

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS



DIRECCIÓN DE MAESTRÍA Y POSGRADO

Previo al título de Magister en Gestión del Talento Humano

TEMA

**LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO
DEL TALENTO HUMANO, EN LA ESCUELA DE CAPACITACIÓN
PARA CONDUCTORES PROFESIONALES DE ESMERALDAS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Análisis de mejoramiento de procesos administrativos locales y globales

Autora:

Ing. Yolanda Efigenia Cuero Cortez

Directora:

Mgt. Mercedes Sarrade Peláez

Esmeraldas-Ecuador

Enero – 2021

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de MAGISTER EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO, EN LA ESCUELA DE CAPACITACIÓN PARA CONDUCTORES PROFESIONALES DE ESMERALDAS

Autora: Yolanda Efigenia Cuero Cortez

Mgt. Mercedes Sarrade Peláez
DIRECTORA

Firma

Mgt. Alexandra Maribel Bautista Segovia
LECTORA 1

Firma

Mgt. Tahimí Achilie Valencia
LECTORA 2

Firma

Mgt. Yanina Basurto Ros
COORDINADORA DE LA MAESTRÍA

Firma

Mgt. Alex David Guashpa Gómez
SECRETARIO GENERAL PUCESE

Firma

Esmeraldas enero 2021

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, **Yolanda Efigenia Cuero Cortez**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 080314508-5** declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de **Magister en Gestión del Talento Humano**, son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones, los efectos legales, académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación, luego de la redacción de este documento serán de única y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Yolanda Efigenia Cuero Cortez

C.I. 080314508-5

CERTIFICACIÓN

Yo, Mgt. MERCEDES, SARRADE PELÁEZ, en calidad de directora de tesis de la Ing. **Yolanda Efigenia Cuero Cortez** que ha realizado su trabajo de investigación titulado: **LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO, EN LA ESCUELA DE CAPACITACIÓN PARA CONDUCTORES PROFESIONALES DE ESMERALDAS**. CERTIFICO: que las sugerencias realizadas por los lectores han sido incorporadas al documento final, por lo que autorizo su presentación para que se actué de acuerdo a lo que establece el reglamento de grado de la PUCESE.

Mgt. MERCEDES SARRADE PELÁEZ
DIRECTORA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo mi amor al Dios de los cielos por haber iluminado mi mente y permitirme tener ese deseo infinito de superación y crecimiento, segura estoy de que sin sus bendiciones y su infinito amor y misericordia este trabajo no hubiese sido posible.

A mis padres, Esperanza Cortez y Segundo Cuero por ser los mecánicos del motor mi vida, que siempre están hay apretando las tuercas e impulsándome para que yo pueda continuar recorriendo los caminos de la vida.

A mi Negrito, como cariñosamente le digo, Glotis Gómez, por ser mi soporte de apoyo, amor y comprensión en todo momento.

A mi hermanita Rayitoback, como cariñosamente le llamo, Lorenza Cuero, porque juntas estamos siempre pensando en cómo seguir creciendo profesionalmente y motivándonos a seguir adelante.

Yolanda Efigenia Cuero Cortez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, por permitirme en todo este tiempo adquirir el conocimiento esencial para poder gestionar el Talento Humano a través de la enseñanza de todos sus docentes y en especial a mi Tutora Mercedes Sarrade Peláez, a mis lectores Alexandra Bautista Segovia y Tahimí Achilie Valencia, por tener esa paciencia infinita en aportar a este trabajo con esa sapiencia y conocimientos relacionadas con la comunicación y su estrategia para desarrollar el talento humano en todos sus ámbito.

Gracias

Yolanda Efigenia Cuero Cortez

RESUMEN

El recurso humano forma parte de la mayor ventaja competitiva que tiene una empresa y la gestión del talento desde la comunicación implica el diseño de una guía indispensable donde se evidencien las realidades que intervienen en su aprendizaje, comportamiento y fidelidad a la organización. El objetivo de esta investigación consistió en analizar la situación de la comunicación como estrategia de desarrollo del talento humano en la Escuela de Capacitación para Conductores Profesionales de Esmeraldas, para lo cual se utilizó la metodología de revisión documental debido a que se realizó una revisión bibliográfica detallada de estudios previos donde se abordaron temas de direccionamiento estratégico para identificar las formas de comunicación, participación y trabajo en equipo del RRHH de la ECCP, como aspecto determinante en el éxito organizacional, en este sentido mediante los resultados obtenidos se pudo conocer que el 55% de los encuestados no conocen que en la institución exista un plan de comunicación que permita que la información fluya de manera efectiva, por otro lado el 51% consideran que para incrementar el nivel de motivación de los colaboradores se debe hacer reuniones, y el 37% de los encuestados manifiestan que siempre la forma de comunicación que utiliza la organización es correcta. Por consiguiente, se concluyó considerando que es necesario describir el enfoque de la comunicación como estrategia para gestionar el talento humano dentro de la institución, a través de la información, la interacción y la satisfacción laboral de todos sus colaboradores.

Palabras clave: Satisfacción laboral, comunicación, talento humano, estrategias, desarrollo.

TITLE

COMMUNICATION AS A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF HUMAN TALENT, AT THE SCHOOL OF TRAINING FOR PROFESSIONAL DRIVERS OF ESMERALDAS

ABSTRACT

Human resources are part of the greatest competitive advantage that a company has and talent management from communication implies the design of an indispensable guide where the realities that intervene in their learning, behavior and loyalty to the organization are evidenced. The objective of this research was to analyze the situation of communication as a strategy for the development of human talent in the Esmeraldas Training School for Professional Drivers, for which the document review methodology was used due to the fact that a detailed bibliographic review was carried out of previous studies where strategic management issues were addressed to identify the forms of communication, participation and teamwork of the HR of the ECCP, as a determining aspect in organizational success, in this sense, through the results obtained it was possible to know that 55% of those surveyed do not know that the institution has a communication plan that allows information to flow effectively, on the other hand, 51% consider that meetings should be held to increase the level of motivation of employees, and 37% of respondents state that the form of communication used by the organization is correct. Consequently, it was concluded considering that it is necessary to describe the communication approach as a strategy to manage human talent within the institution, through information, interaction and job satisfaction of all its collaborators.

Key words: Job satisfaction, communication, human talent, strategies, development.

INDICE GENERAL

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	iii
CERTIFICACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INDICE GENERAL	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	8
MARCO TEÓRICO.....	8
1.1. Bases teórico-científicas	8
1.2. Antecedentes.....	16
1.3. Fundamentación legal.....	19
CAPÍTULO II.....	23
METODOLOGÍA.....	23
2.1. Tipo de estudio.....	23
2.2. Definición conceptual y operacionalización de las variables	23
2.3. Población y muestra.....	25
2.4. Técnicas e instrumentos.....	26
2.5. Análisis de datos	26
CAPÍTULO III	27
RESULTADOS	27
CAPÍTULO IV.....	47
DISCUSIÓN.....	47
CAPÍTULO V	49
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
ANEXOS	53

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema de investigación

La comunicación a lo largo del tiempo ha ido evolucionando y mejorando para que las personas tengan de una manera simple y fácil la información que requieren, convirtiéndose en una parte esencial en la vida del ser humano en cada uno de los ámbitos ya sea social, político, económico, laboral, familiar o cultural. Sin embargo, la comunicación en ocasiones no ha sido aplicada de manera correcta debido a la falta de interés que se le ha dado, siempre se ha visto a la comunicación como una expresión subjetiva de un individuo y no como una oportunidad de crecimiento y desarrollo.

Es por eso que la comunicación es muy importante en todas las áreas de una empresa, sobre todo en la de talento humano, debido a que esta se conecta de modo directo con cada uno de los demás departamentos, la misma que permite evidenciar los resultados esperados de las estrategias de desarrollo que se utilizan para entender a la comunicación como una herramienta útil para lograr la eficiencia, eficacia y productividad empresarial. A través de la comunicación existe un intercambio directo de información entre el emisor y el receptor permitiendo que los mensajes que estos emitan sean entendidos por el público tanto interno como externo de manera clara y transparente.

La comunicación como estrategia de desarrollo del talento humano permiten dar sentido a los mensajes que se emiten para su buena comprensión dentro de las organizaciones y convierte al ser humano en el activo intangible más importante, debido a que la comunicación permite identificar las actitudes tanto positivas como negativas de un individuo orientadas a encontrar soluciones a los problemas y desarrollar trabajo en equipo.

Es importante conocer los principios fundamentales de la comunicación como proceso integrador, que permite a cada individuo captar los mensajes y que al mismo tiempo este sea capaz de ejecutar o asumir las instrucciones que generalmente se imparten, concibiendo que sin comunicación no hay conocimientos, desarrollo ni productividad.

Todos los miembros de una organización forman parte de su crecimiento o fracaso, su progreso dependerá en gran medida de las relaciones que tenga este con los demás activos

intangibles que existen en la organización, como la cultura, identidad, clima y las relaciones laborales. Estos aspectos son importantes ya que forman parte del entorno en el que se desarrollan las personas, dependiendo de su buena aplicación podría descubrirse el desarrollo del talento humano y al mismo tiempo captarlo y fidelizarlo a la compañía. Es importante la comunicación en la formación del talento humano porque aporta al conocimiento y a la formación de las personas, sin esta las empresas se tornan poco competitivas.

Es importante la comunicación en el desarrollo del talento humano porque gracias a su buena aplicación los responsables de realizar planes de desarrollo personal y estrategias empresariales a través de la utilización de canales oficiales y las buenas prácticas comunicacionales transmiten sus mensajes de manera adecuada.

De tal manera que es fundamental reconocer que al mejorar los procesos comunicacionales al interior de la ECCP, se promueve el desarrollo y la ejecución de los objetivos propuestos, logrando de manera efectiva que los integrantes de la empresa reconozcan la importancia de su trabajo, a partir de la construcción de diálogos estratégicos; cada uno de los discursos emitidos al público interno lideren transformaciones idóneas para relacionar el entorno con los procesos comunicacionales internos que edifican criterios de desarrollo estratégicos.

Del mismo modo, es indispensable reconocer la importancia que tiene esta investigación sobre el uso de la comunicación como estrategia de desarrollo del talento humano en la Escuela de Capacitación para Conductores Profesionales de Esmeraldas, y su vital aporte en el mejoramiento de cada uno de los procesos administrativos, el mismo que serviría como modelo de aplicación para todas aquellas organizaciones que tenga falencias en el ámbito de la comunicación.

A través de esta investigación, se pudo conocer, como gestionar el talento humano desde la aplicación de eficientes canales de comunicación mediante el aporte de individuo para lograr de manera oportuna el cumplimiento del objetivo de la organización.

Planteamiento del problema

Debido a que se presume que la deficiente comunicación y la falta de estrategias para desarrollar el talento humano en la ECCP, podrían ser una de las causas por las cuales los procesos administrativos al interior de la organización no se desarrollan de manera correcta, se realizó este estudio para obtener información detallada puesto que al momento de comunicarse no se estarían utilizando ninguno de los canales comunicativos existentes en la actualidad que permitan que los colaboradores capten los mensajes de manera oportuna y se mantengan integrados y conectados por el bien común.

El inconveniente de la falta de comunicación ha existido desde mucho tiempo causando en los colaboradores un malestar e inconformidad dado que en ocasiones se les ha hecho llamados de atención por parte de la autoridad competente debido a que se piensa que estos no están empoderados con su trabajo ni muestran responsabilidad en lo que hacen. Por tal razón la falta de comunicación ocasiona que los colaboradores no estén al pendiente de la ejecución de todos los procesos que se desarrollan en el interior de la organización, preexistiendo un gran vacío y desconocimiento de los procesos; esto es lo que se presume en lo que respecta a los diez años de trabajo en la escuela.

La comunicación es considerada como una estrategia necesaria e indispensable para la gestión administrativa de una empresa, la misma que constituye una herramienta de vital importancia para la conversión de activos intangibles en valores competitivos.

Si en una organización, los trabajadores no comparten información entre compañeros para lograr el cumplimiento de las metas y objetivos propuestos, la organización se estanca; por otro lado, una organización en la que no se utilice ningún medio de comunicación, donde las noticias pasan de largo a través de canales informales en el que prevalece el murmullo y las personas encargadas de emitir la información en la empresa no asumen el papel que les corresponde, simplemente es una organización que no tiene rumbo ni metas claras.

Las organizaciones en donde los encargados de la parte comunicativa no retroalimentan a sus trabajadores sobre la importancia de utilizar estrategias de comunicación para lograr conseguir la visión empresarial, sencillamente sería una

organización que se creó de la nada y desaparecerá de la nada, ya que lo que no se comunica no existe.

La utilización de estrategias para desarrollar el talento humano son técnicas y herramientas de comunicación, muy utilizadas hoy en día, por lo que sería necesario que dentro de la ECCP se realice un estudio profundo que nos permita conocer métodos y tácticas que permitan encontrar la manera idónea en la que el talento humano se pueda comunicar sin tener ningún tipo de inconveniente en la transmisión del mensaje.

