



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de  
investigación previo a la obtención del Título de  
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “La comunicación interna y el mejoramiento  
continuo en la Junta Administradora de Agua Potable  
Kapilla Uko Parroquia Salasaca Cantón Pelileo”**

**AUTOR: Edison Jairo Guachamboza Palate**

**TUTOR: Ing. Mg. María Dolores Guamán Guevara**

**AMBATO – ECUADOR**

**Septiembre 2021**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Mg. María Dolores Guamán Guevara**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“La comunicación interna y el mejoramiento continuo en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko Parroquia Salasaca Cantón Pelileo”** presentado por el señor **Edison Jairo Guachamboza Palate** para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 16 de septiembre del 2021

---

**Ing. Mg. María Dolores Guamán Guevara**  
**C.I.: 1802831691**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Edison Jairo Guachamboza Palate**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Edison Jairo Guachamboza Palate**  
**C.I.: 1805454848**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

---

**Ing. Mg. Liliana Elizabeth González Garcés**  
**C.I. 1803962800**

---

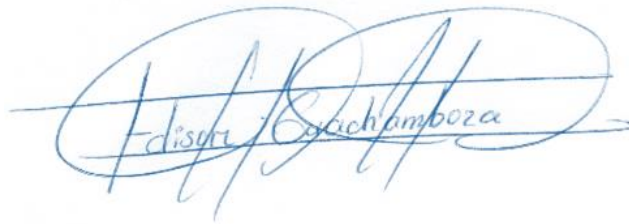
**Ing. Mg. Marcelo Javier Mancheno Saá**  
**C.I. 1803549219**

Ambato, 16 de septiembre del 2021

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

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



---

**Edison Jairo Guachamboza Palate**  
**C.I.: 1805454848**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de investigación dedico de manera especial a DIOS todo poderoso, porque me brindo la salud y de esta manera pude cumplir uno de mis sueños anhelados.

A mis queridos padres José y Rosa, hermanos Alex y Gisela, por brindarme todo su apoyo incondicional, que alimento la realización de este Trabajo de Investigación.

A mi esposa Estefanía e hijo Isaac, que son mi pilar fundamental, que a través de su comprensión, amor y apoyo incondicional han permitido que todo se haga realidad, también a todos mis grandes amigos que confiaron en mí y me brindaron palabras de aliento para poder cumplir mi objetivo.

**Edison Guachamboza**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a DIOS todo poderoso por todas las bendiciones derramadas, por haberme dado la salud, las ganas de superar y sabiduría las cuales me ha permitido cumplir con mi meta.

Gracias infinita a toda mi familia por brindarme su paciencia y apoyo incondicional, que a través de sus sabios consejos y afecto han aportado para llegar a finalizar esta etapa importante en mi vida. A la Universidad Técnica de Ambato en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas por la oportunidad de crecer en el área académica, y a los docentes por todo el apoyo brindado para alcanzar mi objetivo.

A la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko, por haberme brindado el apoyo y la oportunidad de realizar este trabajo de investigación.

Un especial y sincero agradecimiento a la Ing. Mg. María Dolores Guamán Guevara por su paciencia, tiempo y apoyo en el desarrollo del presente trabajo.

**Edison Guachamboza**

## ÍNDICE GENERAL

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....	<b>iii</b>
<b>APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>iv</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE IMÁGENES</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>1. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>1</b>
1.1. Justificación.....	1
1.2. Acercamiento al Problema .....	2
1.3. Análisis de los Sectores .....	2
1.4. Análisis de las Empresas .....	3
1.5. Antecedentes Investigativos .....	4
1.5.1. La Comunicación Interna (CI) .....	4
1.5.2. Mejoramiento Continuo (MC) .....	5
1.6. Objetivos.....	6
1.6.1. Objetivo General .....	6
1.6.2. Objetivos Específicos:.....	6
1.7. Problema de investigación.....	7
1.8. Fundamentación Teórico – Científico .....	8
1.8.1. Comunicación Interna.....	8



1.8.2. Mejoramiento continuo .....	21
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>29</b>
<b>2. METODOLOGÍA.....</b>	<b>29</b>
2.1. Recursos .....	29
2.1.1. Recursos Institucionales.....	29
2.1.2. Recursos Humanos.....	29
2.1.3. Recursos Materiales .....	29
2.1.4. Recursos Tecnológicos.....	30
2.2. Métodos .....	30
2.2.1. Enfoque de la investigación .....	30
2.2.2. Modalidad de investigación .....	30
2.2.3. Nivel de la investigación.....	30
2.2.4. Población y muestra .....	31
2.2.5. Selección y diseño del instrumento.....	31
2.2.6. Validación del Instrumento .....	31
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>33</b>
<b>3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Análisis y discusión de los resultados .....	33
3.1.1. Análisis Factorial .....	33
<b>PROPUESTA.....</b>	<b>39</b>
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>49</b>
<b>4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>49</b>
4.1. Conclusiones.....	49
4.2. Recomendaciones .....	50
Bibliografía .....	51

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Fiabilidad del Instrumento .....	32
<b>Tabla 2.</b> Prueba de KMO y Bartlett de la Comunicación interna y el mejoramiento continuo.....	33
<b>Tabla 3.</b> Fiabilidad de las Dimensiones .....	34
<b>Tabla 4.</b> Varianza total explicada.....	36
<b>Tabla 5.</b> Matriz de la estructura factorial exploratorio.....	37
<b>Tabla 6.</b> Género.....	65
<b>Tabla 7.</b> Denominación actual de puesto .....	66
<b>Tabla 8.</b> Edad.....	67
<b>Tabla 9.</b> Considera usted que la comunicación .....	68
<b>Tabla 10.</b> Con qué frecuencia existe comunicación.....	69
<b>Tabla 11.</b> Cómo se siente con respecto .....	70
<b>Tabla 12.</b> Qué tipo de comunicación interna.....	71
<b>Tabla 13.</b> Considera que la comunicación interna .....	72
<b>Tabla 14.</b> Qué tipo de herramientas .....	73
<b>Tabla 15.</b> Conoce los siguientes aspectos .....	74
<b>Tabla 16.</b> La institución realiza capacitaciones.....	75
<b>Tabla 17.</b> Considera que la institución puede .....	76
<b>Tabla 18.</b> La institución utiliza el mejoramiento.....	77
<b>Tabla 19.</b> El equipo directivo fomenta.....	78
<b>Tabla 20.</b> Considera que la institución necesita de un plan .....	79

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Género.....	65
<b>Gráfico 2.</b> Denominación actual de puesto .....	66
<b>Gráfico 3.</b> Edad .....	67
<b>Gráfico 4.</b> Considera usted que la comunicación.....	68
<b>Gráfico 5.</b> Con qué frecuencia existe comunicación.....	69
<b>Gráfico 6.</b> Cómo se siente con respecto .....	70
<b>Gráfico 7.</b> Qué tipo de comunicación interna .....	71
<b>Gráfico 8.</b> Considera que la comunicación interna .....	72
<b>Gráfico 9.</b> Qué tipo de herramientas .....	73
<b>Gráfico 10.</b> Conoce los siguientes aspectos .....	74
<b>Gráfico 11.</b> La institución realiza capacitaciones.....	75
<b>Gráfico 12.</b> Considera que la institución puede .....	76
<b>Gráfico 13.</b> La institución utiliza el mejoramiento .....	78
<b>Gráfico 14.</b> El equipo directivo fomenta.....	79
<b>Gráfico 15.</b> Considera que la institución necesita de un plan .....	80

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen 1.</b> Costo.....	46
<b>Imagen 2.</b> Modelo propuesto.....	47

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Barrera de la comunicación .....	10
<b>Figura 2.</b> Proceso de la Comunicación.....	12
<b>Figura 3.</b> Tipos de Canales Formales.....	15
<b>Figura 4.</b> Función de la Comunicación Interna.....	19
<b>Figura 5.</b> Pasos para el desarrollo del Plan de Comunicación Interno.....	40

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Ubicación de la Institución.....	58
<b>Anexo 2.</b> Organigrama de la Institución.....	59
<b>Anexo 3.</b> Encuesta .....	60
<b>Anexo 4.</b> Tabulación.....	65

## RESUMEN EJECUTIVO

La Junta Administradora Kapilla Uko Parroquia Salasaca se ha dedicado a suministrar servicios de agua potable cumpliendo normas técnicas y requisitos legales, durante más de 6 años brinda su servicio a los usuarios de la zona, actualmente se encuentra en una etapa de crecimiento y se ha encontrado con varios inconvenientes como son la baja productividad, estrés y la pérdida de talento humano, esto se debe por la deficiente comunicación en la Institución.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un análisis amplio en el entorno interno de la institución, con el fin proponer una alternativa de solución para el mejoramiento de la comunicación interna en la institución.

Los datos arrojados por la investigación de campo aplicada a los Directivos, Colaboradores Administrativos y Delegados de cada comunidad indican que es importante establecer una alternativa de solución para mejorar la comunicación interna con esto se espera integrar al equipo de trabajo para mejorar en un 20 por ciento la productividad en los empleados de la institución.

Así la propuesta resultante de la investigación me direcciono a identificar una propuesta dirigida para el equipo de trabajo que labora internamente, esta aplicación se la conoce como Bitrix 24 es una plataforma privada y la utilizan las instituciones como una herramienta para la comunicación interna, además permite compartir fácilmente información entre el área de trabajo, ya que la información la posee en un solo lugar, de esta manera fomenta a una cultura empresarial dinámica y actualizada. Pues con esta plataforma se podrá mejorar la comunicación interna y así se evitará problemas entre el equipo de trabajo.

**PALABRAS CLAVES:** INVESTIGACIÓN, COMUNICACIÓN INTERNA; MEJORAMIENTO CONTINUO; PRODUCTIVIDAD; COMPETITIVIDAD, INTRANET.

## **ABSTRACT**

The Kapilla Uko Parroquia Salasaca Administrative Board has been dedicated to providing drinking water services complying with technical standards and legal requirements, for more than 6 years it provides its service to users in the area, it is currently in a growth stage and has been with several drawbacks such as low productivity, stress and loss of human talent, this is due to poor communication in the Institution.

It is for this reason that this research work has focused on carrying out a broad analysis in the internal environment of the institution, in order to propose an alternative solution for the improvement of internal communication in the institution.

The data produced by the field research applied to the Executives, Administrative Collaborators and Delegates of each community indicate that it is important to establish an alternative solution to improve internal communication with this, it is expected to integrate the work team to improve by 20 percent the productivity in the institution's employees.

Thus, the proposal resulting from the investigation is directed to identify a proposal directed to the work team that works internally, this application is known as Bitrix 24 is a private platform and is used by institutions as a tool for internal communication, it also allows Easily share information between the work area, since the information is held in one place, thus fostering a dynamic and up-to-date business culture. Well, with this platform, internal communication can be improved and thus problems between the work team will be avoided.

**KEYWORDS:** INVESTIGATION, INTERNAL COMMUNICATION; CONTINUOUS IMPROVEMENT; PRODUCTIVITY; COMPETITIVENESS, INTRANET.



# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1. Justificación

La investigación se justifica por la necesidad de mejorar las actividades administrativas de la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko Parroquia Salasaca Cantón Pelileo, con el fin de implementar una adecuada comunicación interna que sirva para ayudar al desarrollo eficiente de la institución, además es un factor indispensable y necesario dentro de cualquier tipo de empresa u organización, pues ayuda al mejoramiento continuo.

Con el desarrollo de la investigación en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko Parroquia Salasaca Cantón Pelileo, se obtendrá varias ventajas como el incremento del desempeño laboral, productividad, trabajo en equipo, empleados comprometidos con la empresa, usuarios satisfechos y conformes con el servicio, es por ello, que se debe utilizar la comunicación interna de manera oportuna con la finalidad de brindar soluciones a los problemas que actualmente posee la Institución.

El estudio es factible, pues los beneficiarios de una eficiente comunicación interna son las personas que brindan sus servicios en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko Parroquia Salasaca Cantón Pelileo y todos los usuarios en general, pues contarán con servicio de calidad, además existirá un mejoramiento en todos los aspectos administrativos de la Institución en estudio. Es importante mencionar que, esta investigación cuenta con el respaldo de los directivos y usuarios de la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko.

## **1.2. Acercamiento al Problema**

La inadecuada comunicación interna es el principal problema en la institución, puesto que, afecta negativamente a los colaboradores, provocando baja productividad, estrés y la pérdida de talento humano en la institución (Dueñas, 2013). En las empresas, el principal problema se origina por la deficiente comunicación interna, puesto que perjudica a la identidad corporativa, reflejado en aspectos como: la falta de integración personal y el incumplimiento de normas laborales por parte de los colaboradores (Egas & Yance, 2018).

La inexistencia de una verdadera comunicación interna, la rumorología y el secretismo son los inconvenientes más comunes que se tiene que lidiar en toda institución pública o privada, provocando conflictos entre los colaboradores (Condor, 2018). Por otro lado, en instituciones universitarias identifican como un problema central la debilidad en el desempeño laboral generado por la falta de comunicación interna, lo que provoca inconformidad en los docentes ya que esto se debe por un mal proceso en la retroalimentación (Rodríguez & Lechuga, 2019).

Una comunicación fluida siempre debe partir desde arriba, caso contrario provoca resentimiento y frustración entre colaboradores, de esta manera afecta negativamente en la productividad y el mejoramiento continuo de la institución (Cevallos, Moreno, & Cevallos, 2018).

Las instituciones telefónicas, con el fin de garantizar los servicios han optado por implementar el proceso de la comunicación interna bajo el ciclo planear, hacer, verificar y actuar (PHVA), con el propósito de mantener el mejoramiento continuo, de esta manera existirá una eficiente productividad y armonía entre los colaboradores (Gonzáles, 2016).

## **1.3. Análisis de los Sectores**

Hoy en día, las organizaciones ecuatorianas consideran a la comunicación interna como una herramienta de gestión que permite mantener informados a los colaboradores, sin

embargo, existe pocas organizaciones que consideran fundamental para alcanzar los objetivos organizacionales (Egas & Yance, 2018). A nivel mundial, varias instituciones destinan un parte de sus recursos económicos a la implementación de estrategias para reformar la comunicación interna, con el fin de optimizar las actividades que se desarrollan.

En América latina se destina el 5% de los recursos económicos para la implementación de un plan de comunicación, debido que el mencionado plan ayuda a mejorar las actividades empresariales, es decir, los colaboradores trabajaran en equipo e incrementa la productividad, y el desempeño laboral (Humano, 2020).

Por otro lado, en España para el sector servicio el gobierno financia el 7% en capacitación para la formación de los colaboradores sobre la comunicación interna y la mejora continua, además las empresas ofrecen incentivos si los colaboradores continúan con su proceso de formación en otros países (Castro & Díaz, 2020).

#### **1.4. Análisis de las Empresas**

En Ecuador el 57% de instituciones públicas brinda importancia en la comunicación interna, así pues, las instituciones grandes y pequeñas caminan hacia nuevas metas y constantemente busca el mejoramiento continuo en las prácticas de la comunicación interna (Egas & Yance, 2018).

El sector servicio genera el 68% del total de empleo de la economía ecuatoriana (Superintendencia de Compañías, 2021). Así mismo, el Banco Central del Ecuador (BCE), menciona que el sector servicio contribuye con un 65,60% en el total del valor agregado bruto (VAB), reflejando así mayor aportación con respecto a los demás sectores (Ecuador, 2021).

Por otro lado, en los últimos años el Gobierno Provincial de Tungurahua ha buscado fortalecer el equipo de trabajo en las instituciones privadas realizando talleres de

“Efectividad en la comunicación” con el objetivo de mejorar en un 42% el ambiente laboral y la comunicación interna de esta manera busca conseguir un mejoramiento en los servicios (Tungurahua, 2020).

## **1.5. Antecedentes Investigativos**

### **1.5.1. La Comunicación Interna (CI)**

En la actualidad, la tecnología ha crecido a pasos agigantados. La comunicación esta enlazada a las actividades que se desarrolla en la sociedad, de allí su importancia de estudiarla. La comunicación es la respuesta a la progresiva complejidad de las instituciones; el intercambio de información siempre ha sido esencial, sin embargo, se ha distorsionado la manera de informar; por ello que la comunicación interna está muy vinculada a la función administrativa y por tanto es considerada una función estratégica (Cevallos, Moreno, & Cevallos, 2018).

La gestión de la comunicación en toda institución debe responder al mundo versátil y competitivo con un nivel de comunicación ordenada y recíproca, capaz de escuchar las exigencias de sus trabajadores para transmitir igualdad; además brindar la sensación que motive a comunicar entre colaboradores. La comunicación debe ser clara y precisa al momento de llegar a los colaboradores de esta manera minimizara el impacto de la comunicación informal y el rumor (Buentello, Valenzuela, Villarreal, & Ruíz, 2020).

