos situaciones:

- Como respuesta de los empleados a una demanda específica de información por parte de un nivel superior.
- Como iniciativa del personal en cualquiera de sus niveles para proponer o informar a los niveles superiores.

### **Comunicación Horizontal**

Según Editorial Vértice (2008:21), redacta que: Es aquella que implica o involucra a todos los miembros de la organización que participan de un mismo nivel jerárquico, independientemente del departamento al que pertenezcan. Va a permitir resolver problemas sin necesidad de recurrir a otros niveles, mejorara el rendimiento y funcionalidad y limara problemas por excesiva competitividad, etc.

### **Comunicación Oblicua**

Según Anolli Luigui (2010:153), manifiesta: La comunicación seductiva es una comunicación oblicua y alusiva, construida a basa de sombras y matrices, desarrollada a menudo sobre los registros de lo implícito y de lo sobreentendido, siguiendo el principio de decir lo suficiente, pero no demasiado. De este modo, la pareja tiene la posibilidad de

escoger entre diversos recorridos comunicativos como respuesta. Es una forma de comunicación en que los aspectos no verbales prevalecen, aun cuando no son únicos.

### **Comunicación cruzada**

Según Medina Hernández Urbano, Correa Rodríguez Alicia (2009:136). Mencionan: La comunicación cruzada incluye el flujo horizontal de información entre personas de niveles organizativos iguales o similares, y el flujo diagonal entre personas en diferentes niveles que no tienen relaciones de dependencia directa. Normalmente se utiliza para la solución de problemas o la realización de actividades interdepartamentales. Este tipo de comunicación acelera el flujo de información y sirve para coordinar esfuerzos. Se utiliza para acelerar el flujo de información, mejorar la comprensión y coordinar los esfuerzos para el logro de los objetivos organizativos.

### **Comunicación Interna**

Según Orgemer Griker (2002:53) La comunicación interna es el flujo de comunicación que surge en el seno de la organización. Incluye todos los niveles de comunicación que se establecen en dicha organización: comunicación ascendente, descendente, horizontal, formal e informal. Las funciones que cumple principalmente son: permitir la interacción dentro de la organización, la coordinación y la transmisión de información relevante para el funcionamiento y organización.

### **Comunicación externa**

Según Editorial Vértice (2008:24). Indica: Las empresas utilizan este tipo de comunicación para dar a conocer –eficazmente- sus objetivos al público externo de la misma. Estos objetivos son:

- Que el público conozca tanto la filosofía de la empresa como una imagen positiva de ella, y las relacionen con los productos y servicios que ofrece.
- Que los distribuidores (consumidores intermedios) y los consumidores finales adquieran los productos y servicios de la empresa en lugar de los de la competencia; gracias a ello la empresa podrá aumentar su participación en el mercado.

### **Comunicación Organizacional**

Según Horacio Andrade (2005:16) redacta lo siguiente: La comunicación organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre estas y su medio. El desarrollo de esta disciplina es relativamente joven, ya que podríamos ubicar el inicio de los esfuerzos serios y sistemáticos por desarrollarla, así como las primeras obras publicadas sobre la materia, en la década de los setenta. También por esos años empiezan a surgir, o en algunos casos, a consolidarse las asociaciones de profesionales en comunicación organizacional, que sin duda le dieron un impulso importante a este campo no solo en relación a la generación del conocimiento a partir de la investigación, sino también a la aplicación de estos conocimientos en las organizaciones.



## 6.7 MODELO OPERATIVO

<b>MODELO OPERATIVO</b>				
<b>FASES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
SOCIALIZAR	Realizar exposiciones acerca de los beneficios del plan	Documento impreso Retroproyector Computadora	2 días	Investigadora Administradores
PLANIFICAR	Realizar un cronograma de visitas a la empresa	Documento impreso	4 días	Investigadora Administradores
EJECUTAR	Realizar capacitaciones de cómo aplicar las actividades del plan	Documento impreso Retroproyector Computadora	5 días	Investigadora Personal de la empresa
EVALUAR	Aplicar instrumentos de evaluación (Check List)	Documento impreso	5 días	Administradores

# PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA EMPRESA “JHONATEX”



**Objetivo:**

Realizar un plan de comunicación interna integral y proactivo, para el personal de la empresa Jhonatex, de una forma interconectada y equilibrada, logrando de esta manera obtener satisfacer las necesidades de comunicación del personal de la empresa.

**Reseña Histórica**

Textiles Jhonatex desde sus inicios fue una empresa muy particular que empezó en el año de 1988 cuando Doña Marlene Arcos se dedicaba a la venta de ropa interior en la ciudad de Riobamba. Al poco tiempo su esposo Don Vicente Altamirano se involucra en los procesos de las ventas y juntos deciden emprender un pequeño negocio, poco a poco empezaron a elaborar pantalonetas con su primera máquina de overlock, en ella realizaban el diseño de los moldes para posteriormente enviar a la confección. Tiempo después en el año 2000 las ventas comenzaron a disminuir lentamente y los proveedores aumentaron sus costos, esto los llevo a tomar una decisión radical. Fue entonces que un año más tarde dan comienzo a su tan anhelado sueño y crean una empresa totalmente adaptable para todo el proceso de producción de telas invirtiendo así su capital en varias máquinas para los distintos tipos de tela que hay en el mercado. La empresa actualmente es administrada por la señora Marlene Arcos y Vicente Altamirano.