Para garantizar que el personal de la ECCP pueda ejecutar un buen trabajo en equipo y que cada uno conozca la responsabilidad que tiene al momento de realizar sus actividades en sus respectivos puestos de trabajo, es necesario que se implementen canales apropiados de comunicación que formen parte de una estrategia integral de comunicación que permita el desarrollo de los procesos de manera adecuada evitando problemas y retrasos en sus labores por la falta de comunicación. Y al mismo tiempo permita el mejoramiento de su ambiente laboral, permitiendo el crecimiento permanente de todos los individuos como parte de la empresa en materia de comunicación; ya que el éxito de cualquier organización radica en el recurso humano y en la comunicación.

¿Cómo afecta la falta de comunicación en el desarrollo del talento humano de la Escuela de Capacitación para Conductores Profesionales de Esmeraldas en el año 2019-2020?

Justificación

Se alega que la comunicación tiene un poderío, pero se especula sobre cuál es el impacto que tiene dentro de las organizaciones; se podría decir que esta ayuda a encontrar soluciones a todos los problemas que se presentan al momento de la ejecución de las actividades que se desarrollan en las diferentes áreas de la organización.

La comunicación es el proceso mediante el cual se otorga sentido a la realidad, empezando desde la fase en la que los mensajes son emitidos y receptados, hasta que se logra conseguir su total comprensión e interpretación.

La comunicación es una herramienta de gestión que permite alcanzar el más alto nivel de competitividad dentro de la organización, ya que se la utiliza como estrategia para conseguir la productividad y competitividad en el entorno donde la organización se encuentra inmersa. También se puede decir que la comunicación es un medio de transporte directo que utilizan todas las organizaciones para hacer llegar el mensaje al receptor de manera veraz y oportuna.

Del mismo modo, se puede decir que los temas abordados a través de la comunicación tienen como objetivo permitir que todos los trabajadores de la organización tengan conocimientos claros de todos los procesos administrativos y se sientan motivados e identificados con sus tareas, permitiéndoles tener a la mano la información correcta y en el momento oportuno para poder realizar bien su trabajo.

De esta forma se podría gestionar dentro de la organización para que el talento humano sea considerado como el motor de desarrollo para impulsar la comunicación empresarial que permitirá al trabajador fomentar la productividad laboral y generar nuevas oportunidades para incrementar las relaciones sociales entre compañeros.

La administración del mundo moderno considera el talento humano como el activo tangible e intangible más importante dentro de una organización, ya que permite establecer la diferencia entre una empresa y otra. Se pueden crear métodos de gestión empresarial y estrategias, pero estas medidas solo tienen resultados si las personas con las que cuenta la organización logran darle el valor y la importancia que el caso amerita.

La relación de la comunicación con el desarrollo del talento humano y el grado de compromiso de los trabajadores es incuestionable. No basta con tener a los mejores dentro de su equipo, más bien es necesario desarrollar y potenciar la inteligencia y aptitudes positivas que permita la fidelización de los trabajadores dentro de la empresa.

Reclutar a los mejores talentos muchas veces resulta difícil para la empresa ya que lo que se busca es encontrar el candidato idóneo que posea todas las cualidades y características esenciales que el puesto para el que postula requiere, puesto que este proceso debe llevarse a cabo con absoluta responsabilidad y transparencia, porque de ello depende

el desempeño laboral con el que el nuevo colaborador pueda aportar en el crecimiento de la organización.

Para las empresas es de gran importancia gestionar, desarrollar y retener el talento humano para así evitar la fuga de cerebros ya que solo mediante este proceso se puede lograr la competitividad, tener a los mejores dentro de tu empresa permite aprovechar los recursos tanto materiales como económicos para emprender todas las acciones posibles y difundirlas en su entorno; las organizaciones que no están a la altura de las exigencias del mercado no podrán ser atractiva en el contexto social.

La importancia de integrar nuevo personal debe ser porque la presencia de este en la organización va a contribuir como pieza clave al desarrollo del entorno laboral en la que se encuentra inmersa la organización y las buenas relaciones que en ella se conciben.

Considerando que una de las principales herramientas necesarias para llevar a cabo una organización deben ser los activos intangibles, los cuales tienen que ser gestionados mediante la comunicación a través del departamento de talento humano, el cual se encarga principalmente de gestionar cada uno de los demás departamentos, mediante el diseño de estrategias que les permita desarrollar talentos mediante la evaluación de desempeño, la aplicación de las normas laborales y reglamentos, los valores culturales, la seguridad, la satisfacción laboral, y la resolución de conflictos existentes.

Es necesario que mediante este estudio, la organización conozca las nuevas políticas de reclutamiento de personal y se realicen programas de capacitación que permitan mejorar la calidad de vida de todos los colaboradores al igual que los procesos administrativos que se ejecutan en su interior, así como la atención al cliente, partiendo de la utilización de la comunicación como estrategia de desarrollo y crecimiento dentro del entorno tanto interno como externo de la organización.

Para que la escuela de capacitación cumpla con su misión de formar y capacitar a los conductores profesionales, se debe gestionar la comunicación a través de la aplicación de estrategias de desarrollo del talento humano, que no estarían siendo utilizadas en la actualidad; la utilización de estas herramientas despertaría mayor interés en la población, evidenciándose el cumplimiento de la responsabilidad como una tarea digna y de servicio

muy útil para la sociedad, se requiere que la comunicación en particular dentro de la institución sea utilizada de manera óptima, para lo cual se requiere de la aplicación canales de comunicación idóneos.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la situación de la comunicación como estrategia de desarrollo del talento humano en la Escuela de Capacitación para Conductores Profesionales de Esmeraldas.

Objetivos específicos

- Identificar las principales formas de comunicación en la ECCP.
- Señalar las debilidades de comunicación dentro de la organización.
- Describir los procesos efectivos de comunicación dentro de la ECCP.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Bases teórico-científicas

1.1.1. Comunicación

Según Marcondes Filho (2014) la comunicación es:

Un acontecimiento, un encuentro feliz, el momento mágico entre dos internacionalidades que se produce en el roce de los cuerpos (si tomamos palabras, canciones, ideas también como cuerpos); ella viene de la creación de un ambiente común en que los dos lados participan y extraen de su participación algo nuevo, inesperado, que no estaba en ninguno de ellos y que altera el estatuto anterior de ambos, a pesar de mantenerse las diferencias individuales, ella no funde dos persona en una sola, pues es imposible que el otro me vea a partir de mi interior, sino que es el hecho de participar de un mismo y único mundo en el cual entran y que en ellos también entra (p.15)

Por otro lado, Martínez (2015), define la comunicación como “un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta” (p.2).

Pero para Fernández (2014), la comunicación es “un proceso de interacción social, a través de signos y sistemas de signos, producto de las actividades humanas. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones, etc.” (p.2)

Para De Fonseca María del Socorro (2014), comunicación es:

Llegar a compartir algo de nosotros mismos, es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los

demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes (p.4).

Se comparte con las ideas expresada por dichos autores puesto que la intención del emisor consiste en modificar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación, es decir el acto de comunicar se lleva a cabo para recibir algo a cambio, en donde se pueda compartir e intercambiar ideas, puntos de vista o criterios de una u otra personas.

1.1.2. Elementos de la comunicación

La comunicación es un proceso en el cual participan varios elementos indispensables para que ésta se lleve a cabo con eficiencia. Algunos autores proponen un modelo de comunicación compuesto de siete elementos básicos: fuente o emisor, encodificación, mensaje, medio, decodificación, receptor y retroalimentación (UDLAP, 2015).

- **Emisor o fuente.** - una o varias personas con ideas, información y un propósito para comunicar. Es decir, quien o quienes buscan comunicarse con otro u otros, y desde quienes inicia la transmisión de mensajes (p.7).
- **Codificación.** - traducir la idea a comunicar en un código, ya sean palabras orales o escritas u otros símbolos que tengan un significado común y fácil de comprender para el otro. Es decir, poner la idea en un lenguaje adecuado tanto para el que lo envía como para quien lo recibe (p.7).
- **Mensaje.** - Es la forma que se le da a una idea o pensamiento que el comunicador desea transmitir al receptor. En otras palabras, es la idea estructurada sobre lo que el emisor quiere que el receptor reciba (p.7).
- **Medio o canal.** - Es el vehículo por el cual viaja el mensaje del emisor al receptor (p.7).
- **Decodificación.**- a diferencia de la encodificación, la decodificación es cuando se traduce el código a la idea propia que el emisor quiso transmitir, es aquí, cuando se

observa si el código y el medio fueron los adecuados para que el receptor interpreta el mensaje de la manera en la que el emisor deseaba. Y es en este elemento donde la retroalimentación es eficaz o errónea (p.7).

- **Receptor.** - es quien o quienes reciben el mensaje enviado por el emisor, y quienes responderán a este de acuerdo a lo adecuado que hayan sido la encodificación, el medio y la decodificación (p.7).
- **Retroalimentación.** – Es precisamente la respuesta que el receptor dará al emisor acerca de si recibió el mensaje y si lo interpretó de manera adecuada (p.7).

1.1.3. Comunicación oral

Maldonado Williman Héctor (2015) afirma que “la comunicación oral es una forma de relación entre individuos que consiste en la transmisión de mensaje a través de la palabra hablada”.

Pero la Real Academia Española, la define como el “arte de hablar con elocuencia, de deleitar, persuadir y conmover por medio de la palabra”.

La comunicación oral es cualquier forma de comunicación existente, implica un proceso de transmisión e intercambio de ideas, simple o complejo, la comunicación es un acto inherente y común para cualquier persona.

1.1.4. Comunicación escrita

Pinales (2014) afirma que la lengua:

Es una competencia en el sentido de disponibilidad y posibilidad de realización, capacidad realizable en muy vastos conjuntos de recursos que los hablantes de determinada lengua tienen a su disposición, para poder expresar lo que sienten y quieren, para poder comunicar incluso una visión particular y especial del universo y de las cosas a través de una lengua como una visión del mundo global y organizado

que se convierte en una especie de regia o filtro especial que posibilita la formación de imágenes, elaboración de mensajes (p.11).

La comunicación escrita es un buen recurso que facilita procesos de enseñanza-aprendizaje, en el contexto pedagógico global, donde se estimula la función lingüística para tener acceso a la información transmitida.

1.1.5. Comunicación interna

La comunicación interna tal y como dice García Jiménez Jesús (s.f), en su libro La Comunicación Interna es:

Un recurso gerencial en orden a alcanzar los objetivos corporativos y culturales, organizacionales, funcionales, estratégicos y comportamentales de la empresa. La comunicación interna no es un fin, sino un medio, una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias, que supone el nuevo contrato psicológico que hoy vincula a los hombres con las organizaciones.

Es decir que la comunicación es, por lo tanto, un requisito indispensable, mediante la cual se transmite el conjunto de valores que es compartido por los miembros de la organización.

1.1.6. Comunicación externa

Kreps Gary manifiesta que: “la comunicación externa en las organizaciones implica dar y recibir información entre las organizaciones y sus entornos relevantes”.

La comunicación interna es una de las principales actividades de la organización, pues mediante esos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales y se construyen valores de la cultura organizacional (Trelles, 2014)

Se entiende por comunicación externa el proceso que consiste en transmitir información o contenidos informativos desde la empresa u organización empresarial hacia el conjunto de opinión pública a través de los medios de comunicación social.

La comunicación interna incluye las acciones de comunicación que se realizan en las instituciones dirigidas al público interno, comprende, mediante el empleo de diversos medios y canales, las estrategias y programas de comunicación, está definida por la interrelación que se pueda lograr entre el personal que compone la organización y su objetivo principal debe ser integral, comprometer y movilizar al público interno con los objetivos de una institución (Graverán, 2017)

Es decir que la comunicación interna tiene funciones y actividades concebidas a partir del proceso de significación y desempeño compartido y desarrollado por los miembros del público.

1.1.7. Comunicación descendente

Es el tipo de comunicación formal más básica y tradicionalmente utilizadas surge de la alta dirección y desciende de forma vertical hacia los niveles interiores, su misión es transmitir instrucciones y ordenes basadas en las actividades que se han de realizar y objetivos que se deben conseguir por todos y cada uno de los miembros que la forman, así como todos aquellos aspectos que son necesarios para su correcto funcionamiento (Ortiz, 2014, p.7)

La clave para una mejor comunicación no estriba solo es el uso de recursos llamativos, de acción o electrónicos, sino también en el hecho de que los directivos sean más sensibles en la presentación de información, se separen cuidadosamente para ello y transmitan sus mensajes con claridad y calidez, los directivos que se comunican exitosamente son aquellos que se muestran sensibles a las necesidades humanas y abiertos al diálogo auténtico con sus empleados.

1.1.8. Comunicación ascendente

Surge de los niveles inferiores de la empresa o institución y su recorrido es justo el contrario de lo descendente, nace en base de los colaboradores y se dirige siguiendo diferentes caminos en función de cómo estén organizados los canales formales de comunicación hacia la alta dirección de la empresa (Ortiz, 2014, p.7).

Es aquella que se da cuando las personas de los niveles inferiores emiten uno o más mensajes en los niveles superiores en la estructura organizacional a través de canales formales e informales.

Dicen que el principal beneficio de la comunicación ascendente es el canal por el cual la administración pueden medir el clima organizacional y enfrentarse a problemas tales como quejas y baja productividad y que esta tiende a moverse con lentitud y casi siempre sufre demorar y filtrados.