La comunicación cara a cara es una forma directa de relacionarse con el líder y con el equipo de trabajo, a través de reuniones grupales e individuales ya que son escenarios donde se puede compartir opiniones, inquietudes y existe una retroalimentación (Charry, 2018). Por otro lado, la aplicación de las redes sociales es una forma de comunicación informal debido a que la comunicación se puede convertir en rumores, es por ello que los lideres optan por elegir una comunicación cara a cara, con esto se controla la forma de informar y establecen un estilo de liderazgo (Fatuly, Noboa, & León, 2020).

### **1.5.2. Mejoramiento Continuo (MC)**

La calidad total ha tenido un gran impacto en los países como Estados Unidos, Inglaterra y España ya que han desarrollado modelos basados en conceptos y actualmente la calidad total a evolucionado junto a la combinación de otras estrategias como la gestión de los procesos, la gestión de conocimientos hasta llegar a la aplicación en los negocios tecnológicos (Ortega, 2017).

La calidad total ha generado en las organizaciones un ambiente dinámico y competitivo, esto genera una fuerte ventaja estratégica en la conquista de los clientes, mediante la cultura de la mejora continua que se enfoca en posicionarse en la excelencia a la organización (Alvarado & Pumisacho, 2017) (Acuña, 2005). El mejoramiento continuo de la calidad y la productividad permite a la institución ser más competitiva, brindando un mejor servicio, conservando los clientes y atrayendo clientes potenciales. Con el mejoramiento busca incrementar el mercado, desarrollar el futuro de la organización y consigo el bienestar de los integrantes de la empresa (Gomez, 1991).

Para mejorar la calidad en las empresas se debe cambiar la forma de comunicar con sus clientes internos y externos, identificando y solucionando conflictos, modificando estándares, fortaleciendo y mejorando cada uno de los procesos de la empresa, de manera que se desarrolle eficientemente las actividades (Novillo, Parra, Ramón, & López, 2017).

Es primordial establecer un sistema de gestión para la calidad que este estrechamente relacionada a los procesos y al mejoramiento continuo en la organización. Pues, las organizaciones logran conseguir la meta a medida que alcance la excelencia en cada uno de sus procesos, además deben estar comprometidos con el constante desarrollo de los objetivos y orientados en la satisfacción de los clientes (García, Quispe, & Ráez, 2003).

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo General**

Determinar cómo incide la comunicación interna con el mejoramiento continuo en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko parroquia Salasaca cantón Pelileo.

### **1.6.2. Objetivos Específicos:**

- Determinar la importancia que tiene la comunicación interna en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko.
- Analizar de qué manera influye el mejoramiento continuo en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko.
- Proponer una alternativa de solución para el mejoramiento de la comunicación interna en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko.

## **1.7. Problema de investigación**

La mayoría de los problemas que se suscitan en las organizaciones están directamente relacionadas por la mala planificación de gestión en la comunicación interna, además la falta de estrategias y herramientas adecuadas, impiden resolver a tiempo los problemas y traen como consecuencia pésimo resultados (Arru, 2014). La inadecuada gestión de la comunicación interna representa problemas para las instituciones, esto se debe por la falta de liderazgo en los directivos ya que la comunicación lo aplican de manera descendente, en ocasión son ellos ignoran el verdadero ser de la empresa al transmitir información errónea a sus colaboradores y usuarios (Pazmay, Pardo, & Ortíz, 2017) (Castro & Díaz, 2020).

La falta de una buena comunicación afecta directamente en la productividad de la empresa, si el mensaje o la información que se brinda no es la adecuada surge fallos y produce desconocimiento en donde y quien lo genero, de esta manera suscitan los problemas y los malos entendidos (Pazmay, Pardo, & Ortiz, 2017).

Por otro lado, la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko parroquia Salasaca cantón Pelileo, al no contar con una eficiente comunicación interna la institución se retrasa en los procesos y las actividades que deben desarrollar, por tal motivo se generan conflictos entre colaboradores, a tal punto que deja de brindar un servicio eficiente a las diferentes comunidades que conforman la institución. Además, hay que tener en cuenta que es la única institución en la parroquia Salasaca que brinda este tipo de servicio a más de nueve comunidades entre ellas dos barrios de la parroquia el Rosario, por la cual, es necesario implementar nuevas alternativas para el desarrollo y crecimiento de la institución.

## **1.8. Fundamentación Teórico – Científico**

### **1.8.1. Comunicación Interna**

#### **LA COMUNICACIÓN**

La comunicación determina el éxito de una empresa, una buena comunicación debe basarse en un lenguaje claro y comprensible para el receptor, además el mensaje debe llegar en el momento indicado hacia el receptor (Cossia, 2017). Por otro lado, si la comunicación no es la indicada puede ser motivo de ineficiencia, desorganización y conflictos internos (Días, 2019).

La comunicación es un mecanismo clave en las empresas, debido que los administradores no trabajan con cosas, al contrario, trabajan con la información de la empresa, que se encuentran relacionadas con las funciones administrativas que son la planeación, la organización, la dirección y el control. (Chiavenato, 2009).

Comunicación proviene de la palabra latina *Communis*, que significa común, por ende la comunicación es el motivo de establecer una comunidad con el receptor (Naranjo, 2015). Por lo tanto, hace mención a un conjunto de procesos que diariamente todas las personas utilizamos para interactuar con los compañeros, clientes, amigos, etc. De igual manera es el acto donde expresamos y compartimos ideas, deseos y sentimientos (Brönstrup, Godoi, & Ribeiro, 2017).

La comunicación se ha convertido en un proceso de interrelación social básico mediante el cual las personas pueden intercambiar mensajes, ideas e información, entre el emisor y el receptor, por lo tanto, es un proceso esencial que permite compartir información para tomar las mejores decisiones, además, es importante tener presente que la comunicación no involucra solo la capacidad de emitir información, si no que permite intercambiar información.



## **Funciones de la comunicación**

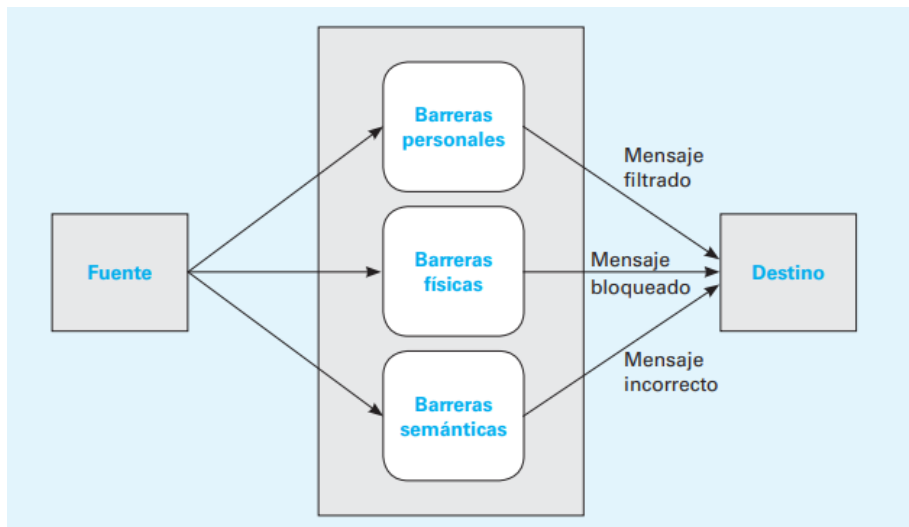
- 1. Control.** Las organizaciones poseen jerarquía de autoridad, así como lineamientos formales que requieren un control en el comportamiento y en la conducta de los usuarios (Castro, González, & Peña, 2017).
- 2. Motivación.** Es un impulso que lleva a realizar acciones firmes en la conducta del individuo, para lograr cumplir los objetivos planteados (Gallardo & Camacho, 2018).
- 3. Expresión de emoción.** Es un vínculo de comunicación donde permite identificar en cierta medida la conducta y el estado de ánimo del sujeto (Cerezo, Ortiz, & Cardenal, 2019).
- 4. Información.** Es un conjunto de datos acerca de algún acontecimiento, que organizado en un contexto posee un significado, cuyo propósito es incrementar el conocimiento acerca de algo (Ortega, 2017).

La comunicación es indispensable para el comportamiento de las instituciones o empresas, por este motivo las cuatro funciones son importantes en el proceso de la comunicación, cada uno cumple un determinado rol, para un eficiente desempeño de la organización.

## **Barreras de la comunicación**

Las barreras de comunicación son conocidos como interferencias u obstáculos que dificultan el proceso comunicativo, de esta manera, entorpece o deforma la correcta transmisión del mensaje entre el emisor y el receptor (Arellano, 2016).

## Tipos de barreras para la comunicación humana:



*Figura 1.* Barrera de la comunicación

**Fuente.** (Arellano, 2016)

**Barreras semánticas:** son las limitaciones o distorsiones del contexto o se da un significado equivocado, esto es ocasionado por el individuo que emite el mensaje como por la que lo recibe (Arellano, 2016).

**Barreras físicas:** son aquellos obstáculos que se encuentran en el entorno donde ocurre el proceso de comunicación. Por ejemplo; ruido, falta de luz, o deficiencia en los medios que se utilizan para transmitir un mensaje (Moreno, Huéscar, Peco, Alarcón, & Cervelló, 2013).

**Barrera personales:** son limitaciones o interferencias que se identifican en las emociones y sentimientos de cada persona, provocando hábitos deficientes para poder escuchar (Ríos, León, & Vela, 2020).

## **La Importancia de la Comunicación**

La comunicación es esencial en las actividades de la organización dado que una buena comunicación mejora la competitividad, facilita el logro de objetivos y metas determinadas, garantizando de esta manera un clima de trabajo íntegro (Cambria, 2016) (Domínguez, 2019). La relación interpersonal son emociones y sentimientos que tienen lugar en una gran variedad de contexto como el entorno laboral, la familia, los amigos etc.

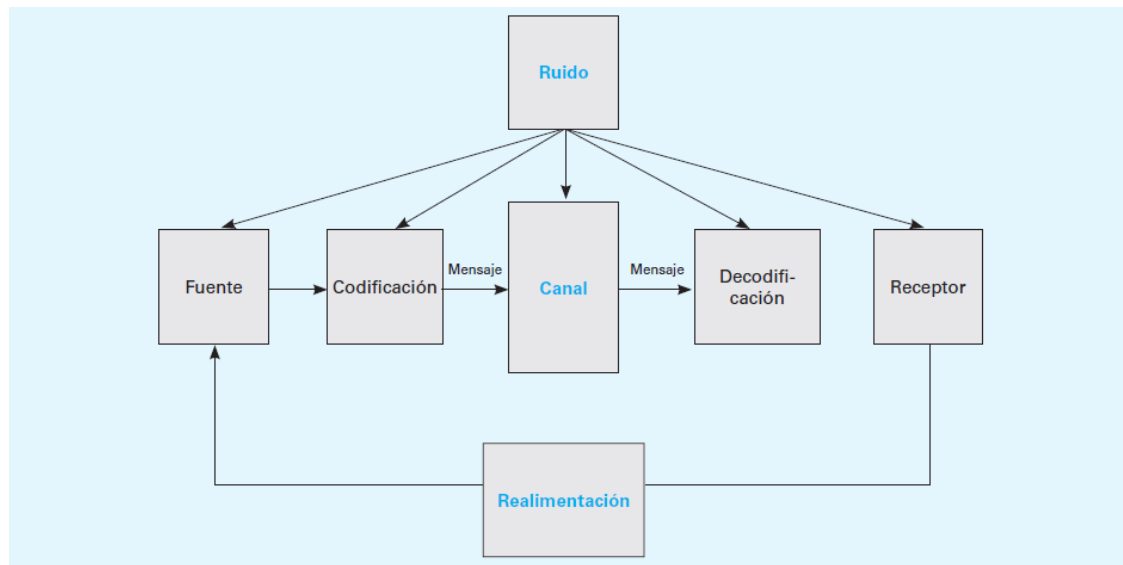
De esta manera juega un papel importante en la comunicación, ya que a medida que los colaboradores se sienten motivados se convierten parte de la empresas llegando así al cumplimiento de los objetivos planteados (Torres, Irigoyen, & Hernández, 2016) (Alzate, 2019).

## **La esencia de la Comunicación**

Las personas siempre se comunican, no es posible no comunicar, de manera que, la esencia de la comunicación no ha cambiado, lo principal es tener un mensaje claro, comprensible al momento de expresar debido a que la comunicación es irreversible (Clèries, 2010) (Fedor, 2016).

## **El proceso de la comunicación**

El proceso o también conocido como los elementos de la comunicación son pasos donde intervienen el emisor y el receptor que dan como resultado a la entrega y la comprensión de la información (Robbins, 2004).



**Figura 2.** Proceso de la Comunicación

**Fuente.** (Chiavenato, 2009)

**Emisor:** el sujeto emite el mensaje hacia uno o varios destinatarios con el objetivo de que llegue de manera clara y eficaz.

**Codificación:** es en donde el emisor convierte el mensaje en signos para que puedan ser recibidos y entendidos por el receptor.

**Mensaje:** es aquel contenido o información que quiere ser transmitida desde el emisor hacia el receptor.

**Canal:** es el medio físico formal o informal por el que se envía el mensaje al receptor.

**Decodificador:** es el proceso en el cual el receptor trata de comprender el mensaje y entender lo que ha recibido. Asimismo, en este proceso interviene los factores ambientales o emocionales en el que se desenvuelve la comunicación.

**Receptor:** es el sujeto quien recibe el mensaje del emisor, y a su vez cierra el proceso de la comunicación.

**Ruido:** son factores que afectan o impiden que el mensaje llegue de una forma correcta al destinatario.

**Retroalimentación:** a este proceso también se lo conoce como feedback y es la línea final del proceso de comunicación es en donde el receptor dará una respuesta al emisor acerca de si recibió el mensaje y la manera adecuada de cómo lo interpreto (Robbins, 2004).

## **LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

El éxito de las organizaciones se ve reflejada en la importancia que le brinda a la comunicación e información, además la comunicación organizacional es también conocido como comunicación corporativa, pertenece al conjunto de técnicas y actividades que comprende la emisión y recepción de los mensajes, entre colaboradores interrelacionados que buscan alcanzar un objetivo determinado (Robbins, 2004) (Guzman, 2012).

Se denomina comunicación organizacional a la comunicación que se aplica en las organizaciones. Naturalmente la comunicación se da en toda la organización ya sea en el nivel interno como externo, sin importar el tamaño de la institución. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el proceso donde los miembros recolectan información pertinente acerca de la institución y de los diferentes cambios que existen dentro y fuera de ella. Es esencial la comunicación corporativa para la integración de las funciones administrativas (Muñiz, 2019) (Castro, 2014).

## **Tipos de comunicación organizacional**

Existen dos formas básicas para la comunicación organizacional:

- **Comunicación Oral**

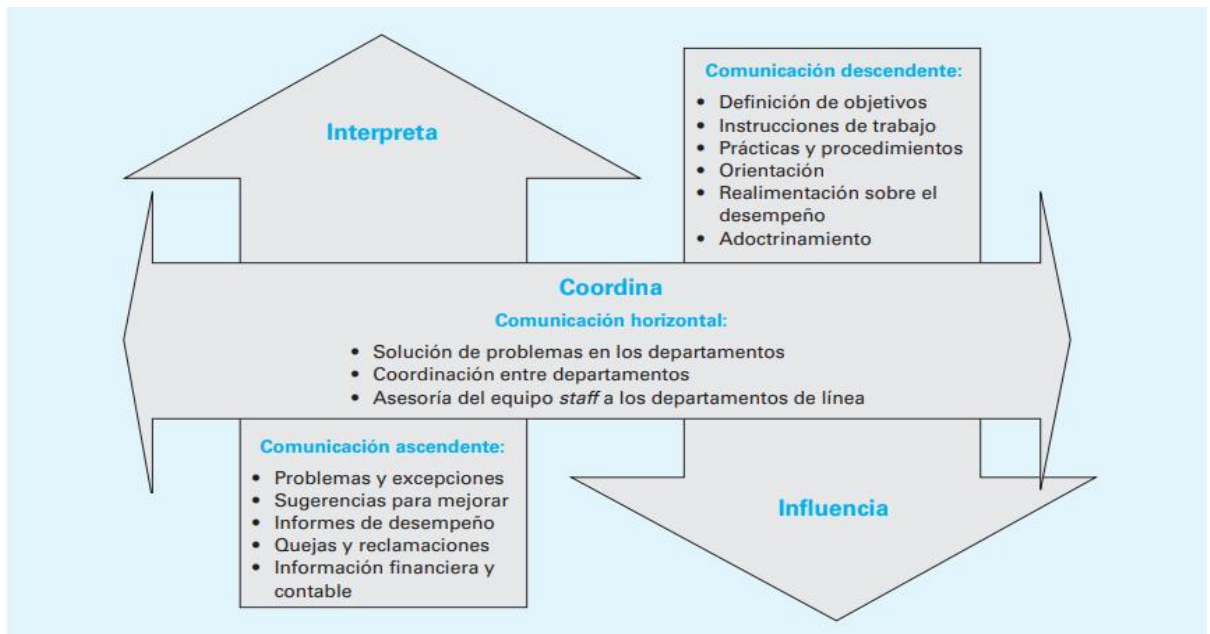
Este tipo de comunicación se puede establecer entre dos o más personas donde intercambian pensamientos, emociones, ideas, etc. mediante el diálogo ya que es la base de las relaciones sociales (Papic, 2019) (Vallejo & Plested, 2018).