**Visión**

En 5 años seremos una empresa líder dentro de la industria textil ecuatoriana a través de la implementación de tecnología de punta, los productos y procesos más innovadores y de la más alta calidad, con personal calificado comprometidos con la satisfacción de nuestros clientes, generando valor a los propietarios, colaboradores y proveedores.

## **Misión**

Elaborar todo tipo de telas para ropa deportiva y casual utilizando tecnología de punta y procesos eficientes, con personal altamente comprometido, para brindar satisfacción a las necesidades y expectativas de nuestros clientes, garantizando un óptimo nivel de rentabilidad y contribuir de manera importante al desarrollo económico y social de nuestro país.

## **DESCRIPCIÓN DE PROCESOS**

### **Administrativo**

Realizar la planificación, control, dirección y gestión de las actividades y recursos que posee la empresa, propiciando su mejor desempeño, acorde a las directrices establecidas por gerencia

### **Tejeduría**

Fabricación de tejidos de fibras textiles de algodón y poliéster en máquinas circulares.

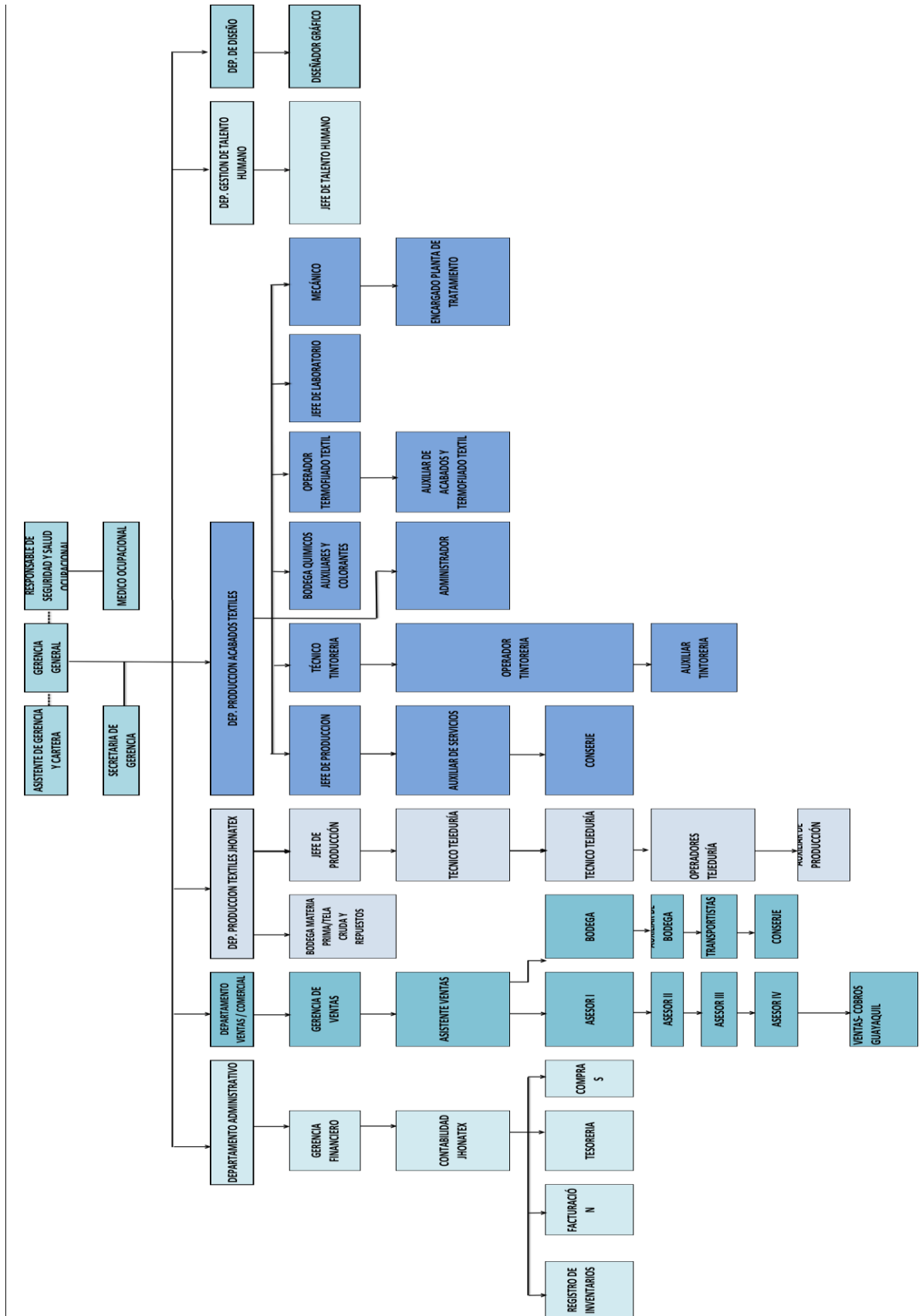
### **Tintorería**

Tintura de tejidos de fibras textiles de algodón y poliéster

### **Acabados Textiles**

Planchado y termofijado de tejidos de fibras textiles de algodón y poliéster.