La necesidad de la comunicación ascendente salta a la vista en la difícil experiencia a la que se vio sometida una compañía manufacturera que creció rápidamente en dos o tres años, a pesar de la existencia de normas de trabajo, presión de los supervisores e intensa comunicación descendente, el entusiasmo de los empleados decayó y la productividad disminuyó.

1.1.9. Comunicación horizontal

La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación (Beltrán, 2014.p.30).

Este tipo de comunicación es necesaria para la coordinación de trabajo con personas de otros departamentos, existe también porque la gente prefiere la información de la comunicación horizontal al proceso ascendente y descendente de la cadena de mando oficial.

1.1.10.Gestión del talento humano

Vallejo (2016) indica que:

Las organizaciones nacen para aprovechar la sinergia del esfuerzo de varias personas que trabajan en conjunto; se han designado diversos términos de las personas que trabajan en las organizaciones, tales como: mano de obra, trabajadores, empleados, oficinistas, personal, operadores, recurso humano, colaboradores, asociados; también se las llama talento humano, capital humano o capital intelectual. Por su gran valor en las organizaciones.

El término recurso humano describe a la persona como un instrumento no como el capital principal de la empresa, que posee habilidades y características que le dan vida, movimiento y acción a toda organización; por tanto, en la actualidad, se utiliza el término talento humano, ya que todas las personas poseemos talentos.

El Autor Chiavenato (2014) menciona que:

La gestión del talento humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones, es contingente y situacional, pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada, los procesos internos y otra infinidad de variables importantes (p.6)

La gestión del talento humano requiere reclutar, seleccionar, orientar, recompensar, desarrollar, auditar y dar seguimiento a las personas, además formar una base de datos confiable para la toma de decisiones, que la gente se sienta comprometida con la empresa y sentido de pertinencia, solo de esta forma se logrará la productividad, calidad y cumplimiento de los objetivos organizativos. Las empresas necesitan aprender a:

- Desprenderse del temor que produce lo desconocido.
- Romper paradigmas y empezar por el cambio interiormente.
- Innovar constantemente.

- Comprender la realidad y enfrentar el futuro.
- Entender el negocio, la misión, la visión de la empresa.

La gestión del talento humano busca el desarrollo e involucramiento del capital humano, elevando las competencias de cada persona que trabaja en la empresa; la gestión del talento humano permite la comunicación entre los trabajadores y la organización involucrando la empresa con las necesidades y deseos de sus trabajadores con el fin de ayudarlos, respaldarlos y ofrecerles un desarrollo personal capaz de enriquecer la personalidad y motivación de cada trabajador que se constituye en el capital más importante de la empresa, su gente.

Según Chiavenato (2015) indica que la gestión del talento humano, es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones. Es contingente y situacional, pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada, los procesos internos, las habilidades de cada persona en el proceso educativo a corto plazo aplicado de manera sistemática en la cual se desarrollan habilidades en fusión de los objetivos establecidos.

Entonces, la gestión del talento humano es la actividad que busca cumplir a cabalidad los objetivos de la empresa a través de la aplicación de los mejores conocimientos que permiten identificar de manera efectiva todos los procesos de gestión y aplicación de las estrategias que a su vez nos permita lograr la satisfacción laboral de todos los empleados. La comunicación en la empresa como estrategia para el desarrollo del talento humano, como parte integrante de la comunicación interna, es un rasgo esencial de la naturaleza humana que posibilita el desarrollo de las personas a través del conocimiento del mundo, del diálogo y de la integración dentro de la organización. Yarlequé, A. (2015). Por lo dicho se debe abordar el desarrollo del talento humano.

Este desarrollo individual trasciende a la persona y pasa a formar parte de un progreso conjunto, que a su vez involucra el desarrollo de la humanidad. En la realidad empresarial ocurre algo similar: la comunicación se encarga de la gestión de tres realidades inmersas en la actividad de toda organización, cuyo fin es el desarrollo de las personas, de su talento y, por tanto, también el de la empresa. Aquí se habla de la información, la

interacción y la integración, que se encuentran en la dinámica del trabajo y de las relaciones humanas que en allí se forjan.

Todas las organizaciones interactúan con diferentes públicos, independientemente de su volumen o naturaleza. Por ese motivo es importante diseñar estrategias de comunicación que permitan conseguir resultados positivos en la empresa.

1.2. Antecedentes

Con el fin de fundamentar el trabajo investigativo se consideraron algunos estudios desarrollados por autores a nivel regional, internacional, nacional e internacional que hacen referencia a la comunicación como estrategia de desarrollo del talento humano. Por lo tanto, se mencionan los siguientes estudios.

En la ciudad de Piura, Perú, Yarlequé (2015) realizó un estudio sobre la comunicación en la empresa como estrategia para el desarrollo del talento humano. El objetivo de esta investigación es presentar el rol estratégico que tiene la comunicación en la empresa en el desarrollo del talento humano a través de la gestión de la información, la interacción y la integración, mediante una escala ascendente que confluya en la dimensión teleológica de la comunicación: el desarrollo integral de las personas, de la empresa y de la sociedad. La metodología empleada en esta investigación es la revisión documental a partir de lo que hoy en día supone para las organizaciones la gestión del talento humano, su importancia actual y los elementos del entorno empresarial que intervienen en su desarrollo, analizando el papel que cumple la comunicación como elemento estratégico y de gestión para las empresas.

Los resultados de esta investigación indican que el logro de la comunicación en la empresa como estrategia para el desarrollo del talento humano se da a través de la gestión de la comunicación desde su dimensión teleológica, pues solo a través de este enfoque se logra su verdadero fin: el desarrollo integral de las personas, de la empresa y la sociedad. Se concluye indicando que en virtud de encamina a la empresa en el desarrollo del talento humano, basado en el servicio a los demás y al logro de la comunicación como gestora de esta realidad el comunicador debe asumir desde su nuevo papel directivo y desde su

responsabilidad en el desarrollo de las personas, para poder contribuir realmente en la configuración de una nueva empresa y una nueva sociedad.

En Venezuela, en la Universidad URBE, los estudiantes Paz Juliana, Paz Julettvi y El Kadi Omar en el año (2017) presentaron una investigación titulada: Comunicación Estratégica en su visión gerencial, una herramienta para lograr la autonomía caudal, que tuvo como objetivo analizar la comunicación estratégica en su visión gerencial, una herramienta para lograr la autonomía caudal, basada en los postulados teóricos de Clappitt (2012) y Drucker (2013) entre otros autores. Se asumió una metodología analítica-reflexiva con un diseño documental para analizar e interpretar las teorías descritas. Los resultados indicaron que gestionar una estrategia comunicacional asertiva y efectiva se constituye en uno de los principales logros para las organizaciones inteligentes, es por ello que la comunicación desde el punto de vista estratégico representa un factor clave de éxito, en virtud que implica un conjunto de acciones, lineamientos y herramientas que trascienden la transmisión de informaciones y decodificación de mensajes, que integra diversos elementos, condiciones y procesos afianzando la cultura con apertura y disposición al cambio. Concluye indicando que la comunicación estratégica como herramienta en las organizaciones inteligentes facilita el desarrollo y la gestión del talento humano, permitiendo que el direccionamiento se encuentre alineado con la plataforma filosófica, implica el establecimiento de programas de formación continua para fortalecer y consolidar nuevas habilidades comunicacionales para lograr los objetivos planteados mediante indicadores de gestión efectivos.

En el año (2015) en Maracaibo, Venezuela, en la universidad del Zulia, los autores Peña Acuña, Beatriz; del Henar Sánchez Cobarro, Paloma; Fdez. de Bobadilla, Gonzalo Wandosell, decidieron escribir un artículo que tuvo como objetivo principal analizar las herramientas de comunicación interna de tres empresas españolas líderes a nivel mundial: Inditex, Banco Santander y Telefónica, y averiguar qué tipo de estrategias utilizan para gestionar la comunicación de la compañía. Se utiliza una metodología de estudio de caso múltiple descriptivo-analítico desde una perspectiva cualitativa mediante la cual se han consultado fuentes primarias y secundarias, para poder establecer los principios que rigen los fundamentos de la estrategia de cada compañía. A su vez, se analiza su repercusión externa y se realiza un estudio e interpretación cualitativa de los discursos que facilitan estas empresas desde el gabinete de comunicación. El resultado fue que las tres empresas españolas, objeto de estudio, se destacan por su inmenso volumen de negocio, empleados, presencia internacional y recursos estratégicos para gestionar la comunicación interna y

externamente. En conclusión, indica que a pesar de tener estructuras muy jerarquizadas la comunicación interna fluye en todas direcciones. Sobresalen por su interés en medir los resultados de la gestión de la comunicación, ya sea por la utilización de encuestas y formularios que permiten medir la satisfacción de los colaboradores, como con la utilización de herramientas digitales que cuantifican la actividad de todos los usuarios que interactúan con la compañía.

Otro estudio que brinda un gran aporte a esta investigación, es el realizado en el año (2010), en Juárez, Chihuahua, quienes escribieron un artículo cuyo objetivo fue mejorar los flujos de comunicación entre departamentos y áreas estratégicas para reubicarse en una posición competente y de pronta respuesta entre departamentos, y así optimizar los tiempos de respuesta al cliente final con productividad-calidad. En esta investigación se utilizó el método cualitativo y se aplicaron cuestionarios para determinar el ambiente de trabajo de la empresa. En los resultados se observaron varios casos de comunicación en los que para informar utilizaban varias estrategias, lo que les permitía obtener mayor competitividad, predominando así el trabajo en equipo que era necesario para la consecución de los objetivos. Como conclusión, los autores detectaron que se requiere brindar mayor atención a la colaboración y cooperación de los trabajadores, permitiendo que estos se sientan cómodos con sus trabajos, ya que la forma en la que se emitía la información no era la más adecuada.

En Guaranda, González, (2011) realizó una investigación basada en una investigación descriptiva y un diseño de campo, para realizar un cambio y evaluar sus resultados. La metodología de recolección de datos se efectuó a través de entrevistas dirigidas a las autoridades, personal administrativo y de servicio, encuestas al personal docente y estudiantes. El resultado detectado fue la falta de gestión, escaso liderazgo falta de relaciones humanas, poca comunicación de las autoridades con el personal, falta de práctica de valores, desinterés por la capacitación e innovación y por ende escaso compromiso y desmotivación del talento humano que labora en la institución. Se concluye que el análisis de los resultados permitió identificar el plan de intervención, que está establecido en las estrategias de cambio que fueron socializadas en talleres dirigidos a autoridades, personal administrativo, de servicio, personal docente y estudiantes de bachillerato, logrando cumplir el objetivo propuesto, que fue propiciar una motivación positiva en el talento humano.

1.3. Fundamentación legal

Constitución de la República del Ecuador 2008, arts. 325

En el art. 5 de la ley orgánica del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, establece que “el estado a través de la agencia nacional de regulación y control del transporte terrestre tránsito y seguridad vial, controlará y exigirá la capacitación integral, permanente, la formación y tecnificación a conductores y conductoras profesionales y no profesionales y el estricto cumplimiento del aseguramiento social”.

Se denomina escuela de capacitación para conductores profesionales, a los sindicatos de conductores profesionales, debidamente habilitados en el país para la capacitación y formación de conductores profesionales.

Las escuelas de capacitación para conductores profesionales debidamente autorizadas por la ANT, son establecimientos técnicos- educativos, destinados a formar y capacitar a los conductores para obtener una licencia de unos o varios de los siguientes tipo: a1, c, c1, d, d1, e, e1, g, conforme las disposiciones contenidas en la ley orgánica del transporte terrestre tránsito y seguridad vial y su reglamento y su reglamento aplicativo, al que los alumnos accederán previo un riguroso proceso de aprendizaje teórico y práctico con el fin de garantizar la conducción responsable del respectivo vehículo para cuyo manejo se lo ha habilitados.

La ECCP se encuentra estructurada por el director administrativo, director pedagógico, inspector, secretaria, recepcionista, contador, asesor técnico de seguridad vial, evaluador psicosensométrico y evaluador psicológico, personal docente, instructores, consejo académico.

Ley Orgánica De Comunicación

Ley 0

Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.-2013

Última modificación: 20-feb.-2019

Estado: Reformado

Se hace referencia a la ley orgánica de comunicación porque en sus considerandos se señala que:

Que, en el Estado constitucional de derechos y justicia, en concordancia con principios y normas de la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos, se reconocen los derechos a la comunicación, que comprenden: libertad de expresión, información y acceso en igualdad de condiciones al espectro radioeléctrico y las tecnologías de información y comunicación.

Que, el artículo 384 de la Constitución de la República, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana; Que, es necesario crear los mecanismos legislativos idóneos para el pleno y eficaz ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas, en forma individual o colectiva; Que, es indispensable adecuar un régimen de legislación especializado que procure el ejercicio de los derechos de una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa, participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; Que, a través de la promoción y creación de medios de comunicación social se garantiza el acceso de igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias; Que, es necesario utilizar los mecanismos constitucionales, legales y técnicos para afianzar el acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad, precautelando además que en su utilización prevalezca el interés colectivo; Lo expuesto tiene carácter vinculante con la naturaleza misma de la Escuela de Capacitación por cuanto es una institución que mantiene relación con los medios de comunicación como parte de su estrategia de comunicación externa, que obviamente informa acerca de la vida institucional, lo que supone considerar los procesos internos de comunicación.