- **Comunicación Escrita**

Este tipo de comunicación permite expresar pensamientos, emociones e ideas mediante los signos del lenguaje escrito es decir al momento de expresar palabras, oraciones o párrafo. La comunicación falla cuando el emisor o el receptor desconocen las reglas de la escritura (Papic, 2019) (Vallejo & Plested, 2018).

## **Tipos de canales formales**

Existe tres tipos de canales formales: las comunicaciones descendentes, ascendentes y horizontal.



**Figura 3.** Tipos de Canales Formales

**Fuente.** (Chiavenato, 2009)

### 1. Las comunicaciones descendentes:

En este proceso el mensaje es enviado siempre desde la directiva hacia los colaboradores, es decir de arriba hacia abajo. Consideran que la comunicación descendente o vertical busca crear un clima de trabajo unificado donde busca soluciones a los problemas de la empresa. Generalmente la comunicación trata los siguientes asuntos:

- a) Definición de objetivos y estrategias.
- b) Instrucciones para el trabajo y racionalidad.
- c) Prácticas y procedimientos.
- d) Realimentación sobre el desempeño.
- e) Adoctrinamiento.

## **2. Las comunicaciones ascendentes:**

En este proceso el mensaje es enviado desde los niveles más bajo hacia los más altos de la jerarquización organizacional. Existe cinco tipos de información ascendente:

- a) Problemas y excepciones.
- b) Sugerencias para mejorar
- c) Informes de desempeño
- d) Información contable y financiera

## **3. Las comunicaciones horizontales:**

La actividad de comunicación se lo establece entre personas del mismo nivel jerárquico, esto puede darse entre los mismos trabajadores como de diferentes departamentos o área de trabajo. La comunicación horizontal posee tres tipos de categorías:

- a) Solución de problemas interdepartamentales.
- b) Coordinación interdepartamental.
- c) Asesoría de staff para los departamentos de línea.

## **LA COMUNICACIÓN INTERNA**

La comunicación interna es una herramienta estratégica que va dirigida a los colaboradores internos. Esta técnica aparece en las instituciones como una necesidad de motivar al equipo de trabajo, hay que tener presente que motivar a los colaboradores es mejorar los resultados (Brandolini, González, & Hopkins, 2008).

Por otro lado, en la organización es importante el equipo de trabajo ya que son ellos quienes realizan actividades operativas donde buscan obtener resultados y cumplir con las metas propuestas. Para aumentar el compromiso y sentido de pertenencia, los colaboradores deben sentirse parte de la empresa, para ello debe estar informados de objetivos, estrategias y valores, de esta manera conocerán cual es la ambición y las metas que desean alcanzar la empresa (Marchiori, 2011).



La comunicación interna busca informar a los colaboradores de las noticias que se presentan en la empresa, aunque esta herramienta a su vez se considerado complejo e imprescindible para el desarrollo de las organizaciones. En las empresas la trasmisión de información siempre se ha considerado la comunicación descendente, es decir desde los niveles directivos hacia los colaboradores.

### **Tipos de comunicación interna**

**Comunicación Formal:** esta comunicación es planificada, sistemática y delineada para abordar temas laborales, además esta forma de comunicación toma tiempo ya que requiere el cumplimiento de normas organizacionales.

**Comunicación Informal:** la circulación de la información lo realiza por canales no formales donde se abordan aspectos laborales, además el rumor cumple un rol más veloz que lo formal.

**Comunicación Vertical:** la comunicación se genera en las áreas directivas y desciende hacia el nivel corporativo mediante los canales oficiales de la empresa.

**Comunicación Horizontal:** también conocida como comunicación lateral y se desarrolla en el nivel corporativo entre colaboradores, generalmente esta comunicación se utiliza para coordinar las tareas del día a día e intercambiar información relevante que permita desempeñar de mejor manera las funciones.

**Rumor:** es una información cuya veracidad no se puede corroborarse además se conoce como herramienta de comunicación informal que expresa duda.

### **Funciones de comunicación interna**

La función básica de la comunicación interna permite mejorar con eficacia las actividades de la organización, además mejora la interactividad entre los colaboradores de la

organización, ya sea en el ámbito profesional como en el ámbito personal. Por otro parte, la interactividad fortalece de una forma rápida y fluida la circulación de la información entre colaboradores internos (Álvarez, 2017) (Merlano, 2012).

Zapata (2011) menciona que las funciones de la comunicación interna se dividen en; integradoras, informativas, preventivas, colaborativas y evaluadoras.

1. **Función integradora:** mejora el sentido de pertenencia con la organización, desarrolla un mejor clima laboral con todos los trabajadores.
2. **Función informativa y comunicadora:** La comunicación interna es el eje central para mejorar y promover el entendimiento entre las diferentes áreas, impulsando a la calidad de las actividades.
3. **Función preventiva:** esta función se enfoca a la prevención de conflictos o problemas y a resolver anomalías internas.
4. **Función colaborativa:** es en donde el responsable crea e integra espacios de encuentro entre el área de trabajo y los colaboradores.
5. **Función evaluadora:** esta última función realiza un seguimiento en las actividades de la comunicación interna. Además, mide el impacto, establece mejoras y corrige anomalías.



**Figura 4.** Función de la Comunicación Interna

**Fuente.** (Alvira, 2011)

### **Ventajas y desventajas de la comunicación interna**

#### **Ventajas:**

La comunicación interna favorece en los siguientes aspectos a la organización:

- Mejora el clima laboral y aumenta la efectividad de la empresa.
- Los colaboradores están informados en los acontecimientos que suceden en la organización.
- Permite que la empresa reconozca más rápido a los cambios.
- Evita problemas y conflictos entre los colaboradores, de esta manera genera confianza y buenas relaciones.
- Los colaboradores se sienten identificados con los objetivos y metas de la empresa.

- Mejora las relaciones entre los niveles jerárquicos (Brandolini, González, & Hopkins, 2008).

## **Desventajas**

Las principales desventajas de no saber comunicar son:

- Subestimación del personal
- Malestar en el ambiente laboral
- Deterioro de la eficiencia
- Desmotivación
- Aburrimiento
- Confusión
- Desconfianza
- Sentimientos negativos
- Disminución en la innovación
- Perdida de talento
- Insatisfacción en los clientes (Jiménez, 1998) (Fatuly, Noboa, & León, 2020).

## **Herramientas de la comunicación interna**

La comunicación interna posee herramientas que ayudaran a potencializar a la empresa. Además, esto ayudara a una mejor reputación de la empresa y la relación entre colaboradores (Buentello, Valenzuela, Villarreal, & Ruíz, 2020).

**Chat interno o mensajería instantánea:** es una herramienta informal que lo utilizan para enviar convocatorias de reuniones, recordatorios de citas y el envío de documentos adjuntos de manera rápida y ágil.

**Aplicaciones móviles:** estas aplicaciones corporativas optimizan la eficiencia de los procesos empresariales, además está en integración con los clientes desde cualquier lugar. También ofrece la posibilidad de tomar decisiones para resolver problemas de esta manera aumenta la productividad en los empleados.

**Videoconferencia:** en la actualidad esta herramienta es muy útil, ya que garantiza el aumento de eficiencia y productividad en los equipos de trabajo, además facilita la comunicación y asegura la continuidad del trabajo.

**Reuniones:** es una herramienta más utilizada en las empresas, además son conocido como diálogos que organizan el nivel directivo que fomentan a la relación con los empleados,

**Intranet:** es una herramienta de comunicación interna que utilizan las empresas para fines laborales, de esta manera puede compartir de manera eficaz información, archivos y recursos a través de una red privada que solo tiene acceso los trabajadores.

### **1.8.2. Mejoramiento continuo**

## **COMPETITIVIDAD**

La competitividad se define como la capacidad de generar satisfacción a los consumidores, mediante la fijación de un menor precio y mayor calidad, así las empresas competitivas pueden permanecer en el mercado. Los aspectos que permite incrementar la competitividad son la eficiencia de los sistemas o técnicas del proceso de la producción y el aprovechamiento máximo de los recursos para la elaboración de un producto (Alvarez, 2015).

Las empresas serán más competitivas en el mercado si logran producir una mayor cantidad a menor costo, con alta productividad, eficiencia y calidad, todo esto conlleva a la obtención de una alta rentabilidad por unidad de producto, además debe generar satisfacción al cliente o consumidor (Alvarado & Pumisacho, 2017).

## **Niveles de competitividad**

Según el autor (Martinez, 2018) indica que la competitividad en una empresa puede dividirse en:

- **Competitividad interna.** - es la capacidad de la empresa para explotar eficientemente los recursos con los que dispone, por lo tanto, es la fuerza de superación que tiene por sí misma la empresa.
- **Competitividad externa.** - depende del modelo del mercado en cual se desenvuelve la empresa, por lo tanto, debe analizar el dinamismo de la industria y la innovación.

## **Factores que influyen en la competitividad**

Según el autor Bustamante (2018) manifiesta que factores que influyen en la competitividad son los siguientes:

- **Calidad.** – se refiere a la capacidad que tiene para lograr satisfacer los requerimientos y necesidades del cliente.
- **Productividad.** - se encuentra enfocada a medir la eficiencia de producción por cada uno de los factores o recursos empleados en el proceso de producción.
- **Servicio.** - es el conjunto de actividades que se emplean, con el objetivo de satisfacer el requerimiento del cliente.
- **Imagen.** – cuando se refiere a la imagen de una empresa se refiere a algo intangible,

- **Competitividad y crecimiento económico.** - se refiere al aumento de la competitividad de una empresa.

## **PRODUCTIVIDAD**

La productividad es una medida económica, que permite calcular el número de bienes y servicios que se han producido mediante la utilización de mano de obra, capital, tiempo, tierra y otros, durante un determinado periodo y tiene como objetivo medir la eficiencia de la producción, a través de un máximo rendimiento utilizando pocos recursos (Sevilla, 2017).

Por otro lado, la productividad es importante porque permite mejorar la calidad de vida de la sociedad, reflejando en los sueldos de los empleados y en la rentabilidad de los proyectos, por lo tanto, permite el incremento de la inversión y el empleo. Además, se puede decir que, para una empresa, una industria o un país la productividad es un factor que determina el crecimiento económico (Bustamante, 2018).

### **Tipos de productividad**

Según el autor Sevilla (2017) indica que, la productividad se puede clasificar en los siguientes tipos:

- **Productividad laboral:** es aquella que se relaciona entre la producción obtenida y la cantidad de trabajo empleada.
- **Productividad total de los factores:** se refiere a la producción obtenida con la suma de todos los factores que intervienen en la producción.
- **Productividad marginal:** es aquella producción adicional que se consigue con una unidad adicional de un factor de producción.

## **Factores que afectan a la productividad**

El autor (Noriega) 2014 detalla a continuación los principales factores que afectan la producción de una empresa:

- **Calidad y disposición de recursos naturales (T):** si la empresa posee o se encuentra cerca de los recursos naturales será más productiva.
- **El capital invertido en la industria (K):** la cantidad del capital es un factor directo de la productividad.
- **La cantidad y la calidad de los recursos humanos (L):** se refiere al número de empleados de la empresa, su nivel de educación y experiencia.
- **El nivel tecnológico (A):** si mayor es el conocimiento y el nivel tecnológico mayor será la productividad de la empresa.
- **La configuración de la industria:** afecta a la productividad de la empresa.
- **Entorno macroeconómico:** el aspecto económico influye de manera directa en la demanda de productos y servicios, también en la necesidad de la innovación.

## **Importancia de la productividad**

La productividad dentro de una empresa es uno de los factores claves, el objetivo principal es producir lo máximo y mejor posible, por lo tanto, se debe esforzar para alcanzar la máxima eficiencia y eficacia en cada uno de los procesos que se desarrolla en la empresa, en ocasiones no le prestan atención necesaria a la productividad es por eso, que las empresas no tienen un adecuado rendimiento (Noriega, 2014).



Para alcanzar una eficiente productividad en la empresa, es necesario una adecuada gestión empresarial, para la cual se debe aplicar un conjunto de técnicas y estrategias administrativas que ayude con el cumplimiento de los objetivos establecidos dentro de la empresa (Alvarez, 2015).

### **Aspectos para mejorar la productividad**

Según el autor Bustamante (2018) establece lo siguientes aspectos para mejorar la productividad en la empresa:

- **Metas y objetivos:** definir la metas y objetivos es esencial y necesario para el éxito empresarial, además es importante establecer un camino a seguir que debe servir como fuente de motivación.
- **Fomentar las sinergias:** se debe tener claro los valores de la empresa, para que los colaboradores puedan realizar un trabajo adecuado, generando motivación interna y con ello el incremento de la productividad.
- **Incentivación de la creatividad:** es importante incentivar la creatividad para lograr los objetivos de innovación y producir cambios en la empresa e incrementar la productividad.
- **Innovación tecnológica:** se refiere a las mejoras tecnológicas para optimizando los resultados de la empresa y para aumentar la productividad, es importante que la empresa innove constantemente la tecnología para que sea más competitiva en el mercado.
- **Saber delegar responsabilidades:** las tareas de la empresa se deben asignar a personas adecuadas y capaces.

- **Planificar el día con antelación:** es importante administrar el tiempo adecuadamente con la finalidad de incrementar la productividad empresarial.
- **Potenciar medidas de conciliación y flexibilidad laboral:** el empleado debe estar motivado, para que de esta manera desarrolle eficientemente su trabajo.

## **MEJORAMIENTO CONTINUO**

### **Definición**

El mejoramiento continuo es un principio básico de la gestión de calidad, que permite identificar los niveles de desempeño para alcanzar el estado cero de defectos y satisfacer de manera plena al cliente (Summers, 2006).

El mejoramiento continuo es un proceso que describe de manera clara la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan realizar para poder ser competitivas a largo tiempo (Deming & Medina, 1989).

El mejoramiento continuo es una técnica gerencial que utilizan las empresas para controlar cada uno de los procesos desde el inicio hasta el final, con esto busca mejorar o corregir las actividades y así garantizar un trabajo eficiente (Cervilla, 2015).

### **Importancia**

La importancia de esta técnica radica en que su aplicación puede mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización (Cervilla, 2015). A través del mejoramiento continuo se lograr ser más productivo y competitivo en el mercado, por otro lado, las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de tal manera que si existe un inconveniente pueda mejorar o corregir a tiempo; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones lleguen a crecer y ser líderes en el mercado al cual pertenecen (Ortega, 2017).

## **Ventajas y desventajas del mejoramiento continuo**

### **Ventajas:**

- El esfuerzo se concentra en el ámbito organizativos y de procedimientos puntuales.
- Consiguen mejorar en un corto plazo y resultados visibles.
- Si existe reducción de productos defectuosos, trae consigo una reducción en los costos y como resultado el consumo menor en la materia prima.
- Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad.
- Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.
- Elimina los procesos repetitivos (Novillo, Parra, Ramón, & López, 2017).

### **Desventajas**

- Cuando el mejoramiento continuo se concentra en una sola área específica de la organización, pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los colaboradores de la empresa.
- Requiere de un cambio en toda la organización, ya que es necesario la participación de todos los colaboradores de la empresa para obtener el éxito.
- En vista que los gerentes en las pequeñas y medianas empresas son muy conservadores, el Mejoramiento Continuo se hace un proceso muy largo.
- Hay que realizar inversiones importantes (Novillo, Parra, Ramón, & López, 2017).

### **Características del Mejoramiento Continuo**

- El sistema de mejoramiento continuo es sistemático
- Esta orientados hacia los procesos
- Está destinado al consumidor final

- Está basado en hechos
- Su accionar es preventivo y proactivo
- Esta al día con los avances científicos y tecnológicos
- Es una estrategia
- Disminuye la resistencia al cambio (Alvarado & Pumisacho, 2017).