### **Organigrama estructural**



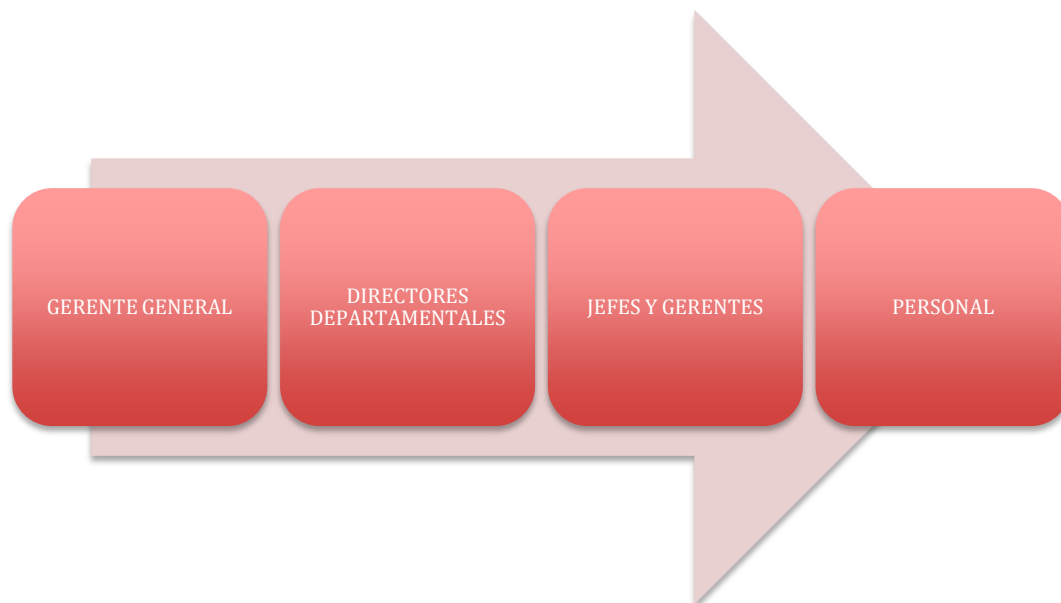
## **Determinación del flujo de comunicación**

La empresa tiene los siguientes tipos de comunicación interna:

### **Comunicación descendente**

Esta es una comunicación de tipo formal la cual va desde los altos mandos o directivos hacia el personal en general, su finalidad es la de informar, comunicar, indicar, llamar la atención o sancionar, entre los documentos mas utilizados en esta forma de comunicación son:

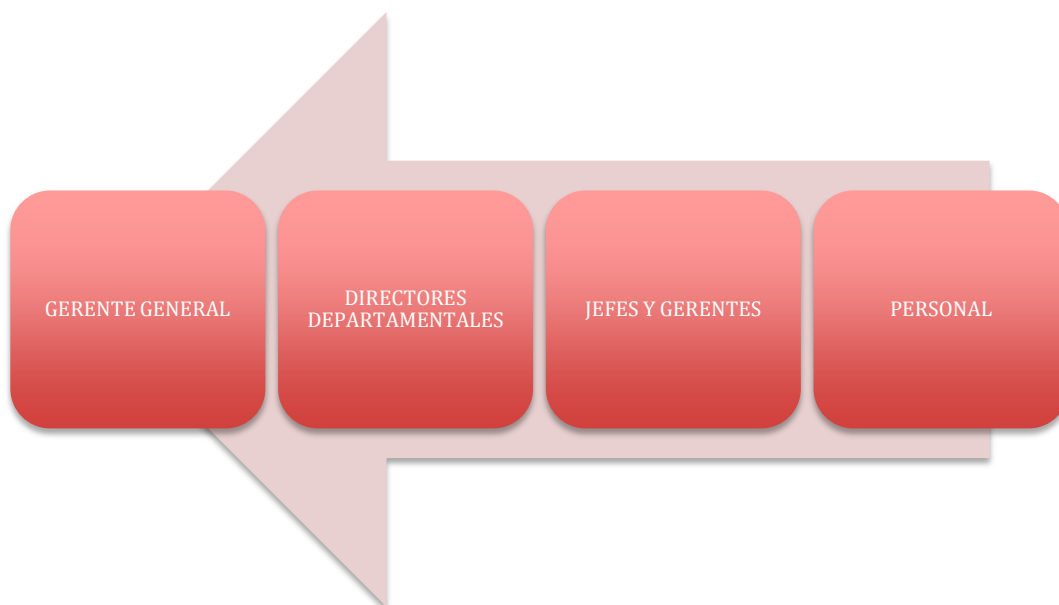
- Manuales, como pueden ser de funciones, de procedimientos entre otros.
- Reglamentos, como por ejemplo el reglamento interno.
- Políticas
- Documentos informativos
- Memorándums
- Notificaciones



## Comunicación ascendente

Esta comunicación es de tipo formal comunicativa ya que va desde el personal de la empresa hacia las diversas autoridades de la empresa, respetando el orden jerárquico, aquí cuando se da sugerencias recomendaciones o reclamos, los documentos o medios mas utilizados son:

- Buzón de sugerencias
- Entrevista
- Intranet
- Correo electrónico
- Reuniones periódicas



## Comunicación horizontal

Esta comunicación es de tipo informal, y se da entre miembros del mismo rango jerárquico, o por afinidad, los medios mas utilizados son:

- Reuniones por departamentos o grupos de trabajo
- Correo electrónico
- Redes sociales

### **Políticas para la comunicación interna:**

La comunicación es un factor predominante en el desenvolvimiento de la empresa es por esta que se debe ser lo mas cauteloso o lo mas cordial al momento de querer comunicar cualquier tipo de información para no crear enemistades o un ambiente laboral tenso es por esto que es de vital importancia implementar las siguientes políticas:

1. Se prohíbe el uso de malas palabras en cualquier tipo de comunicación, de ser escuchado o de ser testigo de este tipo de comunicación, comunicar de inmediato a su jefe inmediato, y de ser comprobado la persona, la primera vez se hará un llamado de atención, las segunda vez se hará un segundo llamado de atención un poco mas severo, la tercera vez tendrá una sanción económica fijada entre los mismos trabajadores.
2. Se prohíbe el llamar por sobrenombres dentro de la empresa, las sanciones serán con el mismo procedimiento que la política anterior.
3. Para la realización de alguna queja o sugerencia, utilizar los canales de comunicación establecidos.

### **Estrategias de comunicación**



Para el mejoramiento de la comunicación interna dentro de la empresa se realiza las siguientes estrategias.

### **Estrategia No. 1**

**Tema:**

Buzón de sugerencias

**Objetivo:**

Comunicar de alguna novedad, reclamo, o de algún aspecto en particular que debería mejorar la empresa.

**Desarrollo:**

Este buzón será de dos tipos físico el mismo que se encontrara en lugares visibles de la empresa, y electrónico el cual será mediante un correo o electrónico asignado para este tipo de comunicaciones, los dos tendrán un formato específico para poder facilitar a su interpretación y análisis.

**Formato:**

<b>Sugerencias o Reclamos</b>		
<b>Nombre:</b>	<b>Departamento:</b>	<b>Fecha:</b>
<b>Sugerencia:</b>	<b>Reclamo:</b>	<b>Observacion:</b>
<b>Persona o departamento involucrado:</b>		

## **Estrategia No. 2**

**Tema:**

Red social empresarial

**Objetivo:**

Crear un canal de comunicación global.

Afianzar vínculos entre los miembros de la empresa

**Desarrollo:**

Se deberá realizar un aplicación móvil, o se podrá utilizar una existente como por ejemplo Whatsaap para poder tener un canal de comunicación informal pero respetuosa.

**Tipo:**

Informal

**Uso:**

En este medio se podrá comunicar informaciones de carácter global, mensajes motivacionales, videos motivacionales, se podrá publicar bromas, siempre tratando de comunicar y motivar al personal de la empresa.

### **Estrategia No. 3**

**Tema:**

Reuniones de trabajo

**Objetivo:**

Crear un canal de comunicación horizontal.

**Desarrollo:**

Se deberá realizar una reunión mensual destinando las dos ultimas horas del ultimo día laborable del mes, para poder hablar acerca de los logros, inconvenientes o novedades encontradas en el transcurso del mes vencido.

Se debe asignar un responsable el cual emita un informe de dichas reuniones, las cuales debe ser de carácter obligatorio.

**Tipo:**

Informal - Horizontal

## Estrategia No. 4

**Tema:**

Entrevista

**Objetivo:**

Crear un canal de comunicación ascendente.

Crear un ambiente de confianza entre el personal de la empresa y los directivos de la misma

**Desarrollo:**

Se deberá realizar una entrevista anual con cada empleado de la empresa en la cual se debe realizar y llenar el siguiente formato.

**Formato:**

ENTREVISTA					
ENTREVISTADOR:		ENTREVISTADO:			
FECHA:		DEPARTAMENTO:			
CUESTIONARIO					
<b>Instrucciones:</b> Lea con atención cada una de las preguntas y marque con una (X) en la casilla que corresponda a su opinión. Recuerde no dejar ni una pregunta en blanco. Escala: 1.- Totalmente satisfecho    3.- Algo Satisfecho 2.- Satisfecho                    4.- Insatisfecho					
Item		1	2	3	4
Como se encuentra usted en lo referente a:					

A su jefe directo				
A sus compañeros				
A su espacio de trabajo				
A su ambiente laboral				
A su remuneración				
A su horario de trabajo				
Con respecto a la comunicación como se siente con:				
Sus compañeros				
Sus jefes inmediatos				
Su grado de confianza es				
Respecto a sus compañeros de trabajo				
A sus jefes inmediatos				
<b>PREGUNTAS ABIERTAS</b>				
<b>SUGERENCIAS CON RESPECTO A LOS CANALES DE COMUNICACIÓN:</b>				
<b>SUGERENCIAS O RECLAMOS DE LA EMPRESA</b>				
<b>SUGERENCIAS O RECLAMOS RESPECTO AL AMBIENTE LABORAL</b>				

## 6.8 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

### Recursos

#### Recursos Humanos:

- Investigador: 1
- Tutor: 1

#### Recursos Materiales:

- Materiales de Escritorio
- Bibliografía
- Tecnológicos

#### Recursos Tecnológicos:

- Computadora
- Impresora
- Flash Memory
- Cámara
- C.D.