Código Del Trabajo

Codificación 17

Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005

Última modificación: 28-marzo-2016

Estado: Vigente

La Escuela de Capacitación está amparada por el Código de Trabajo que rige su vida con personería jurídica. Los contratos laborales del personal administrativo, del personal docente, instructores, observan las disposiciones contempladas dentro del Código de Trabajo.

Art. 1.- Ámbito de este Código. - Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo. Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

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

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;
- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
- g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;
- h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y,
- j) Las demás establecidas en este Código.

Art. 46.- Prohibiciones al trabajador. - Es prohibido al trabajador:

- a) Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas, así como de la de los establecimientos, talleres y lugares de trabajo;
- b) Tomar de la fábrica, taller, empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados;
- c) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes;
- d) Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva; e) Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo permiso del empleador;
- f) Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados;
- g) Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa;
- h) Suspendar el trabajo, salvo el caso de huelga; e,
- i) Abandonar el trabajo sin causa legal.

Parágrafo 7mo.

De la Dirección de Empleo y Recursos Humanos

Art. 556.- De sus funciones. - Corresponde a la Dirección de Empleo y Recursos Humanos:

- 1. Orientar la utilización adecuada de la fuerza laboral del país;
- 2. Promover y ejecutar la política de empleo, mediante el servicio de colocación;
- 3. Investigar y atender todo lo relacionado con la selección de las migraciones laborales;
- 4. Llevar el registro de los trabajadores ocupados y desocupados, siguiendo una catalogación metodizada y completa conforme a las diversas ramas de trabajo, con las especificaciones necesarias; y,
- 5. Las demás conferidas por la ley.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

La metodología empleada en esta investigación fue la revisión documental, estudios previos y recolección de datos acerca de la comunicación y su importancia como estrategia para desarrollar el talento humano en la organización y todos los elementos del entorno institucional que intervienen en su desarrollo, se aplicaron cuestionarios dirigido a las autoridades, personal administrativo, de servicio y personal docente para identificar las formas como se comunican los colaboradores de la ECCP y conocer las falencias comunicativas al interior de la organización y finalmente conocer cómo a través de la comunicación se pueden desarrollar herramientas y estrategias que permitan mejorar los procesos administrativo dentro de cualquier organización.

2.1. Tipo de estudio

Esta investigación es cuantitativa puesto que presenta datos que se obtuvieron mediante encuesta dirigida al personal que laboran en la institución, al mismo tiempo tiene un enfoque descriptivo porque busca identificar en qué situación se encuentra la comunicación como estrategia de desarrollo del talento humano en la ECCP y sus canales de difusión para detallar las características y comportamiento de los diferentes grupos personas, señalando los diferentes canales de comunicación que maneja la organización.

Fidias y Arias (2012) indican que la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

2.2. Definición conceptual y operacionalización de las variables

El término variable se define como las características o atributos que admiten diferentes valores (D'Ary, Jacobson y Razavieh, 1982) como, por ejemplo, la estatura, la edad, el cociente intelectual, la temperatura, el clima. Existen muchas formas de clasificación de las variables, no obstante, en esta sección se clasificarán de acuerdo con el objeto de estudio y su uso.

Operacionalización de las variables

Tabla 1

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
La comunicación como estrategia de desarrollo del talento humano.	La comunicación, hoy en día es considerada como una estrategia para la gestión de los activos intangibles de la empresa, es una herramienta vital para la transformación de estos activos en valores competitivos (Costa, 2009)	La comunicación será medida a través de la revisión y análisis de la literatura y estudios previos de la comunicación como estrategia para el desarrollo del talento humano. Este trabajo será medido a través de encuestas estructuradas.	Comunicación interna Comunicación oral Comunicación escrita Comunicación descendente Comunicación ascendente Comunicación horizontal Información Interacción Integración Comunicación externa	Llamadas Mensajes Cartelera Reuniones Correos (intranet) Memos Boletines Reuniones con el personal Talleres de capacitación Radio Prensa Televisión Emisión de Volantes para la ciudadanía

2.3. Población y muestra

Este acápite se refiere al universo, conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga o hacen estudios. La muestra es una parte de los elementos que se seleccionan previamente de una población. Para realizar este estudio se contó con un total de 35 colaboradores de la ECCP, hombres y mujeres de diferentes niveles socioeconómicos y con instrucciones académicas diferentes.

Tabla 2

1	Director Administrativo
1	Director Pedagógico
1	Tesorero
2	Secretarias
1	Recepcionista
1	Asesor técnico de educación vial
3	Inspectores de jornada
1	Contador
13	Docentes
2	Personal de apoyo
1	Evaluador psicosensoométrico
8	Instructores de práctica de conducción
35	

La escuela de capacitación cuenta con un Director Administrativo, un director pedagógico, un tesorero, dos secretarias auxiliares, una recepcionista, un asesor técnico de educación vial, ocho instructores que suelen variar dependiendo de la cantidad de alumnos, tres inspectores para cada jornada de estudio matutina, nocturna y fines de semana, un contador, trece docentes por cada materia que suelen variar dependiendo su perfil profesional, dos personal de apoyo y un evaluador psicosensoométrico de esta población se ha tomado la información.

Debido a que la población es de 35 personas, se aplicó el instrumento a través de encuestas. El resultado ha tenido 100% de confiabilidad ya que las técnicas empleadas en el procesamiento de datos de la información son cuantitativas, porque se efectuó con encuestas dirigidas al total de la población que forma parte de la plana administrativa de la Escuela, aplicando el criterio más apropiado según la naturaleza de la población o universo.

2.4. Técnicas e instrumentos

Para la ejecución del presente trabajo se utilizó como técnicas de recolección de datos la encuesta, la cual tuvo como objetivo identificar las formas como se comunican los colaboradores de la ECCP y las falencias de comunicación interna que existen en su interior, en este sentido las preguntas permitirán recopilar información pertinente y necesaria para cumplir los objetivos de la investigación, de tal manera que el cuestionario fue el instrumento de investigación.

2.5. Análisis de datos

Para el análisis de los datos cuantitativo se utilizó el programa Microsoft Excel, que permitió analizar estadísticamente los datos, cuyos resultados son reflejados en figuras, porcentajes e interpretación, al mismo tiempo se utilizó el programa Microsoft Word para realizar los cuadros con el respectivo análisis de las encuestas.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

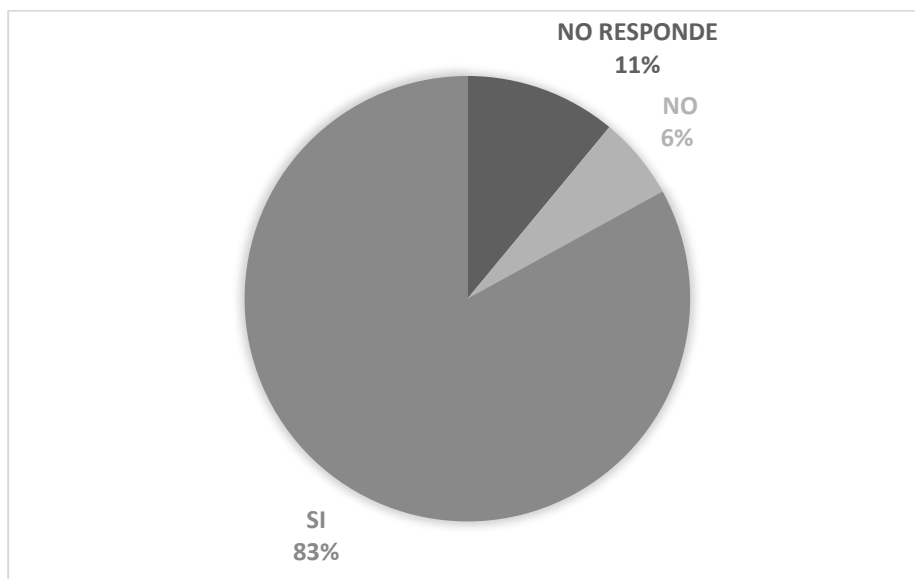
Tabla 1 *Se siente usted identificado con su institución*

ÍTEMS	MUESTRA	PORCENTAJE %
NO	2	6%
SIN RESPUESTA	4	11%
SI	29	83%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura I. *Se siente usted identificado con la institución*



Fuente: Encuestas

Figura I

El 83% de los colaboradores indica que se siente identificado con su institución, el 11% no hace ningún comentario sobre el tema y el 6% dice que no se encuentran identificados.

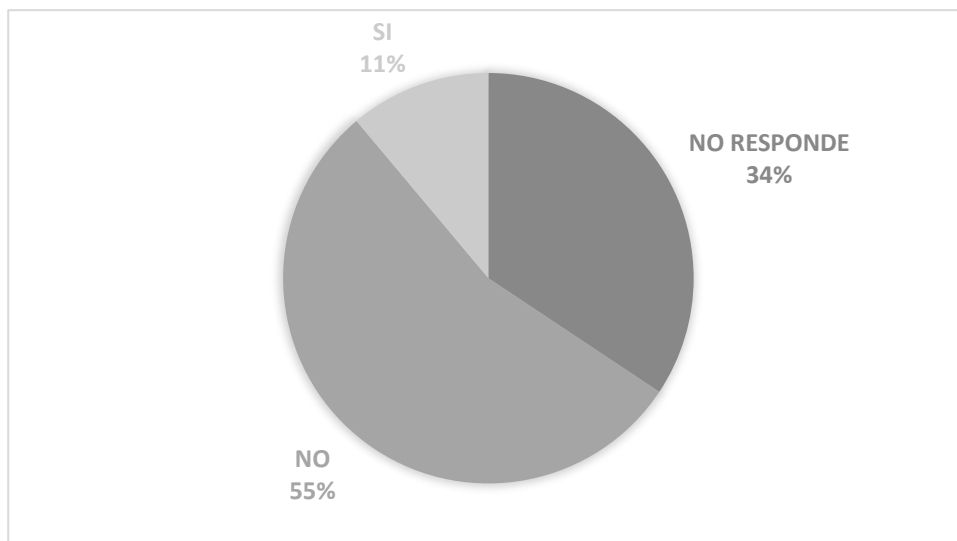
Tabla 1 *Conoce si en su empresa existe un plan de comunicación*

ÍTEMS	MUESTRA	PORCENTAJE %
SI	4	11%
SIN RESPUESTA	12	34%
NO	19	54%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura II. *Plan de comunicación*



Fuente: Encuestas

Figura II

El 55% de los encuestados no conoce que en la institución exista un plan de comunicación que permita que la información fluya de manera efectiva, mientras que un 34% no responden quizás por desconocimiento y el 11% indica que si existe.

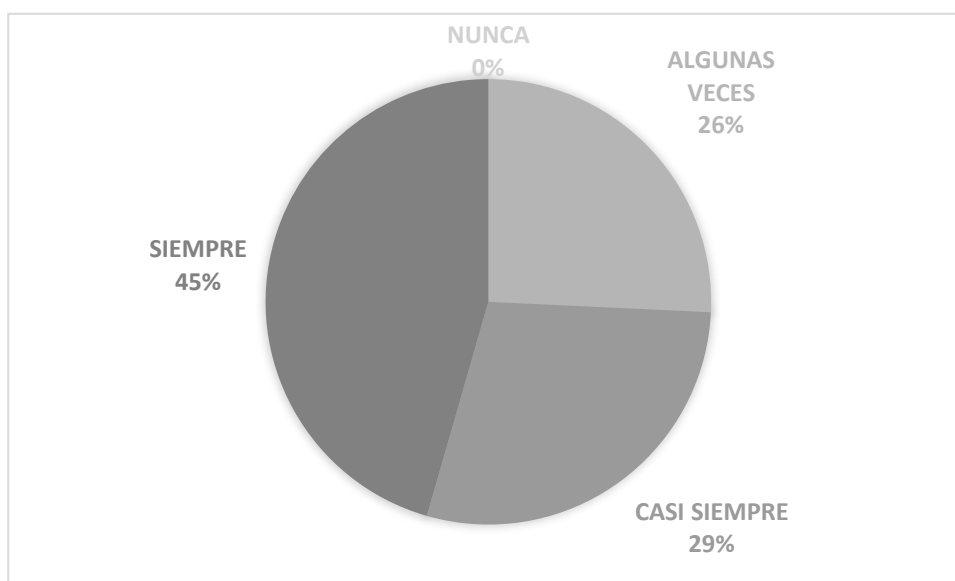
Tabla 2 Cuando recibe un mensaje a través de algún medio de comunicación interna, identifica claramente quién se lo envía

NUNCA	0	0%
ALGUNAS VECES	9	26%
CASI SIEMPRE	10	29%
SIEMPRE	16	46%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura III. Se identifican claramente los medios de comunicación que utiliza la empresa para enviar los mensajes.



Fuente: Encuestas

Figura III.