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA**

#### **2.1. Recursos**

##### **2.1.1. Recursos Institucionales**

Universidad Técnica de Ambato  
Facultad de Ciencias Administrativas

##### **2.1.2. Recursos Humanos**

Investigador: Edison Jairo Guachamboza Palate

Tutora: Ing. María Dolores Guamán MBA.

Directivos, Colaboradores Administrativos y Delegados de cada comunidad que conforman la Junta Administradora de Agua Potable y Usuarios.

##### **2.1.3. Recursos Materiales**

- Hojas A4
- Flash memory
- Esferográficos
- Copias
- Lápices
- Borradores
- Impresora
- Empastado
- Cd

#### **2.1.4. Recursos Tecnológicos**

- Impresora
- Computadora
- Internet
- Celular

### **2.2. Métodos**

#### **2.2.1. Enfoque de la investigación**

En la investigación se empleó un enfoque cuantitativo, debido a que usa la recolección de datos para probar hipótesis (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) (Gómez, 2006). Por otro lado, dicho enfoque permite analizar la comunicación interna y el mejoramiento continuo, así como la medición en empresas de sector servicio (Bermúdez, Betancurt, & Muñoz, 2016) (Egas & Yance, 2018).

#### **2.2.2. Modalidad de investigación**

La modalidad aplicada en la investigación es bibliográfica, pues cuenta con diversas fuentes bibliográficas utilizando libros y artículos relacionados al tema. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Se aplica la investigación de campo, porque se tendrá un contacto directo con los empleados, con el fin de recolectar la información necesaria para el desarrollo de la investigación. (Gómez, 2006).

#### **2.2.3. Nivel de la investigación**

El nivel de investigación es correlacional porque permite relacionar la variable independiente (comunicación interna), con la variable dependiente (el mejoramiento continuo) (Bernal, 2006) (Gómez, 2006) (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

El presente estudio pretende realizar la relación existente entre la variable independiente (la comunicación interna), con la variable dependiente (el Mejoramiento Continuo) a través de cuestionarios desarrollados (Marchiori, 2011) (Charry, 2018) (Fatuly, Noboa, & León, 2020) (Buentello, Valenzuela, Villarreal, & Ruíz, 2020).

#### **2.2.4. Población y muestra**

##### **Población**

La población es el conjunto total de individuos que poseen algunas características comunes que son las que se desean estudiar en un lugar y en un momento determinado (Gómez, 2006) (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Para el presente proyecto se va a involucrar al total de la población, existen diez colaboradores administrativos, nueve comunidades que poseen cinco delegados de cada comunidad dando un total de 55 personas que conforman la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko Parroquia Salasaca Cantón Pelileo.

#### **2.2.5. Selección y diseño del instrumento**

La encuesta es un instrumento para recolectar información de una población, para ello se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos serán analizados mediante un método estadístico (Alvira, 2011).

#### **2.2.6. Validación del Instrumento**

Para continuar con la recolección de información dentro de la institución es necesario aplicar un instrumento, en esta investigación la encuesta es un instrumento esencial para recolectar información, posteriormente para conocer la fiabilidad del instrumento se ha optado por elegir el método estadístico de Alfa de Cronbach. Además, el instrumento fue validado por expertos y posteriormente corregido en base a las observaciones pertinentes.

**Tabla 1.**

*Fiabilidad del Instrumento*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
Alfa de Cronbach	.887	.893
		15

**Elaborado por:** Edison Guachamboza (2021)

Quero (2016) argumenta que el alfa de Cronbach es una medida de las correlaciones entre las variables que forman parte de la escala, el mismo que su valor se encuentra entre 0 a 1, si el resultado demostrado se encuentra muy cerca de 1 contiene una consistencia, caso contrario deben generar cambios en los ítems.

Calculo estadístico de fiabilidad del instrumento mediante el Coeficiente de Alfa de Cronbach, obtenido en el programa estadístico IBM SPSS Statistics, con un resultado de 0.887, índice ubicado dentro de la escala de aceptación de validez del instrumento y en este caso se da a conocer como un instrumento fiable.



## CAPÍTULO III

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. Análisis y discusión de los resultados

##### 3.1.1. Análisis Factorial

El análisis factorial es una técnica estadística de reducción de datos y se la utiliza para encontrar grupos homogéneos de variables a partir de un conjunto numeroso de variables, dichos grupos homogéneos son conformados a partir de variables que correlacionan mucho entre sí y procuran que los grupos sean independiente de otros (Pérez & Medrano, 2010). El análisis factorial exploratorio es una técnica estadística que permite obtener resultados con mayor precisión en base a las dimensiones subyacentes de que observa y mide al investigador por otro lado, los ítems seleccionados deben arrojar un valor mayor o igual a 0.5 y de esta manera el análisis será factible (Méndez & Rondón, 2012).

#### Tabla 2.

*Prueba de KMO y Bartlett de la Comunicación interna y el mejoramiento continuo*

Prueba de KMO y Bartlett	
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	.716
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado
	141.426
	Gl
	36
	Sig.
	.000

**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

La tabla 2. contiene dos estadísticos que permiten valorar la bondad de ajuste o adecuación de los datos analizados a un modelo factorial: la Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo (KMO) y la Prueba de esfericidad de Bartlett.

El análisis factorial exploratorio aplicado partió de un análisis de componentes principales con rotación Varimax, se obtuvo una medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo de 0.716, dentro del valor Aceptable de 0.7 en la fiabilidad de las escalas empleadas. La Prueba de esfericidad de Bartlett tiene un índice 0.000, aceptable dentro del rango  $<0.05$ , tales indicadores afirman la aplicación del método de análisis factorial.

**Tabla 3.**

*Fiabilidad de las Dimensiones*

Factores	Comunalidades	
	Inicial	Extracción (Fiabilidad compuesta)
Denominación actual del puesto	1.000	.896
¿Considera que la comunicación interna mejora el clima laboral y aumenta la efectividad en la institución?	1.000	.992
¿Qué tipo de herramientas de la comunicación interna utiliza la institución para informar a los colaboradores?	1.000	.891
¿Cómo se siente con respecto a la comunicación interna de la institución?	1.000	.750
¿Considera que la institución necesita de un plan de mejoramiento en la comunicación interna?	1.000	.917

¿Con qué frecuencia existe comunicación directa entre directivos y empleados?	1.000	.801
¿El equipo directivo fomenta una cultura de colaboración, trabajo en equipo y mejora permanente, aportando los recursos necesarios y prestando su propia ayuda?	1.000	.941
¿Considera usted que la comunicación es permanente entre departamentos?	1.000	.839
¿La institución realiza capacitaciones sobre el mejoramiento continuo?	1.000	.978
<hr/> Método de extracción: análisis de componentes principales. <hr/>		

**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

Por otra parte, se aplicó un índice de fiabilidad compuesta para cada dimensión que conforma el cuestionario, con esto indica la importancia relativa de cada ítem dentro del factor que forma parte y se obtuvieron los resultados de la *Tabla* en un rango de 0.750 y 0.978 se ajusta en un valor deseable de 0.7, mientras que en estudios anteriores como el de Castro, Sosa y Galarza (2020), cuya fiabilidad es de 0.821 y 0.901, siendo índices altos en comparación a los obtenidos en el estudio y similares al rango obtenido por Cevallos, Moreno y Cevallos (2018) con una fiabilidad entre 0.782 y 0.877.

**Tabla 4.***Varianza total explicada*

Componente	Varianza total explicada								
	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
<b>1</b>	3.178	35.316	35.316	3.178	35.316	35.316	1.993	22.150	22.150
<b>2</b>	1.434	15.938	51.254	1.434	15.938	51.254	1.897	21.077	43.227
<b>3</b>	1.298	14.427	65.681	1.298	14.427	65.681	1.300	14.443	57.670
<b>4</b>	.764	8.494	74.175	.764	8.494	74.175	1.168	12.980	70.650
<b>5</b>	.699	7.766	81.941	.699	7.766	81.941	1.016	11.291	<b>81.941</b>
6	.632	7.024	88.965						
7	.441	4.900	93.865						
8	.369	4.096	97.961						
9	.184	2.039	100.000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

Como se puede observar en la *tabla* la varianza acumulada es del 81% según los 5 componentes, con se puede argumentar que el análisis es factible ya que posee un porcentaje alto.

**Tabla 5.***Matriz de la estructura factorial exploratorio*

		<b>Matriz de componente rotado<sup>a</sup></b>				
<b>Código</b>	<b>Reactivos</b>	<b>(Carga Factorial)</b>				
		Componente				
		1	2	3	4	5
(CIMC001)	¿Considera usted que la comunicación es permanente entre departamentos?	<b>.742</b>	-.355	.024	.022	-.079
(CIMC005)	¿Considera que la comunicación interna mejora el clima laboral y aumenta la efectividad en la institución?	<b>.726</b>	-.052	.318	-.075	-.011
(CIMC002)	¿Con qué frecuencia existe comunicación directa entre directivos y empleados?	<b>.655</b>	-.026	-.302	.500	.018
(CIMC003)	¿Cómo se siente con respecto a la comunicación interna de la institución?	<b>.646</b>	-.131	-.518	.125	.175
(CIMC006)	¿Qué tipo de herramientas de la comunicación interna utiliza la institución para informar a los colaboradores?	-.130	<b>.907</b>	.064	-.150	-.156
<b>Puesto</b>	Denominación actual del puesto	-.207	<b>.889</b>	.056	-.188	-.133
(MCCI0012)	¿Considera que la institución necesita de un plan de mejoramiento en la comunicación interna?	.090	.063	<b>.909</b>	-.066	.071
(MCCI011)	¿El equipo directivo fomenta una cultura de colaboración, trabajo en equipo y mejora permanente, aportando los recursos necesarios y prestando su propia ayuda?	.017	-.293	-.054	<b>.908</b>	.109
(MCCI008)	¿La institución realiza capacitaciones sobre el mejoramiento continuo?	-.016	-.215	.040	.097	<b>.959</b>

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

---

**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

Para el análisis factorial exploratorio se debe elegir la Matriz de componente rotado<sup>a</sup> porque es la que da mejores resultado al momento de realizar el análisis, como se puede observar en la *tabla 5*. existe 5 factores o componentes con sus diferentes ítems quienes son significativamente alto. Finalmente, las correlaciones que no fueron relevantes dentro de los 5 factores, es el factor 1 en los ítems con el código **(CIMC002)** y **(CIMC003)** en comparación a los 4 factores restantes, reflejando así resultados bajos, pero están cercanos a la unidad. Desde este punto se analiza que los colaboradores no se sienten satisfecho con la comunicación con la que trabajan en la institución, produciendo así inconvenientes a la hora de realizar sus actividades diarias.

## **PROPUESTA**

### **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNO**

Luego de realizar el estudio de campo y el análisis pertinente en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko, se observó que es necesario diseñar un sistema de comunicación interna, debido a que los objetivos planteados por la institución no se cumplen a cabalidad, de tal manera que se ha optado por diseñar estrategias de comunicación para el mejoramiento continuo.

El sistema que se pretende implementar debe abarcar la materia de comunicación interna, así como las actividades y los medios que se utilizarán para transmitir esa información, de tal manera que sean medios facilitadores para alcanzar los objetivos planteados por la institución.

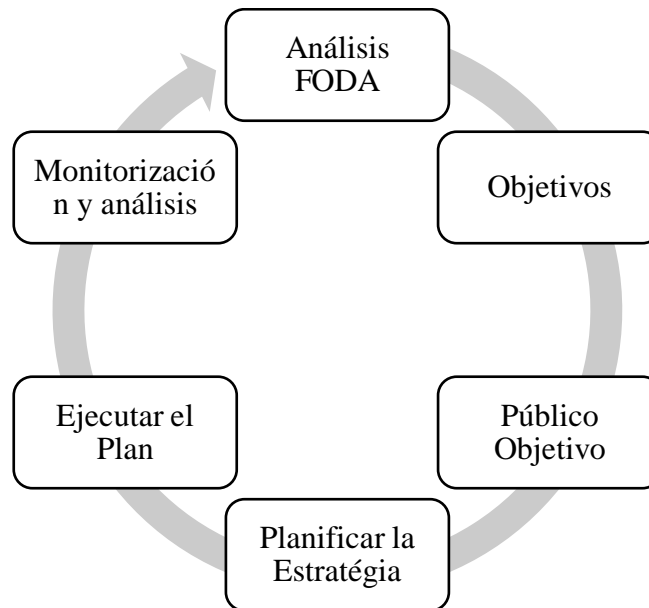
En las instituciones hace años atrás la comunicación interna consistía únicamente en colocar anuncios sobre los logros más relevantes, los mismos que estaban ubicados en los pasillos más concurridos de la institución (Cusot & Torres, 2015). Actualmente se ha buscado diferentes formas de dar a conocer los acontecimientos que se dan en la institución ya sea a través de revistas digitales o mediante las redes sociales con el propósito de informar los logros obtenidos (Ospina, 2020).

En las instituciones Públicas suceden cambios inesperados y constantes, de tal modo que es indispensable establecer nuevas tecnologías como estrategias sobre la comunicación interna, a través de un sistema de comunicación que garantice un mejoramiento continuo dentro de la organización (Tessi, 2012).

Al diseñar un sistema de comunicación lo que se busca es transmitir el mensaje que se quiere hacer llegar a los directivos, colaboradores administrativos y delegados de cada comunidad de la Junta Administradora de Agua Potable para el mejoramiento continuo.

Por otro lado, si no se establece un sistema de comunicación adecuado, una de las principales consecuencias será la ausencia del mejoramiento continuo dentro de la institución.

Chala, Portillo, Reales, & Villarreal (2018) manifiesta que es importante tomar en cuenta los siguientes pasos para desarrollar el plan de comunicación interno:



**Figura 5.** Pasos para el desarrollo del Plan de Comunicación Interno

**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** (Chala, Portillo, Reales, & Villarreal, 2018)

## **1. ANÁLISIS FODA DE LA JUNTA ADMINISTRADORA DE AGUA POTABLE**

Todas las instituciones de sector público poseen fortaleza y debilidades, así como las oportunidades y amenazas; a continuación, se dará a conocer los factores que deben enfrentar día a día:



**Tabla 6.**

*Análisis FODA*

---

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
1.- Los colaboradores están conscientes de los problemas que poseen sobre la comunicación interna en la institución.	1.- Débil identidad institucional.
2.- Compromiso por parte del nivel directivo para la implementación de un sistema de comunicación interna.	2. Poca capacidad de dialogo interno.
3.- Es la única institución que brinda los servicios de agua potable en la Parroquia Salasaca.	3. No utilizan de manera adecuadamente los medios de comunicación.
4.- Los colaboradores poseen título de tercer nivel.	4.- Poca comunicación entre el nivel directivo y los colaboradores.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
1.- Apoyo y colaboración por parte del nivel directivo y los colaboradores.	1.- La competencia con el ingreso de nuevas redes a la zona.
2.- Aptos para la implementación de las nuevas estrategias de comunicación interna.	2.- Cambios tecnológicos.
3.- Capacitar a los colaboradores acerca de la implementación de las nuevas estrategias de comunicación interna.	3.- Cambios en los permisos de Funcionamiento y Políticas de Calidad sobre el servicio.
4.- Ser más Competitivos y Productivos en el entorno.	4.- Desacuerdos en la toma de decisiones.

---

**Elaborado por:** Edison Guachamboza

## **Análisis FODA**

Como se puede observar en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko, no existe los medios adecuados para transmitir información es por este motivo que se propone elaborar un sistema de comunicación interna para facilitar la coordinación de información entre el Nivel Directivo, colaboradores administrativos y delegados de cada comunidad, de este modo se podrá alcanzar el mejoramiento continuo.

## **2. Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un sistema de comunicación interna que permita una adecuada organización y garantice un mejoramiento continuo en la Junta Administrativa de Agua Potable Kapilla Uko.

### **Objetivos Específicos:**

- Integrar y comprometer al personal de la institución con respecto a la implementación del sistema de comunicación Interna.
  
- Socializar los beneficios acerca de la implementación del sistema de comunicación Interna.
  
- Implementar el sistema propuesto en la institución para que sirva como un guía en el mejoramiento continuo de las actividades de los colaboradores.

### **3. Público objetivo**

La comunicación interna dentro de cualquier institución ya sea pública o privada es considerada como un conjunto de procesos y acciones, ya que de ello depende la realización y el cumplimiento de las actividades internas.

Las instituciones innovadoras consideran que la comunicación no es solo función de un departamento, sino que debe ser asumida por todos los que conforman la institución como en este caso de la Junta Administrativa de Agua Potable Kapilla Uko son los Directivos, colaboradores administrativos y delegados de cada comunidad.

### **4. Planificar la estrategia**

En este punto se elige la acción a seguir para continuar con la ejecución de la estrategia de comunicación interna que será implementado en la Junta Administradora de Agua Potable para lo cual es esencial la participación de todos los que conforman la institución para la coordinación y desarrollo de la misma.

#### **Objetivo:**

Implantar la plataforma Intranet Corporativo en la Junta Administradora de Agua Potable para mejorar la comunicación interna y conseguir el mejoramiento continuo.

#### **Bitrix 24**

El intranet es una plataforma privada y la utilizan las instituciones como una herramienta para la comunicación interna, además permite compartir fácilmente información entre el área de trabajo, ya que la información la posee en un solo lugar, de esta manera fomenta a una cultura empresarial dinámica y actualizada (Bondaruk, 2021).

Por otro lado, es 100% gratis cuando es utilizada por instituciones pequeñas (hasta 12 usuarios), además cuenta con más de 30 herramientas y también cuenta con planes de usuarios ilimitados (Andrade, 2017).

### **Características Generales**

- 12 usuarios gratis o 2 usuarios desde \$19/mes sin límites.
- 5GB almacenamiento online gratuito.
- Licencia de por vida
- Mensajería interna y notificaciones
- Control de asistencia y horarios
- Administración de proyectos y tareas
- Gestión de vacaciones y ausencias
- Gestión de permisos por departamentos
- Documentos internos
- Extranet para clientes

### **Ventajas**

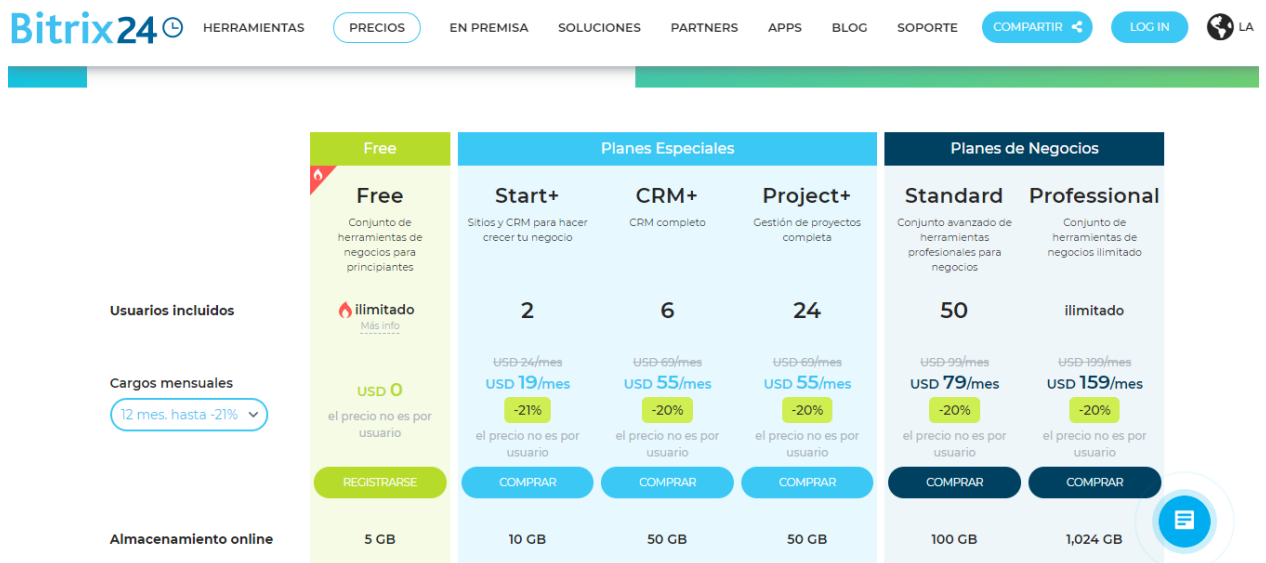
- **Productividad:** garantiza la mejora en la productividad del equipo.
- **Organización:** mantiene ordenada la documentación interna.
- **Mensajería:** la comunicación fluye en todos los departamentos de forma rápida y eficaz.
- **Proyectos y tareas:** los empleados pueden gestionar y asignar las tareas.
- **RRHH:** se puede organizar las vacaciones y las ausencias de los empleados, además lleva un historial para su control.
- **Extranet:** permite reducir el tiempo ya que dispone la información básica de los clientes, así como; teléfono, dirección y correo.
- **Acceso 24/7:** los colaboradores y los clientes tienen acceso permanente a la información (Diaz, 2016).

## Costo

Bitrix24 ofrece tres tipos de planes y ediciones, empezando con un plan gratuito en la nube. Para obtener mayor información sobre los planes existe un link que le dirigirá hacia la plataforma de la aplicación. Hay que tener en cuenta que los planes varían de acuerdo a las necesidades que necesita la empresa, además el precio no es por usuario y el contrato es mensual.

Por otro lado, la aplicación cuenta con un demo demostrativo y con un curso de capacitación para dar a conocer las características y ventajas que posee el mismo.

*Imagen 1. Costo*



The screenshot shows the Bitrix24 pricing page with a navigation bar at the top containing links for HERRAMIENTAS, PRECIOS, EN PREMISA, SOLUCIONES, PARTNERS, APPS, BLOG, SOPORTE, COMPARTIR, and LOG IN. The main content area displays a table of pricing plans categorized into 'Free', 'Planes Especiales', and 'Planes de Negocios'. The 'Free' plan is highlighted with a red 'n' icon. The 'Planes Especiales' section includes 'Start+', 'CRM+', and 'Project+' plans. The 'Planes de Negocios' section includes 'Standard' and 'Professional' plans. Each plan lists its features, the number of users included, the monthly cost, and the amount of online storage. A dropdown menu for 'Cargos mensuales' is set to '12 mes. hasta -21%'. A 'REGISTRARSE' button is located under the 'Free' plan, and 'COMPRAR' buttons are under the other plans. A '12 mes. hasta -21%' badge is also present on the 'Free' plan's 'Cargos mensuales' row.

	Free	Planes Especiales			Planes de Negocios	
	<b>Free</b> Conjunto de herramientas de negocios para principiantes	<b>Start+</b> Sitios y CRM para hacer crecer tu negocio	<b>CRM+</b> CRM completo	<b>Project+</b> Gestión de proyectos completa	<b>Standard</b> Conjunto avanzado de herramientas profesionales para negocios	<b>Professional</b> Conjunto de herramientas de negocios ilimitado
Usuarios incluidos	ilimitado <small>Más info</small>	2	6	24	50	ilimitado
Cargos mensuales	USD 0 el precio no es por usuario	USD 24/mes <b>USD 19/mes</b> -21% el precio no es por usuario	USD 69/mes <b>USD 55/mes</b> -20% el precio no es por usuario	USD 69/mes <b>USD 55/mes</b> -20% el precio no es por usuario	USD 99/mes <b>USD 79/mes</b> -20% el precio no es por usuario	USD 199/mes <b>USD 159/mes</b> -20% el precio no es por usuario
Almacenamiento online	5 GB	10 GB	50 GB	50 GB	100 GB	1,024 GB

**Fuente:** (bitrix24, 2021)

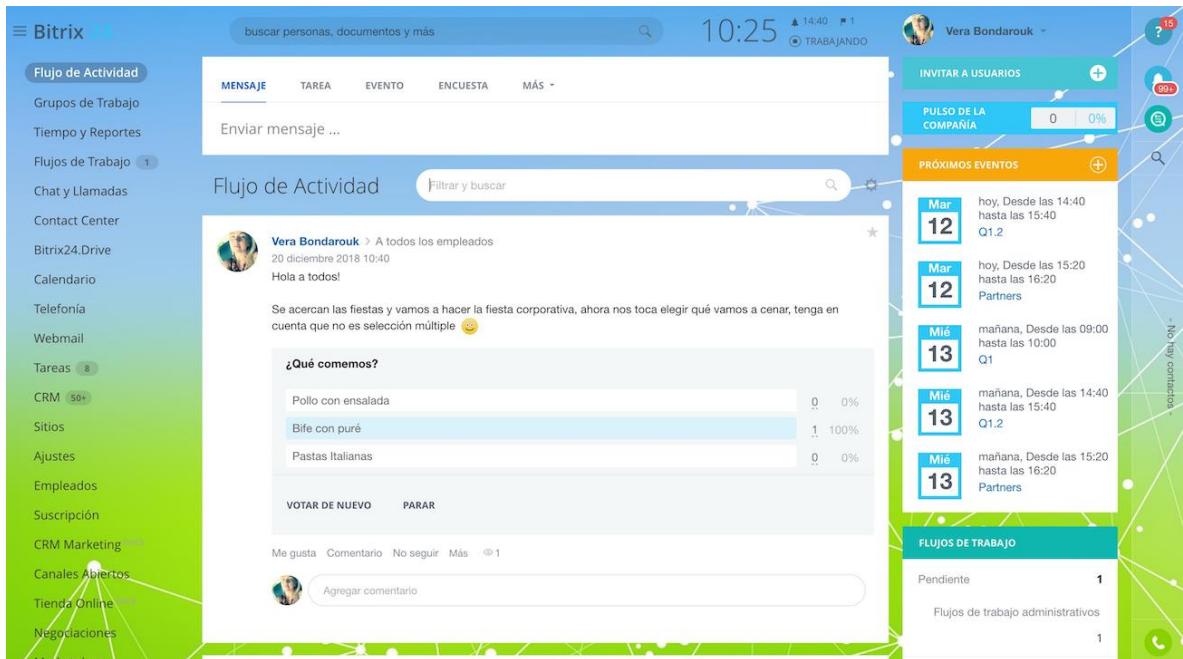
Link: <https://www.bitrix24.es/prices/>

## Modelo propuesto

Como se observa en la imagen esta es la plataforma de bitrix24, esta aplicación posee una interfaz amigable semejante a una red social, pero con una diferencia que es de uso empresarial donde provee un ambiente seguro y confiable para la interacción del personal.

En esta aplicación se puede enviar y recibir mensajes, notificaciones de eventos además se puede compartir archivos con el equipo de trabajo. Para concluir esta aplicación es realmente completa ya que garantiza un trabajo en equipo y mejora la comunicación entre cada uno.

### *Imagen 2. Modelo propuesto*



**Fuente:** (bitrix24, 2021)

## **5. Ejecutar el plan**

Una vez desarrollado el plan de comunicación interno en este caso la plataforma Bitrix24, se prosigue a informar a los colaboradores de la institución, con el objetivo de poner en practica dicho plan.

Una de las mejores formas para dar a conocer acerca de los beneficios y ventajas que posee la plataforma es realizar una capacitación a todos los colaboradores de la institución.

## **6. Monitorización y análisis**

Para asegurar que el plan implantado en la institución está dando buenos resultados es necesario establecer un tiempo en este caso 6 meses. De esta manera se podrá identificar si se está cumpliendo los objetivos propuestos por la institución.

Por otro lado, será de gran ayuda solicitar a los colaboradores un feedback para saber lo que piensan sobre la nueva estrategia implantada en la institución, con esto se podrá identificar si los colaboradores tuvieron inconvenientes con algún proceso.



## CAPÍTULO IV

### 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1. Conclusiones

En la presente investigación acerca de la Comunicación Interna y el Mejoramiento continuo en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko, Parroquia Salasaca, Cantón Pelileo, ha permitido establecer las siguientes conclusiones:

- Para efectuar la investigación, se fundamentó teóricamente la Comunicación Interna y el Mejoramiento continuo en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko Parroquia Salasaca Cantón Pelileo, en donde manifiesta que es fundamental la comunicación interna ya que ayuda a facilitar el cumplimiento de los objetivos y con esto se busca alcanzar el mejoramiento continuo y a la vez ser más competitivos en el entorno al que pertenece.
- En la Junta Administradora de Agua Potable, mediante la investigación realizada al equipo directivo, colaboradores administrativos y delegados de cada comunidad, se considera como un elemento muy esencial la existencia del mensaje en el proceso de la comunicación, ya que permite generar un dialogo al momento de intercambiar ideas y criterios.
- Luego de haber analizado la información recolectada, se puede concluir que la comunicación interna mejora el clima laboral, además puede llegar hacer más productiva y competitiva a través del mejoramiento continuo.
- Se diseñó una alternativa de solución para el mejoramiento de la comunicación interna en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko, el cual derivó del estudio de mercado dirigido a los colaboradores. Esta alternativa es mediante

una plataforma llamado Bitrix24 que permite compartir fácilmente información entre el área de trabajo.

#### **4.2.Recomendaciones**

- Se recomienda implementar un plan de mejoramiento en la comunicación interna el mismo que permita mejorar con eficiencia y efectividad en la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko.
- Considerar esencial todos los elementos del proceso de la comunicación tales como el emisor, codificador, mensaje, canal, decodificador, receptor, ruido y retroalimentación para que al momento del intercambio de ideas sea eficiente.
- Además, se recomienda que las instituciones de servicio público realicen capacitaciones sobre temas esenciales como “La Comunicación Interna y el Mejoramiento Continuo” para el mejor desempeño de actividades institucionales.
- Finalmente, se recomienda aplicar un análisis diferente para dar validez al instrumento, de esta manera se garantizará una investigación más profunda y esencial.

## **Bibliografía**

- Acuña, J. (2005). *Mejoramiento de la calidad. Un enfoque a servicios*. Costa Rica: Instituto Tecnológico de Costa Rica.
- Alvarado, K., & Pumisacho, V. (2017). Prácticas de mejora continua, con enfoque Kaizen, en empresas del Distrito Metropolitano de Quito: Un estudio exploratorio. *Intangible Capital*, 20.
- Alvarez, E. (2015). *Competitividad*. Mexico: Pearson.
- Álvarez, M. (2017). Comunicación interna, la estrategia del éxito. *Razón y Palabra*, 1-8.
- Alvira, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid: COLECCIÓN CUADERNOS METODOLÓGICOS.
- Alzate, O. (2019). Las Relaciones Interpersonales e Interpersonales en estudiantes desvinculados del conflicto armado colombiano e incluidos en el aula del sol. *Revista Luna Azul*, 25-31.
- Andrade, G. (06 de Marzo de 2017). *ICORP*. Obtenido de <http://www.icorp.com.mx/blog/que-es-bitrix24/>
- Arellano, N. (2016). Las barreras en la comunicación no verbal entre docente-alumno. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 3-38.
- Arru, M. (16 de Marzo de 2014). Obtenido de Observatorio OH: <https://www.observatoriorh.com/articulos-orh/comunicacion-interna-oportunidades-trabajar-en-las-organizaciones.html>
- Bermúdez, J., Betancurt, L., & Muñoz, J. (2016). Six Sigma como Herramienta de Mejoramiento Continuo: Caso de Estudio. *Espacios*, 9.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación .
- Bondaruk, V. (2021). *Bitrix24*. Obtenido de Bitrix24: <https://helpdesk.bitrix24.es/open/6102783/#:~:text=Bitrix24%20es%20un%20espacio%20de,Colaboraci%C3%B3n%20para%20su%20gesti%C3%B3n%20empresarial>.
- Brandolini, A., González, M., & Hopkins, N. (2008). *Comunicación Interna*. Buenos Aires: DIRCOM.

- Brönstrup, C., Godoi, E., & Ribeiro, A. (2017). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. *Signo y Pensamiento*, 26-37.
- Bustamante, J. (2018). *Factores que influyen en a competitividad*. España.
- Cambria, A. (2016). La importancia de la comunicación estratégica. *Boletín IEEE*, 475-487.
- Castro, A., & Díaz, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Profesional De La Información*, 29.
- Castro, G., González, A., & Peña, Y. (2017). Las Funciones de la Comunicación en el Contexto Escolar Universitario. *Opuntia Brava*, 251-259.
- Cerezo, M., Ortiz, M., & Cardenal, V. (2019). Expresión de emociones y bienestar en un grupo de mujeres con cáncer de mama: una intervención psicológica. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 131-140.
- Cervilla, M. (2015). Excelencia operacional mediante la innovación y el mejoramiento continuo de los procesos: experiencias en la industria venezolana de autopartes Academia. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 47-61.
- Cevallos, D., Moreno, C., & Cevallos, R. (2018). Importancia de la auditoria de comunicación interna en las organizaciones. *Espacios*.
- Chala, L., Portillo, A., Reales, L., & Villarreal, J. (2018). *Diseño y plan estratégico de comunicación interna y externa para la empresa ecologic de la costa SAS*.
- Charry, H. (2018). LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL SECTOR PÚBLICO. *COMUNI@CCION*, 25-34.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: McGrawhill.
- Clèries, X. (2010). La esencia de la comunicación en educación médica. *Educación médica*, 25-31.
- Condor, H. (2018). La Gestión de la Comunicación Interna y el Clima Organizacional en el Sector Público. *Comunic@ccion* , 25-34.
- Cossia, L. (3 de Mayo de 2017). INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN. *Latindex*, 388. Obtenido de CM3 Sector: <https://cm3sector.org/2013/05/03/la-importancia-de-una-buena-comunicacion-en-una-organizacion/>
- Cusot, G., & Torres, M. (2015). *Plan de comunicación interna y externa para Quifatex*. Quito: Usfq.

- Deming, W., & Medina, J. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Díaz, J. (3 de Marzo de 2016). *Emprendices*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/bitrix24-herramienta-intranet-social-empresas/>
- Domínguez, M. (2019). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades. *Razón y Palabra*, 70.
- Dueñas, F. (3 de Agosto de 2013). *ACSENDO*. Obtenido de ACSENDO: <https://blog.acsendo.com/la-importancia-de-la-comunicacion-interna-en-las-organizaciones/>
- Ecuador, B. C. (2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- Egas, C. E., & Yance, J. K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Espacios*, 20.
- Fatuly, S., Noboa, M., & León, M. (2020). Medios de Comunicación Interna como estrategia para fomentar el comportamiento de ciudadanía organizacional. *Revista Científica ECocenia*, 15-34.
- Fatuly, S., Noboa, M., & León, M. d. (2020). Medios de comunicación interna como estrategia para fomentar el comportamiento de ciudadanía organizacional. *Científica Ecociencia*, 20.
- Fedor, J. (2016). La comunicación. *Scielo*, 5-6.
- Gallardo, P., & Camacho, J. (2018). *La motivación y el aprendizaje en educación*. España: Wanceulen Educación.
- García, M., Quispe, C., & Ráez, L. (2003). Mejora continua de la calidad en los procesos. *Industrial Data*, 7.
- Gomez, L. (1991). *Mejoramiento Continuo de Calidad y Productividad*. Venezuela: Nuevos Tiempos.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas.
- González, M. C. (2016). Impacto de la comunicación interna en el público operativo de la empresa UNE- Telefónica de Pereira.

- Guzman, V. (2012). *Comunicación Organizacional*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Humano, R. (2020). Ecoembes, premio a las Mejores Prácticas en Comunicación Interna. *Capital Humano*.
- Jiménez, J. (1998). *La comunicación interna*. España: Díaz de Santos.
- Marchiori, M. (2011). Comunicación Interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones. *Redalyc*, 7.
- Martinez, J. (3 de Agosto de 2018). Obtenido de Liderazgo y Mercadeo: <https://liderazgoymercadeo.co/mejoramiento-continuo/>
- Méndez, C., & Rondón, M. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista colombiana de psiquiatría*, 197-207.
- Merlano, S. (2012). La comunicación interna en las organizaciones. *Contribuciones a la Economía*, 2012-03.
- Moreno, J., Huéscar, E., Peco, N., Alarcón, E., & Cervelló, E. (2013). Relación del feedback y las barreras de comunicación del docente con la motivación intrínseca de estudiantes adolescentes de educación física. *Anales de psicología*, 257-263.
- Muñiz, R. (2019). La Comunicación Organizacional. *Ciencias Sociales*, 10.
- Naranjo, M. (2015). Perspectivas sobre la comunicación. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 1-32.
- Noriega, P. (2014). *Productividad empresarial*. México: Pearson.
- Novillo, E., Parra, E., Ramón, D., & López, M. (2017). *Gestión de la Calidad: Un enfoque práctico*. Guayaquil: Grupo Compás.
- Ortega, J. (2017). El concepto de información: dimensiones bibliotecológica, sociológica y cognoscitiva. *Scielo*, 143-179.
- Ospina, A. (2020). *Plan De Comunicación Interna De Seguridad Social En La Empresa TEXLAB SAS*.
- Papic, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 63-83.

- Pazmay, S., Pardo, E., & Ortiz, Á. (2017). Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: una primera aproximación. *Acta de investigación psicológica*, 2704-2716.
- Pérez, E., & Medrano, L. (2010). Análisis factorial exploratorio: Bases conceptuales y metodológicas. *Dialnet*, 58-66.
- Quero, M. (2016). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 248-252.
- Ríos, G., León, A., & Vela, S. (2020). La comunicación y la cultura organizacional en el sector de la manufacturera, provincia de Tungurahua. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 7. Obtenido de <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/289>
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación.
- Rodríguez, K., & Lechuga, J. (2019). Desempeño laboral de los docentes de la Institución Universitaria ITSA. *EAN*, 79-101.
- Sevilla, A. (2017). *Haciendo fácil la economía*. México: Pearson.
- Summers, D. (2006). *Administración de la Calidad*. España: Pearson Educación.
- Superintendencia de Compañías, V. y. (2021). *Superintendencia*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvcs/>
- Tessi, M. (2012). *Tessi, M. (2012). Comunicación interna en la práctica: siete premisas para la comunicación en el trabajo*. Granica.
- Torres, I. F., Irigoyen, A., & Hernández, M. (2016). Importancia de la comunicación médico-paciente en medicina familiar. *Archivos en Medicina Familiar*, 137-144.
- Tungurahua, H. G. (10 de Enero de 2020). *Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua*. Obtenido de Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua: [https://tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/sala-de-prensa?switch\\_to\\_desktop\\_ui=1&start=275](https://tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/sala-de-prensa?switch_to_desktop_ui=1&start=275)
- Valenzuela, N., Buentello, C., & Villarreal, V. R. (2020). Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila. *GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 140.

Vallejo, G., & Plested, M. (2018). Íkala, revista de lenguaje y cultura. *Tipos de comunicación en interacciones deportivas*Íkala, revista de lenguaje y cultura, 43-61.

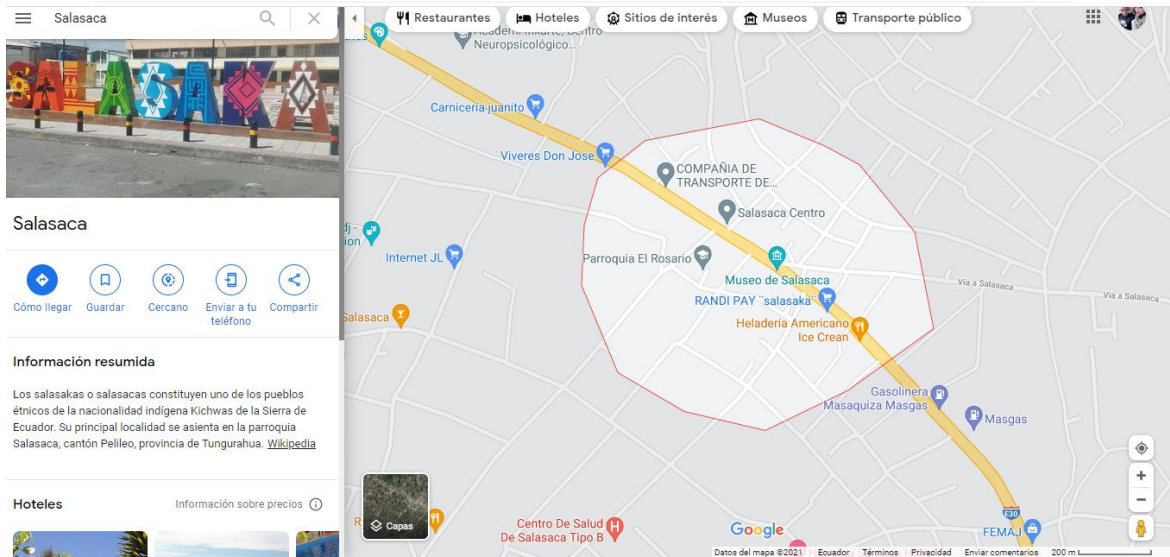


# ANEXOS

## ANEXO 1

Ubicación de la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko Parroquia Salasaca  
Cantón Pelileo.

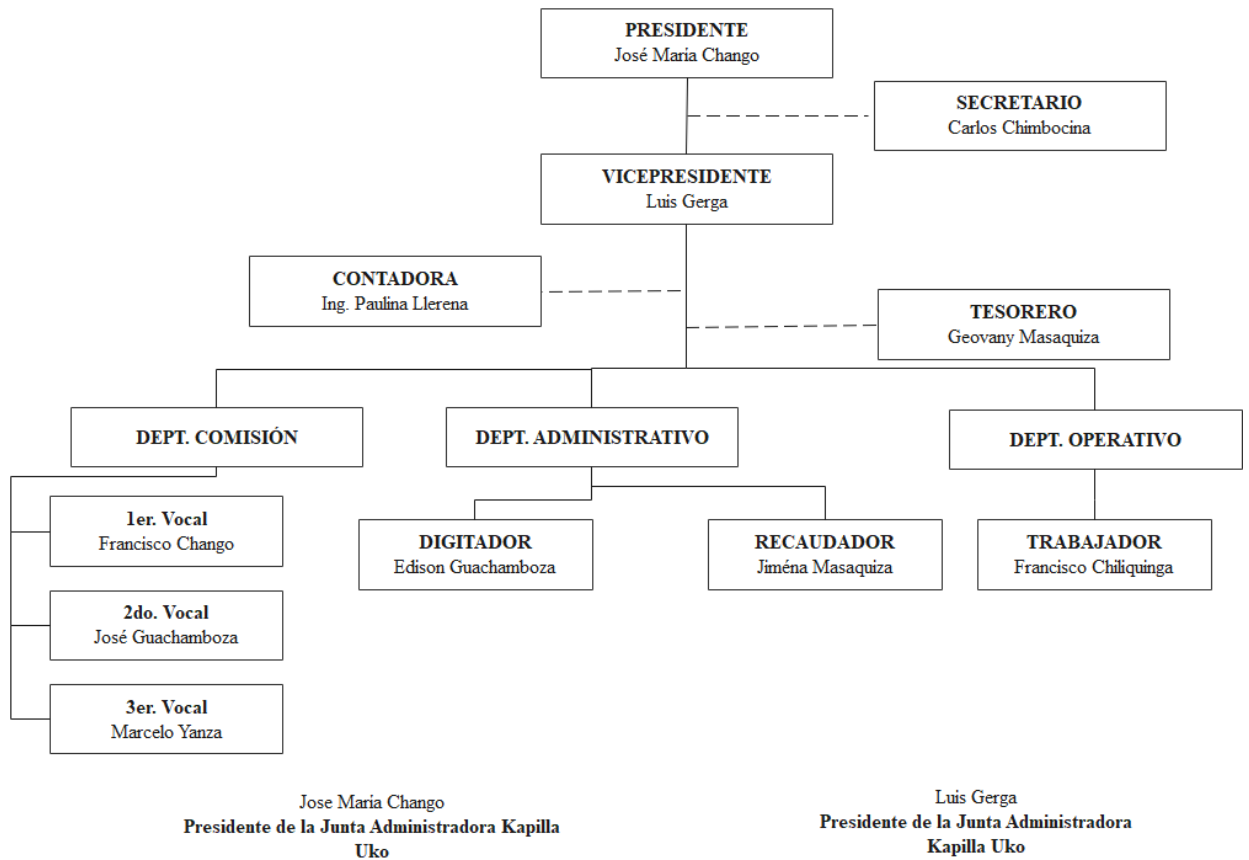
### *Anexo 1. Ubicación de la Institución*



## ANEXO 2

Organigrama de la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko Parroquia  
Salasaca Cantón Pelileo.

### Anexo 2. Organigrama de la Institución



## ANEXO 3

### ENCUESTA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**



#### OBJETIVO:

Determinar el nivel de comunicación interna del personal de la Junta Administradora de Agua Potable Kapilla Uko que aporte al mejoramiento continuo.

#### INSTRUCCIONES:

1. Lea detenidamente las preguntas y responda con sinceridad.
2. Marque con una X la respuesta que considere adecuada.
3. No deje ninguna pregunta sin responder.
4. Analice y responda de manera objetiva.
5. La información se utilizará exclusivamente con fines académicos.

#### Cuestionario

##### 1. Género:

Femenino	
Masculino	

##### 2. Denominación actual de puesto:

Directivo	
Administrativo	
Operativo	
Delegados	
Otros	

### 3. Edad

20-30	
31-40	
41-50	
Más de 51	

#### 1. ¿Considera usted que la comunicación es permanente entre departamentos?

(1) Totalmente en Desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Indeciso	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo

#### 2. ¿Con qué frecuencia existe comunicación directa entre directivos y empleados?

(1) Nunca	(2) Raramente	(3) Ocasionalmente	(4) Frecuentemente	(5) Muy Frecuentemente

#### 3. ¿Cómo se siente con respecto a la comunicación interna de la institución?

(1) No satisfecho	(2) Poco satisfecho	(3) Moderadamente satisfecho	(4) Muy satisfecho	(5) Extremamente Satisfecho

#### 4. ¿Qué tipo de comunicación interna aplica la institución?

Comunicación Formal	Es la propia organización la que establece las vías de comunicación siguiendo los niveles jerárquicos y los protocolos establecidos.	
Comunicación Informal	surge espontáneamente entre los miembros de la empresa movidos por la necesidad de comunicarse.	
Comunicación Vertical	es aquella en la que la información fluye entre subordinados y sus superiores dentro de la organización.	

Comunicación Horizontal	se produce entre personas del mismo nivel jerárquico dentro de la empresa.	
Ninguna		

**5. ¿Considera que la comunicación interna mejora el clima laboral y aumenta la efectividad en la institución?**

(1) Totalmente en Desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Indeciso	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo

**6. ¿Qué tipo de herramientas de la comunicación interna utiliza la institución para informar a los colaboradores?**

Correo electrónico	
Chat interno o mensajería instantánea	
Aplicaciones móviles (WhatsApp – Facebook)	
Videoconferencias	
Reuniones	
Intranet	

**7. ¿Conoce los siguientes aspectos que posee el mejoramiento continuo?**

Competitividad	
Productividad	
Otro, Cuál?	

**8. ¿La institución realiza capacitaciones sobre el mejoramiento continuo?**

Siempre	
Casi siempre	

A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

**9. ¿Considera que la institución puede llegar hacer más productiva y competitiva a través del mejoramiento continuo?**

(1) Totalmente en Desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Indeciso	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo

**10. ¿La institución utiliza el mejoramiento continuo como una técnica gerencial para controlar cada uno de los procesos desde el inicio hasta el final?**

(1) Totalmente en Desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Indeciso	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo

**11. ¿El equipo directivo fomenta una cultura de colaboración, trabajo en equipo y mejora permanente, aportando los recursos necesarios y prestando su propia ayuda?**

(1) Nada	(2) Algo	(3) Poco	(4) Bastante	(5) Muchísimo

**12. ¿Considera que la institución necesita de un plan de mejoramiento en la comunicación interna?**

(1) Totalmente en Desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Indeciso	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo

--	--	--	--	--

**Gracias por su colaboración ;**



## ANEXO 4

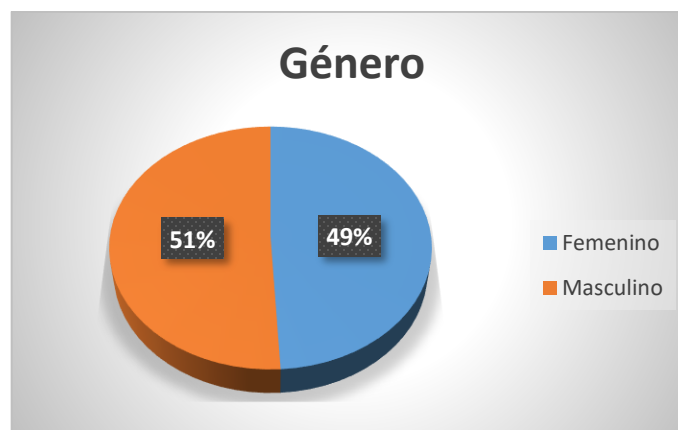
### Análisis y discusión de los resultados

#### 1. Género

*Tabla 7. Género*

Género		Porcentaje
Femenino	27	49%
Masculino	28	51%
Total	55	100%

*Gráfico 1. Género*



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

#### **Análisis e interpretación:**

Dentro de la junta administradora de agua potable se cuenta con un 51% de colaboradores de género Masculino y un 49% del género femenino.

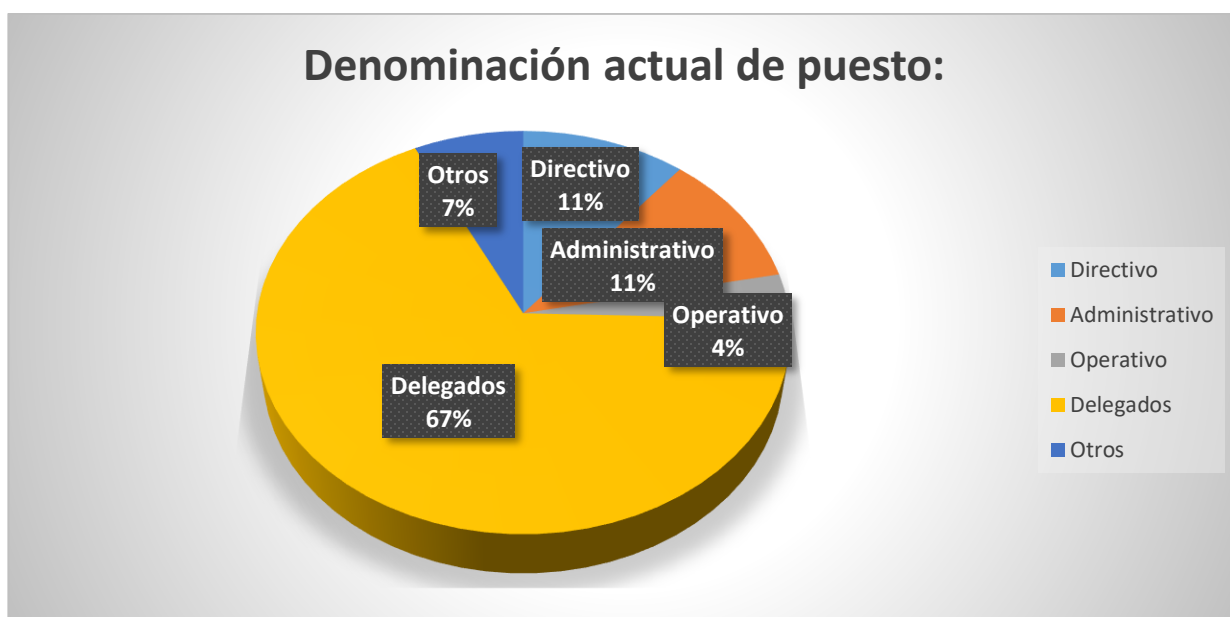
Dentro de la institución se mantiene un mayor porcentaje de colaboradores masculinos y un mínimo de trabajadoras.

## 2. Denominación actual de puesto:

*Tabla 8. Denominación actual de puesto*

Alternativas	Total	Porcentaje
Directivo	6	11%
Administrativo	6	11%
Operativo	2	4%
Delegados	37	67%
Otros	4	7%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

*Gráfico 2. Denominación actual de puesto*



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

### **Análisis e interpretación:**

Los delegados mantienen el 67% y el nivel directivo como el departamento administrativo que cuenta con un 11%, otros el 7% y un 4% posee el departamento operativo.

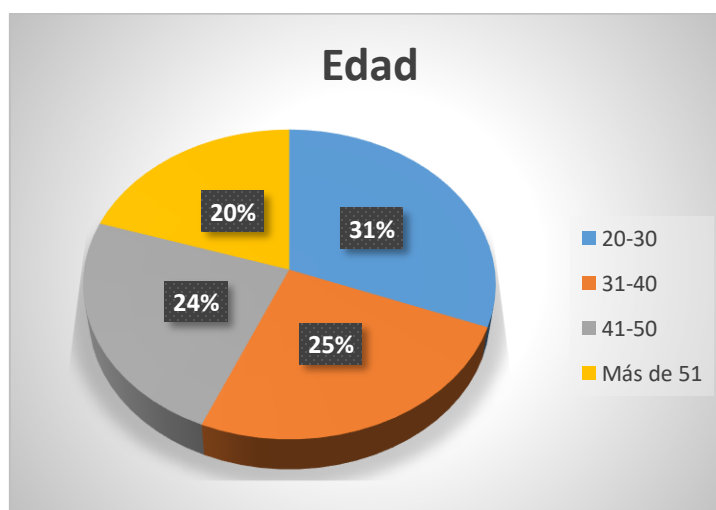
Como se puede observar en el gráfico de pastel existe un mayor porcentaje en los delegados, reflejando así que la institución está conformada con una gran parte de delegados de cada comunidad.

### 3. Edad

*Tabla 9. Edad*

Alternativas	Total	Porcentaje
20-30	17	31%
31-40	14	25%
41-50	13	24%
Más de 51	11	20%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

*Gráfico 3. Edad*



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

#### **Análisis e interpretación:**

Dentro de los datos obtenidos se observa que un 31% de los encuestados están en la edad de 20 – 30 años, un 25% en edad de 31-40 años, un 24% en edad de 41-50 años y un 20% están en edad de más de 51 años.

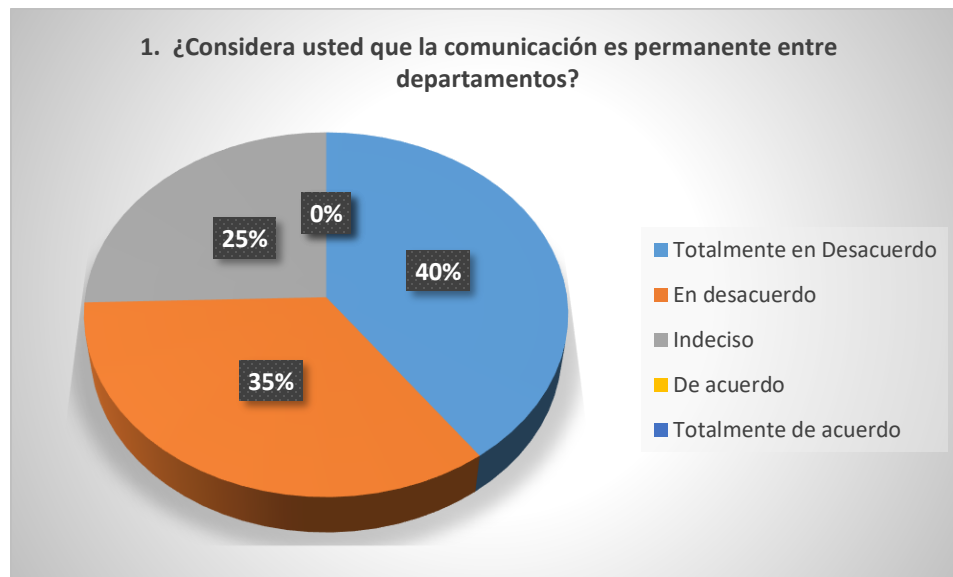
Mediante los datos obtenidos se puede conocer que la mayor parte de colaboradores están en un rango de 20-30 años de edad, con esto se puede concluir que la institución cuenta con colaboradores jóvenes para el desarrollo de cada uno de las actividades.

**1. ¿Considera usted que la comunicación es permanente entre departamentos?**

*Tabla 10. Considera usted que la comunicación*

-1	-2	-3	-4	-5	Total	Porcentaje
<b>Totalmente en Desacuerdo</b>	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo		
<b>22</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	55	100%
<b>40%</b>	<b>35%</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>		

*Gráfico 4. Considera usted que la comunicación*



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

**Análisis e interpretación:**

Dentro de los datos obtenidos un 40% afirma que está totalmente en desacuerdo en que la comunicación es permanente entre departamentos, un 35% está en desacuerdo, un 25% está indeciso, un 0% de acuerdo y un 0% corresponde a totalmente de acuerdo.

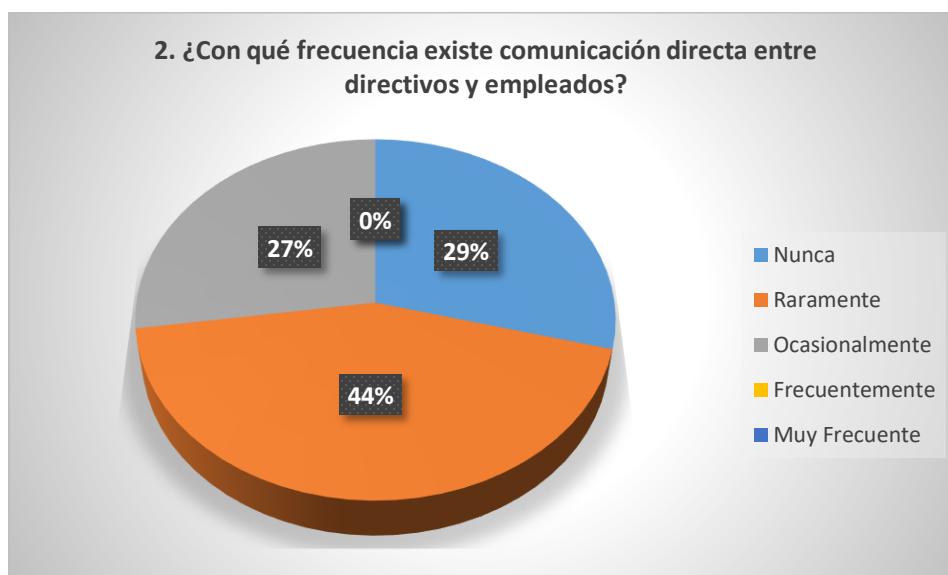
Dentro de la institución, los colaboradores están totalmente en desacuerdo con que la comunicación es permanente entre departamentos, de esta manera se puede deducir que no existe interacción entre colaboradores de cada departamento.

**2. ¿Con qué frecuencia existe comunicación directa entre directivos y empleados?**

*Tabla 11. Con qué frecuencia existe comunicación*

-1	-2	-3	-4	-5	Total	Porcentaje
<b>Nunca</b>	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuente		
16	<b>24</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	55	100%
29%	<b>44%</b>	<b>27%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>		

*Gráfico 5. Con qué frecuencia existe comunicación*



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

**Análisis e interpretación:**

Dentro de los datos obtenidos un 44% afirma que raramente existe comunicación directa entre directivos y empleados, un 29% es nunca, un 27% es ocasionalmente, un 0% es Raramente y un 0% corresponde a muy frecuente.

Según los datos obtenidos afirman que la institución cuenta con directivos que raramente poseen comunicación directa con los colaboradores, de esta manera se puede concluir que los directivos no poseen interés por la institución y no buscan evitar los inconvenientes que puede traer consigo.

### 3. ¿Cómo se siente con respecto a la comunicación interna de la institución?

*Tabla 12. Cómo se siente con respecto*

-1	-2	-3	-4	-5	Total	Porcentaje
No satisfecho	Poco satisfecho	Moderadamente satisfecho	Muy satisfecho	Extremadamente satisfecho		
17	22	16	0	0	55	100%
31%	40%	29%	0%	0%		

*Gráfico 6. Cómo se siente con respecto*



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

#### **Análisis e interpretación:**

Dentro de los datos recolectados se puede decir que, un 40% están poco satisfechos respecto a la comunicación interna de la institución, un 31% no satisfecho, un 29% moderadamente satisfecho y un 0% muy satisfecho, un 0% corresponde a extremadamente satisfecho.

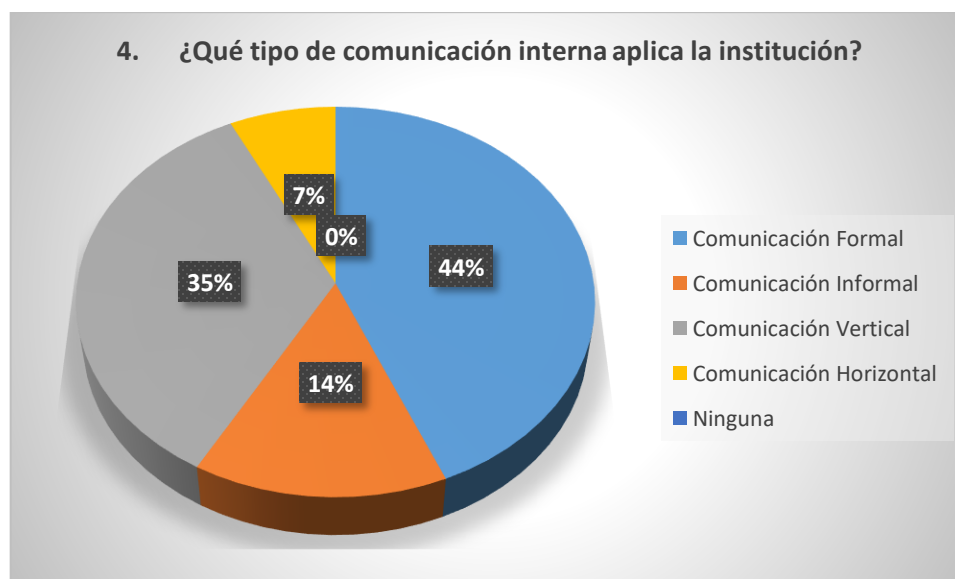
Un gran porcentaje de las personas investigadas consideran que se sienten un poco satisfecho con respecto a la comunicación interna, de esta manera se puede concluir que la falta de comunicación con lleva a problemas entre colaboradores por la falta de comunicación en su debido tiempo.

#### 4. ¿Qué tipo de comunicación interna aplica la institución?

*Tabla 13. Qué tipo de comunicación interna*

Alternativas	Total	Porcentaje
Comunicación Formal	24	44%
Comunicación Informal	8	15%
Comunicación Vertical	19	35%
Comunicación Horizontal	4	7%
Ninguna	0	0%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

*Gráfico 7. Qué tipo de comunicación interna*



Elaborado por: Edison Guachamboza

Fuente: Investigación

#### **Análisis e interpretación:**

De las 55 personas que fueron encuestadas, el 44% indica que el tipo de comunicación interna que la institución aplica es la comunicación formal, mientras que el 35% señala que es la comunicación vertical, un 15% indica que es una comunicación informal, un 7% indica la comunicación horizontal y por último un 0% corresponde a ningún tipo de comunicación.

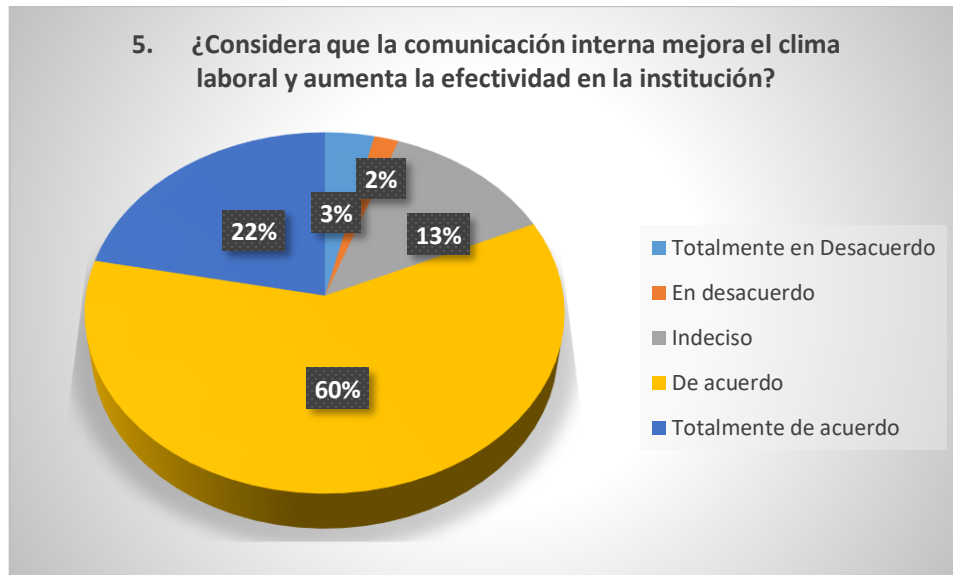
En síntesis, la institución cuenta con un tipo de comunicación tradicional como es la comunicación formal, esto evita a que la institución no pueda ver desde otro punto de vista la forma de informar a sus colaboradores.

**5. ¿Considera que la comunicación interna mejora el clima laboral y aumenta la efectividad en la institución?**

*Tabla 14. Considera que la comunicación interna*

-1	-2	-3	-4	-5	Total	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo		
2	1	7	33	12	55	100%
4%	2%	13%	60%	22%		

*Gráfico 8. Considera que la comunicación interna*



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

**Análisis e interpretación:**

De las 55 personas que fueron encuestadas, el 60% indica que está de acuerdo que la comunicación interna mejora el clima laboral y aumenta la efectividad en la institución, un 22% está totalmente de acuerdo, un 13% está indeciso, un 3% está totalmente en desacuerdo y un 2% está en desacuerdo.



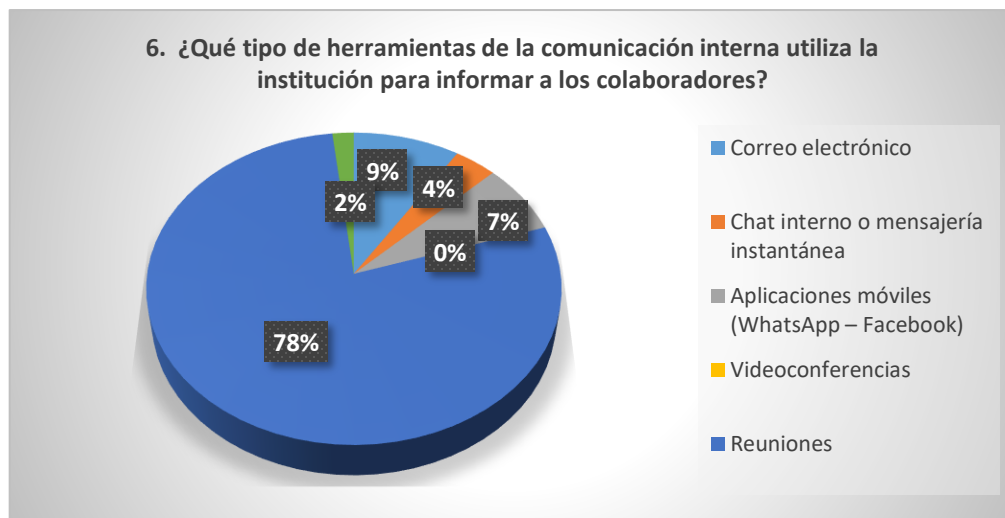
En síntesis, las personas encuestadas están conscientes que la comunicación interna mejora el clima laboral y aumenta la efectividad en la institución, esto ayuda a que los directivos busquen nuevas fuentes de apoyo para fortalecer las metas planteadas.

**6. ¿Qué tipo de herramientas de la comunicación interna utiliza la institución para informar a los colaboradores?**

*Tabla 15. Qué tipo de herramientas*

Alternativas	Total	Porcentaje
Correo electrónico	5	9%
Chat interno o mensajería instantánea	2	4%
Aplicaciones móviles (WhatsApp – Facebook)	4	7%
Videoconferencias	0	0%
Reuniones	43	78%
Intranet	1	2%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

*Gráfico 9. Qué tipo de herramientas*



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

**Análisis e interpretación:**

En las encuestas que se realizó, el 78% expresa que el tipo de herramientas que utiliza la institución para comunicar son las reuniones, mientras que el 9% señala que es el correo

electrónico, 7% aplicaciones móviles, 4% chat interno o mensajería, el 2% intranet y un 0% determina videoconferencias.

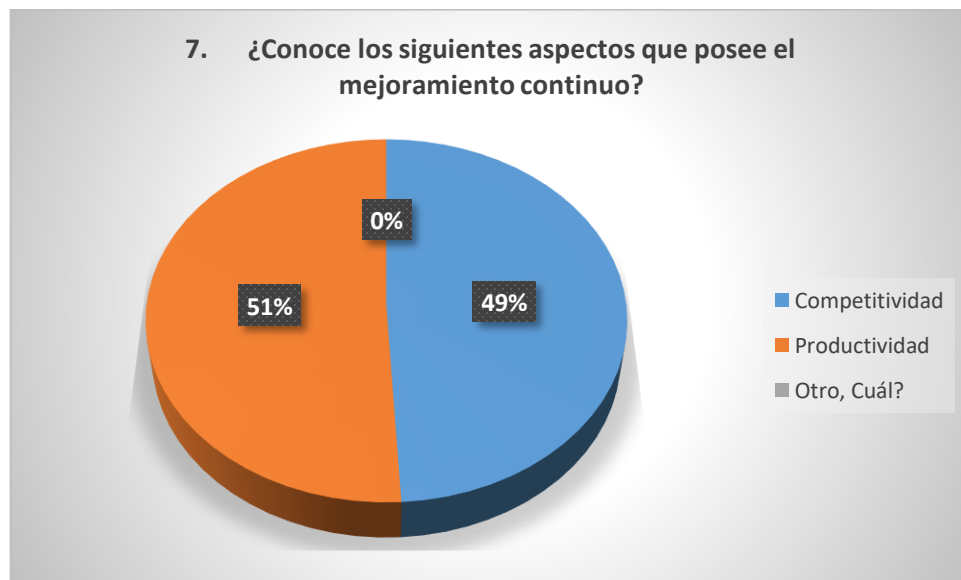
La gran parte de las personas encuestadas aseguran que el tipo de herramientas que utiliza la institución para informar a los colaboradores son las reuniones debido a que es una forma tradicional de transmitir el mensaje de forma directa.

### 7. ¿Conoce los siguientes aspectos que posee el mejoramiento continuo?

**Tabla 16.** Conoce los siguientes aspectos

		Porcentaje
<b>Competitividad</b>	27	49%
<b>Productividad</b>	28	51%
<b>Otro, Cuál?</b>	0	0%
<b>Total</b>	55	100%

**Gráfico 10.** Conoce los siguientes aspectos



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

#### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de las personas encuestadas, el 51% consideran que la productividad es un aspecto que posee el mejoramiento continuo, mientras que el 49% considera que la competitividad.

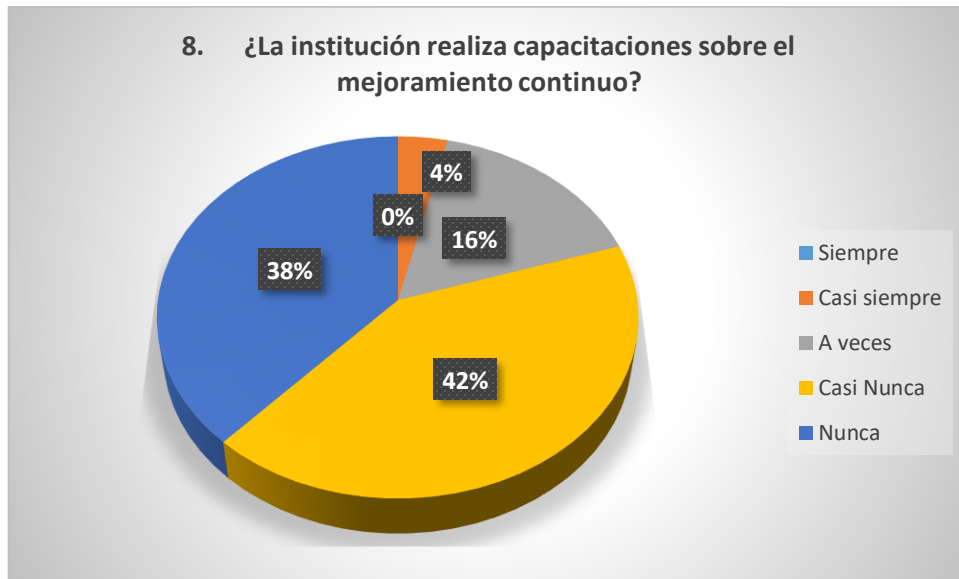
La gran parte de las personas encuestadas aseguran que la productividad es uno de los aspectos que posee el mejoramiento continuo para cumplir con los objetivos planteados por la institución.

**8. ¿La institución realiza capacitaciones sobre el mejoramiento continuo?**

*Tabla 17. La institución realiza capacitaciones*

Alternativas	Total	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	2	4%
A veces	9	16%
Casi Nunca	23	42%
Nunca	21	38%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

*Gráfico 11. La institución realiza capacitaciones*



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

### Análisis e interpretación:

De las 55 personas encuestadas, el 42% indica que casi siempre la institución realiza capacitaciones sobre el mejoramiento continuo, un 38% nunca, un 16% a veces, un 4% casi siempre y por ultimo un 0% manifiesta que siempre.

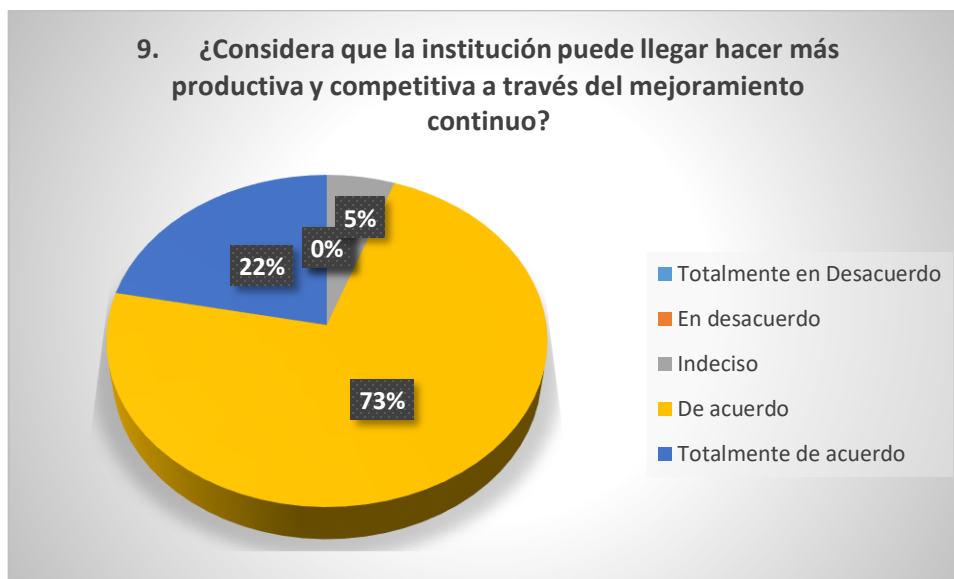
La gran parte de las personas encuestadas aseguran que casi nunca la institución realiza capacitaciones sobre el mejoramiento continuo lo que preocupa que existe una falencia en la adquisición de conocimientos respecto a temas importantes que van en beneficio de los colaboradores e institución.

### 9. ¿Considera que la institución puede llegar hacer más productiva y competitiva a través del mejoramiento continuo?

*Tabla 18. Considera que la institución puede*

-1	-2	-3	-4	-5	Total	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo		
0	0	3	40	12	55	100%
0%	0%	5%	73%	22%		

*Gráfico 12. Considera que la institución puede*



Elaborado por: Edison Guachamboza

Fuente: Investigación

### **Análisis e interpretación:**

Dentro de los datos recolectados mediante la encuesta tenemos lo siguiente, un 73% está de acuerdo que la institución puede llegar hacer más productiva y competitiva a través del mejoramiento continuo, un 22% totalmente de acuerdo, un 5% indeciso, un 0% totalmente en desacuerdo y un 0% en desacuerdo.

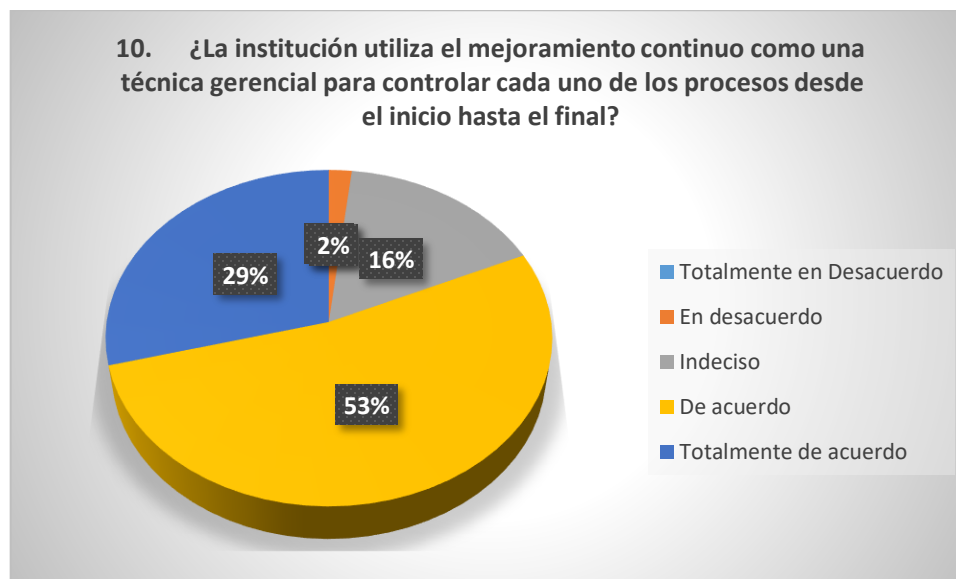
La gran parte de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo que la institución puede llegar hacer más productiva y competitiva a través del mejoramiento continuo, de esta manera asegura que este punto es clave para mejorar en cada uno del proceso ya que garantiza el control de cada uno de las actividades que se realicen en la institución.

### **10. ¿La institución utiliza el mejoramiento continuo como una técnica gerencial para controlar cada uno de los procesos desde el inicio hasta el final?**

*Tabla 19. La institución utiliza el mejoramiento*

<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>-4</b>	<b>-5</b>	Total	Porcentaje
<b>Totalmente en Desacuerdo</b>	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo		
0	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>16</b>	55	100%
0%	<b>2%</b>	<b>16%</b>	<b>53%</b>	<b>29%</b>		

**Gráfico 13. La institución utiliza el mejoramiento**



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

**Análisis e interpretación:**

En la aplicación de la encuesta se obtuvieron los siguientes datos, el 53% está de acuerdo al decir que la institución utiliza el mejoramiento continuo como una técnica gerencial para controlar cada uno de los procesos desde el inicio hasta el final, un 29% totalmente de acuerdo, un 16% indeciso y un 2% está en desacuerdo.

La gran parte de las personas encuestadas aseguran que la institución debe utiliza el mejoramiento continuo como una técnica gerencial para controlar cada uno de los procesos desde el inicio hasta el final, de esta manera evitara tener problemas a futuro.

**11. ¿El equipo directivo fomenta una cultura de colaboración, trabajo en equipo y mejora permanente, aportando los recursos necesarios y prestando su propia ayuda?**

*Tabla 20. El equipo directivo fomenta*

-1	-2	-3	-4	-5	Total	Porcentaje
<b>Nada</b>	Algo	Poco	Bastante	Muchísimo		
16	23	15	1	0	55	100%
29%	42%	27%	2%	0%		

**Gráfico 14. El equipo directivo fomenta**



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

**Análisis e interpretación:**

En el estudio realizado, el 42% considera que el equipo directivo fomenta en algo una cultura de colaboración, trabajo en equipo y mejora permanente, aportando los recursos necesarios y prestando su propia ayuda, mientras que el 29% nada y el 27% manifiesta que es poco.

La gran parte de las personas encuestadas aseguran que el equipo directivo fomenta en algo una cultura de colaboración, trabajo en equipo y mejora permanente, con esto el equipo directivo brinda un apoyo para que junto con los colaboradores puedan llevar a la institución al éxito.

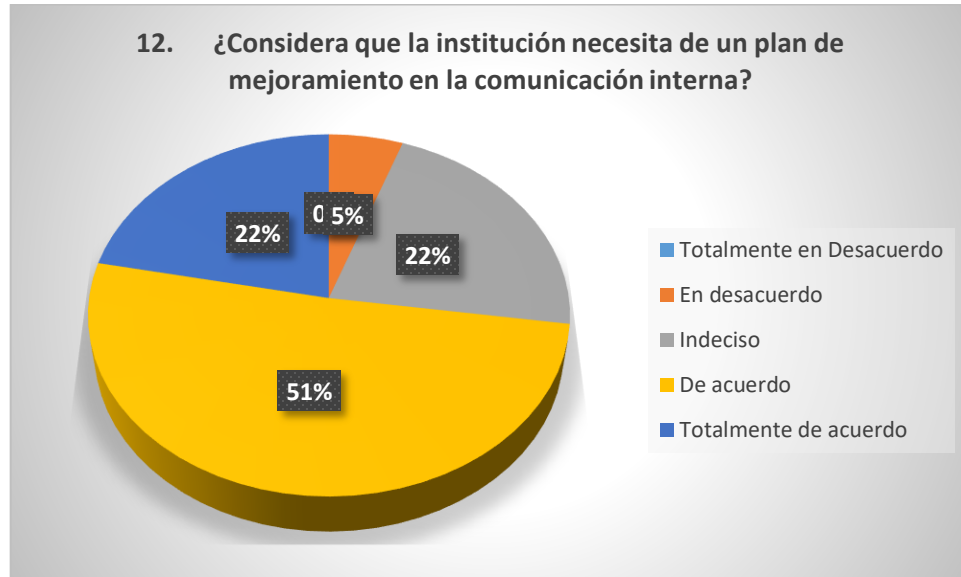
**12. ¿Considera que la institución necesita de un plan de mejoramiento en la comunicación interna?**

*Tabla 21. Considera que la institución necesita de un plan*

-1	-2	-3	-4	-5	Total	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo		
0	3	12	28	12	55	100%

0%	5%	22%	51%	22%		
----	----	-----	-----	-----	--	--

**Gráfico 15.** Considera que la institución necesita de un plan



**Elaborado por:** Edison Guachamboza

**Fuente:** Investigación

**Análisis e interpretación:**

Del 100% de las personas encuestadas, el 51% está de acuerdo que la institución necesita de un plan de mejoramiento en la comunicación interna, un 22% está indeciso y totalmente de acuerdo, un 5% en desacuerdo y un 0% manifiesta que totalmente en desacuerdo.

La gran parte de las personas encuestadas aseguran que están totalmente de acuerdos que la institución necesita de un plan de mejoramiento en la comunicación para controlar y evitar inconvenientes dentro de la institución.