#### Recursos Económicos

- Asumidos por la investigadora

### Presupuestos

#### Cuadro # 6

RUBROS DE GASTOS	VALORES
1.- Personal de apoyo	\$ 100.00 USD
2.- Adquisición de equipos	\$ 25.00 USD

3.- Materiales de escritorio	\$ 50.00 USD
4.- Materiales bibliográficos	\$ 100.00 USD
5.- Transporte	\$ 100.00 USD
6.- Imprevistos	\$ 25.00 USD
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 400.00 USD</b>

## 6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

MATRIZ DE EVALUACION		
1	¿Quién solicita evaluar?	Los directivos de la empresa
2	¿Por qué evaluar?	Para tener una información precisa sobre la propuesta
3	¿Para qué evaluar?	Para diagnosticar el plan de comunicación interna.
4	¿Qué evaluar?	Plan de comunicación interna
5	¿Quién evalúa?	Los directivos de la empresa
6	¿Cuándo evaluar?	Anualmente
7	¿Cómo evaluar?	Aplicación de los instrumentos de evaluación al personal de la empresa
8	¿Con qué evaluar?	Encuestas y entrevistas.





## BIBLIOGRAFÍA:

- Alma Mireya López Arce Coria (2006). *“El currículo en la educación superior: un enfoque postmoderno basado en competencias.”* Publicaciones Cruz O., S.A., México.
- Ana Utrilla, Rosa Morillo, Manuel Ania..., Carlos Martín. (2006: 427). *“Ats/duo Vol. I. Personal Laboral de la Comunidad Autónoma de Extremadura”*. Temario Especifico Ebook.” MAD-Eduforma, España.
- Abascal Elena, Grande Ildfonso (2005:) *“Análisis de encuestas”*. Editorial Esic. España.
- Ángel López García, Beatriz Gallardo Paúls (2005). *“Conocimiento y lenguaje”* Universidad de Valencia.
- Báez Carlos Julio (2000) *La Comunicación Efectiva*. Primera edición. Editorial BUHO. República Dominicana.
- Brenes Eugenia, Porras Martha (2007) *Teoría de la Educación*. Octava Edición. Ediciones Universidad Estatal a Distancia de San José. Costa Rica
- Carlos Ongallo (2007). *“Manual de comunicación: guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones.”* Librería-Editorial Dykinson.
- Carreton Ballester Ma Carmen (2007) *“Las Relaciones Públicas en la Comunicación Interna de la Banca Española”*. Editorial Netbiblo, S.L. España
- Castillo Aponte José (2006). *“Administración De Personal: Un Enfoque Hacia La Calidad.”* ECOE EDICIONES. Bogotá-Colombia.
- Criado del Val Manuel (1980) *Estructura General del Coloquio*. Imprime Ruan S.A. España
- David Whetten, Kim S. Cameron (2004). *“Desarrollo de Habilidades Directivas.”* Pearson Educación, México.

- De la Cruz LaBlanca Ignacio (2014) “*Comunicación efectiva y trabajo en equipo*”. Edita secretaria general técnica subdirección general de documentación y Publicaciones. España
- De la Mora Medina José (1999) “*Explicación Y Análisis: Taller de Comunicación*”. Ciudad Universitaria. México
- Del Arco Asensio Eva, Vázquez Blömer Beatriz (2009) “*Empresa E Iniciativa Emprendedora*”. Segunda edición. Ediciones Paraninfo S.A. España
- Editorial Vértice (2008). *Comunicación interna*. Publicaciones VÉRTICE S.L. España
- Enrique Ana María (2008) *La planificación de la comunicación empresarial*. Primera Edición Servei de Publicacions de la UAB. España (108 págs.)
- Erick Cabrera (1994) Diseño de la ONU *Sistema de Evaluación de Desempeño.*” IICA Biblioteca Venezuela.
- Fernández García Tomas, García Rico Agustín (2001) *Medios de comunicación, sociedad y educación*. Edita servicio de publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. España
- Fernando González Ferreras, Consolación Carpio Miguel, Juan Carlos Pérez Pérez (2005). “*Gestión de calidad en la organización y dirección de centros escolares.*” Ministerio de Educación.
- Fernando Lamata Cotanda (1998). “*Manual de administración y gestión sanitaria.*” Ediciones Díaz de Santos.
- Gallardo Paúls Beatriz (2005). *Conocimiento y lenguaje*. Edición Universidad de Valencia. España. 540 págs.
- García Correa Antonio (2008) *La Disciplina Escolar*. Universidad de Murcia Servicio de Publicaciones. España
- García Jiménez Jesús (1998) *La comunicación interna*. Ediciones Díaz de los Santos. S.A. España