Se observa que el 46% de los encuestado identifica claramente quienes son las personas que emiten los mensajes el 29% indica de casi siempre identifican las personas que les hablan y el 26% dice que solo algunas veces puede identificar cuáles son las personas que emiten los mensajes.

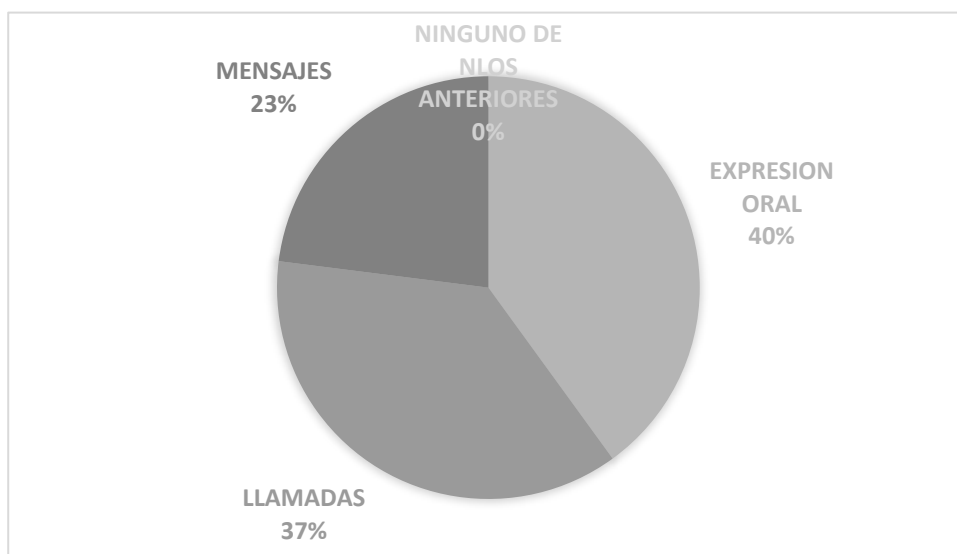
Tabla 3 A través de qué medios de comunicación se envían los mensajes

ÍTEMS	MUESTRA	PORCENTAJE %
NINGUNA DE LOS ANTERIORES	0	0%
EXPRESIÓN ORAL	14	40%
LLAMADAS	13	37%
MENSAJES	8	23%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura IV. Medios de comunicación donde se envían los mensajes.



Fuente: Encuestas

Figura IV.

Los resultados indican que el 40% de los colaboradores recibe los mensajes enviados a través de la expresión oral, un 37% mediante llamada telefónica y un 23% mediante los mensajes.

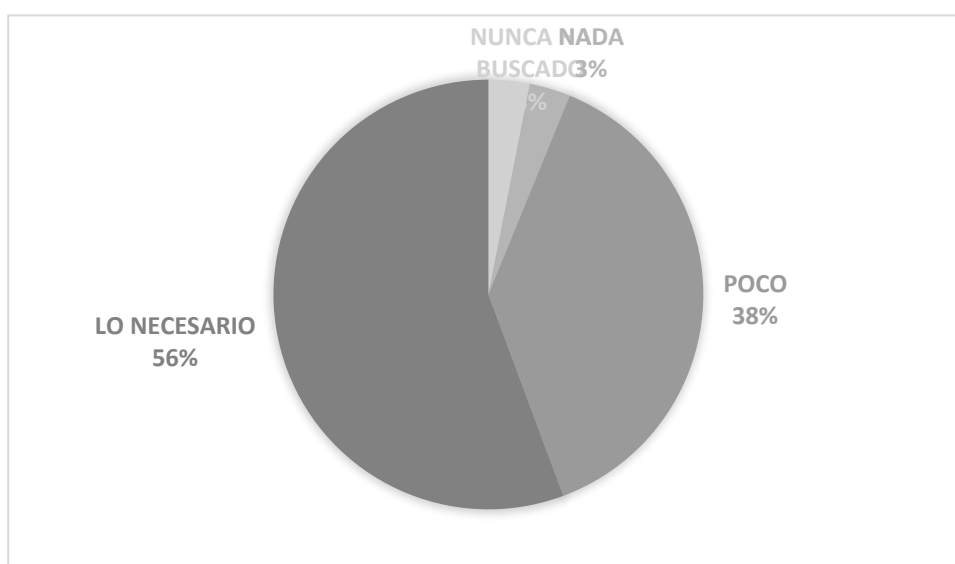
Tabla 4 *Tiene usted acceso a la información de la empresa necesaria para la realización de su trabajo.*

ÍTEMS	MUESTRA	PORCENTAJE %
NUNCA HA BUSCADO	1	3%
NADA	1	3%
POCO	13	37%
LO NECESARIO	19	54%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura V. Acceso a la información necesaria.



Fuente: Encuestas

Figura V.

Según los resultados que arroja la encuesta el 54% tiene acceso a la información necesaria en la empresa para realizar sus actividades, mientras que el 37% indica que tiene poco acceso a la información de la empresa y el 3% indica que nada por cuanto nunca la ha considerado necesaria.

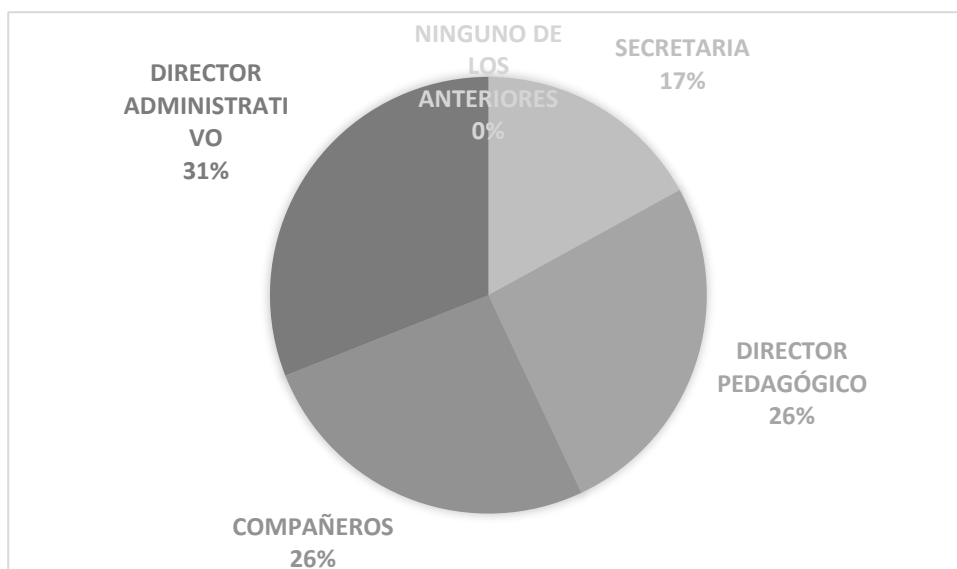
Tabla 5 A través de quien recibe usted información relacionada con su trabajo dentro de la organización.

ÍTEMS	MUESTRA	PORCENTAJE %
NINGUNO DE LOS ANTERIORES	0	0%
SECRETARIA	6	17%
DIRECTOR PEDAGÓGICO	9	26%
COMPAÑEROS	9	26%
DIRECTORE AADMINISTRATIVO	11	31%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura VI. A través de quien reciben la información relacionada con su trabajo.



Fuente: Encuestas

Figura VI

En esta pregunta el 31% de los encuestados indica que la información relacionada con las actividades que realizan dentro de sus puestos de trabajo la reciben mediante las disposiciones del director administrativo de la ECPP el 26% a través del director pedagógico y compañeros de trabajo y una minoría reciben la información por la secretaria.

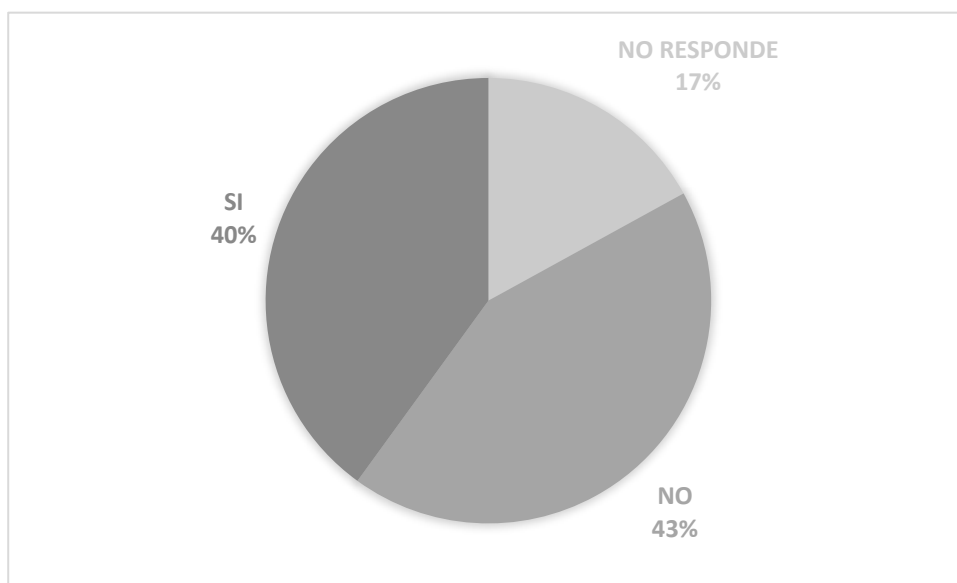
Tabla 6 *Considera usted que los medios de comunicación que utiliza la empresa son efectivos.*

ÍTEM	MUESTRA	PORCENTAJE %
NO RESPONDE	6	17%
NO	15	43%
SI	14	40%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura VII. Los medios de comunicación son efectivos.



Fuente: Encuestas

Figura VII

El 40% del personal encuestado considera que los medios de comunicación que utiliza la empresa para emitir los mensajes si son los adecuados, el otro 40% indica que no los consideran adecuados y el 17% responden si son o no efectivos los medios de comunicación que utiliza la empresa en la actualidad.

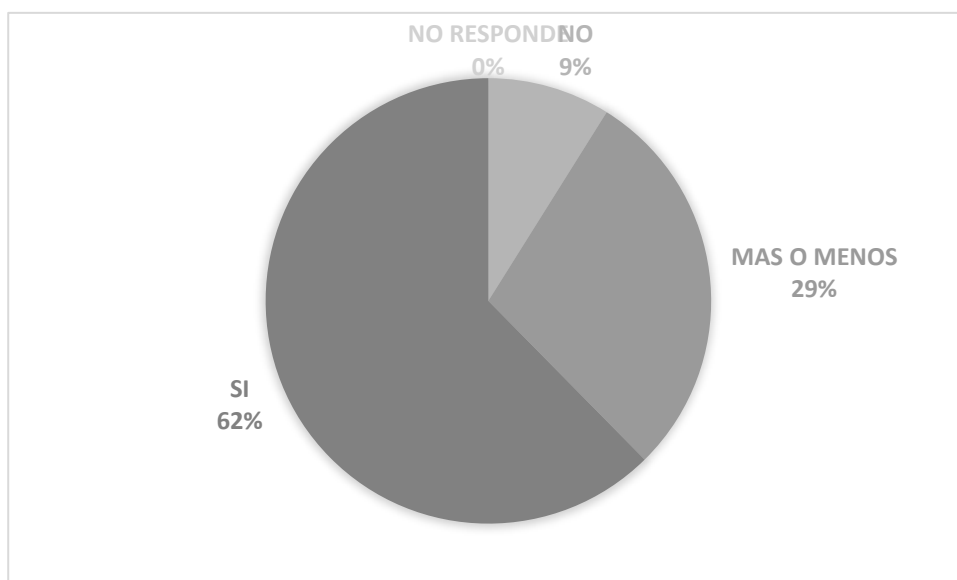
Tabla 7 Considera que la forma en que sus compañeros se comunican con usted es claras.

ÍTEMS	MUESTRA	PORCENTAJE %
NO RESPONDE	0	0%
NO	3	9%
MÁS O MENOS	10	29%
SI	14	40%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura VIII. *Comunicación entre compañeros*



Fuente: Encuestas

Figura VIII

El 63% de la población encuestada manifestó que la forma en que se comunican entre compañeros es clara, el 29% indica que más o menos es decir que no es tan clara y el 9% indica que no es clara.

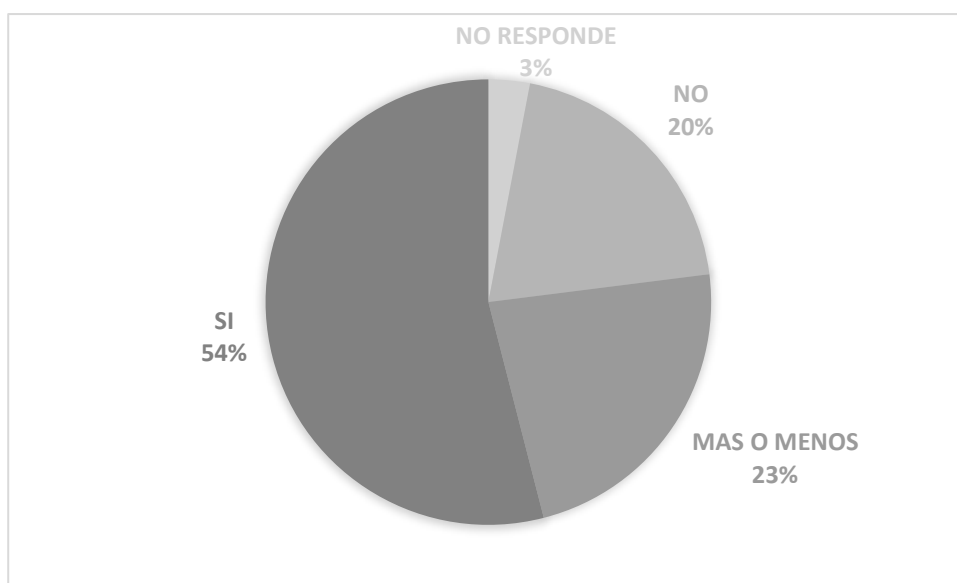
Tabla 8 *Los mensajes que se emiten en la institución se reciben oportunamente*

NO RESPONDE	1	3%
NO	7	20%
MAS O MENOS	8	23%
SI	19	54%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura IX. *Los mensajes se reciben oportunamente.*



Fuente: Encuestas

Figura IX

Los resultados indican que el 54% si recibe los mensajes que emite la institución oportunamente, mientras que el 23% dice que más o menos, el 20% dice que no los reciben oportunamente y el 3% no responde a esta pregunta.

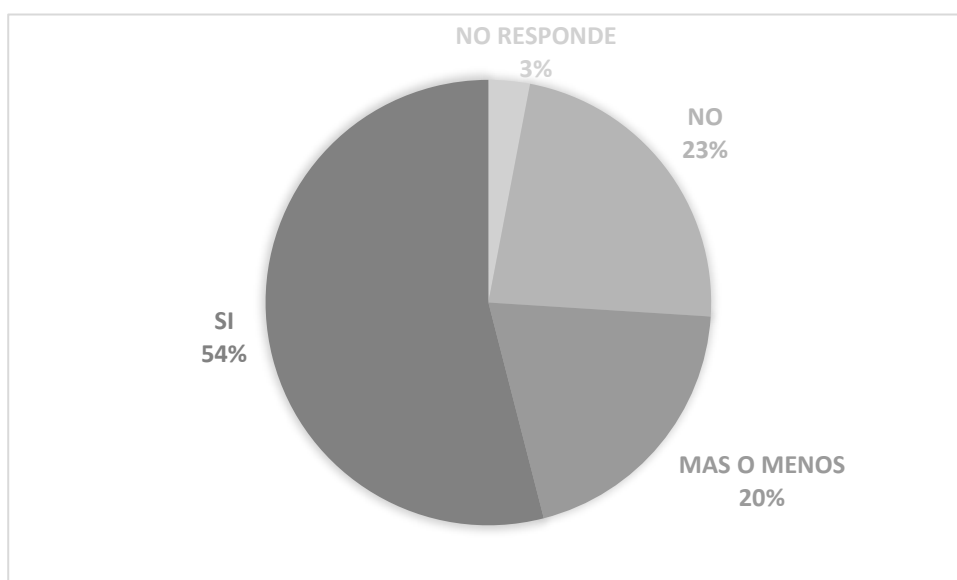
Tabla 9 *Es fácil comunicarse con los miembros de la organización*

NO RESPONDE	1	3%
NO	8	23%
MAS O MENOS	7	20%
SI	19	54%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura X. Comunicación entre miembros de la organización



Fuente: Encuestas

Figura X

Como se observa en la tabla el 54% de los encuestados indica que, si es fácil poder comunicarse con cada uno de los miembros de la organización, el 20% dice que considera más o menos la forma de comunicarse entre compañeros, el 23% indica que no es fácil para ellos poder comunicarse con los miembros de la organización.

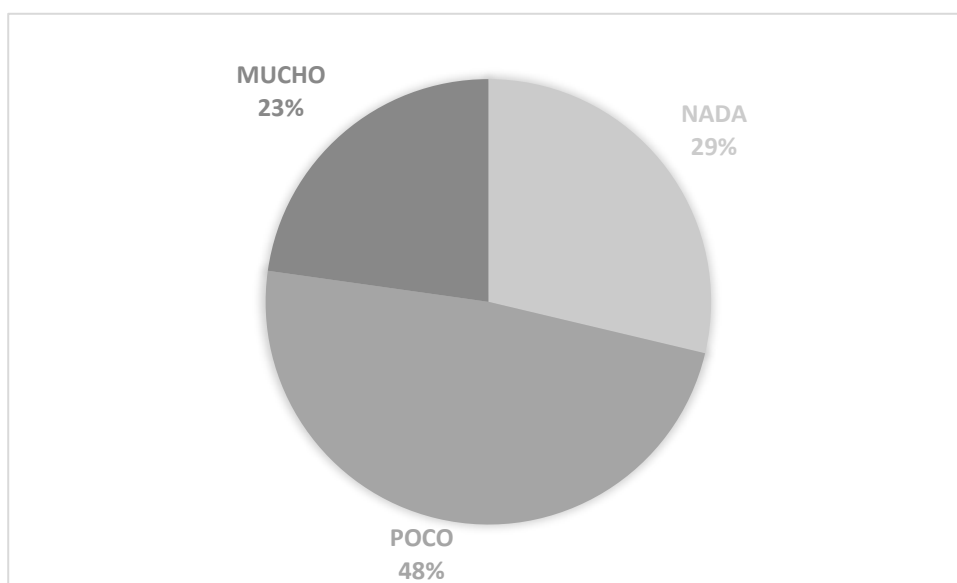
Tabla 10 Conoce los recogimientos que brinda la organización a sus empleados

NADA	10	29%
POCO	17	49%
MUCHO	8	23%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura XI. Reconocimientos que brinda la organización.



Fuente: Encuestas

Figura XI

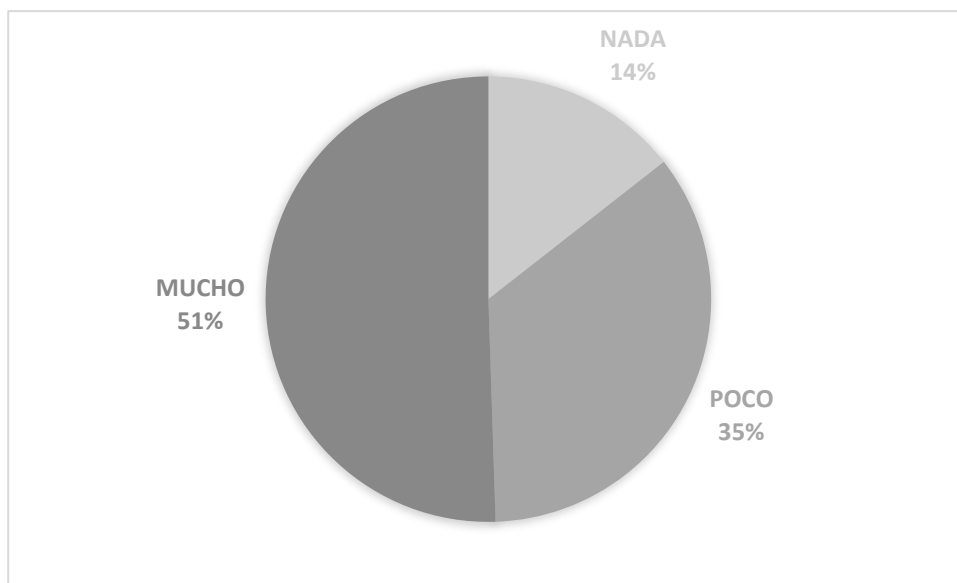
El 49% de la muestra encuestada indica que tienen muy poco conocimiento de los reconocimientos que la organización brinda a sus colaboradores por la buena gestión que estos realizan al interior de la institución, el 29% dice que no conoce nada de este tipo de reconocimientos y el 23% indica que conocen mucho sobre esto.

Tabla 11 *considera usted que los reconocimientos y formas de comunicación interna hacen que el clima de su empresa sea agradable*

NADA	5	14%
POCO	12	34%
MUCHO	17	49%

Fuente: Encuestas

Figura XII. *Los reconocimientos hacen que el clima laboral sea agradable.*



Fuente: Encuestas

Figura XII

El 49% de la población encuestada indica que los reconocimientos y las efectivas formas de comunicación permiten que el clima laboral dentro de la organización sea agradable, el 34% dice que poco y el 14% dice que nada de esto hace que el clima sea agradable.

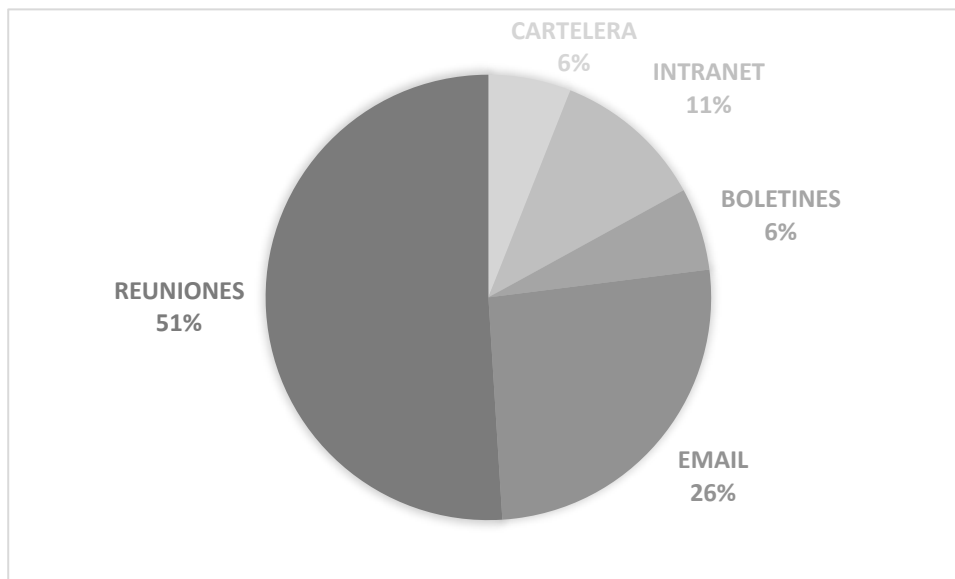
Tabla 12 *Qué medios de comunicación considera usted incrementan el nivel de motivación*

CARTELERA	2	6%
INTRANET	4	11%
BOLETINES	2	6%
EMAIL	9	26%
REUNIONES	18	51%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura XIII. *Medios de comunicación importante para incrementar la motivación*



Fuente: Encuestas

Figura XIII

Se observa en la gran mayoría que el 51% de los encuestados indica que el medio más efectivo para incrementar el nivel de motivación de los colaboradores es a través de las reuniones, mientras que el 26% dice que, mediante email, el 11% mediante el intranet y el resto nos dice que los boletines y las carteleras.

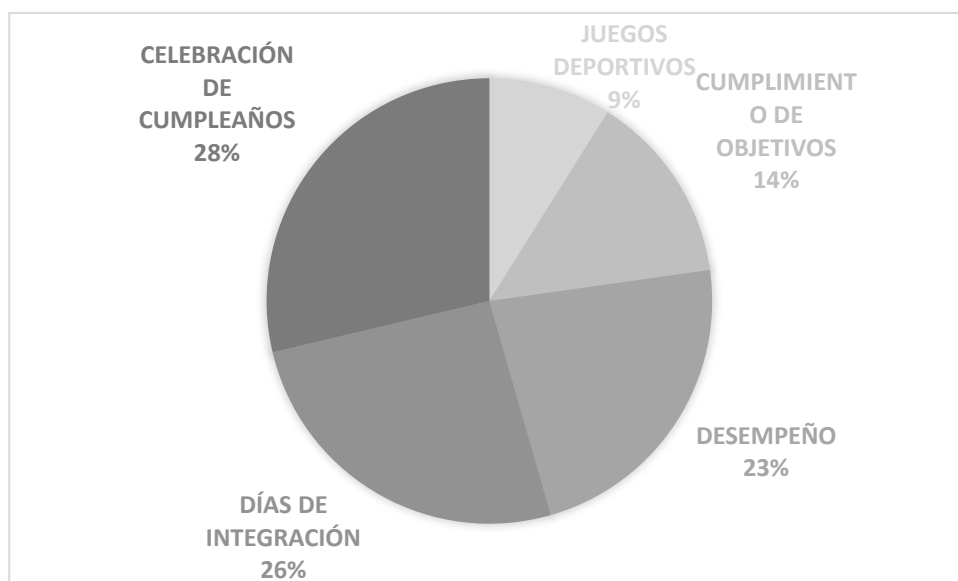
Tabla 13 *Qué eventos considera usted incrementan la satisfacción*

JUEGOS DEPORTIVOS	3	9%
CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS	5	14%
DESEMPEÑO	8	23%
DÍAS DE INTEGRACIÓN	9	26%
CELEBRACIÓN DE CUMPLEAÑOS	10	29%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura XIV. *Eventos que incrementan la satisfacción.*



Fuente: Encuestas

Figura XIV

El 28% de los encuestados manifiesta que la celebración del cumpleaños incrementa la satisfacción de trabajo el 26% manifiesta que los días de integración que realiza la empresa incrementan este nivel de satisfacción, el 23% indica que su desempeño laboral es lo que hace que se sientan satisfecho con lo que hacen, el 14% dice que el cumplimiento de los objetivos les incrementa a ellos el nivel de satisfacción y un 9% indica que igual los juegos deportivos son fuentes de satisfacción.