- Gloria Robles Valdés, Carlos Alcerreca Joaquín, (2000: 278). “*Administración: un enfoque interdisciplinario.*” Pearson Educación, México.
- Gonzales Calvo José Manuel (2006), *Los conceptos de proposición, oración y enunciado: la frase nominal.* Editorial Excellence.
- Hernández Sampietri, Fernández Carlos, Baptista Pilar; “*Metodología de la investigación*”, Quinta edición, (2010), McGraw – Hill, México.
- Herrera, Luis y Otros. *Tutoría de la Investigación Científica.* Ambato: Maxtudio, 2008.
- Horacio Andrade (2005) *Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica.* Ediciones Netbiblo, S.L. España.
- Hualde José, Olarrea Antxon, Escobar Ana María (2003) *Introducción a la lingüística hispánica.* Artes Gráficas Toledo. España.
- Isabel de los Reyes Rodríguez Ortiz (2005). “*Comunicar a través del silencio: las posibilidades de la lengua de signos española*” Universidad de Sevilla.
- Jesús García Jiménez (1998). “*La comunicación interna*” Ediciones Díaz de Santos.
- León Alma (2005). *Estrategias Para el Desarrollo de la Comunicación Profesional.* Editorial Limusa. México.
- López Alonso, Seré Arlette (2001) *La lectura en lengua extranjera: el caso de las lenguas romántica* Universidad de Madrid. España
- López García Ángel (1999) *Lingüística general y aplicada.* Universidad de Valencia. España 377 págs.
- Maya Betancourt Arnobio (2012) *Pedagogía de la ternura Conceptos basicos.* Segunda edicion. Ecoe Ediciones. Colombia

- Maite Melendo (1990). *“Comunicación e integración personal”* Editorial SAL TERRAE, España.
- Manuel Matos Moquete (2007). *“Estrategias de captación de la voluntad popular en las elecciones de 2004”* INTEC.
- Manuel Olleros Izard (2005). *“El proceso de captación y selección de personal.”* Gestión 2000, España.
- Margarita Chiang Vega, María José Martín Rodrigo, Antonio Núñez Partido (2010). *“Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral.”* Universidad Pontificia Comillas, Madrid.
- María de los Ángeles Gil Estallo, Fernando Giner de la Fuente (2013:575). *“Cómo crear y hacer funcionar una empresa.”* ESIC Editorial, Madrid.
- Medina Hernández Urbano, Correa Rodríguez Alicia (2009) *Como evaluar un proyecto empresarial: Una visión práctica.* Ediciones Díaz de Santos S. A. España
- Mercedes Giménez Precioso. (1996). *“Reflexiones sobre la teoría de la comunicación y su aplicación a la lectura en francés, lengua extranjera.”* EDITUM.
- Muller Delgado Marta Virginia (1999) *Técnicas de la comunicación oral.* Editorial de la Universidad de Costa Rica. Costa Rica
- Orgemer Griker (2002) *Enciclopedia de los recursos humanos.* Edita Fundación Confemetal. España
- Peñafiel Pedrosa Eva, Serrano Garcia Cristina (2010) *Habilidades Sociales.* Editado por Editex. España
- Rendón Miguel Ángel (2005). *Bases teóricas y filosóficas de la Bibliotecología.* Segunda Edición. Universidad Nacional Autónoma de México. México
- Rioseco Izquierdo Rosita (1995) *Yo pienso y aprendo.* Editorial Andrés Bello. Chile. 62 págs.

- Roberto de Miguel Pascual (2010). *“Fundamentos de la comunicación humana”* Editorial Club Universitario.
- Rubio Domínguez Pedro (2006) *Introducción a la Gestión Empresarial, fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas*. Instituto Europeo de Gestión Empresarial. España
- Sara Díez Freijeiro (2010). *“Técnicas de Comunicación”* Ideas propias Editorial S.L.
- Anolli Luigui (2010). *Iniciación de la psicología de la comunicación*. Ediciones de la universidad de Barcelona. España
- Sendra Judith Andrés (2009) *Apoyo psicosocial, atención relacional y comunicativa en instituciones*. Primera edición .Ideas propias editorial. España
- Stephen P. Robbins (1998). *“Fundamentos de Comportamiento organizacional.”* Pearson Educación, México.
- Stephen P. Robbins (2005). *“Administración”* Pearson Educación, México.
- Susana Delgado González & Belén Ena Ventura (2008). *“Recursos humanos: administración y finanzas.”* Editorial Paraninfo, Madrid-España.
- Urcola Telleria Juan Luis, Urcola Martiarela Nerea (2015). *Manual práctico de comunicación empresarial*. Esic Editorial. España

***ANEXOS***

## ANEXO #1



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

#### ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA JHONATEX

**Dirigido:** Al Personal Administrativo de "JHONATEX"

**Objetivos:** El propósito de este cuestionario es determinar las necesidades de comunicación del personal y su incidencia en el desempeño laboral dentro de la empresa.

#### CUESTIONARIO CON FIN ANONIMO EDUCATIVO

##### Instrucciones:

Lea con atención cada una de las preguntas y marque con una (X) en la casilla que corresponda a su opinión.

Recuerde no dejar ni una pregunta en blanco.

Las respuestas que se emitan en este cuestionario esta basadas en su experiencias de trabajo por lo tanto no hay respuestas buenas ni malas.

Le pedimos su más sincera colaboración, le garantizamos la confidencialidad de sus respuestas.

1. ¿Usted se siente satisfecho con el ambiente laboral de la empresa?

Si     No     A medias

2. ¿Toman en cuenta las opiniones vertidas?

Siempre     Casi Siempre     A veces     Nunca

3. ¿La comunicación que existe en la empresa es buena?  
( ) Si ( ) No
4. ¿El jefe de talento humano es un mediador entre los administradores y los dueños de la empresa?  
( ) Si ( ) No ( ) A veces
5. ¿Los canales de comunicación están claramente definidos?  
( ) Si ( ) No ( ) A medias
6. ¿Con que frecuencia evalúa el desempeño laboral de sus empleados?  
( ) Siempre ( ) Ocasionalmente ( ) Rara vez ( ) Nunca
7. ¿Cómo considera usted el desempeño laboral de sus empleados?  
( ) Muy bueno ( ) Bueno ( ) Regular ( ) Malo
8. ¿Existe en la empresa los recursos necesarios para un buen desempeño laboral?  
( ) Si ( ) No ( ) A medias
9. ¿Cree que incide los niveles de comunicación en el desempeño laboral de sus empleados?  
( ) Si ( ) No
10. ¿Cree que es necesario que se mejoren los procesos de la comunicación en la empresa?  
( ) Si ( ) No

***GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.***





## ANEXO #2



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

#### ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL OPERATIVO DE LA EMPRESA JHONATEX

**Dirigido:** Al Personal Operativo de "JHONATEX"

**Objetivos:** El propósito de este cuestionario es determinar las necesidades de comunicación del personal y su incidencia en el desempeño laboral dentro de la empresa.

#### CUESTIONARIO CON FIN ANONIMO EDUCATIVO

**Instrucciones:**

Lea con atención cada una de las preguntas y marque con una (X) en la casilla que corresponda a su opinión.

Recuerde no dejar ni una pregunta en blanco.

Las respuestas que se emitan en este cuestionario esta basadas en su experiencias de trabajo por lo tanto no hay respuestas buenas ni malas.

Le pedimos su más sincera colaboración, le garantizamos la confidencialidad de sus respuestas.

1. ¿Usted se siente satisfecho con el ambiente laboral de la empresa?

Si     No     A medias

2. ¿Toman en cuenta las opiniones vertidas?

Siempre    Casi Siempre    A veces    Nunca

3. ¿La comunicación que existe en la empresa es buena?

Si    No

4. ¿El jefe de talento humano es un mediador entre los administradores y los dueños de la empresa?

Si    No    A veces

5. ¿Los canales de comunicación están claramente definidos?

Si    No    A medias

6. ¿Con que frecuencia evalúa el desempeño laboral de sus empleados?

Siempre    Ocasionalmente    Rara vez    Nunca

7. ¿Cómo considera usted el desempeño laboral de sus empleados?

Muy bueno    Bueno    Regular    Malo

8. ¿Existe en la empresa los recursos necesarios para un buen desempeño laboral?

Si    No    A medias

9. ¿Cree que incide los niveles de comunicación en el desempeño laboral de sus empleados?

Si    No

10. ¿Cree que es necesario que se mejoren los procesos de la comunicación en la empresa?

Si    No

***GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.***



**ANEXO #3**

**FOTOGRAFIAS**

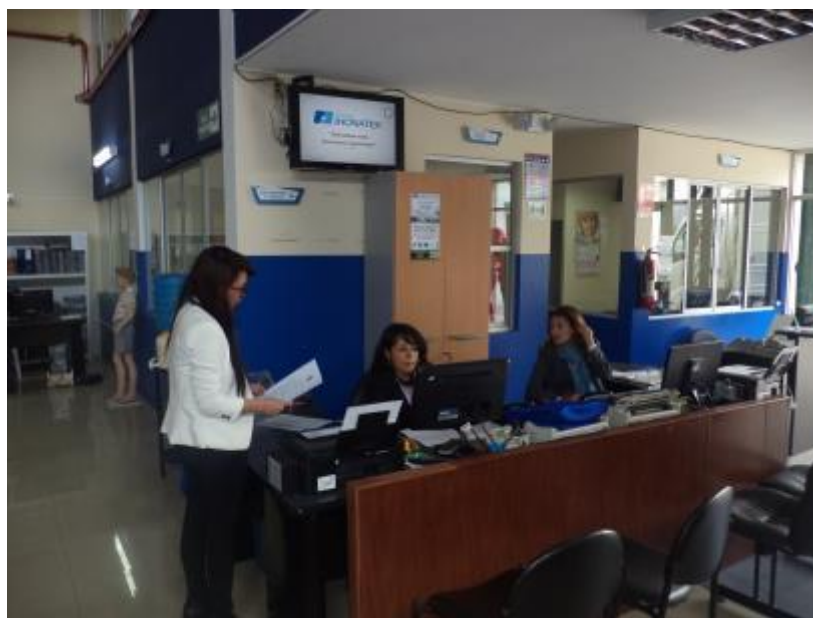
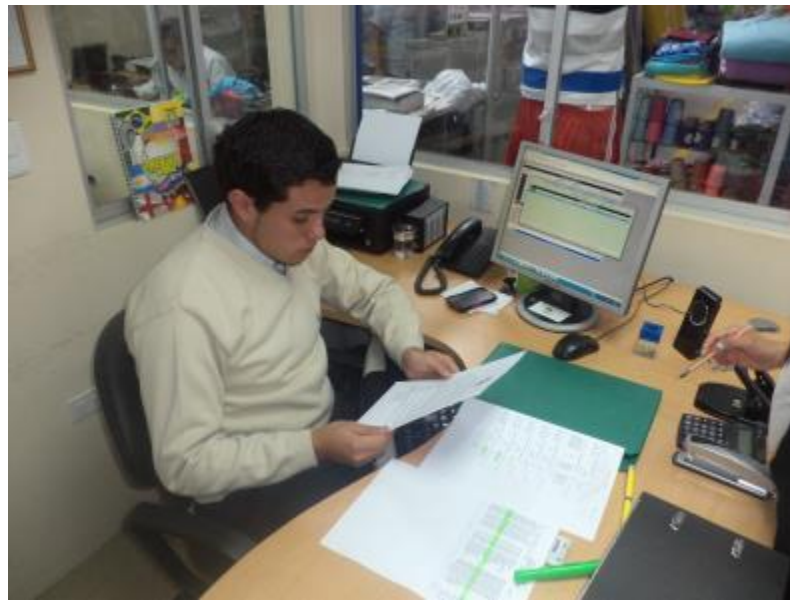
**EMPRESA**

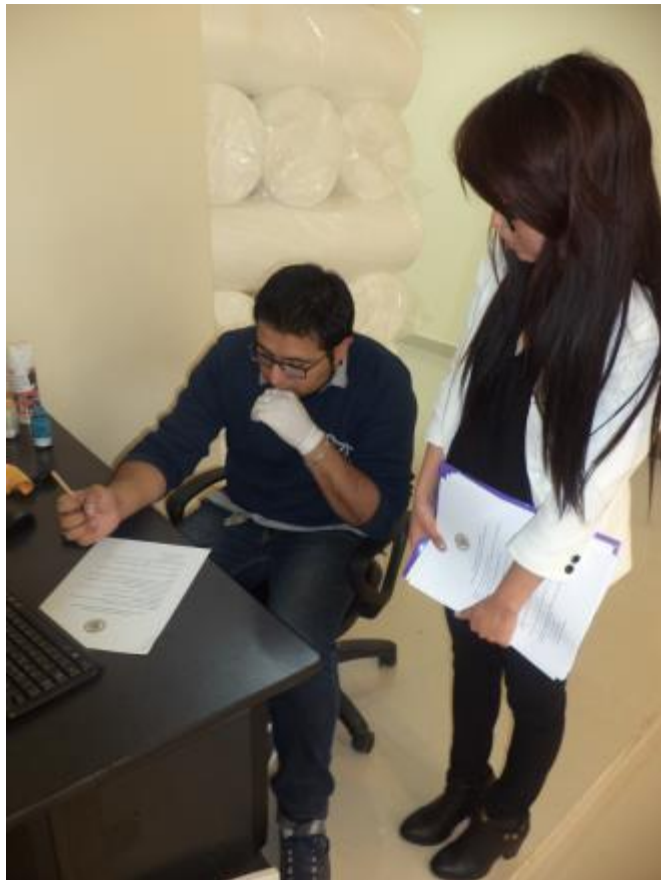


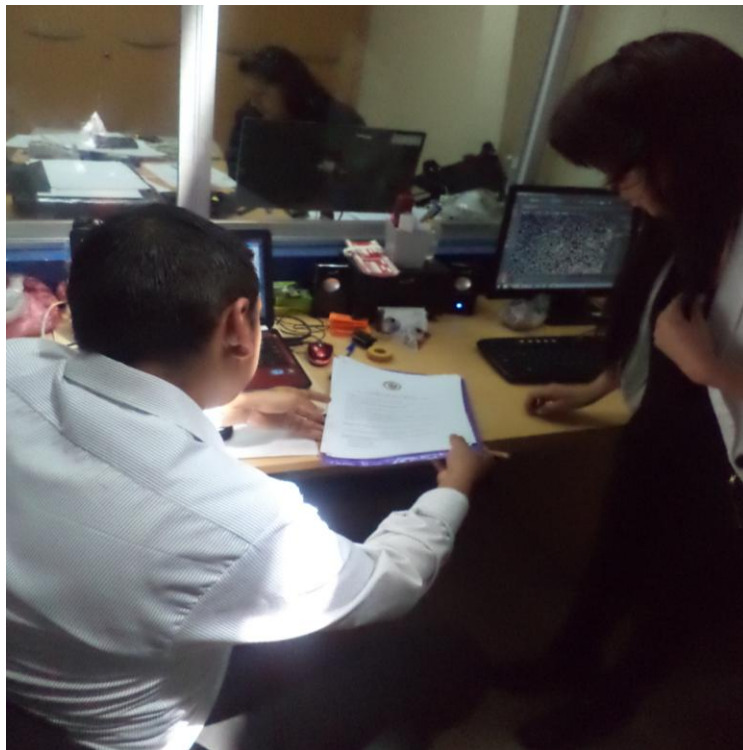




PERSONAL  
ADMINISTRATIVO







PERSONAL





OPERATIVO