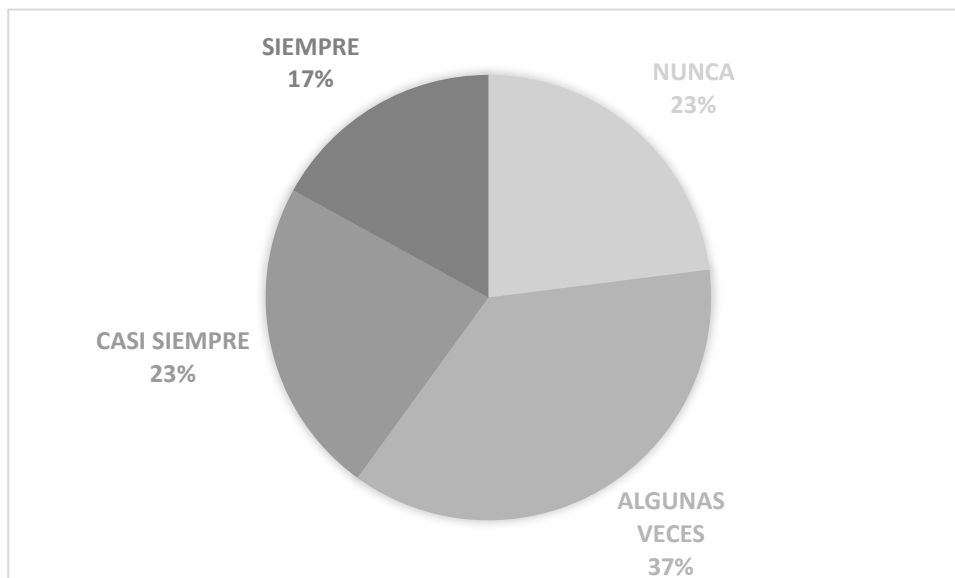
Tabla 14 Su institución brinda seminarios de capacitación que le permita desarrollar sus habilidades y conocimientos

NUNCA	8	23%
ALGUNAS VECES	13	37%
CASI SIEMPRE	8	23%
SIEMPRE	6	17%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura XV. Seminarios de capacitación.



Fuente: Encuestas

Figura XV

Se observa en la figura que el 37% de la población manifiesta que la institución solo algunas veces brinda seminarios de capacitación al personal, mientras que un 23% igualmente dice que casi siempre y al mismo tiempo nunca se dan estos tipos de seminarios y el 17% dice que nunca.

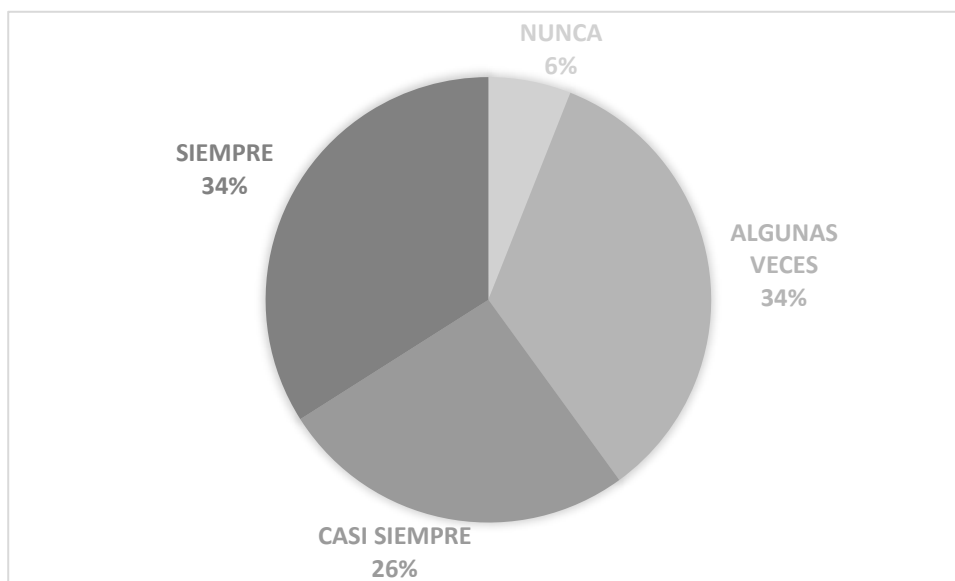
Tabla 15 *Existe la oportunidad para dar a conocer sus ideas y compartir los mejores conocimientos dentro de su área de trabajo*

NUNCA	2	6%
ALGUNAS VECES	12	34%
CASI SIEMPRE	9	26%
SIEMPRE	12	34%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura XVI. *Oportunidad para dar a conocer las ideas y conocimientos.*



Fuente: Encuestas

Figura XVI

Por un lado, un 34% de la población encuestada dice que en la institución siempre existe la oportunidad para ellos poder compartir sus ideas el otro 34% dice que solo algunas veces esto ocurre, el 26% manifiesta que casi siempre pueden hacerlo y el 6% dice que nunca.

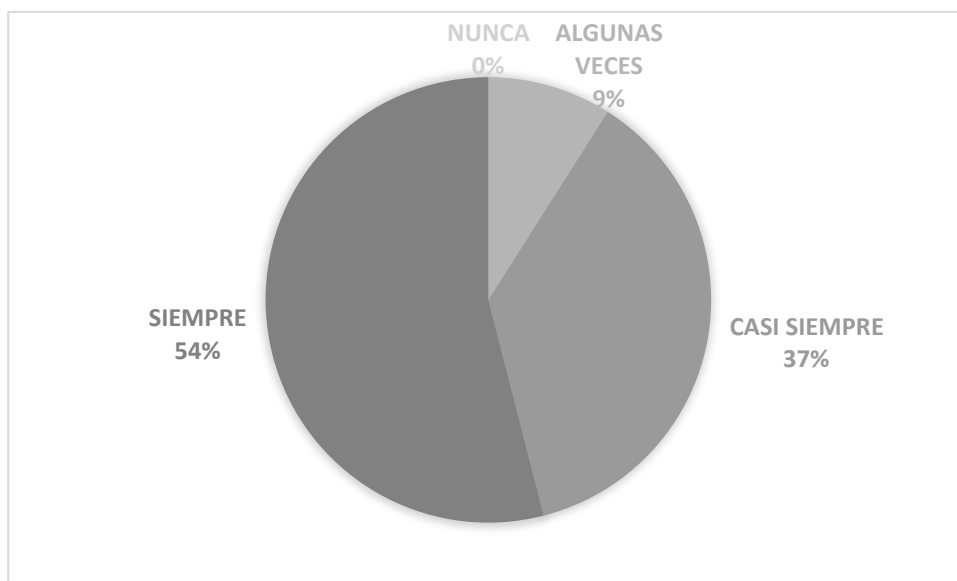
Tabla 16 *Recibe en el momento oportuno la información que necesita para el desarrollo de su trabajo*

NUNCA	0	0%
ALGUNAS VECES	3	9%
CASI SIEMPRE	13	37%
SIEMPRE	19	54%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura XVII. *Recibe la información necesaria para desarrollar su trabajo.*



Fuente: Encuestas

Figura XVII

El 54% de la población encuestada dice que siempre recibe en el momento oportuno la información que necesitan para desarrollar su trabajo, el 37% manifiesta que casi siempre y un 9% dice que solo algunas veces reciben la información en el momento oportuno.

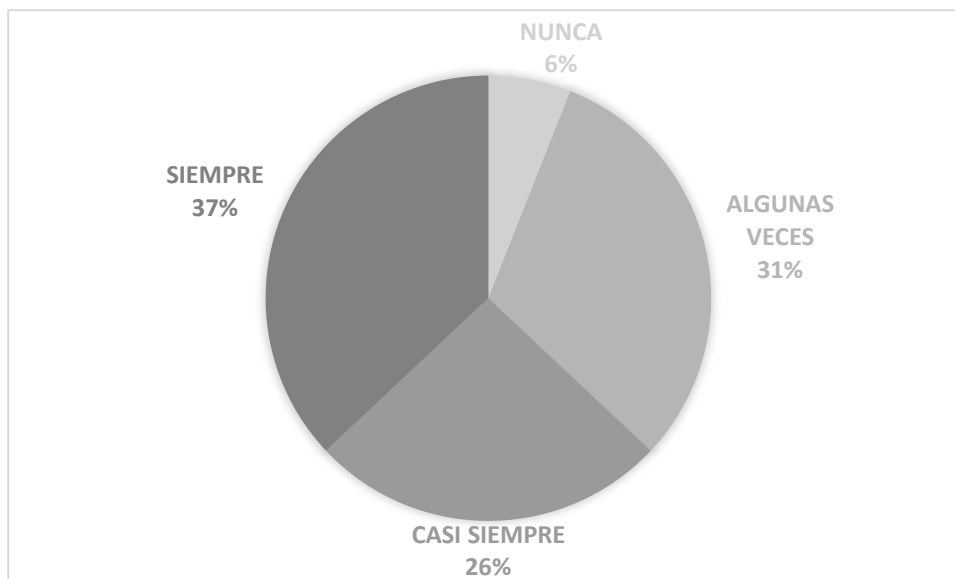
Tabla 17 *Considera que las formas de comunicación que utilizan actual mente la organización es la correcta*

NUNCA	2	6%
ALGUNAS VECES	11	31%
CASI SIEMPRE	9	26%
SIEMPRE	13	37%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura XVIII. *Formas correctas de comunicación.*



Fuente: Encuestas

Figura XVIII

Se observa que el 37% de los encuestados dice que siempre la forma de comunicación que utiliza la organización es correcta, el 31% dice algunas veces consideran correcta las formas en cómo se comunica la organización, el 26% dice que casi siempre es correcta y el 6% dice que nunca es correcta la forma en la que esta se comunica.

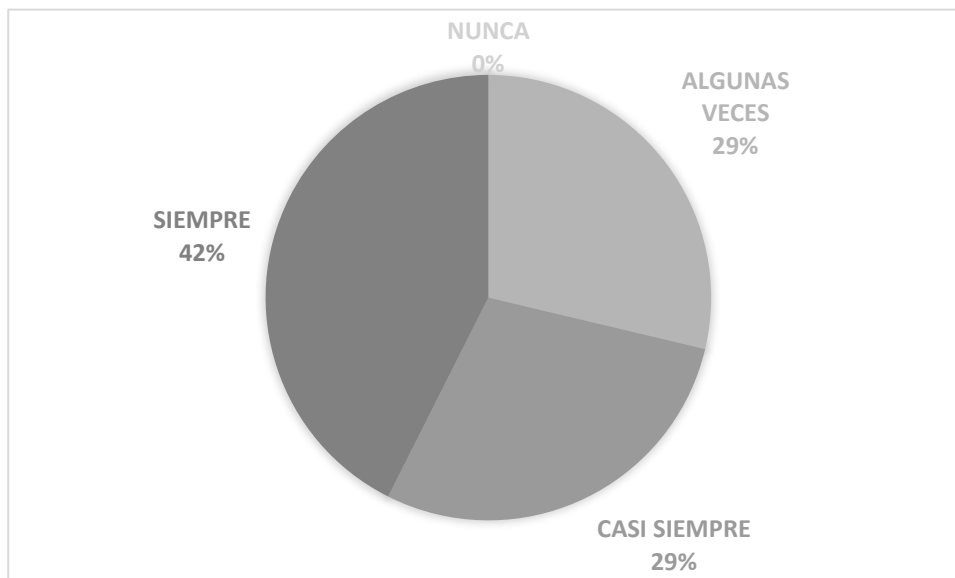
Tabla 18 *Existe la comunicación entre compañeros de trabajo que permita el desarrollo de buenas relaciones interpersonales*

NUNCA	0	0%
ALGUNAS VECES	10	29%
CASI SIEMPRE	10	29%
SIEMPRE	15	42%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura XIX. La comunicación entre compañeros desarrolla buenas relaciones interpersonales.



Fuente: Encuestas

Figura XIX

El 42% de los encuestados considera que siempre existe la comunicación entre compañeros de trabajo que les permite crear buenas relaciones, un 29% dice que casi siempre, el otro 29% dice que algunas veces.

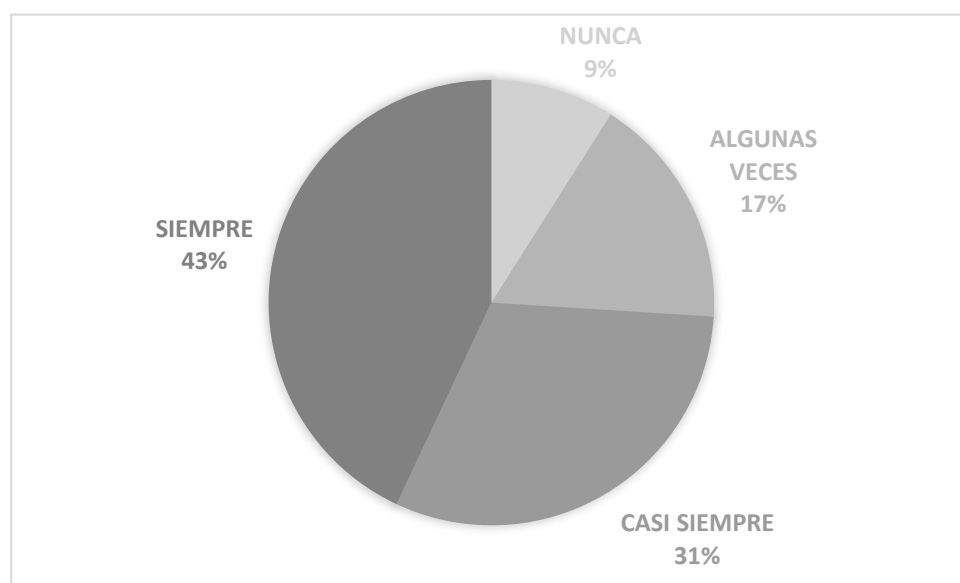
Tabla 19 *Al momento de tomar decisiones importantes se toma en cuenta sus opiniones, ideas o sugerencias*

NUNCA	3	9%
ALGUNAS VECES	6	17%
CASI SIEMPRE	11	31%
SIEMPRE	15	43%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yolanda Cuero (2020)

Figura XX. Se toman en cuenta las opiniones del personal a la hora de tomar decisiones importantes.



Fuente: Encuestas

Figura XX

De la población encuestada el 43% manifiesta que siempre la institución toma en cuenta sus opiniones y sugerencias al momento de tomar cualquier tipo de decisión, el 31% dice que casi siempre, el 17% dice que algunas veces y el 9% dice que nunca.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

En el estudio presentado por Yarleque (2015) expresa que la comunicación realiza su tarea en la empresa, puesto que para la obtención de la información debe ser adecuada, en la forma correcta, para las persona u organización, indicada en el tiempo oportuno y lugar apropiado, para poder tomar decisiones de forma adecuada, por lo tanto, la investigación comparte con el criterio expresado por el autor puesto que 40% de los colaboradores de ECCP recibe los mensajes enviados a través de la comunicación oral, el 40% considera que los medios de comunicación que utiliza la empresa para emitir los mensajes son los adecuados, el 63% de la población encuestada manifestó que la forma en que se comunican entre compañeros es clara, el 54% sí recibe los mensajes que emite la institución oportunamente, el 54% expresó que siempre reciben en el momento oportuno la información que necesitan para desarrollar su trabajo, el 54% tiene acceso a la información necesaria en la empresa para realizar sus actividades, el 37% manifiesta que la forma de comunicación que utiliza la organización es correcta. Esto quiere decir que la comunicación permite que los colaboradores de una organización puedan mantener una buena interacción con la finalidad de que la organización funcione mejor lo que permite generar ganancias, sostenibilidad y desarrollo.

Por otra parte, Pas y El Kadi (2017) en su estudio expresan en su resultado investigativo que gestionar una estrategia comunicacional asertiva y efectiva se constituye en uno de los principales logros para las organizaciones inteligentes, es por ello que la comunicación desde el punto de vista estratégico representa un factor clave de éxito, en virtud que implica un conjunto de acciones, lineamientos y herramientas que trascienden la transmisión de informaciones y decodificación de mensajes, que integra diversos elementos, condiciones y procesos afianzando la cultura con apertura y disposición al cambio. En este sentido se puede considerar, que se comparte con los criterios expuesto por los autores puesto que para algunos de los colabores investigados de ECCP, un 46% manifiesta que puede identificar claramente quién es la persona que emite los mensajes, por otro lado, el 31% considera que tiene información relacionada con las actividades que realiza, que es emitida mediante las disposiciones del director administrativos de la ECPP, también un 54% expresa que para ellos es fácil comunicarse entre los miembros de la organización puesto

que siempre se les brinda el espacio necesario para que compartan sus ideas, opiniones y sugerencias, al momento de tomar cualquier tipo de decisión en la organización. Esto significa que la efectiva forma de comunicación permite que el clima laboral sea agradable y que se crean buenas relaciones humanas entre sus miembros.

En el estudio presentado por Chihuahua (2010) el autor considera que la comunicación es un factor importante para que la gestión empresarial se lleve a cabo con éxito, su buen manejo puede hacer perdurar a la organización. Es de vital importancia que se eviten, o bien, se superen las barreras que puedan existir por parte del emisor o del receptor, dependiendo el papel que se tome al momento del proceso de comunicación. Asimismo, es importante que los integrantes de una organización conozcan los canales y códigos, mediante los cuales se pueden expresar. Es decir que un mensaje claro expresado con claridad y por un canal idóneo genera un resultado positivo en la comunicación asertiva dentro de la organización.

González, (2011) en su estudio expone como resultados la falta de gestión, escaso liderazgo falta de relaciones humanas, poca comunicación de las autoridades con el personal, falta de práctica de valores, desinterés por la capacitación e innovación y por ende escaso compromiso y desmotivación del talento humano que labora en la institución. No se comparte con este estudio puesto que los resultados de la investigación propuesta se obtuvieron lo contrario de lo que expresa el autor, puesto que, para los colaboradores de la ECCP, consideran que, si se les brinda capacitaciones, que se los motiva mediante reuniones, celebraciones de cumpleaños para incrementar la satisfacción del trabajo, se les realiza reconocimientos, se sienten identificados con la institución, en este sentido se puede manifestar que la comunicación eficaz requiere repuestas en donde se demuestre un mayor interés, comprensión y preocupación, en donde el mensaje debe ser claro, preciso y en el tiempo indicado.

Este estudio podría servir como punto de partida para realizar investigaciones futuras que requieran mayor nivel de profundidad y mayor análisis.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

- Se pudo identificar las principales formas de comunicación de los colaboradores en la empresa, los canales y procedimientos en que se emiten los mensajes, permitiendo conocer el criterio de cada uno de los trabajadores, donde reconocen el rol estratégico que tiene la comunicación para mejorar el clima laboral y las buenas relaciones interpersonales entre todos sus miembros.
- Se conoció las principales debilidades de comunicación que existe en la organización puesto que no se aplica una política de comunicación en el plan estratégico de la empresa y al mismo tiempo no se estipulan las herramientas que se deben utilizar para llevar a cabo una verdadera comunicación.
- Se pudo evidenciar que a pesar de sentirse identificados con la empresa no están totalmente de acuerdo con la forma de comunicación que se practica.
- Se pudo analizar la importancia que tiene la comunicación dentro de las organizaciones y el rol estratégico que debe tener el comunicador organizacional al momento de transmitir los mensajes a sus trabajadores en la toma de decisiones.
- Es necesario que se tome muy en serio el rol que tiene la comunicación como estrategia para desarrollar y motivar el talento humano dentro de la organización, entendiéndose que sin comunicación no hay progreso.

RECOMENDACIONES

- La organización debe mantener activas las diversas formas de comunicación para que sus colaboradores puedan comunicarse y mantener un clima laboral y relaciones interpersonales productivas.
- Establecer un plan estratégico en la empresa que permita que sus colaboradores conozcan oportunamente cuales son los mecanismos de comunicación que se utilizan dentro de la organización, para mantener una buena gestión.
- Fomentar la comunicación como parte de la identidad y de la cultura organizacional, para que de esta manera la organización cumpla con su misión, visión, y objetivos orientados a generar ganancias, sostenibilidad y desarrollo.
- Trabajar de manera conjunta por el bienestar de cada uno de los colaboradores de la empresa con el fin de mejorar el clima laboral a través de la comunicación organizacional.
- Motivar permanente al talento humano, mediante relaciones interpersonales positivas que produce una comunicación asertiva para lograr cada uno de los objetivos de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- García Jiménez Jesús (s.f). La comunicación Interna en las Organizaciones Libro Comunicaciones Interna, disponible en la página web. <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/7425/4/TFM000339.pdf>
- CHIAVENATO; Idalberto; “Gestión Del Talento Humano”, Segunda edición, editorial McGrawhill, Colombia 2014, p.6.
- De Fonseca, M. (2014. p.4) Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica. México DF, México: Editorial Pearson Educación, 2000.
- Fernández, M. (2014. P.2). Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo. Revista digital EF Deportes. Recuperado de: efdeportes.com
- Graverán D. (2017). Propuesta de Manual de Gestión de la Comunicación Interna para el Centro Nacional de Biopreparados. Trabajo de Diploma. Facultad de Comunicación. Universidad de la Habana.
- Maldonado Williman Héctor (2015) Comunicación Oral. Disponible en <https://espaciovirtual.wordpress.com/2008/02/05/comunicacion-oral-2/>
- Marcondes Filho, C. (2014, p.15), Até que ponto de fato nos comunicamos?, São Paulo, Paulus. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/860/86005104.pdf>
- Martínez, A. (2014, p. 2). Comunicación Organizacional Práctica. Manual Gerencial. México DF, México: Editorial Trillas.
- Ortiz Zamudio, G., 2010. La importancia de la comunicación interna en el fortalecimiento de las relaciones laborales entre el personal docente y administrativo de la universidad interactiva y a distancia del estado de Guanajuato. Disponible en <https://repositorio.una.edu.ni/3128/1/tne20n574.pdf>
- Pinales (2014, p.11). Comunicación Oral y escrita. México. Editorial Trías.

Real Academia Española. Comunicación Oral disponible en <https://espaciovirtual.wordpress.com/2008/02/05/comunicacion-oral-2/>

UDLAP. (2015). comunicación organizacional. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf

Kreps Gary (s.f). Comunicación Interna, disponible en la página web. <https://anahisestefania94.wordpress.com/2014/07/29/comunicacion-interna-y-externa/>

Trelles I. (2014). “Modelo de gestión de la comunicación en organizaciones” Tesis de Doctora en Ciencias de la Comunicación. Universidad de La Habana, Facultad de Comunicación.

ANEXOS

INSTRUMENTO

El propósito de este cuestionario es identificar, describir y señalar los principales métodos que nos permitan utilizar la comunicación como estrategia de desarrollo del talento humano en la ECCP.

Recuerde que las respuestas son opiniones suyas basadas en su experiencia de trabajo por lo tanto no hay respuesta correcta ni incorrecta.

Agradezco su colaboración y honestidad en el desarrollo y esta prueba. conteste por favor todas las preguntas y evite hacerlo al azar.

Objetivo: por medio de este cuestionario se busca identificar las formas como se comunican los colaboradores de la ECCP y conocer las falencias comunicativas al interior de la misma

Datos: Edad _____ Hombre _____ Mujer _____

Tiempo de trabajo en la empresa: _____

Área de trabajo: _____

Marque con "X" cada una de las siguientes preguntas:

1	¿Se siente usted identificado con su institución?	Si	No	No responde		
2	¿Conoce si en su empresa existe un plan de comunicación?	Si	No	No responde		
3	¿Cuándo recibe un mensaje a través de algún medio de comunicación interna, identifica claramente quién se lo envía?	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca	
4	¿A través de qué medios de comunicación se envían los mensajes?	Mensajes	Llamadas	Expresión oral	Ninguno de los anteriores	
5	¿Tiene usted acceso a la información de la empresa necesaria para la realización de su trabajo?	Lo necesario	Poco	Nada	Nunca ha buscado	
6	¿A través de quien recibe usted información relacionada con su trabajo dentro de la organización?	Director Administrativo	Compañero	Director Pedagógico	Secretaría	Ninguno de los anteriores
7	¿Considera usted que los medios de comunicación que utiliza la empresa son efectivos?	Si	No	No responde		

8	¿Considera que la forma en que sus compañeros se comunican con usted es clara?	Si	Más o menos	No	No responde	
9	¿Los mensajes que se emiten en la institución se reciben oportunamente?	Si	No	A veces	No responde	
10	¿Es fácil comunicarse con los miembros de la organización?	Si	No	A veces	No responde	
11	¿Conoce los reconocimientos que brinda la organización a sus empleados?	Mucho	Poco	Nada		
12	¿considera usted que los reconocimientos y formas de comunicación interna hacen que el clima de su empresa sea agradable?	Mucho	Poco	Nada		
13	¿Qué medios de comunicación considera usted incrementan el nivel de motivación?	Reuniones	Email	Boletines	Intranet	Carteleras
14	¿Qué eventos considera usted incrementan la satisfacción?	celebración de Cumpleaños	Días de integración	Desempeño	Cumplimiento de objetivos	Juegos deportivos
15	¿Su institución brinda seminarios de capacitación que le permita desarrollar sus habilidades y conocimientos?	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca	
16	¿Existe la oportunidad para dar a conocer sus ideas y compartir los mejores conocimientos dentro de su área de trabajo?	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca	
17	¿Recibe en el momento oportuno la información que necesita para el desarrollo de su trabajo?	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca	
18	¿Considera que las formas de comunicación que utilizan actualmente la organización es la correcta?	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca	
19	¿Existe la comunicación entre compañeros de trabajo que permita el desarrollo de buenas relaciones interpersonales?	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca	
20	¿Al momento de tomar decisiones importantes se toma en cuenta sus opiniones, ideas o sugerencias?	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca	

MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN