



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE**

CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

TEMA:

**"LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS
ORGANIZACIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE
MANABÍ EXTENSIÓN CHONE"**

AUTOR:

LÓPEZ ZAMBRANO JAIRO ROGELIO

TUTOR:

DR. HOLGER MUÑOZ PONCE

CHONE-MANABÍ- ECUADOR

2016

Dr. Holger Muñoz Ponce, Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone, en calidad de tutor:

CERTIFICO:

Que el presente TRABAJO DE TITULACION: "LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS ORGANIZACIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE", ha sido exhaustivamente revisado en varias sesiones de trabajo, se encuentra listo para su presentación y apto para su defensa.

Las opiniones y conceptos vertidos en este Trabajo de Titulación son fruto del trabajo, perseverancia y originalidad de su autor: López Zambrano Jairo Rogelio, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, agosto del 2016

Dr. Holger Muñoz Ponce
TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de las opiniones, investigaciones, resultados, conclusiones y recomendaciones presentados en este trabajo de titulación, son de exclusividad de su autor.

Chone, agosto del 2016

López Zambrano Jairo Rogelio

AUTOR



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE**

CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema: “LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS ORGANIZACIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE”, elaborado por el egresado LÓPEZ ZAMBRANO JAIRO ROGELIO de la carrera de Comunicación Organizacional

Chone, agosto del 2016

Ing. Odilón Schnabel Delgado

DECANO

Dr. Holger Muñoz Ponce

TUTOR

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
SECRETARIA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios principalmente, a mis padres que son pilares fundamentales, mi familia y todos aquellos que me apoyaron en este camino profesional.

Jairo López

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por permitirme cumplir una de las tantas metas de mi vida, a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” por ser el templo del saber en dónde me formé como profesional, a mi Tutor Dr. Holger Muñoz por su guía y tiempo en este proceso y a todos los docentes que impartieron sus cátedras en el aula de clases y a todos aquellos que contribuyeron en este logro alcanzado.

El Autor

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Pag
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE.....	vii
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
2.1. Contextos.....	3
2.1.1. Contexto Macro.....	3
2.1.2. Contexto Meso.....	4
2.1.3. Contexto Micro.....	5
2.2. Formulación del Problema.....	6
2.3. Delimitación del Problema.....	6
2.3.1. Campo.....	6
2.3.2. Área.....	6
2.3.3. Aspectos.....	6
2.3.4. Delimitación espacial.....	6
2.3.5. Delimitación temporal.....	6
2.4. Interrogantes de la investigación.....	6
3. JUSTIFICACIÓN.....	7
4. OBJETIVOS.....	8
4.1. Objetivo General.....	8
4.2. Objetivos Específicos.....	8
CAPÍTULO I	
5. MARCO TEÓRICO.....	9

5.1. La Comunicación.....	9
5.1.1. Definición.....	9
5.1.2. Modelos de la comunicación.....	9
5.1.3. Elementos de la comunicación.....	27
5.1.4. Barreras para una comunicación efectiva.....	28
5.2. Procesos organizacionales.....	28
5.2.1. Definición.....	28
5.2.2. La estructura y el proceso organizacional.....	29
5.2.3. Comunicación organizacional.....	30
5.2.4. Flujos de comunicación organizacional.....	30
5.2.5. Etapas del Proceso organizacional.....	31

CAPÍTULO II

6. HIPÓTESIS.....	42
6.1. Variables.....	42
6.1.1. Variable Independiente.....	42
6.1.2. Variable Dependiente.....	42
6.1.3. Término de Relación.....	42

CAPÍTULO III

7. METODOLOGÍA.....	43
7.1. Tipo de Investigación.....	43
7.2. Nivel de investigación.....	43
7.3. Métodos.....	43
7.4. Técnicas de recolección de información.....	44
7.5. Población.....	44
7.6. Muestra.....	45
8. MARCO ADMINISTRATIVO.....	47
8.1. Recursos Humanos.....	47
8.2. Recursos Financieros.....	47

CAPITULO IV

9. RESULTADOS OBTENIDOS Y ANÁLISIS DE DATOS.....	48
10. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	70

CAPITULO V

11. CONCLUSIONES.....	71
12. RECOMENDACIONES.....	72
13. BIBLIOGRAFÍA.....	73
13.1. Webgrafía.....	77
14. Anexos	

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación ha existido por siempre en la humanidad, con el pasar del tiempo su rol en la sociedad se ha fortalecido, logrando así una evolución importante, ahora son muchos los medios o canales por los cuales se puede efectuar este proceso comunicativo.

A nivel empresarial e institucional la comunicación requiere de mucho trabajo, ya que se debe cuidar como se efectúa tanto internamente como externamente, el desarrollo y el éxito de la organización dependerá mucho de aquello.

Los procesos organizacionales son un conjunto de métodos que toda empresa debe planificar para desarrollar adecuadamente todas sus actividades institucionales, estas a su vez dependen mucho de los flujos comunicacionales.

Por ello el investigador busca analizar y determinar la influencia que tiene la comunicación en los procesos organizacionales, para lo cual tomó como referencia y campo de estudio la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone, considerando que es una institución que presenta falencias en lo antes expuesto.

En el capítulo I, se define la comunicación como un proceso mediante el cual las personas se pueden contactar con otras por medio de un mensaje, esperando una respuesta, puede ser una opinión, una conducta e incluso una actividad, es decir la comunicación es la forma de entablar contacto con las personas a través de ideas, hechos, pensamientos y conductas. Comúnmente, “la intención de quien comunica es cambiar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación”, según Martínez y Nosnik (1998:11).

Por otro lado Masliah Valerie (2008) menciona que, “es un proceso mediante el cual una empresa desarrolla y ejecuta organizadamente sus actividades y operaciones aplicando los principios que le permitan en conjunto tomar las mejores decisiones para ejercer el control de sus bienes, compromisos y obligaciones que lo llevaran a un posicionamiento en los mercados tanto nacionales como internacionales”.

En el capítulo II, se planteó la hipótesis de la investigación, la cual está determinada de la siguiente manera: “La comunicación influye en los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone durante el segundo semestre del año 2015”.

En el capítulo III, se estableció la metodología, en la cual se detalla los tipos de investigación que son de campo y bibliográfico, en cuanto a los niveles se aplicaron el exploratorio y el descriptivo. Además los métodos son inductivo – deductivo, analítico y estadístico; y las técnicas de recolección de datos son la entrevista y las encuestas.

En este capítulo también se detalló la población que es de 233 personas y la muestra de la investigación que se tomó es de 83 personas, seguido del marco administrativo con los recursos humanos y financieros.

En el capítulo IV, el investigador detalla los resultados obtenidos y el análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos y las técnicas de recolección de información, así como también la entrevista realizada y la comprobación de la hipótesis.

En el capítulo V, se encuentran las conclusiones y recomendaciones a las que llegó el investigador después de todo el proceso investigativo realizado en la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone y finalmente la bibliografía y los anexos, entre ellos la propuesta.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Contexto

2.1.1. Contexto Macro

La comunicación a nivel mundial se ha convertido es una herramienta indispensable, ya que es utilizada por todas las personas, en todos los países, para diferentes fines.

A nivel personal los seres humanos la usan principalmente para estar en contacto con sus seres queridos que se encuentran lejos, la comunicación les permite acercarse a ellos por diferentes medios, los cuales con la tecnología son muy rápidos. La comunicación entre países es otro aspecto importante, sin la comunicación el mundo sería otro, pues ésta permite que las naciones y sus gobernantes lleguen a acuerdos, tratados y se ayuden unos a otros en pro y beneficio de su país y ciudadanos.

“Ya no es solo importante la comunicación como imagen hacia el público sino que es fundamental dentro de la empresa. Los rumores son los tumores de la organización, ya que pueden provocar un mal ambiente de trabajo, generar una mala imagen de la empresa, dificultan las relaciones dentro de los distintos departamentos, y una infinidad más de problemas traducidos en pérdidas de dinero que serían sencillamente resueltos a través de una comunicación fluida dentro de la organización. Además la existencia de una buena transmisión de información tanto de forma interna como externa, debemos tener en cuenta una condición básica: la necesidad de adaptarse a los cambios en el ámbito de la comunicación”¹.

Los procesos organizacionales también son parte de estas relaciones, sobre todo entre países, ya que se debe proceder protocolariamente, cada país es una organización y como tal se maneja con procesos que se establecen internamente.

¹ <https://martafolgueira.wordpress.com/2012/01/19/la-importancia-de-la-comunicacion-en-el-mundo-empresarial/>

En toda empresa a nivel mundial, sobre todo las grandes compañías manejan mucho el departamento de comunicación y llevan a cabo procesos organizacionales, estos generan los lineamientos necesarios para que la organización tenga una adecuada comunicación y con ello el éxito empresarial.

2.1.2. Contexto Meso

La comunicación en el Ecuador está regida por una Ley Orgánica de Comunicación que se encarga de garantizar una comunicación responsable por parte de los profesionales y los medios.

La Ley Orgánica de Comunicación, fue aprobada el 14 de junio por la Asamblea Nacional, para ellos significa una victoria de las organizaciones sociales que se mantuvieron por un tiempo luchando por mejores condiciones para ejercer el derecho humano a la comunicación y el acceso universal a las tecnologías y medios que la facilitan.

“Ecuador logra así un avance realmente histórico, porque abre la posibilidad de que las voces de los excluidos y excluidas puedan expresarse a través de sus propios medios de comunicación. Ahora los medios públicos y comunitarios tienen una Ley que los ampara y promueve. Nunca más los medios comunitarios podrán ser perseguidos como ilegales o piratas. Gana la democracia, gana el país y ganan los sectores populares, que por siglos fueron condenados al silencio.

Otro aspecto positivo de la Ley es que, con la restricción a los monopolios y oligopolios (Art 113), se garantiza una mayor diversidad y pluralidad de voces en la esfera pública. A partir de ahora los medios están obligados a difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de, al menos, 5% de su programación diaria (Art. 36). La Ley también garantiza la inclusión de las personas con discapacidad a través de diversas medidas (Art. 37).

La ciudadanía cuenta con mayores garantías para acceder a información de calidad elaborada con responsabilidad social. Los trabajadores y trabajadoras de los medios contarán con mejores condiciones para desempeñar su trabajo, con respeto a sus derechos laborales”².

2.1.3. Contexto Micro

La comunicación y los procesos organizacionales son indispensables en toda institución, ya que actualmente resulta importante aplicar una correcta comunicación interna y externa, al igual que establecer procesos de comunicación para el desarrollo de la institución.

En la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone la comunicación no es la más adecuada por lo que resulta importante investigar las causas de aquello, cómo se está dando, que aspectos intervienen y de qué manera esto podría afectar a los procesos organizacionales.

La institución debe manejar procesos organizacionales en sus diferentes áreas, muchos desconocen estos procesos o quizás algunos no lo apliquen por ello el investigador indagará sobre aquello para lograr un resultado real de lo que está sucediendo.

La falta de planes comunicacionales dentro de la institución imposibilita el correcto proceso organizacional que se debe llevar a cabo en dicha entidad educativa, teniendo en cuenta que es importante informar a la comunidad estudiantil de todo los acontecimiento e información de interés, así como también se debe tener un proceso de comunicación eficiente con las personas que laboran en la institución, identificándose algunas falencias en estos procesos. Además cabe recalcar que toda organización refleja todo cuanto sucede en su interior y mediante ello genera una imagen y reputación en base a lo que proyecta a sus públicos tanto interno como externo.

² <http://www.alainet.org/es/active/65989>

2.2. Formulación del Problema

¿Cómo influye la comunicación en los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone durante el segundo semestre del 2015?

2.3. Delimitación del Problema.

2.3.1. Campo: Organizacional

2.3.2. Área: Procesos -organizacionales

2.3.3. Aspectos:

- a) La Comunicación
- b) Procesos Organizacionales

2.3.4. Delimitación Espacial: El trabajo investigativo se llevó a cabo en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.

2.3.5. Delimitación Temporal: Se utilizaron información proporcionada del segundo semestre del año 2015 para la investigación.

2.4. Interrogantes de la Investigación

¿Cómo es la comunicación en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone?

¿Qué tipos de comunicación mantienen los docentes con la comunidad estudiantil y viceversa?

¿Cuáles son los procesos organizacionales que se manejan en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone?

¿Cuál es la relación entre la comunicación y los procesos organizacionales en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone?

3. JUSTIFICACIÓN

Es de gran **interés**, porque en la actualidad resulta indispensable mantener una buena comunicación dentro y fuera de las instituciones; y por ende procesos organizacionales bien definidos que aporten positivamente al desarrollo de las entidades.

La presente investigación es de gran **importancia** para la comunidad universitaria, ya que ellos son los beneficiarios directos de los resultados que se obtengan y las soluciones que se brindarán a fin de mejorar sus procesos organizacionales por medio de la comunicación, así como también es importante para la ciudadanía en general por los aportes que esta brinda.

El trabajo investigativo aportó con nuevos conocimientos en el área de la comunicación, además fortaleció la capacitación profesional del investigador posee permitiéndole descubrir nuevos aspectos de la comunicación y su relación con los procesos organizacionales.

El trabajo es completamente **original** ya que cuenta con el aporte y los conocimientos del investigador quien lo realizó basado en su enfoque crítico y analítico del problema, además la universidad no cuenta con una investigación igual en su biblioteca.

Se considera **factible** la investigación porque fue financiado en su totalidad por el investigador, quien se mantuvo dispuesto y listo para desarrollarla a nivel profesional y económico.

Finalmente se puede afirmar que el trabajo de investigación cumple con la **misión** y **visión** de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone, ya que se realizó con total profesionalismo y en beneficio de la sociedad para aportar mejoras a su estilo de vida.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Determinar la comunicación en los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone durante el segundo semestre del año 2015.

4.2. Objetivos Específicos

- Analizar la comunicación que se efectúa en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.
- Identificar los tipos de comunicación entre docentes y estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.
- Establecer los procesos organizacionales que se manejan en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.
- Indagar la relación que tienen la comunicación con los procesos organizacionales en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.
- Plantear una estrategia como solución a la problemática presentada para mejorar la comunicación y los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.

CAPÍTULO I

5. MARCO TEÓRICO

5.1. La Comunicación

5.1.1. Definición

La comunicación es un proceso mediante el cual las personas se pueden contactar con otras por medio de un mensaje, esperando una respuesta, puede ser una opinión, una conducta e incluso una actividad, es decir la comunicación es la forma de entablar contacto con las personas a través de ideas, hechos, pensamientos y conductas. Comúnmente, “la intención de quien comunica es cambiar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación”, según Martínez y Nosnik (1998:11).

Por otro lado Fiske (1984:112) señala a “la comunicación como el acto de transmitir información, ideas, emociones, habilidades, por medio del uso de símbolos, palabras, cuadros, figuras y gráficos”.

Antonio Pasquali (1978) menciona que “la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social” (citado en: www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/gerl/mogescomorg.htm).

5.1.2. Modelos de la comunicación

Uno de los primeros en ilustrar el proceso de la comunicación fue Aristóteles, quien menciona que los elementos de la comunicación se agrupan en tres niveles, estos son.

- “El quien – emisor
- El qué – mensaje
- El quién – receptor” (Flores de Gortari, 1998:13)

Otro de los modelos de comunicación es el que establece Harold Laswell, quien afirma que la comunicación es como el proceso que menciona Aristóteles, pero en forma de preguntas, agregándoles algunos aspectos:

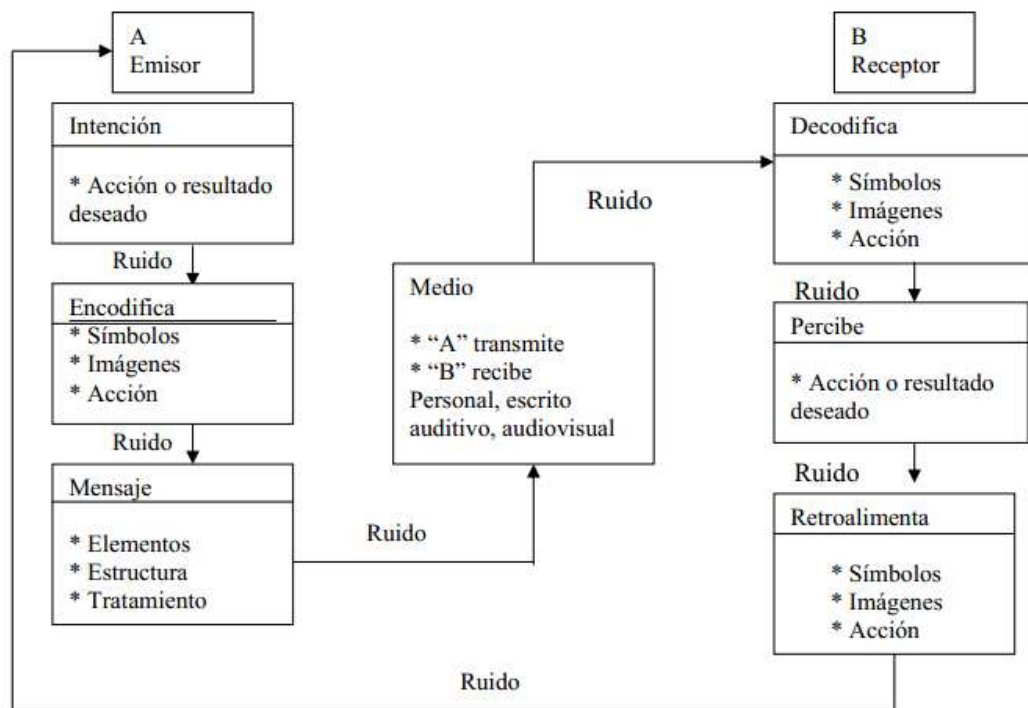
- “¿Quién dice qué?”
- ¿A quién?
- ¿En qué canal?
- ¿Con qué efectos? (Laswell, 1948).

En dicho modelo Laswell agrega los canales de comunicación y los efectos con el que se produce a diferencia del modelo de Aristóteles, ya que en el proceso de comunicación se requiere de un medio o canal por el cual se transmite el mensaje y este a su vez genera efectos.

El modelo de comunicación más utilizado y considerado uno de los más completos es el desarrollado por Shannon y Weaver (1948), en donde los elementos básicos son:

- “Fuente o emisor
- Encodificación
- Mensaje
- Medio
- Decodificación
- Receptor
- Retroalimentación” (Martínez y Nosnik, 1998:13)

Mediante este modelo se logra la retroalimentación, de esta manera se obtienen datos que permiten darse cuenta, si se están alcanzando los objetivos planteados y de no ser así, se podrán cambiar o modificar algunos aspectos que no estén funcionando.



Act
12.1

Aristóteles, en su "Retórica" dijo que tenemos que considerar tres componentes en la comunicación: el orador, el discurso y el auditorio. La mayoría de modelos de comunicación no se apartan demasiado de lo que nos dijo Aristóteles.

Desde el punto de vista de la Psicología de la Comunicación y siguiendo a Cuesta (2000), existen dos tendencias generales de estudio desde la perspectiva epistémico- metodológica: una tendencia estructural que agrupa los modelos de orientación empírico-analítica y otra funcional a la que pertenecen los modelos teóricos –integracionistas.

Vamos a pasar a desarrollar brevemente las características de cada modelo.

Modelos de orientación empírico-analítica

Son semejantes a los modelos físicos y dan explicaciones causales e inflexibles.

- *Modelo de uso y gratificaciones:* Los receptores son sujetos capaces de emplear los medios en función de “sus intereses”, presentan actividad.

- *Modelo de la espiral del silencio o modelo de Noelle-Neuman (1974)*: Desarrollan la noción de equilibrio cognitivo, que alude a la inclinación presentada por las personas para evitar el aislamiento de sus contenidos cognitivos con relación a los grupos de los cuales son miembros.
- *Modelo de la agenda*: Es el proceso anterior justo para la creación de la emisión del mensaje y el acto de la comunicación o incomunicación. Con el objetivo de realizar un sesgo del flujo de estímulos que por los medios de comunicación alcanza los receptores.
- *Modelo de la hiperespecialización y el distanciamiento*: Los sujetos dependen de campos topográficos de información desiguales, implicando que la información procesada, almacenada y retenida no es igual en un proceso acumulativo, con lo que se crea una desigualdad cada vez mayor y una separación en los aspectos relativos al conocimiento e información comparando los grupos sociales entre sí.

Modelos teóricos-integracionistas

Desarrollan análisis funcionales y tienen una mayor aproximación a la realidad.

1. Modelos básicos: modelos derivados de la formulación de Lasswell (1948), modelo matemático de la teoría de la información (Shanon y Weaver, 1949; De Fleur, 1966), modelo circular (Osgood y Schramm, 1957), modelo de la espiral (Dance, 1967) y el modelo general de la comunicación (Gerbner, 1972).
2. Modelos del equilibrio cognitivo: Modelo de Heider (1946), de Newcomb(1953), de Osgood y Tannenbaun (1955), de Festinger (1957), de Klapper (1960) y modelo de McLeod y Chaffee (1973).
3. Modelos Sociológicos: Modelo de Riley y Riley (1959). Organiza el fenómeno de la comunicación vinculado con facetas psicológicas y sociales.
4. Modelo de Maletzke (1963). Este modelo se caracteriza por dos componentes: la amplitud (grado de detalle del modelo) y la interacción existente entre el medio (características psicosociales) y su receptor (características psicosociales).

Los primeros modelos de comunicación fueron los denominados “modelos de aguja hipodérmica”, modelos simples de Estímulo-Respuesta (E-R,). Las aportaciones realizadas por Laswell, Lazarsfield, Hovland y Lewin, mostraron que había algo más, que existían cambios en la gente entre el estímulo y la respuesta, surgiendo un nuevo modelo de Estímulo-Organismo-Respuesta (E-O-R) Galeano (1997).

Modelo de Laswell

Se considera el primer modelo de comunicación. Laswell a partir del estudio de la comunicación de masas intenta hacer una “teoría de la transmisión de mensajes”. En 1948 en su artículo Estructura y función de la comunicación en la sociedad (Rodrigo, 1995) formula su modelo tal y como lo conocemos hoy, con su famosa definición del acto de comunicación que piensa debe contestar a las siguientes cuestiones: “¿Quién, dice qué, en qué canal, a quién, con qué efecto?”. Su objetivo era establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos. La fórmula de Lasswell aparece representada en la Figura 1.



Figura 1. Fórmula de Laswell del proceso de la comunicación (Laswell, 1948)

A partir de este momento el estudio del proceso de la comunicación tiende a concentrarse sobre una u otra de esas cuestiones dando lugar a diferentes enfoques. Bradok (1958) añade dos aspectos al modelo de Laswell, las circunstancias en que se envía un mensaje y el propósito con el que el comunicador dice algo (McQuail y Windhal 1997). Este modelo aparece representado en la Figura 2.

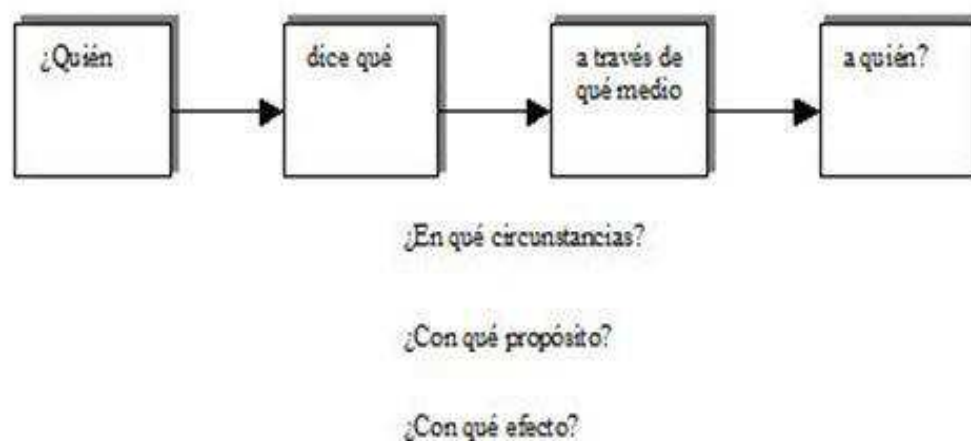


Figura 2. Perfeccionamiento del modelo de Lasswell hecho por Bradok (1958). (McQuail y Windhal, 1997, p. 42)

Modelo de Shannon y Weaver

En este modelo se entiende la comunicación como un “proceso de transferencia de información” lineal y unidireccional. Se trata de un modelo o, más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética. Cuando Shannon habla de información, habla de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje.

El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje, independientemente de su significación y ha sido empleado analógicamente para el estudio de la conducta y la lingüística. Señala cinco funciones que se tienen que cumplir (fuente, transmisor, canal, receptor, destino) y el factor “ruido” como elemento disfuncional que puede influir, precisamente en el canal. Hernández Mendo y Garay (2005). La representación gráfica aparece en la Figura 3.



Figura 3. Modelo de Shannon y Weaver (1949). (McQuail y Windhal, 1997, p. 42)

Desde el punto de vista lingüístico, Chomsky y Jakobson basándose en el modelo de Shannon contribuyen al estudio de las funciones del lenguaje asociadas a cada elemento que formaba parte de su esquema sobre la comunicación. Este modelo aparece reflejado en la Figura 4.

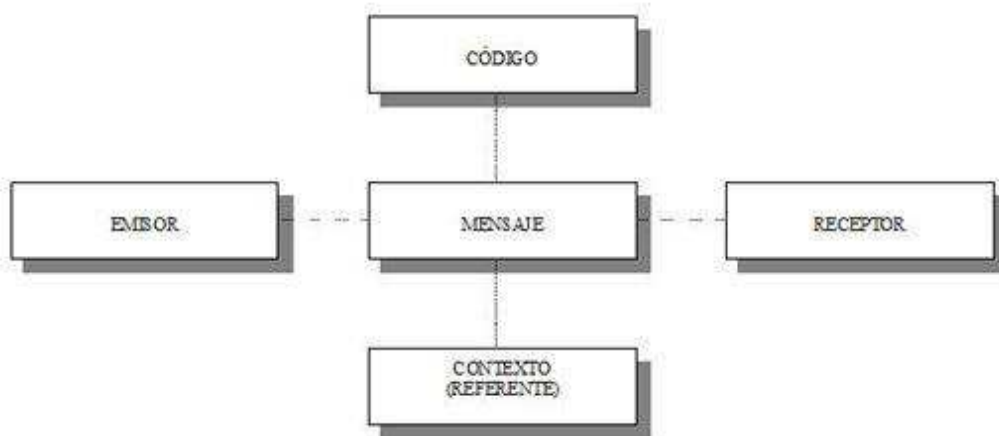


Figura 4. Esquema de comunicación de Jakobson (1961) (Loscertales y Gómez Delgado, 1998, p. 252)

Modelo de DeFleur

Este autor agrega una serie de componentes al modelo previo de Shannon y Weaver (1949) con el objeto de exponer el modo en que la fuente adquiere su retroalimentación aumentando la posibilidad de una correspondencia entre el

significado del mensaje generado y el mensaje recibido (isomorfismo) DeFleur (1966). Se representa en la Figura 5.

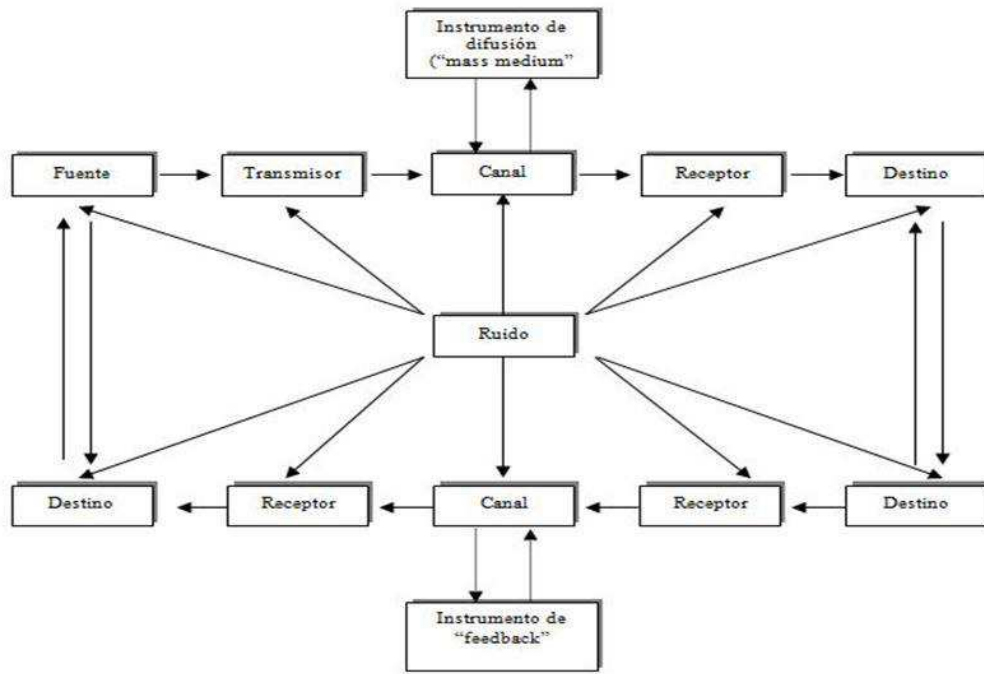


Figura 5. Modelo de DeFleur (1970). Adaptación del modelo de Shannon y Weaver. (McQuail y Windhal, 1997, p. 46)

Modelo de Osgood y Schramm

Schramm (1954) presentó este modelo tomando como base a Osgood (1957). Estos autores expresan que no puede comprenderse la comunicación como si se comenzara en un lugar y se terminara en otro. La comunicación no es un proceso lineal como proponía el modelo de Shannon, y Weaver, sino que es fundamentalmente circular.

Por otra parte, centran la atención en la conducta de los actores principales en el proceso comunicativo, a diferencia del modelo de Shannon que apunta a los canales que realizan la mediación entre emisores y receptores de forma primordial. Plantean que las partes del proceso son iguales y realizan funciones idénticas: codificación, decodificación e la interpretación. La función codificadora es

equiparable a la transmisión (del modelo de Shannon y Weaver) y la descodificadora a la recepción (del modelo de Shannon y Weaver). El modelo de Osgood y Schramm (1945) va más allá que el de De Fleur al considerar que los participantes en el proceso de comunicación realizan funciones análogas: codificar, descodificar e interpretar. En lugar de centrar su atención en el canal, presta especial atención a los actores de la comunicación, tratándolos como puntos de origen y destino idénticos.

En este modelo se observa la influencia de la perspectiva psicolingüística de Osgood, que tiende a confundir a los actores de la comunicación con los participantes en un diálogo y que, en consecuencia, hacen al modelo especialmente útil para el estudio de la comunicación interpersonal, pero no tanto para el de la comunicación colectiva o de masas. El modelo de Osgood y Schramm (1954) está representado en la Figura 6.

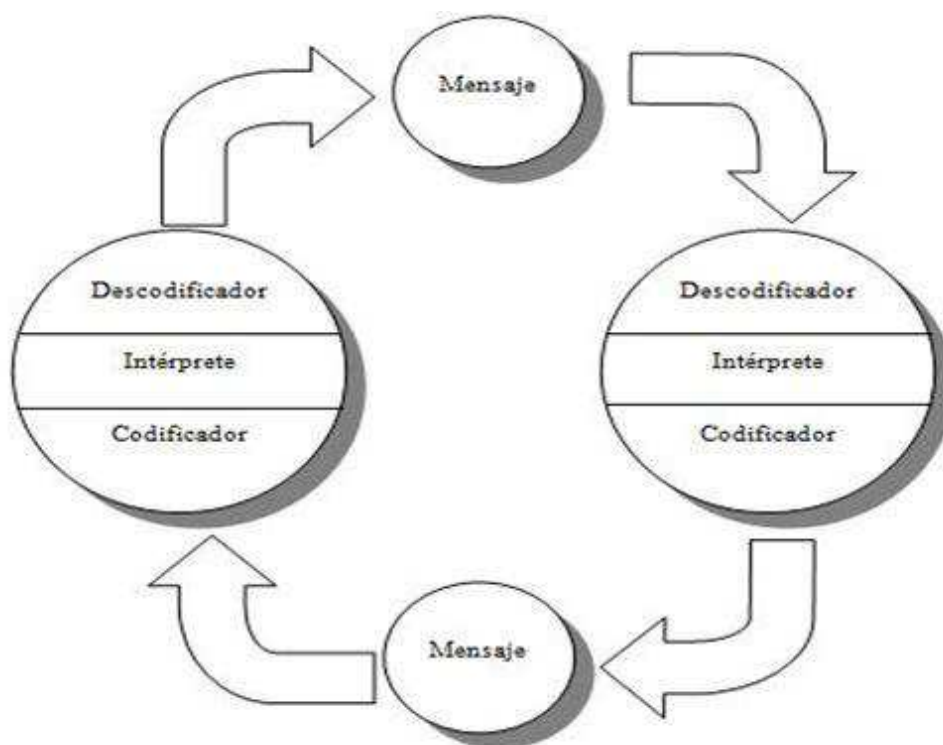


Figura 6. Modelo de Osgood y Schramm (1954). (McQuail y Windhal, 1997, p.

47)

El modelo de la espiral de Dance

El modelo de la espiral de Dance (1967) se trata de un desarrollo del modelo de Osgood y Schramm (1954). Es un modelo centrado en la naturaleza del proceso comunicativo y no tanto de sus elementos.

El recurso a la espiral obedece a una idea de Dance, que opina que los modelos circulares no están en lo cierto al considerar que la comunicación vuelve al punto de partida. Indudablemente, si lo característico de la comunicación es que produce efectos podríamos decir que transforma, entonces el proceso de vuelta será a un punto diferente o a un participante con una actitud diferente, del que fue origen. A su vez la espiral subraya el carácter dinámico (frente a una imagen “congelada” del proceso) cambiante de la comunicación, en la que cada acontecimiento tiene incidencia sobre el siguiente, y permite así concebir una comunicación que se desplaza hacia delante, en la que se incremente el grado de entendimiento y la relación comunicativa entre los actores.

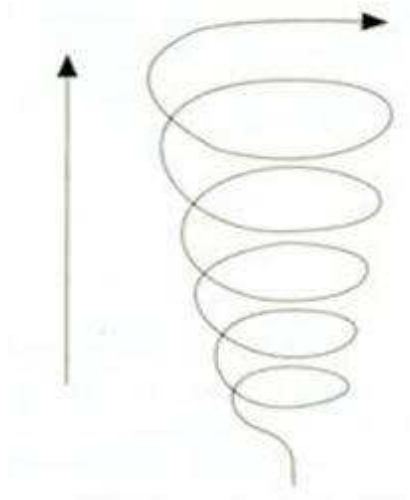


Figura 7. Modelo en espiral de Dance (1967). (McQuail y Windhal, 1997, p. 49)

El modelo general de la comunicación de Gerbner

Este modelo pretende expresar la dinámica de todas las formas de comunicación (interpersonal, grupal, masiva, etc.) en referencia a los dos elementos (el productor

de la información y el receptor de la misma) que realizan una transacción. De esta forma, Gerbner establece la comunicación como una negociación o un intercambio, prestando especial atención a la fuente o emisor. Para este modelo los procesos de comunicación consisten fundamentalmente en lo siguiente:

- «Alguien percibe algo (A) y reacciona, en una situación, a través de unos medios, con el fin de hacer disponibles unos materiales, con una cierta forma, y en un contexto, transmitiendo un contenido, con ciertas consecuencias»

La utilización de los componentes de este modelo se efectúa a modo de las piezas de un mecano. Por lo que puede describir tanto los procesos sencillos y complejos de la comunicación como los de generación (de mensajes) y de percepción (de los mensajes y de los acontecimientos sobre los que se asienta la comunicación). Así, este modelo posibilita proponer cuestiones no solamente referentes a la naturaleza de la generación o producción y la percepción sino también sobre la relación entre ambas.

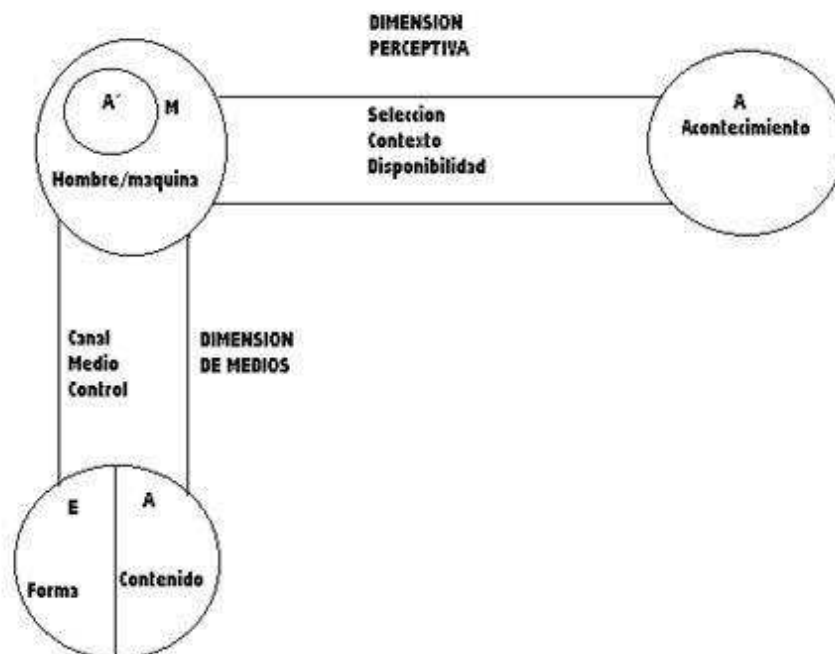


Figura 8. Modelo de la comunicación general de Gerbner (1956)

M percibe A como A'. (McQuail y Windhal, 1997, p.52)

En la Figura 8 el símbolo A se refiere a lo percibido (el acontecimiento), A' a como lo percibe el perceptor, y M representa o bien a un ser humano o bien a una máquina en otro contexto diferente al humano.

El modelo ABX de Newcomb

El modelo ABX de Newcomb (1953), fue establecido basándose en los trabajos de Heider (1946) McQuail y Windhal (1997).

Heider investigó acerca de los procesos cognoscitivos internos de los participantes en una conversación (A y B). En sus trabajos planteó que la base afectiva (aprecio o rechazo) de una relación conversacional tiende articularse sobre el objeto de referencia (X), de modo que cuando se establece ese equilibrio entre A, B y X, se establece una relación resistente al cambio. Mientras que en el caso de desequilibrio, se manifestaría un intento de restablecimiento de equilibrio “cognoscitivo” McQuail y Windhal (1997).

Newcomb que trabajaba en el campo de la psicología de la comunicación, aplicó las investigaciones de Heider al ámbito de la comunicación interpersonal, postulando que la comunicación tiende a establecer relaciones de simetría entre los participantes. *(La comunicación desempeña la función esencial de capacitar a dos o más individuos para que mantengan una orientación recíproca simultánea entre ellos y con respecto a los objetos del entorno exterior Newcomb, 1953)*”

Este papel “simetrizador” o “equilibrador” de la comunicación es especialmente útil en situaciones de tensión, incertidumbre o desequilibrio: cuando existen discrepancias entre A y B respecto de X, la comunicación acerca de X tenderá a equilibrar la relación. De acuerdo con este modelo, la comunicación sólo se activa si existe una relación entre A y B y si al menos uno de ellos se halla interesado en X que tiende a mostrarse de acuerdo (percepción selectiva) Rodrigo (1995).

El modelo resultaría un triángulo (Figura 9), cuyos vértices simbolizan los individuos A y B y al objeto X que se encuentra en su entorno común. Asimismo existe una orientación mutua de un individuo hacia el otro y se observa una

orientación de ambos con relación a X. De esta manera, la comunicación se comprende como un proceso que sustenta la estructura de la orientación, y que se activa si existe una relación entre A y B y si al menos uno de ellos está interesado en B. Produciéndose un mantenimiento o una mejora de la simetría de la relación entre los tres elementos al transmitir información sobre todo cambio producido, y al posibilitar la realización de reajustes Rodrigo (1995).

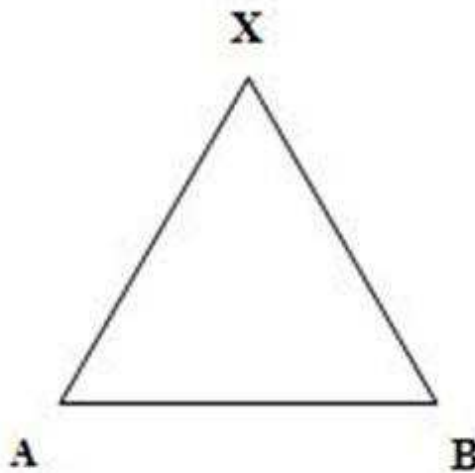


Figura 9. El modelo de Newcomb, en el que dos individuos (A y B) están orientados entre sí y en relación a otros. (McQuail y Windhal, 1997, p. 55)

De este modelo podemos sacar dos proposiciones:

- Se estimulará la comunicación cuando existan discrepancias relativas a su orientación hacia el objeto X.
- De esta comunicación derivará una tendencia al restablecimiento del equilibrio, que sería el “estado normal” de un sistema de relaciones.

Newcomb (1959) agregará posteriormente que solamente se llevará a cabo, una activación de la comunicación cuando:

- Exista atracción intensa entre las dos personas.
- El objeto resulte significativo, aunque solamente lo sea para una de ellas.

- El objeto sea importante para las dos personas.

Modelos teóricos desde el punto de vista de la Psicología Social

Desde el punto de vista social y siguiendo a Lucas Marín (2003), puesto que en cierta medida todos los modelos ponen en juego elementos y procesos, podemos concebir de una forma muy distinta la comunicación, en términos de sistemas y procesos de relaciones, y hablar de modelos:

- a. Modelos lineales, que conciben la comunicación como un proceso lineal y unidireccional entre dos polos (emisor y receptor). La responsable de la efectividad, es una “perfecta expresión” del emisor.
- b. Modelos circulares, conciben la comunicación como un proceso de ida y vuelta entre dos o más polos con igual o distinta capacidad de influencia, introduciendo el feed-back. La responsable de la efectividad es una “perfecta comprensión”, que el emisor tiene la obligación de garantizarla.
- c. Modelos reticulares, que conciben la comunicación como un proceso en red, interviniendo más de tres elementos con incidencia relevante y constituyendo procesos de distribución de la significación o la información.

De acuerdo a McQuail y Windhal (1997), cuando se lleva a cabo el análisis, no existe un modelo utilizable para todos los objetivos y todos los niveles. Por ello, la elección del modelo conveniente es una cuestión significativa para la investigación que se pretenda desarrollar.

En general, según Winkin (1994), podemos considerar a los modelos circulares como una orquesta, mientras que a los modelos lineales como un telégrafo. Y siguiendo a Roger (1976) en sus trabajos sobre los modos diferentes de comunicación personal o en grupos pequeños, se pueden establecer cuatro importantes procedimientos de comunicación como son, el circular, en rueda, en cadena y total. Aunque, a pesar de todo no existirá ninguna teoría de la

comunicación con carácter completo ya que cualquier sistema de comunicación tiene como destino final el sistema nervioso humano (Miller, 1980).

Modelos lineales

Se trata de aquellos modelos que conciben la comunicación como un proceso lineal, unidireccional entre dos polos característicos, emisor y receptor. En estos modelos basados en una concepción técnica de la comunicación, la capacidad de decisión y la fuente de influencia residen en el emisor, mientras que el receptor adopta un papel pasivo, sujeto a la influencia de la acción comunicadora del emisor (McQuail y Windahl 1997).

Una ventaja del modelo lineal de comunicación está en la insistencia de la necesidad de precisión por parte del comunicador, que, por otra parte, tiende a considerar unidas la comunicación y la acción. Y el inconveniente del modelo es la confusión de comunicación e información, la visión del receptor como pasivo, y la visión del mensaje como el propio significado. Este modelo en su sencillez insiste en la necesidad de ser preciso a la hora de emitir un mensaje, porque centra en lo comunicado casi toda la atención. Parece como si la eficacia del mensaje fuera instantánea e incontrovertible (Lucas, Galera, Ruiz, 2003).

El modelo lineal de la comunicación parte de dos ideas generales: la primera es considerar la comunicación como un mero transporte de información, y la segunda es pensar que la clave del significado está en el propio mensaje y no en las personas, que forman parte del proceso. Con frecuencia se tiene la noción general de la comunicación como si fuera una cinta transportadora de conocimiento y de informaciones de una persona a otra. Pero en la práctica, este transporte nítido de la información es condición necesaria pero no suficiente de una comunicación eficaz y es, por tanto, compatible con fallos en el proceso comunicativo (Lucas, Galera, Ruiz, 2003).

El modelo de la comunicación lineal nos muestra todo los elementos que hay en la comunicación pero no indica realmente lo que ella es. Así, entendemos por

comunicación "el proceso a través del que un conjunto de significados que han tomado cuerpo en un mensaje es trasladado a una o varias personas de tal manera que el significado percibido sea equivalente a lo que los iniciadores del mensaje intentaron" (Smith, 1995). Por ello la comunicación no es exactamente un traslado de significado, sino un ajuste de este significado compartido entre dos sujetos, produciéndose, normalmente, múltiples traslados con idas y vueltas de contenido informativo entre ambos sujetos.

La idea de comunicación como mero transporte efectivo de información va unida a la idea de que el significado está en las palabras, en el mensaje que se envía, sin considerar que el significado está fundamentalmente en las personas. La interpretación de un mensaje puede ser diferente en el emisor y receptor en función de las diferentes expectativas planteadas, de la experiencia de cada uno y de la situación psicológica y social en que se encuentran. (Berlo, 1969).

Aristóteles es autor del primer modelo de comunicación conocido. En su obra "La Retórica" analiza las maneras en que los seres humanos se comunican entre sí. El proceso aristotélico es lineal, es decir, todo gira en torno a los intereses del emisor, como se plantea a través del ethos, el pathos y el logos, la disposición de los elementos y del resultado parecen depender del orador Castro y Zareth (2006).

Del mismo modo, son modelos lineales el de Shannon y Weaver y el modelo de Lasswell, anteriormente explicados.

Modelos circulares

Los modelos circulares surgen con la introducción de feed-back concepciones lineales de la comunicación. La aportación cibernética del feed-back se basó en el principio de retroalimentación propuesto por Wiener, donde los mensajes que envía el receptor al emisor como consecuencia de lo que ha dicho, indica al emisor el efecto que tiene sobre el receptor; por tanto el emisor reajusta los mensajes de acuerdo con la reacción del receptor. Esto implica la concepción de la comunicación (transmisión y selección de información) como un proceso de

control o regulación en los procesos sociales. Esta nueva forma de entender la comunicación es introducida por la Escuela de Palo Alto (Castro y Zareth, 2006).

Siguiendo a McQuail y Windahl (1997), la introducción del feed-back en los modelos de la comunicación supone:

- a. Cuestionar la concepción conductista de la comunicación en términos estímulo/respuesta y cuestionar a las teorías de la aguja hipodérmica que se centran en el efecto directo de la comunicación.
- b. Proyectar una progresiva complejización en los modelos de la comunicación que irán incluyendo más procesos de influencia mutua y de mediación.

Estos modelos definen la comunicación como un proceso de ida y vuelta de contenido informativo que produce cambios (Berlo, 1960). Se considera como algo más que información o transmisión de conocimiento. La comunicación humana es un proceso durante el que fuentes individuales inician mensajes usando símbolos convencionales, signos no verbales y señales contextuales para expresar significados por transmisión de información, de tal manera que otro proceso similar o paralelo de comprensión se construyen por la parte o partes receptoras a las que se dirige el mensaje (DeFleur, 1993). En este proceso tiene especial interés el lenguaje.

Siguiendo a Lucas Marin (2003), las ideas de circularidad pueden ser definidas por las siguientes proposiciones, en la relación entre el emisor y receptor:

- La codificación y decodificación al mismo tiempo en las dos partes.
- El role-taking y el feedback es la doble relación entre ambos sujetos (ida y vuelta de la información)
- La influencia del ambiente físico donde la transacción tiene lugar.
- La importancia de las anteriores interacciones comunicativas.

- La influencia de la situación sociocultural en que la comunicación tiene lugar.
- Debe considerarse siempre la influencia de la relación social existente entre las partes.
- Todos los intercambios se realizan de forma continua y simultánea.

DeFleur, Kearny y Plax (1993), analizando los componentes y el proceso de cambio, consideran la comunicación interpersonal como “transacción simultánea e instantánea”. Así, comunicarse es intervenir en una negociación, en un “toma y daca”, una transacción de información en el que se ha perdido de vista quien ha iniciado el trato y quien será el beneficiado.

Asimismo, se puede agregar la consideración de la vinculación del modo autoritario de participación con la puesta en práctica del modelo lineal, a la vez que el modo democrático queda asociado al circular (Lucas Marín, 1999).

La diferencia fundamental entre los modelos lineales y circulares de la comunicación podríamos concretarla en la atención al otro, especificada en que el emisor se pone en su lugar (role taking) y busca la comunicación retorno (feedback).

Son modelos circulares el modelo de De Fleur, el de Osgood y Schramm y el modelo de la espiral de Dance.

Merece una consideración aparte el modelo funcional de Ruesch y Bateson, que explica las relaciones entre dos o más personas considerando sus factores personales. Este planteamiento está encaminado a explicar como las anomalías de conducta pueden considerarse disturbios de la comunicación. En este modelo se toman en consideración los factores personales de los comunicantes, además de la relación entre dos o más personas. Pudiéndose establecer cuatro niveles de comunicación que van de la intrapersonal a la interpersonal, después a la grupal y finalmente a la cultural. En este sentido Bateson afirma que el concepto de comunicación incluye todo el proceso a través

del cual la gente se influye mutuamente, de ahí advierte un doble vínculo en la acción comunicativa Castro y Zareth (2006).

Según Ruesch y Bateson (1984), en el estudio de la comunicación es difícil, incluso se presenta imposible establecer las diferencias existentes entre la supuesta realidad y la realidad percibida por el ser humano. Desde un punto de vista psicosocial, solamente se posee un método para establecer la existencia del mundo real, y es contrastar la visión de un observador con la de otros observadores.

Modelos Reticulares

Los modelos circulares de la comunicación se van haciendo gradualmente más complejos, sobre todo cuando pasan a considerar conjuntamente la comunicación en su nivel psicológico y social. Comienzan entonces a aparecer modelos que conciben la comunicación como una red de difusión o transmisión de influencias, informaciones, significados, etc. a partir de la cual se generan las actitudes, opiniones y acciones de los miembros de una sociedad. (Castro y Zareth, 2006). A estos modelos pertenecen el modelo de Gerbner y modelo de Newcomb.

5.1.3. Elementos de la comunicación

Para Martínez de Velasco y Nosnik (1988) los principales elementos de la comunicación se establecen de la siguiente manera:

- a) El emisor
- b) Encodificación
- c) El mensaje
- d) El medio o canal
- e) El receptor
- f) La decodificación

g) La retroalimentación

5.1.4. Barreras para una comunicación efectiva

En todo proceso de comunicación se pueden presentar barreras que afectan la efectividad de la comunicación o la transición del mensaje, por ello resulta indispensable conocer dichas barreras y las variantes que obstruyen la comunicación.

Robbins (1993) establece las barreras más comunes:

- La filtración
- Percepción selectiva
- Emociones
- Lenguaje

5.2. Procesos organizacionales

5.2.1. Definición

Para Ovalle (2013) los procesos organizacionales son “el conjunto de pasos del proceso parcialmente ordenados, con un conjunto de artefactos relacionados, recursos humanos y tecnológicos, estructuras organizacionales y limitaciones, intentando producir y mantener los requerimientos de la organización”.

Por otro lado Masliah Valerie (2008) menciona que, “es un proceso mediante el cual una empresa desarrolla y ejecuta organizadamente sus actividades y operaciones aplicando los principios que le permitan en conjunto tomar las mejores decisiones para ejercer el control de sus bienes, compromisos y obligaciones que lo llevaran a un posicionamiento en los mercados tanto nacionales como internacionales”.

5.2.2. La estructura y el proceso organizacional

Para que la organización sea un proceso, resulta indispensable tener en cuenta algunos aspectos importantes, Masliah Valerie (2008) que son:

1. “La estructura tiene que reflejar objetivos y planes porque de ellos se derivan las actividades.
2. Se tiene que reflejar la autoridad que dispone la administración de una empresa. La autoridad en una determinada organización es el derecho socialmente determinado de ejercer la discreción; como tal, está sujeta a cambios.
3. La estructura de la organización, al igual que cualquier plan, tiene que reflejar su ambiente. Del mismo modo que las premisas de un plan pueden ser económicas, tecnológicas, políticas, sociales o éticas, también lo pueden ser las de la estructura de una organización. Tienen que diseñarse para que operen, permitan los aportes de los miembros de un grupo y ayuden a la gente a lograr con eficiencia sus objetivos en un futuro cambiante. En este sentido una estructura de organización operable nunca puede ser estática. No hay una estructura de organización única que funciona mejor en todas las clases de situaciones. Una estructura de organización efectiva depende de la situación.
4. Puesto que la organización está compuesta de personas, el agrupamiento de las actividades y las relaciones de autoridad de la estructura de la organización tiene que tomar en cuenta las limitaciones y las costumbres de dichas personas. Esto no quiere decir que la estructura se tiene que diseñar de acuerdo con las personas en lugar de hacerlo de acuerdo con las metas y actividades correspondientes. Sin embargo, una consideración importante es la clase de personas que la van a integrar”.

Además Ovalle (2013) menciona otros aspectos, que son:

- La motivación

- La comunicación
- El liderazgo
- La toma de decisiones

5.2.3. Comunicación organizacional

Para Goldhaber la comunicación organizacional es “algo que ocurre de un sistema complejo y abierto que es influenciado por el medio ambiente e influye en él; implica mensajes, flujos, propósitos, dirección y medios empleados, se involucran actitudes, sentimientos, relaciones y habilidades personales” (1984:16).

Por otra parte Thayer considera a la comunicación organizacional como “el flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación de la organización” según Bonilla (1988:42)

Martínez y Nosnik consideran que “la comunicación organizacional es el proceso mediante el cual un individuo o una de las subpartes de la organización se ponen en contacto con otro individuo. Esto clarifica el hecho de que la comunicación es una herramienta de trabajo importante con la cual los individuos pueden entender su papel y se pueden desempeñar de acuerdo con él”. (2003:22).

5.2.4. Flujos de comunicación organizacional

Son muchas las formas de comunicación que existen en las organizaciones entre ellas las más conocidas son:

- a) La comunicación formal
 - Comunicación descendente
 - Comunicación ascendente
 - Comunicación horizontal
- b) La comunicación informal

5.2.5. Etapas del Proceso Organizacional

a) Planeación

Toda organización sin importar su propósito, índole o naturaleza está formada por un conjunto de elementos y recursos (físicos, intelectuales, financieros, tecnológicos entre otros) que necesitan ser armonizados y “planificados”, esto, con el propósito de lograr ese objetivo común empresarial “perdurar saludable en el tiempo”; es decir, lograr desarrollar un ciclo de vida óptimo que le permita alcanzar metas, objetivos y misiones.

De igual forma, es importante reconocer que las organizaciones se desarrollan y operan en un medio ambiente formado por variables tanto internas como externas, las cuales interactuando entre sí, afectan el alcance de los objetivos organizacionales. En tal sentido, gerentes y directores en busca de esa armonía institucional, indagan a través del proceso de planificación como entender la interacción entre dichas variables, con el fin, de canalizar y alinear las fuerzas individuales de cada elemento hacia la consecución del fin institucional.

De lo anterior se puede inferir, como la planificación actúa como puente entre lo que se quiere (*o desea ir*) y se tiene (*o se está*). Noe y Patrick (1996) establecen que la mayoría de gerentes y directores, reconocen el proceso de planificación como ayuda al aumento de la racionalidad en las actividades organizacionales. Por su parte Chiavenato (2000) considera que las organizaciones deben planear para así poder alcanzar sus objetivos. De igual forma, clama que la planificación ayuda a la organización a adaptarse a los cambios, identificar oportunidades y predecir imprevistos.

Por su lado Münch y García (2008, p.65) establecen que la planeación “es la determinación de los objetivos, elección de los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro”. De manera similar Chiavenato (2000) enuncia que en la planeación se determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben

cumplirse; así como, los planes y estrategias se deben establecer para alcanzarlos. Por otro lado, para Ponce (citado por Münch y García, 2006, p.63) la planeación “consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempo y número necesarios para su realización”.

De lo anterior se puede deducir, que la acción de planificar significa establecer y estudiar anticipadamente objetivos o acciones. La planificación sustenta los actos o actividades organizacionales, no solo en corazonadas e intuición sino en métodos, procedimientos, planes además de la lógica; es decir, la planificación establece los objetivos de la organización definiendo los procedimientos adecuados para alcanzarlos. De igual forma, comprende escoger las tareas que deben ejecutarse para alcanzar los logros de la organización, bosquejar cómo éstas se deben ejecutar, e indicar cuándo deben ser ejecutadas.

Sin embargo es importante acotar, que tal actividad se desarrolla en un marco de incertidumbre, impredecibilidad, riesgo y cambios; por tanto el cómo planear, establecer mecanismos de acción de alcance de normas, procedimientos, planes y objetivos exige la reinención constante de cómo el gerente estratégicamente piensa, estableciendo los senderos de acción empresarial. En consecuencia innovar cuando la intención es proyectar a la organización hacia un futuro incierto y cambiante, es esencial.

Así pues, el proceso de planeación exige continuos cambios de praxis y de ideologías estratégicas encaminadas y alineadas con las tendencias del momento. Ahora bien, es importante resaltar que tal “temporalidad” práctica, por responder a las exigencias del mercado, no debe ser reactiva; por el contrario, debe ser activa, proactiva y generadora de cambios, solo así el proceso de planeación será realmente un elemento visualizador de oportunidades organizacionales, por medio de la planeación la organización garantiza su supervivencia en el futuro (Azuaje, 2005).

El planear exige al gerente y su gente no solo ser visionarios estratégicos, sino también, ser conocedores de la organización, así como, del medio en que ésta se desenvuelve. Para poder proyectar o idear un futuro organizacional es fundamental estar consciente de las fuerza externas e internas empresariales determinando como estas influyen en el correcto funcionamiento de la organización.

Ceja (1999) establece que ninguna empresa puede alcanzar el éxito si no tiene una administración competente, y para esto, es necesario administrar tanto el macro como el micro ambiente organizacional. En consecuencia, es posible inferir la importancia del proceso de planificación como pilar formador del proceso gerencial. Dicho autor, justifica su pertinencia enunciando lo siguiente:

- La eficiencia es un resultado del orden, no puede venir del acaso ni de la improvisación.
- Así como en la parte dinámica lo central es dirigir, en la parte mecánica lo básico es planear: si administrar es realizar a través de otros, se necesita primero hacer planes sobre la forma en que esa acción habrá de coordinarse.
- El objetivo sería infecundo si los planes no lo detallaran para que pueda ser realizado integra y eficazmente, se afina y corrige en la planeación.
- Todo control es imposible si no se compara con un plan previo. Sin plan se trabaja a ciegas.

De manera similar Münch y García (2008, p.65) establecen la importancia del proceso al establecer “la planeación es esencial para el adecuado funcionamiento de cualquier grupo social, ya que a través de ella se prevén las contingencias y cambios que puede deparar el futuro, y se establecen las medidas necesarias para afrontarlas”.

Lo anterior denota el porqué la planeación es componente básico del proceso gerencial de una organización. Por medio de éste el gerente ofrece y genera mayor impacto dentro de la organización mediante la fijación de los planes, metas,

estrategias, políticas, visión y misiones; en otras palabras, delinean y especifican los cursos racionales de acción diseñados para lograr los objetivos empresariales.

En tal sentido, la planeación debe ser vista como un proceso permanente, continuo, sistemático e innovador que siempre debe estar orientado hacia el futuro, buscando la racionalidad de las decisiones a través de la asignación de recursos óptimos y necesarios. “La planeación implica tomar decisiones en forma sistemática acerca de las metas y actividades que un individuo, un grupo, una unidad de trabajo o toda la organización perseguirán en lo futuro” (Bateman y Snell, 2005, p.15).

Ahora bien, de igual forma es importante señalar que la planificación como proceso tiene sus limitaciones, y un buen gerente debe administrarlas. Estas mayormente se relacionan con la cantidad y calidad de la información disponible al momento de establecer los planes de acción. En consecuencia el proceso de planificación requiere y exige de modificaciones continuas en el tiempo de aplicación lo que a su vez, demanda innovación.

Ante tal situación, Davis (2000) considera a la replanificación con una vía canalizadora de nuevas visiones dentro del propio proceso de planeación. Replanificar es tomar acciones en función a las diferencias observadas y encontradas entre lo deseado y lo planificado. Tal proceso exige en ocasiones visiones muchos más amplias e innovadoras de las que dieron origen al proceso de planificación original.

En consecuencia, el planificar no es establecer líneas rectas de acción, por el contrario es establecer caminos y alternativas flexibles que permitan y aseguren con mayor grado de certeza el buen desenvolvimiento de los demás funciones gerenciales.

De todo lo anterior se puede inferir, la importancia del proceso de planificación; ésta es en primer lugar en donde se define la razón de ser de la organización, a la par que establece la direccionalidad lógica de recursos. En segundo lugar articula los medios hacia los objetivos organizacionales, y como tal, proporciona

indicadores para las acciones y decisiones institucionales. En tercer lugar, permite el empleo eficaz y racional de los recursos empresariales y en cuarto lugar, desempeña una función reguladora, siendo una actividad que permite a la empresa a adaptarse a situaciones futuras.

En tal sentido es posible decir, que la responsabilidad fundamental del gerente por medio de la planificación, es asegurar que el futuro institucional sea el resultado de un análisis continuo y con sentido racional del presente, pasado y porque no, hasta del futuro institucional.

b) Organización

Una vez definido el proceso de planificación, se procede instaurar a la organización como función administrativa, parte integrante e interactuante del proceso administrativo. En este sentido, el proceso de organización se refiere al acto de organizar, integrar, estructurar los recursos y los órganos involucrados a la administración, establecer relaciones entre ellos a los fines de asignar las atribuciones de cada uno. Organizar incluye todas las funciones administrativas orientadas a transformar las actividades planificadas en estructuras de tareas y autoridad.

Berghe (2005) establece que el proceso de organización “significa que el gerente y los directivos de la empresa coordinen los recursos materiales y humanos con que cuenta la compañía”. Para Azuaje (2005) “organización consiste en la creación de estructuras que permitan determinar las jerarquías necesarias y agrupar las actividades, con el objeto de simplificar las mismas, así como sus funciones dentro de la unidad”.

Lo anterior conduce a determinar cómo el proceso de organización funciona como elemento integrador, armonizador de fuerzas y energías empresariales; valiéndose para ello, de estructuras, división, designación, y coordinación de actividades; “organizar es el proceso de establecer el uso ordenado de todos los recursos del sistema administrativo” (Certo, 2001).

Al igual que en la planificación, en el proceso de organización la innovación juega un papel protagónico a la hora de establecer estructuras y líneas de mando. El no innovar, podría llevar al gerente por ejemplo al establecimiento de estructuras jerárquicas tradicionales (verticales) cargadas de burocracia e ineficiencia operativa en los tiempos modernos. El innovar o adecuar el proceso de la organización lo llevaría a establecer estructuras más que verticales, horizontales, flexibles y orientadoras, con el objeto de facilitar en mayor proporción la efectiva comunicación entre los miembros de la organización.

De igual forma, ya que el proceso de organización está encaminado a obtener el fin planeado; fin que por naturaleza cambia; el no cambiar o reinventar el proceso de organización podría conducir a la gerencia a duplicar esfuerzos, costos, tiempo, recursos; perdiendo así, el objeto central y primordial de la gerencia “optimizar los recursos por medio de la administración de estos”.

Para Certo (2001) el propósito fundamental del proceso de organización es “mejorar” el alcance de las metas del sistema administrativo general. En tal sentido el “mejorar” conduce a establecer mecanismos organizacionales novedosos y por sobre todas las cosas acordes a las exigencias macro y micro ambientales exigidas por el medio en el que la entidad organizativa se desenvuelve.

Sin embargo, es importante mencionar, que el organizar implica mayormente el manejo y administración del capital intelectual, considerando que éste por su naturaleza conceptual está formado por emociones, sentimientos, hábitos y costumbres; por lo tanto, el innovar o cambiar pudiera no ser una tarea fácil alcanzar por el gerente. Éste tiene la labor de crear condiciones facilitando tanto la aceptación como la adaptación a este nuevo proceso; de allí, que una buena estrategia es la participación activa del personal.

De igual forma, el gerente debe tener la convicción total de ver en los cambios oportunidades de mejoras conducentes a una organización mucho más apta y cónsona. Debe tener el liderazgo suficiente para transformar esa posible resistencia de su equipo de trabajo, en una resiliencia resultante en la participación

impulsada y “empoderada” orientada a establecer grupos de trabajos fusionados y resultantes de las sumas de sus individualidades.

c) Dirección

La dirección tercer paso fundamental del proceso gerencial, es la encargada de operacionalizar los lineamientos establecidos en el proceso de la planificación y estructurados en la etapa de la organización. La dirección sintetiza, canaliza, los esfuerzos producidos en los pasos anteriores, de allí su importancia, así como, el rol fundamental operativo dentro de la actividad gerencial.

Para Münch y García (2008, p.160) la dirección es la etapa del proceso gerencial en donde “se ejecutan los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través de la motivación, la comunicación y la supervisión”. Del mismo modo, Koontz y Weihrich (2004, p.494) citado por Luzardo y Pelekais (2007, p.37) definen a la dirección como “el proceso consistente en influir en las personas para que contribuyan al cumplimiento de las metas organizacionales y grupales”.

Por su parte Bateman y Snell (2001, citado por Luzardo y Pelekais 2007, p.37) afirman que la dirección “es donde los gerentes efectivos saben conducir a otros hacia la unidad y el éxito organizacional, interviniendo en este proceso componentes esenciales tales como, liderazgo, la motivación con implicaciones para elevar el desempeño, los equipos de trabajo y la comunicación”.

Es viable notar de acuerdo con lo expuesto hasta ahora, como el proceso de dirección inyecta dinamismo y operatividad al proceso gerencial. En él, se armoniza lo planeado, lo organizado con los esfuerzos individuales o grupales de la organización, a través de la ejecución de actividades realizadas por empleados motivados, guiados y supervisados. En este sentido, el innovar es esencial a la hora de dirigir los esfuerzos organizacionales.

Entonces, es posible señalar que la dirección es una etapa trascendental, en función de los siguientes aspectos:

- Pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización.
- A través de ella se logran las formas de conducta más deseables en los miembros de la estructura organizacional.
- La dirección eficiente es determinante en la moral de los empleados y, consecuentemente, en la productividad.
- Su calidad se refleja en el logro de los objetivos, la implementación de métodos de organización, y en la eficacia de los sistemas de control y,
- A través de ella se establece la comunicación necesaria para que la organización funcione (Münch y García 2008, p.160)

En consecuencia a lo expuesto, es posible decir que el acto de “dirigir” exige de una gran habilidad e innovación gerencial, ya que se guían, motivan, lideran y administran habilidades y esfuerzos del capital intelectual, hacia el alcance de los objetivos organizacionales.

Por ende, los gerentes a la hora de “dirigir” deben visionar a la organización, así como, el proceso de dirección, desde una perspectiva más humana que le permita realmente innovar, motivar, potenciar e impulsar los esfuerzos hacia el desarrollo organizacional.

Así pues, a los trabajadores cuando se les reconoce como personas dentro de la organización se potencian sus conocimientos, motivaciones, habilidades, actitudes, aptitudes, autoestima, deseos, esperanzas, se les estimula para que pongan al servicio de la organización ese conjunto de facultades inherentes a la persona: conocimientos, experiencias, habilidades, valores, sentimientos, capacidad de trabajo, autoestima; en fin, dignifica al ser.

En tal sentido Azuaje (2005, p.60) establece que:

“en todo proceso de dirección se destaca un compromiso básico del directivo, que consiste en obtener energía positiva de subordinados y orientarla hacia la obtención de las metas comunes de la organización. Esta labor del gerente para obtener resultados equilibrados y armónicos con las expectativas de la organización, se conoce como sinergia gerencial”.

Del planteamiento de Azuaje (2005) se infiere una vez más, la significancia de una dirección capaz no sólo de fusionar recursos si no, de liderar y propiciar sinergia gerencial, la cual es, un equilibrio armónico en primera instancia entre las etapas del procesos gerencial y, en segundo lugar, entre las energías emanadas de los recursos organizacionales formantes de la organización.

En tal sentido, para Pelekais y otros, 2002 (citado por Escalante 2009) la dirección exige a la organización una participación total de las personas que conforman el equipo de trabajo. El gerente, debe entonces conocer las capacidades de cada uno de sus seguidores, para así lograr fomentar relaciones humanas sólidas resultantes en el desarrollo de actividades prosperas y sanas.

Se evidencia entonces, que la dirección se refiere a la forma como se establece el ambiente interno de la empresa con atención especial al uso de los recursos humanos. Abarca la fijación de incentivos para mejorar el rendimiento, el diseño de sistemas formales para utilizar la información, las habilidades que poseen los empleados, la implantación de programas para la resolución eficaz de conflictos, y la definición de las condiciones y políticas generales que ayudarán a los gerentes a dirigir a otras personas.

d) Control

El último pero no menos importante paso del proceso gerencial, así lo enuncia Münch y García (2006, p.183) al establecer “si el control se estudia como última etapa del proceso administrativo, esto no significa que en la práctica suceda de la misma manera. La planificación y el control están relacionados a tal grado, que

en muchas ocasiones el administrador difícilmente puede delimitar si está planeando o controlando”. De igual forma para Koontz y Weihrich (2004) el control constituye (al menos en teoría) la última fase del proceso gerencial, pero esto no la hace menos importante que las otras.

En tal sentido, controlar consiste en supervisar las actividades para garantizar que se realicen según lo planeado y corregir cualquier desviación significativa (Stephen y Coulter, 2005). Por su parte Certo (2001) enuncia que el control consiste en un esfuerzo sistemático de comparar el rendimiento con los estándares, planes u objetivos predeterminados, con el fin de identificar si el rendimiento va en función a ellos, y si no es así, aplicar los correctivos necesarios.

Azuaje (2005) resalta la importancia del proceso declarando que es un factor primordial dentro del ciclo de la acción gerencial. Permite a la gerencia revisar y valorar el cumplimiento de las metas, normas de conducta y pautas generales, abordando a su vez, las acciones correctivas cuando así sea necesario.

Los planteamientos anteriores, permiten inferir la importancia y relevancia del proceso de control en las organizaciones. El control no solo “controla” si los procesos se están ejecutando en función a lo planeado, a su vez, genera correctivos destinados a canalizar el rendimiento organizacional al curso de acción determinado y estructurado en los pasos previos del proceso gerencial.

En este sentido, la finalidad del control es garantizar que los resultados de lo que se planeó, organizó y dirigió, se ajusten lo máximo posible a los objetivos preestablecidos. La esencia de éste radica en la verificación de si la actividad controlada está alcanzando o no, los objetivos o resultados deseados (Luzardo y Pelekais 2007).

Por otra parte, con el objeto de que el proceso de control se desarrolle de manera efectiva, innovadora y contemporánea a las exigencias vividas en la organización, éste debe aplicarse continuamente en la organización, en tal sentido, la

periodicidad en su aplicación puede en un determinado momento significar el éxito o no del alcance de los objetivos organizacionales.

Es posible decir entonces, que una vez la organización está en marcha, el controlar los procesos y recursos, permea los demás patrones establecidos. Es importante comparar el trabajo personal, grupal, de equipos y de la organización vista como un todo, con las pautas establecidas en los diferentes planes: estratégicos, tácticos, operativos y de acciones.

Según Gonzáles (2005) la importancia del proceso del control viene dado por: a) establece medidas para corregir las actividades, de tal forma que se alcancen los planes exitosamente, b) se aplica a todas las cosas, personas y actos, c) determina y analiza rápidamente las causas que pueden originar desviaciones, para que no se vuelvan a presentar en el futuro, d) proporciona información acerca de la situación de la ejecución de los planes.

En consecuencia, el proceso de control mantiene las actividades de la organización alineadas según los planes y los objetivos delineados por la gerencia. El proceso de control organizacional, busca garantizar los resultados de lo planeado y organizado; en fin, el control es la actividad gerencial que guía la actividad organizacional ejecutada o por ejecutar hacia el alcance de un fin determinado.

CAPÍTULO II

6. HIPÓTESIS

La comunicación influye en los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone durante el segundo semestre del año 2015.

6.1. Variables

6.1.1. Variable Independiente

La Comunicación.

6.1.2. Variable Dependiente

Procesos organizacionales.

6.1.3. Término de Relación

Influye

CAPÍTULO III

7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

7.1. Tipo de investigación.

De Campo: se aplicó porque el investigador acudió al lugar de los hechos para evidenciar la problemática, es decir en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.

Bibliográfica: se aplicó la investigación bibliográfica para el desarrollo del marco teórico en donde se citaron autores de libros y revistas científicas que permitieron validar y sustentar la información sobre el tema de investigación.

7.2. Nivel de investigación.

Los niveles de investigación que se utilizaron son:

Investigación exploratoria: se aplicó este nivel para lograr el primer acercamiento científico a la problemática.

Investigación descriptiva: mediante este nivel de investigación el autor logró describir las causas y los efectos del problema investigado, así como también sus componentes principales y todos los aspectos que intervengan.

7.3. Métodos de investigación.

Los métodos que se utilizaron en la presente investigación son los que se puntualizan a continuación:

Inductivo - deductivo: se aplicó este método porque permitió estudiar el problema desde lo general a lo particular, mediante la descomposición de sus partes y esquemas lógicos basados en conocimientos teóricos.

Analítico: se aplicó el método analítico para el desarrollo de la investigación, ya que mediante el análisis de los resultados y todo lo observado del fenómeno objeto

de estudio el investigador logró llegar a las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Estadístico: el método estadístico es importante, ya que se lo usó para la tabulación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

7.4. Técnicas de investigación.

Las técnicas que se utilizaron en esta investigación son las siguientes:

Entrevista: la entrevista se la aplicó al Decano de la Extensión de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.

Encuesta: se las aplicó a los estudiantes y docentes que laboran en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.

.5. Población.

La población está conformada por:

Tabla #1

POBLACIÓN	
DECANO	1
DOCENTES	32
ESTUDIANTES	200
TOTAL	233

7.6. Muestra.

Para la muestra se tomó el 100% de los docentes y decano, lo que respecta a los estudiantes al ser una población más extensa se aplicó la siguiente fórmula:

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

Significado:

P= Probabilidad ocurrencia 50%

Q= Probabilidad de no ocurrencia 50%

N= Población

e = Nivel de significación 10%

Z= nivel de confianza 1.645

N = Muestra

$$n = \frac{1.645^2 * 0.5 * 0.5 * 200}{1.645^2 * 0.5 * 0.5 + 200 * 0.10^2}$$

$$n = \frac{2.640625 * 0.5 * 0.5 * 200}{2.640625 * 0.5 * 0.5 + 200 * 0.01}$$

$$n = \frac{132.03}{0.660 + 2}$$

$$n = \frac{132.03}{2.66}$$

n = 49.6

n= 50 Estudiantes

TABLA #2

MUESTRA	
DECANO	1
DOCENTES	32
ESTUDIANTES	50
TOTAL	83

8. MARCO ADMINISTRATIVO.

8.1. Recursos Humanos

- Investigador: Jairo Rogelio López Zambrano
- Tutor: Dr. Holger Muñoz Ponce

8.2. Recursos Financieros

TABLA #3

Descripción	Cantidad	Unid. Medida	Valor Unit.	Valor Total
Internet	6	Meses	22,00	132,00
Computadora	1	Unidad	500,00	500,00
Impresora	1	Unidad	80,00	80,00
Resma de Hojas	5	Unidad	4,00	20,00
Cartucho de Tintas	4	Unidad	30,00	120,00
Anillados	6	Unidad	1,00	6,00
Empastados	3	Unidad	10,00	30,00
Cd's	2	Unidad	2,50	5,00
Lapiceros	4	Unidad	0,25	1,00
Viáticos	15	Unidad	15,00	150,00
SUBTOTAL				1044,00
IMPREVISTO 10%				104,40
TOTAL				1148,40

Elaborado por: Jairo Rogelio López Zambrano

Son mil ciento cuarenta y ocho y cuarenta centavos de dólares americanos

CAPÍTULO IV

9. RESULTADOS OBTENIDOS Y ANÁLISI DE DATOS

9.1. Encuesta dirigida a los docentes de la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone

1. ¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted mantiene con la universidad?

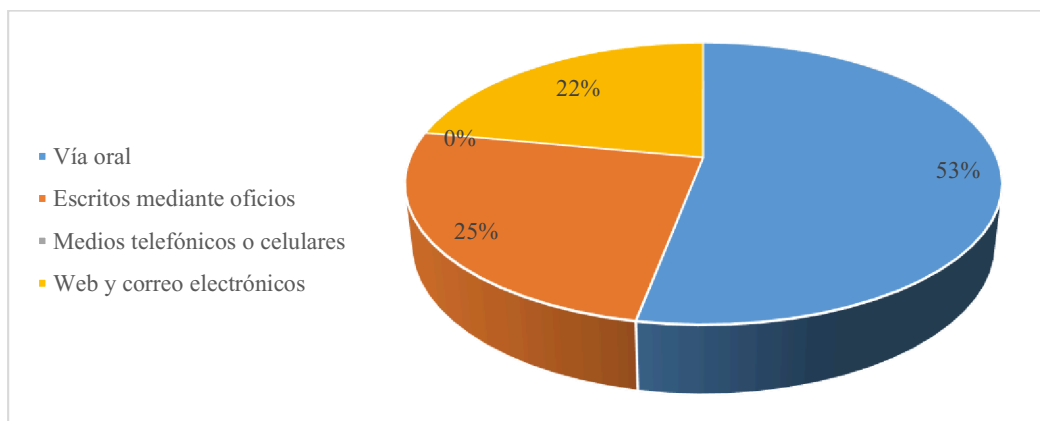
TABLA 1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vía oral	17	53%
Escritos mediante oficios	8	25%
Medios telefónicos o celulares	0	0%
Web y correo electrónicos	7	22%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 1



ANÁLISIS DE DATOS

El principal medio que los docente mantienen con la universidad es la vio oral según el 53% de los encuestados, seguido de los medios escritos mediante oficios con un 25% y la web y correos electrónicos con el 22%.

Es decir que el principal medio es de formar oral mediante un diálogo conversación entre el personal de la UTM Chone.

2. ¿Cómo califica usted la comunicación dentro de la UTM Chone?

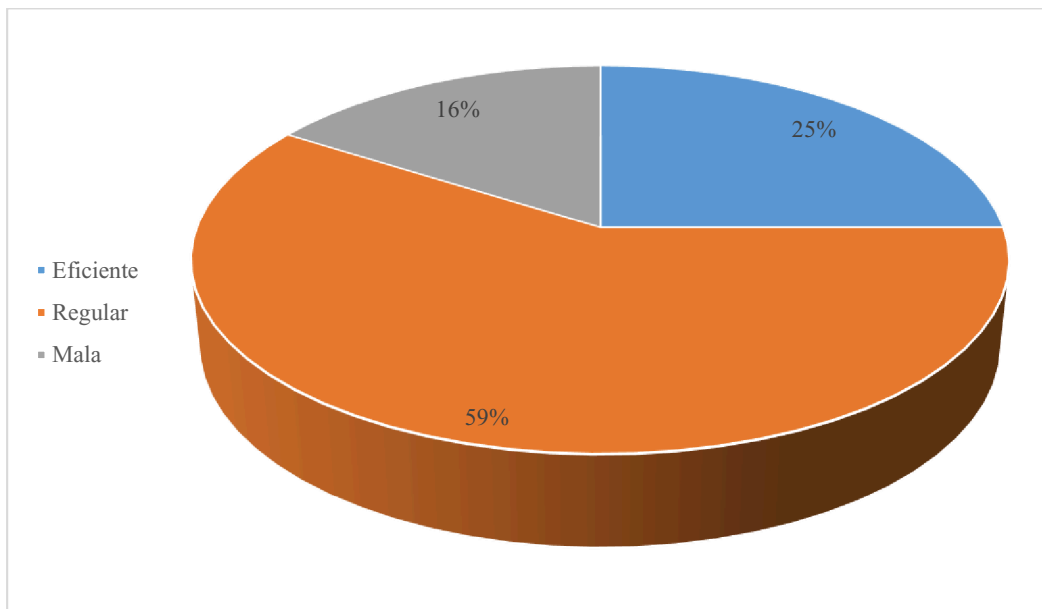
TABLA 2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Eficiente	8	25%
Regular	19	59%
Mala	5	16%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 2



ANÁLISIS DE DATOS

La comunicación dentro de la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone es en un 59% regular, 25% eficiente y 16% mala de acuerdo a los docentes encuestados.

En consecuencia los docentes de la universidad consideran que la comunicación dentro de la institución es regular.

3. ¿Qué tipo de comunicación mantiene con los estudiantes?

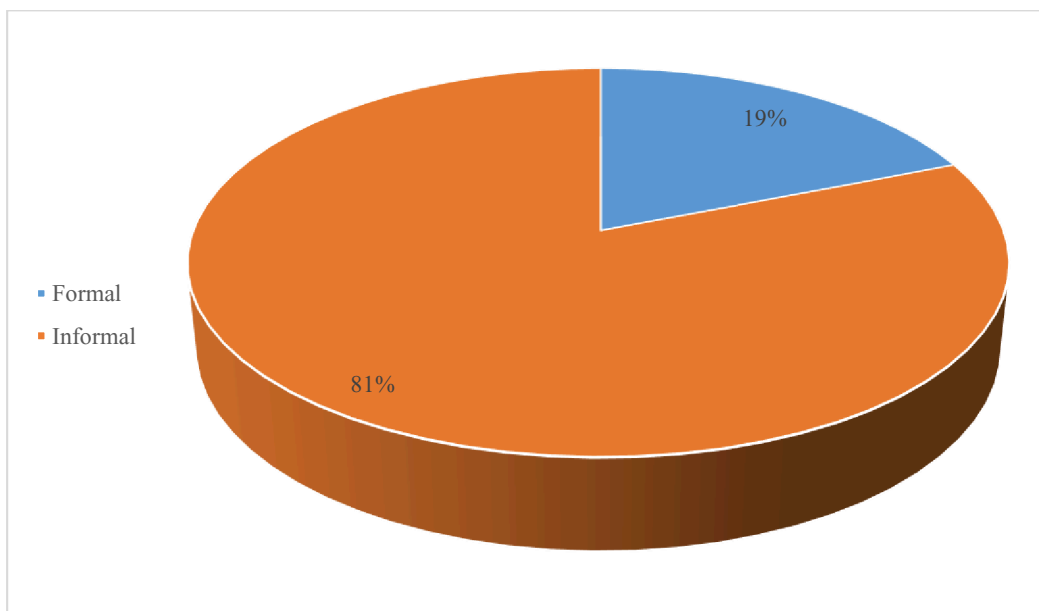
TABLA 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Formal	6	19%
Informal	26	81%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 3



ANÁLISIS DE DATOS

Se indagó sobre el tipo de comunicación que tienen los docentes con los estudiantes, a lo cual se pudo determinar que son en un 81% informal y en un 19% formal.

Por lo tanto la comunicación entre docentes y estudiantes dentro de la institución se está generando informalmente.

4. ¿Cómo califica la comunicación entre docente y estudiantes?

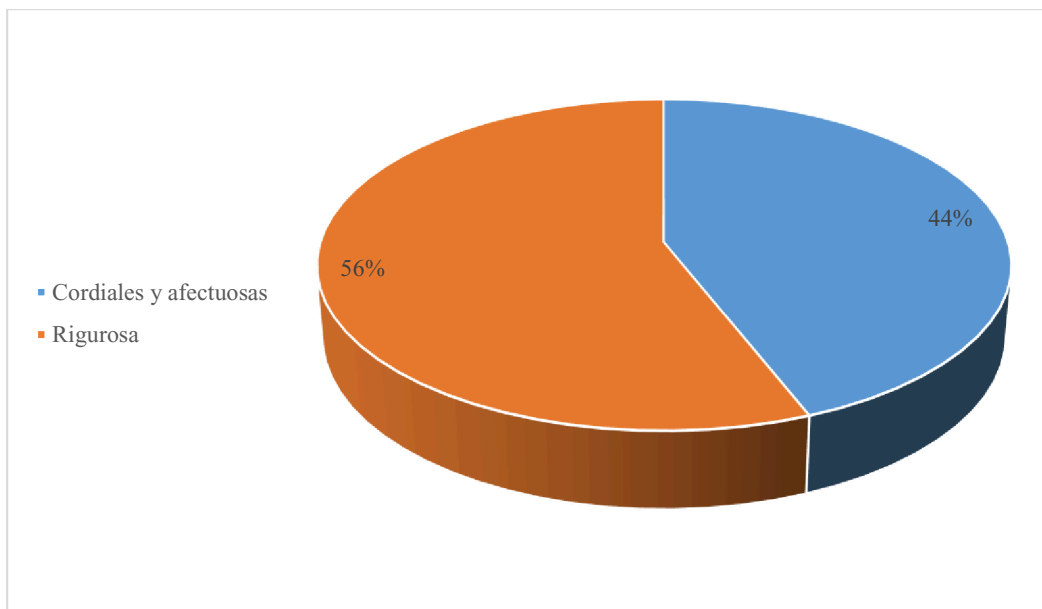
TABLA 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cordiales y afectuosas	14	44%
Rigurosa	18	56%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 4



ANÁLISIS DE DATOS

Los docentes encuestados de la UTM extensión Chone califican la comunicación entre ellos y los estudiantes en un 56% rigurosa y en un 44% cordiales y afectuosas.

Es decir que existen ambientes tensos de comunicación en la universidad y no fluye de forma adecuada.

5. ¿Conoce usted si en la UTM Chone se emplean procesos organizacionales?

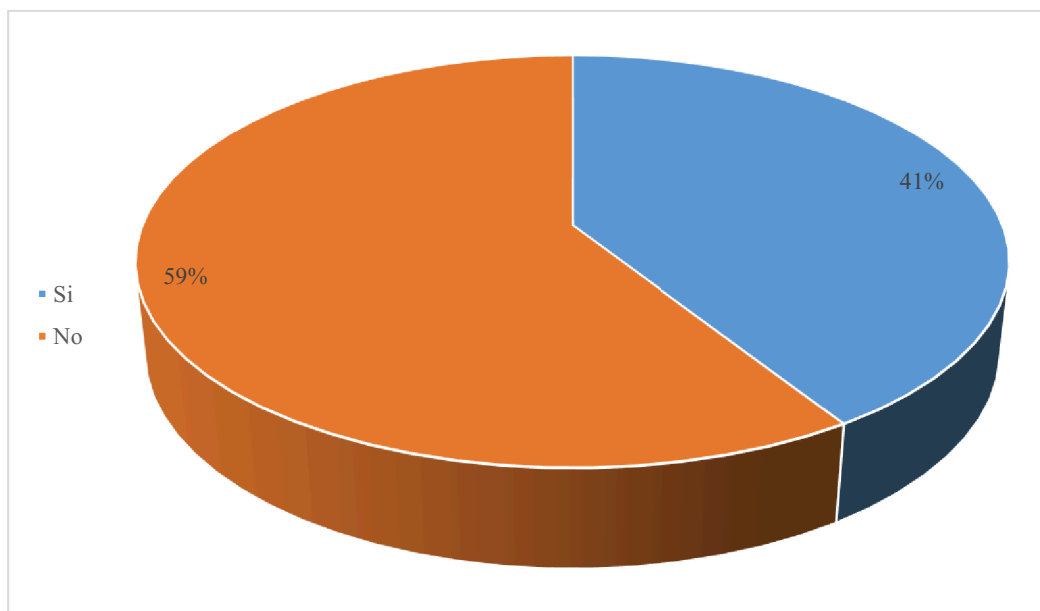
TABLA 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	13	41%
No	19	59%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 5



ANÁLISIS DE DATOS

De los procesos organizacionales empleados en la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone, el 59% de los docentes no los conocen y solo el 41% si conoce estos procesos.

En consecuencia existe un poco de desinformación por parte de la mayoría de los docentes acerca de los procesos que se ejecutan en la institución donde ellos prestan sus servicios.

6. ¿Qué son para usted los procesos organizacionales?

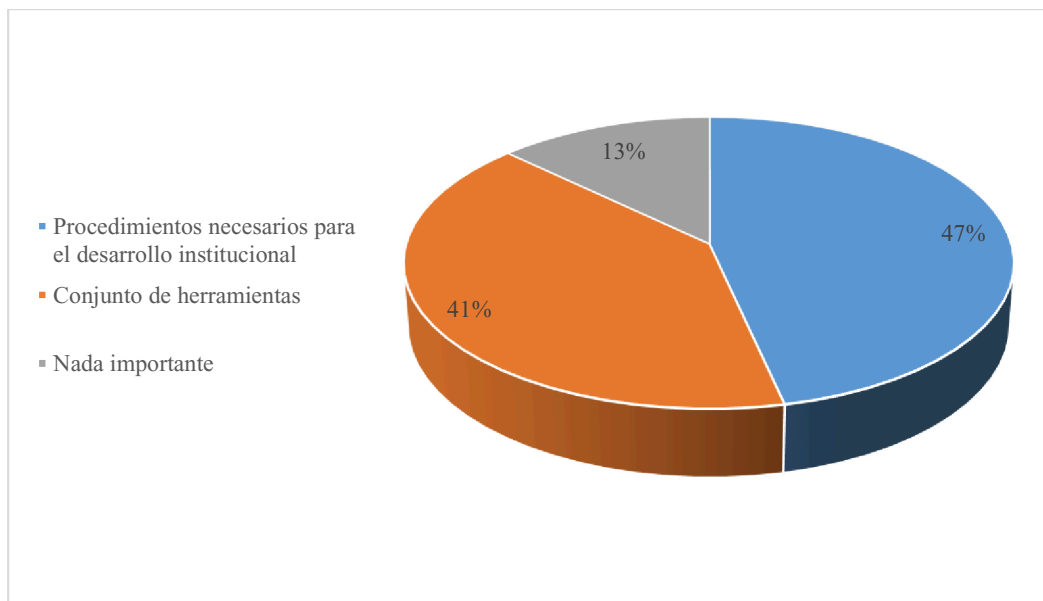
TABLA 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Procedimientos necesarios para el desarrollo institucional	15	47%
Conjunto de herramientas	13	41%
Nada importante	4	13%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 6



ANÁLISIS DE DATOS

Con la finalidad de saber que tanto conocen sobre los procesos organizacionales los docentes de la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone, se les preguntó su definición a lo que el 47% respondió que son procedimientos necesarios para el desarrollo institucional, el 41% que son conjuntos de herramientas y el 13% cree que es nada importante.

En consecuencia la mayoría tiene una idea clara de lo que son los procesos organizacionales.

7. ¿Considera usted que la comunicación está relacionada con los procesos organizacionales?

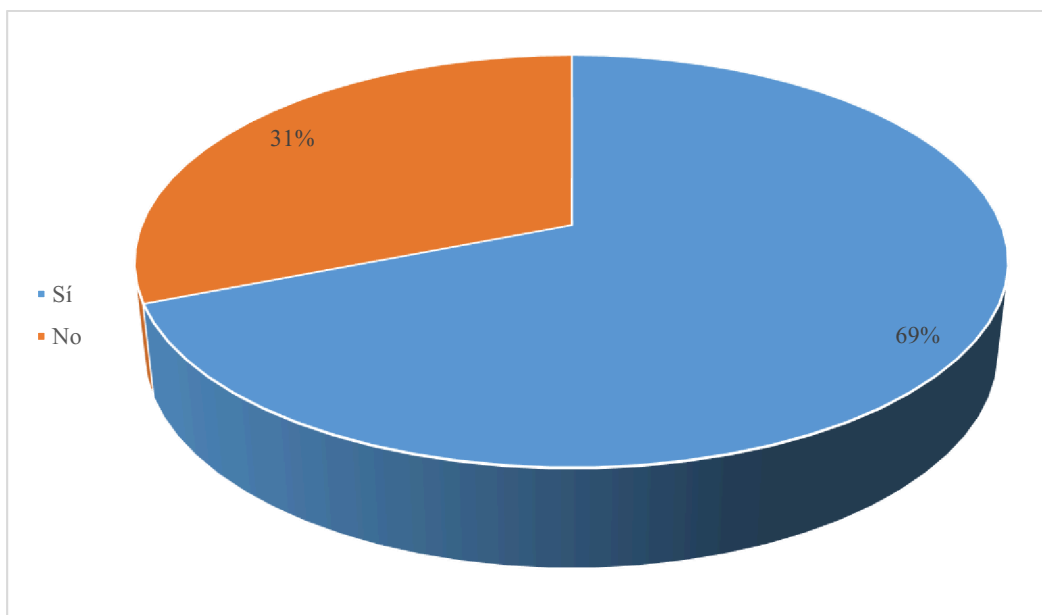
TABLA 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	22	69%
No	10	31%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 7



ANÁLISIS DE DATOS

Se le preguntó a los docentes si consideran que la comunicación está relacionada con los procesos organizacionales, ante lo cual el 69% de ellos afirmó que si están relacionadas y un 31% cree que no.

Es decir que los docentes de la UTM Chone tienen una idea de lo que es la comunicación y su intervención en los procesos organizacionales como parte del desarrollo institucional.

8. ¿Cree usted que la comunicación influye en los procesos organizacionales de la UTM Chone?

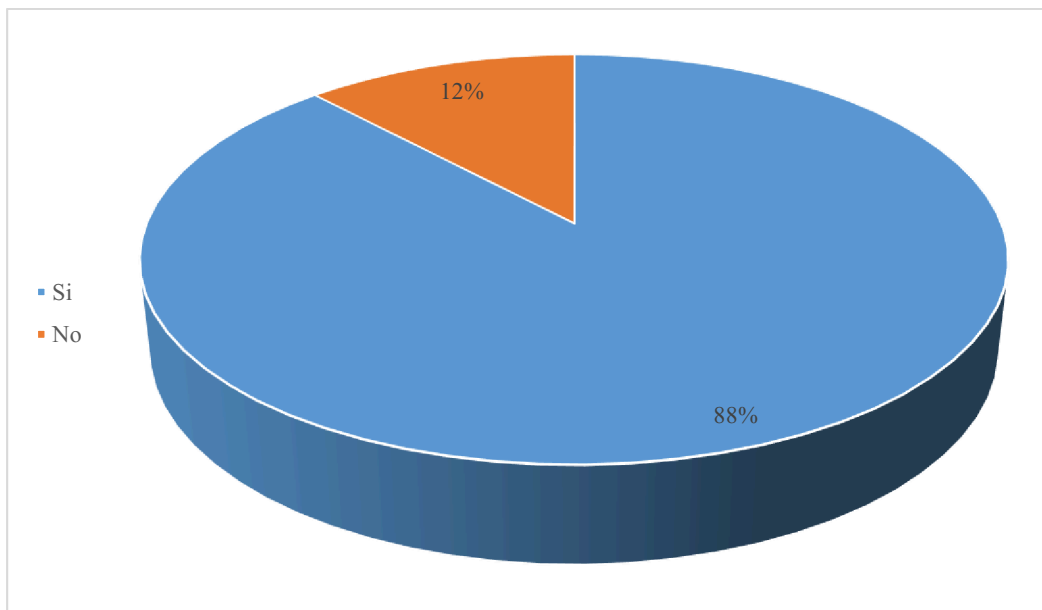
TABLA 8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	28	88%
No	4	12%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 8



ANÁLISIS DE DATOS

Se buscó conocer si la comunicación influye en los procesos organizacionales de la UTM Chone y los docentes respondieron en un 88% que si influye mientras que un 12% cree que no.

Es decir que la comunicación si influye en los procesos organizacionales de la UTM Chone según los docentes.

9. ¿Está usted de acuerdo que mejorando la comunicación se pueden obtener procesos organizacionales más eficientes en la UTM Chone?

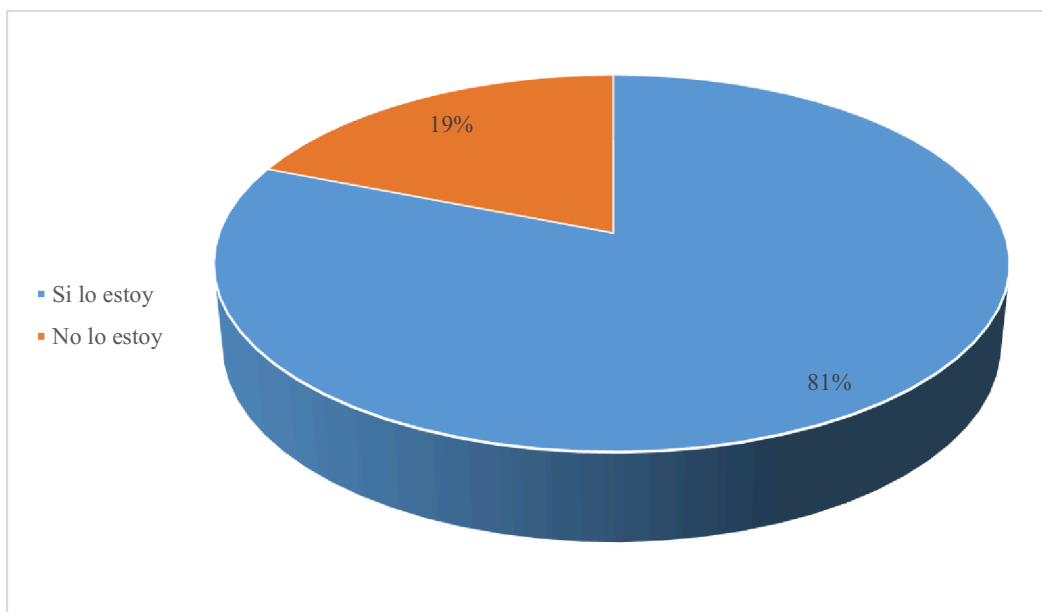
TABLA 9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si lo estoy	26	81%
No lo estoy	6	19%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 9



ANÁLISIS DE DATOS

De los docentes encuestados el 81% si está de acuerdo que mejorando la comunicación se pueden obtener procesos organizacionales más eficientes en la UTM Chone, y solo el 19% no está de acuerdo.

Por lo tanto se puede determinar que es necesario mejorar la comunicación y los procesos organizacionales en la institución.

10. ¿Qué estrategia aplicaría para mejorar la comunicación y los procesos organizacionales en la UTM Chone?

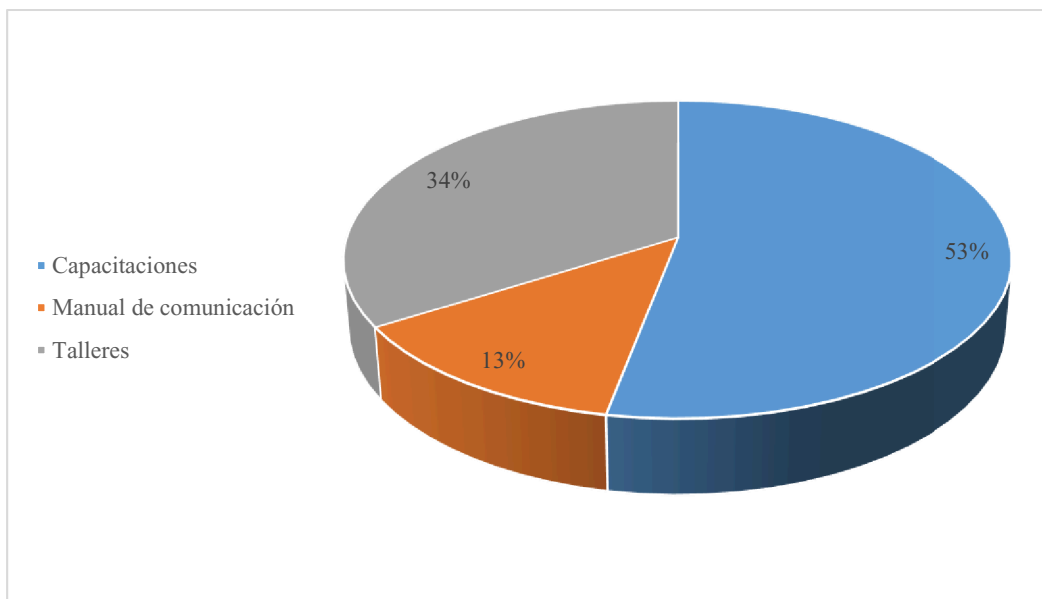
TABLA 10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Capacitaciones	17	53%
Manual de comunicación	4	13%
Talleres	11	34%
TOTAL	32	100%

Fuente: Docentes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 10



ANÁLISIS DE DATOS

De las estrategias que permitirían mejorar la comunicación y los procesos organizacionales de la UTM Chone, los docentes prefieren en un 53% capacitaciones, un 34% talleres y un 13% un manual de comunicación.

En consecuencia las capacitaciones son el medio más idóneo y factible para mejorar las falencias en cuanto a comunicación y procesos organizacionales en la institución.

9.2. Encuesta dirigida a los estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone

1. ¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted mantiene con la universidad?

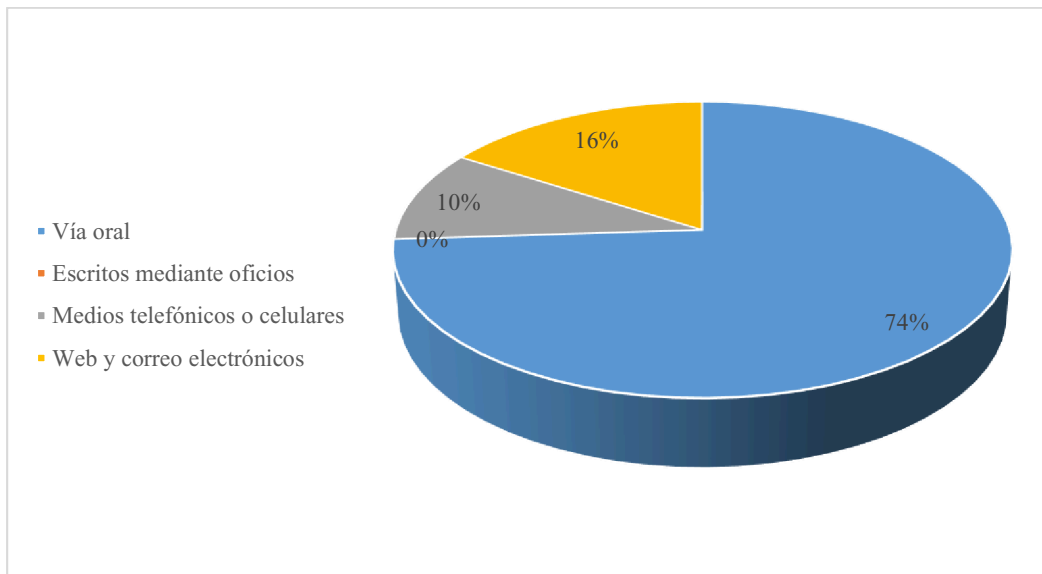
TABLA 1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vía oral	37	74%
Escritos mediante oficios	0	0%
Medios telefónicos o celulares	5	10%
Web y correo electrónicos	8	16%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 1



ANÁLISIS DE DATOS

El principal medio que los estudiantes mantienen con la universidad es la vía oral según el 74% de los encuestados, seguido de la web y correos electrónicos con el 16% y un 10% con medios telefónicos y celulares.

Es decir que el principal medio es de forma oral mediante un diálogo conversacional de los estudiantes con la UTM Chone.

2. ¿Cómo califica usted la comunicación dentro de la UTM Chone?

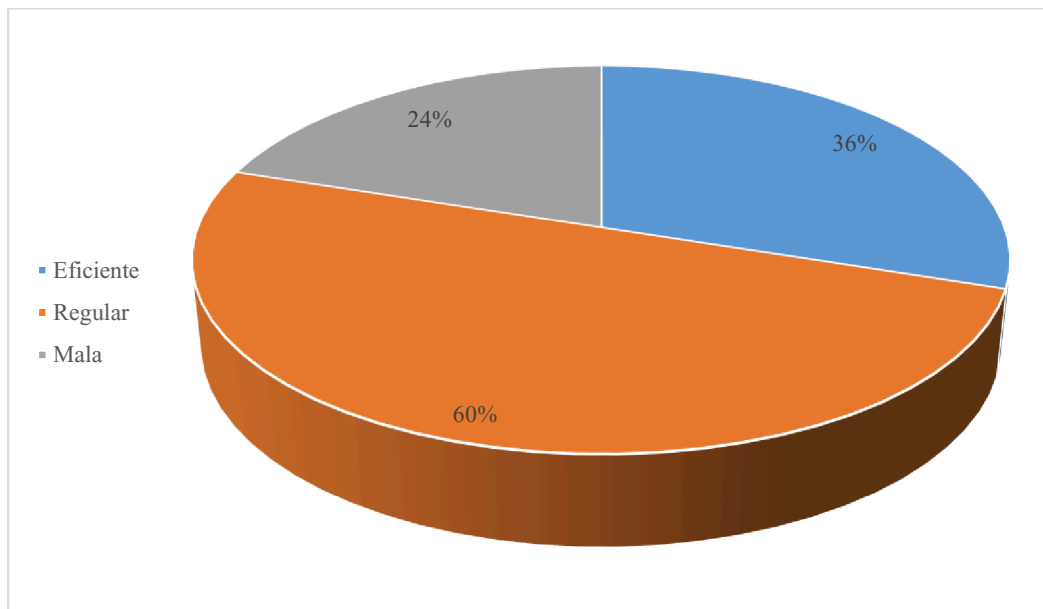
TABLA 2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Eficiente	18	36%
Regular	30	60%
Mala	12	24%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 2



ANÁLISIS DE DATOS

La comunicación dentro de la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone es en un 60% regular, 36% eficiente y 24% mala de acuerdo a los estudiantes encuestados.

En consecuencia los estudiantes de la universidad consideran que la comunicación dentro de la institución es regular.

3. ¿Qué tipo de comunicación mantiene con los docentes?

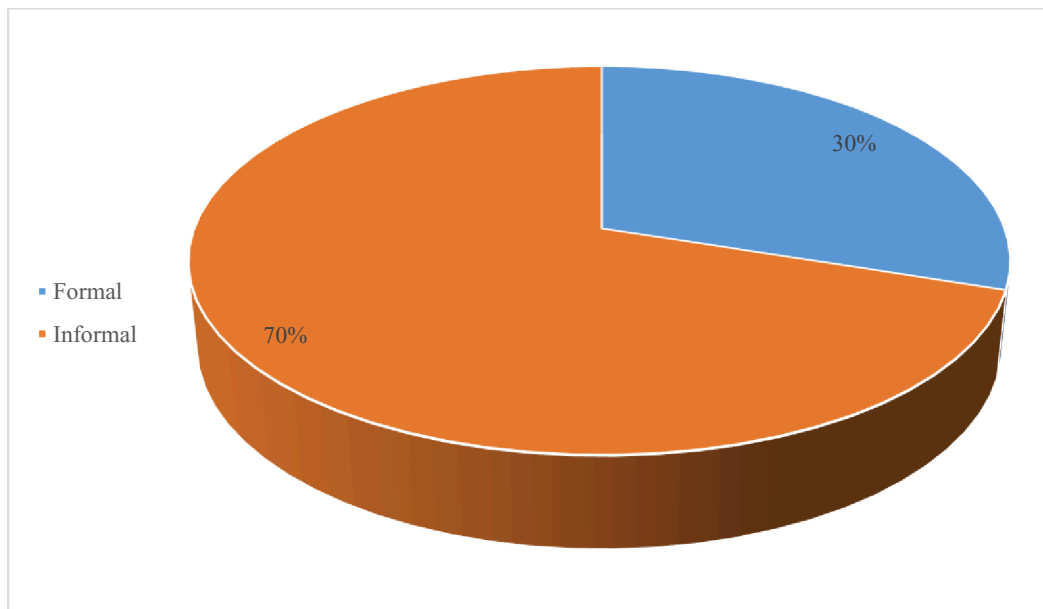
TABLA 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Formal	15	30%
Informal	35	70%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 3



ANÁLISIS DE DATOS

Se indagó sobre el tipo de comunicación que tienen los estudiantes con los docentes, a lo cual se pudo determinar que son en un 70% informal y en un 30% formal.

Por lo tanto la comunicación entre docentes y estudiantes dentro de la institución se está generando informalmente.

4. ¿Cómo califica la comunicación entre docente y estudiantes?

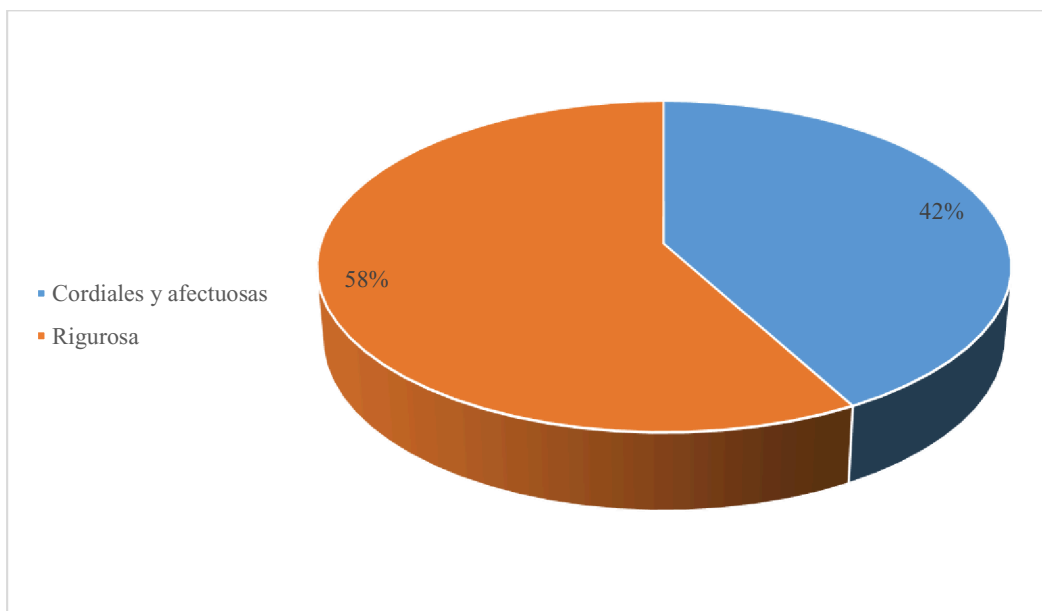
TABLA 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cordiales y afectuosas	21	42%
Rigurosa	29	58%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 4



ANÁLISIS DE DATOS

Los estudiantes encuestados de la UTM extensión Chone califican la comunicación entre ellos y los docentes en un 58% rigurosa y en un 42% cordiales y afectuosas.

Es decir que existen ambientes tensos de comunicación en la universidad y no fluye de forma adecuada.

5. ¿Conoce usted si en la UTM Chone se emplean procesos organizacionales?

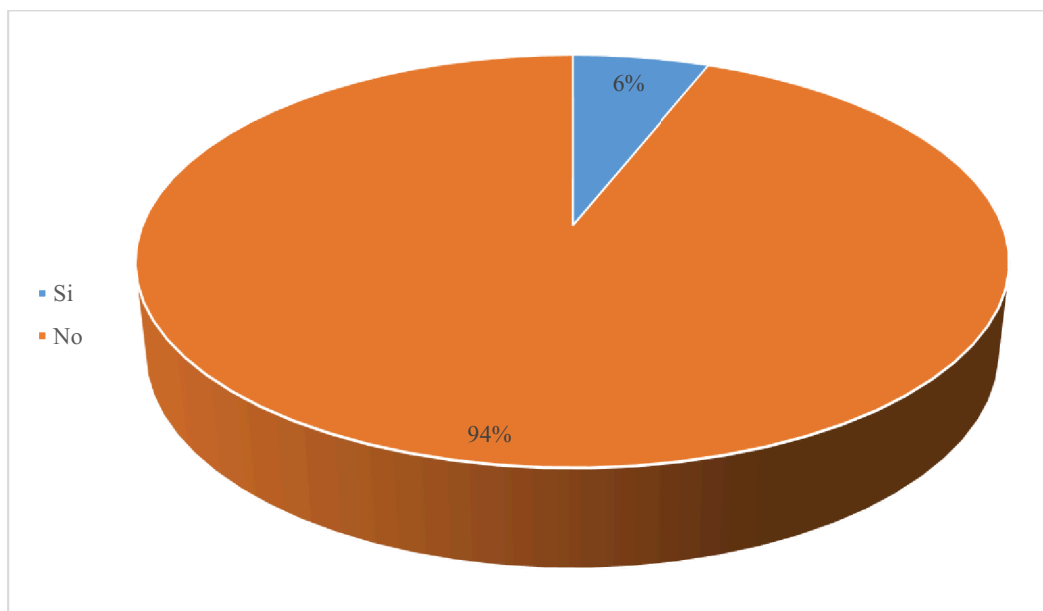
TABLA 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	6%
No	47	94%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 5



ANÁLISIS DE DATOS

De los procesos organizacionales empleados en la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone, el 94% de los estudiantes no los conocen y solo el 6% si conoce estos procesos.

En consecuencia existe un poco de desinformación por parte de la mayoría de la universidad hacia los estudiantes acerca de los procesos que se ejecutan en la institución donde ellos prestan sus servicios.

6. ¿Qué son para usted los procesos organizacionales?

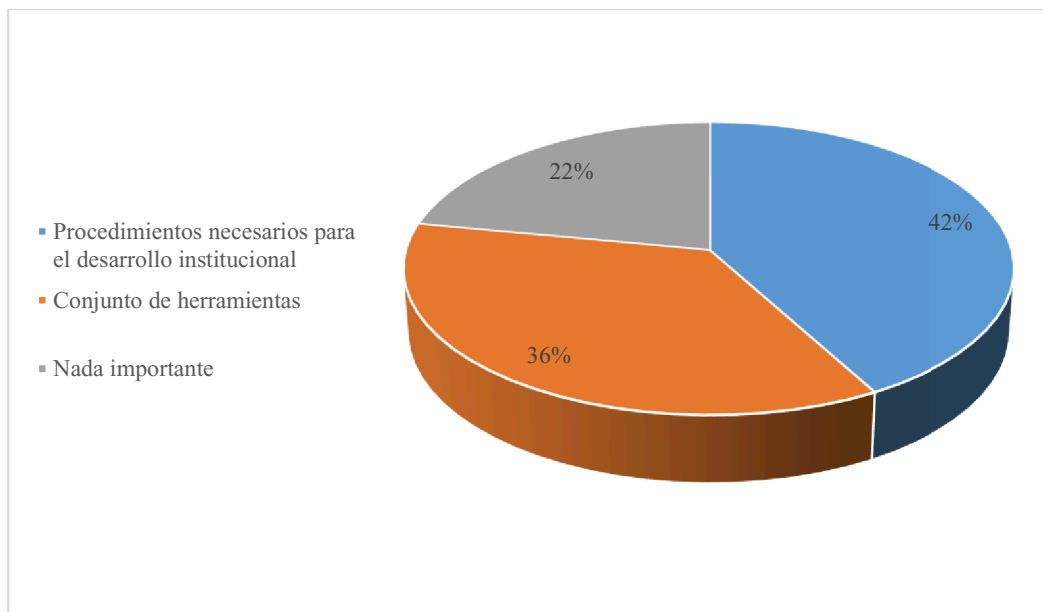
TABLA 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Procedimientos necesarios para el desarrollo institucional	21	42%
Conjunto de herramientas	18	36%
Nada importante	11	22%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 6



ANÁLISIS DE DATOS

Sobre la definición de procesos organizacionales los estudiantes en un 42% respondieron que son procedimientos necesarios para el desarrollo institucional, el 36% que son conjuntos de herramientas y el 22% creen que es nada importante.

En consecuencia la mayoría tiene una idea clara de lo que son los procesos organizacionales.

7. ¿Considera usted que la comunicación está relacionada con los procesos organizacionales?

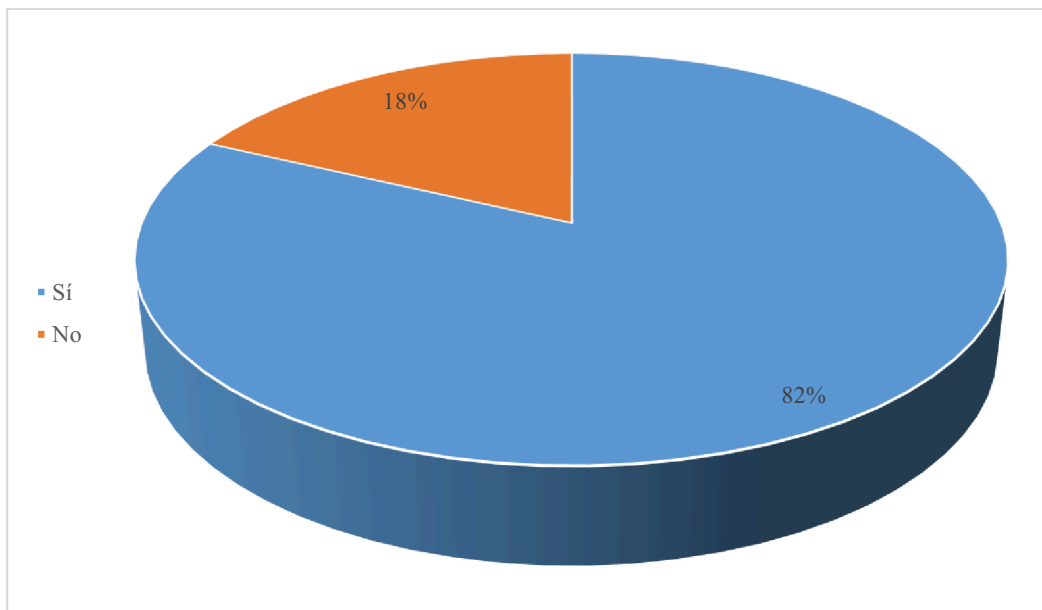
TABLA 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	41	82%
No	9	18%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 7



ANÁLISIS DE DATOS

Se le preguntó a los estudiantes si consideran que la comunicación está relacionada con los procesos organizacionales, ante lo cual el 82% de ellos afirmó que si están relacionadas y un 18% cree que no.

Es decir que los estudiantes de la UTM Chone tienen una idea de lo que es la comunicación y su intervención en los procesos organizacionales como parte del desarrollo institucional.

8. ¿Cree usted que la comunicación influye en los procesos organizacionales de la UTM Chone?

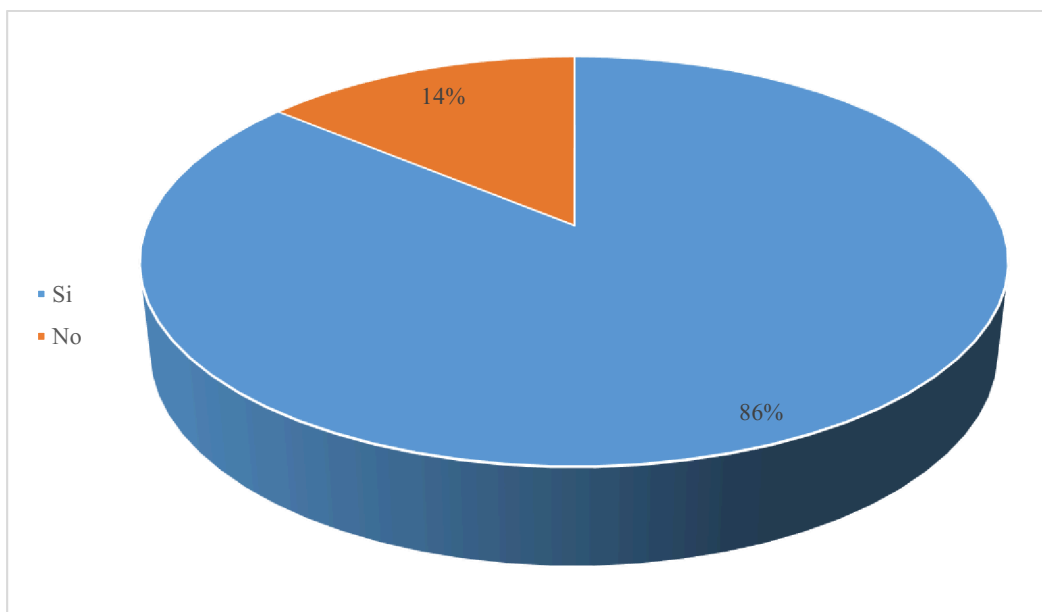
TABLA 8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	43	86%
No	7	14%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 8



ANÁLISIS DE DATOS

Se buscó conocer si la comunicación influye en los procesos organizacionales de la UTM Chone y los estudiantes respondieron en un 86% que si influye mientras que un 14% cree que no.

Es decir que la comunicación si influye en los procesos organizacionales de la UTM Chone según los estudiantes.

9. ¿Está usted de acuerdo que mejorando la comunicación se pueden obtener procesos organizacionales más eficientes en la UTM Chone?

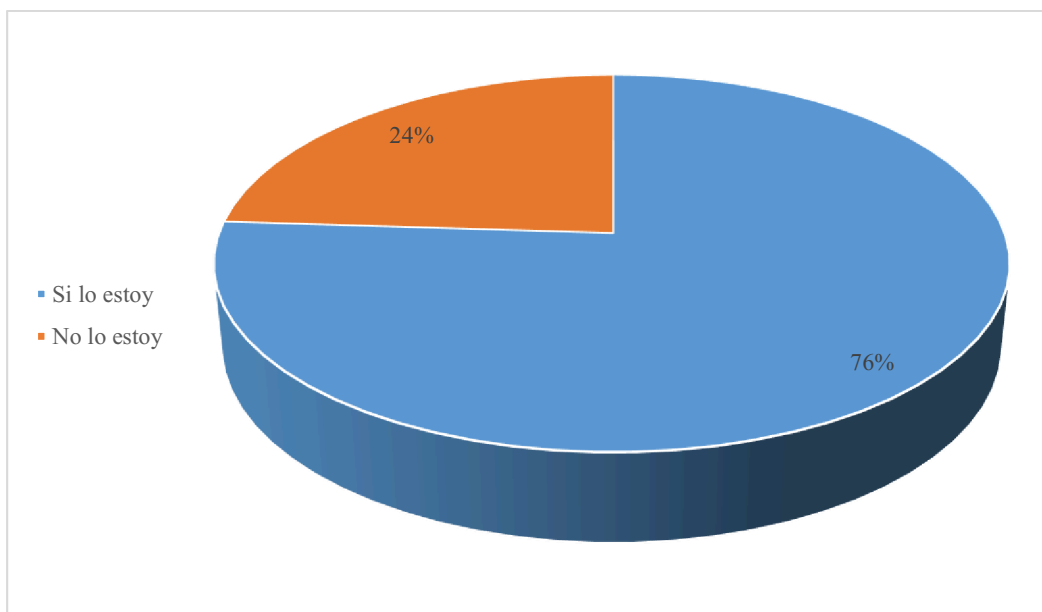
TABLA 9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si lo estoy	38	76%
No lo estoy	12	24%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 9



ANÁLISIS DE DATOS

De los estudiantes encuestados el 76% si está de acuerdo que mejorando la comunicación se pueden obtener procesos organizacionales más eficientes en la UTM Chone, y solo el 24% no está de acuerdo.

Por lo tanto se puede determinar que es necesario mejorar la comunicación y los procesos organizacionales en la institución.

10. ¿Qué estrategia aplicaría para mejorar la comunicación y los procesos organizacionales en la UTM Chone?

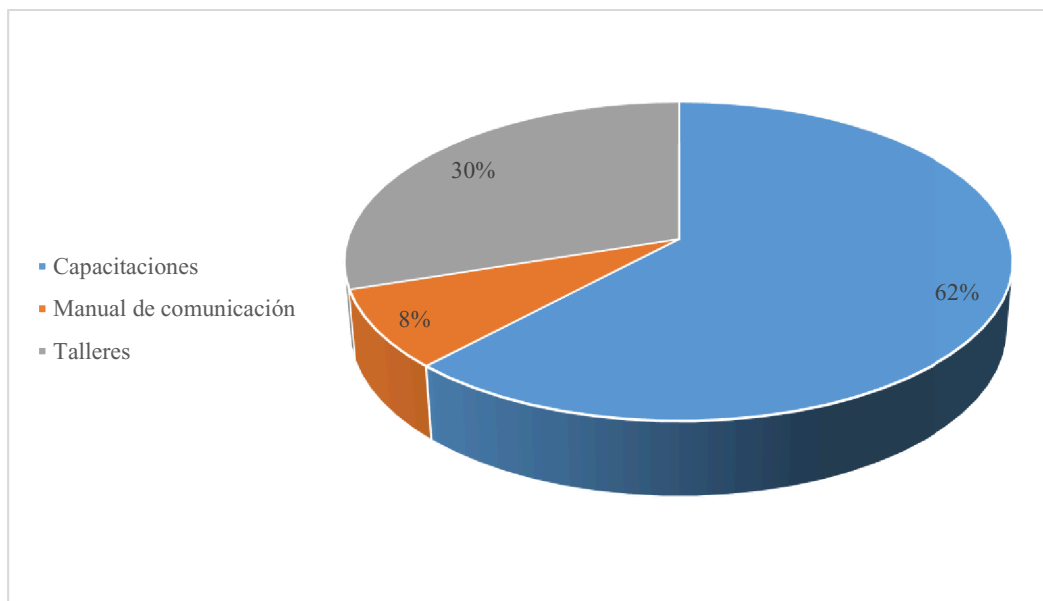
TABLA 10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Capacitaciones	31	62%
Manual de comunicación	4	8%
Talleres	15	30%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudiantes de la UTM Chone.

Elaborado por: Jairo López Zambrano

GRÁFICO 10



ANÁLISIS DE DATOS

De las estrategias que permitirían mejorar la comunicación y los procesos organizacionales de la UTM Chone, los estudiantes prefieren en un 62% capacitaciones, un 30% talleres y un 8% un manual de comunicación.

En consecuencia las capacitaciones son el medio más idóneo y factible para mejorar las falencias en cuanto a comunicación y procesos organizacionales en la institución.

9.3. Entrevista dirigida al decano encargado de la Universidad Técnica de Manabí Chone, Licenciado Augusto Naveda.

1. ¿Cómo es la comunicación dentro y fuera de la universidad?

La comunicación es fluida, muy democrático, tenemos un órgano de difusión completo que es un periódico mensual, además tenemos radio y televisión, hay muchas materias que las estamos haciendo de manera virtual, esto es parte del departamento de relaciones públicas de la universidad.

2. ¿De qué maneras comunican a los docentes y estudiantes sobre las actividades universitarias y todo lo relacionado a la institución?

Básicamente tenemos un correo institucional para cada estudiante y cada profesor, todo lo informamos a través de los correos personales mediante el departamento de relaciones públicas.

3. ¿Qué tipos de comunicación se manejan en la universidad?

Hay comunicaciones virtuales, hay el informativo a través del periódico que sale mensualmente, con los contenidos científicos de las investigaciones que realizan cada de nuestras facultades

4. ¿Cuáles son los tipos de comunicación que se fomentan entre los docentes y estudiantes?

Es una comunicación fluida trabajamos con carteles aquí en la universidad, básicamente con avisos de información ubicados en los edificios, para publicar los anuncios de matrícula, tiempos de vacaciones, el periodo de cada semestre, horarios y todo lo que nos direcciona la matriz Portoviejo sobre algún cambio o algún seminario.

5. ¿Cuenta la universidad con procesos organizacionales?

Completos, estamos incluso dándoles capacitaciones a la universidad de Jipijapa por la experiencia que tiene la universidad en estos procesos.

6. ¿Cuáles son esos procesos y de no tenerlos, cuál es la razón?

Los tenemos, funcionan en todo tipo, desde la comunicación fluida hasta el proyecto de investigación van en estos procesos incluidos.

7. ¿Considera usted que la comunicación está relacionada a los procesos organizacionales? ¿Por qué?

Completamente de acuerdo y creo que la universidad si los está cumpliendo, el departamento de relaciones públicas de la universidad trabaja con periodistas profesionales y eso nos da la garantía de que la comunicación sea oportuna y la información sea certera.

8. ¿Cree usted que la comunicación influye en los procesos organizacionales? ¿Por qué?

Definitivamente, la comunicación se da desde que inició el ser humano con palomas mensajeras, por la necesidad de comunicarse, luego el teléfono con cable y hemos llegado a la comunicación total sin fronteras ni barreras para llegar a cualquier parte del mundo pero para llegar a ella necesitamos que la organización sea efectiva y es la razón para que sea fluida.

9. ¿Cree usted necesario mejorar aspectos de la comunicación en la universidad? ¿Por qué?

Pienso que no está dado del todo, que falta porque ya estamos con la comunicación virtual pero los tiempos van cambiando y estos avances van de la mano con los procesos organizacionales.

10. ¿Qué estrategias aplicaría para mejorar la comunicación y los procesos organizacionales en la institución?

Es básica la información, primero para que se dé la comunicación debe haber gente profesional, que es la falla fundamental que de repente buscamos amigos que han hecho radio o televisión pero no tienen la preparación académica y esto influye a que la comunicación no tenga el grado de efectividad que debe tener.

10. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Para la comprobación de la siguiente hipótesis:

“La comunicación influye en los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone durante el segundo semestre del año 2015”.

Se tomó en consideración los siguientes aspectos de la investigación:

- De la encuesta aplicada a los docentes de la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone, en la pregunta #8 se le indagó sobre la influencia de la comunicación en los procesos organizacionales, teniendo como resultado un 88% afirmativo, además los docentes consideran en un 69% que la comunicación tiene una estrecha relación con los procesos organizacionales.
- De la encuesta aplicada a los estudiantes de la UTM Chone, en la pregunta #8 con el mismo contenido de la pregunta realizada a los docentes, el 88% considera que la comunicación sí influye en los procesos organizacionales y un 82% asegura que existe una relación entre ambas variables.
- De la entrevista realizada al decano encargado de la UTM Chone Licenciado Augusto Naveda, considera que la comunicación definitivamente influye en los procesos organizacionales y para que la comunicación total sea sin fronteras ni barreras para llegar a cualquier parte del mundo necesitamos que la organización sea efectiva y es la razón para que sea fluida

Por lo tanto se considera VERDADERA la hipótesis planteada en la investigación quedando comprobada por los argumentos ya expuestos.

CAPÍTULO V

11. CONCLUSIONES

- La comunicación que se efectúa en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone es regular y el principal medio de comunicación entre docentes, estudiantes e institución es la vía oral, mediante el diálogo y las conversaciones.
- Los tipos de comunicación entre docentes y estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone son informal y mantienen comunicaciones un tanto rigurosas que no permiten que fluya correctamente la información.
- Los docentes y estudiantes en su mayoría no conocen los procesos organizacionales que se manejan en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone, sin embargo tienen una idea clara de lo que estos procesos significan.
- La comunicación tiene una estrecha relación con los procesos organizacionales en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone e intervienen en su funcionamiento, ya que dentro de los procesos organizacionales que la institución maneja incluye de forma directa la comunicación tanto oral como escrita.
- Es necesario mejorar la comunicación en la institución para mejorar así también los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone, al tener mejores procesos de comunicación se obtendrán resultados más positivos en los procesos organizacionales por la influencia que tiene una sobre la otra.

12. RECOMENDACIONES

- Emplear otros medios de comunicación entre docentes, estudiantes y universidad, tales como medios escritos o correo electrónicos, la institución puede crear el correo institucional para que los docentes lo usen solo con fines laborales para lograr una comunicación más eficiente en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.
- Emplear una comunicación más formal entre docentes y estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone mediante escritos firmados como: memorándum, circulares, convocatorias, entre otros que hacen que la comunicación se dé formalmente, la cual debe ser más cordial y afectuosa.
- Socializar con la comunidad universitaria los procesos organizacionales que se manejan en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone, para que todos aporten a su buen desarrollo.
- Emplear estrategias adecuadas de comunicación para aprovechar su relación con los procesos organizacionales en la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone, entre estas se pueden aplicar los periódicos murales, revistas institucionales, campañas y monitoreos de cómo se realiza la comunicación.
- Realizar una capacitación al personal de la institución para mejorar la comunicación y los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone.

13. BIBLIOGRAFÍA

- Bartoli, A. (1992). *Comunicación Organización: la organización comunicante y la comunicación organizada*. Barcelona.
- Caraveo, M. D. C. S. (2004). Concepto y dimensiones del clima organizacional. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 27, 78-82.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento organizacional*. International Thomson.
- Dávila, C. (1985). *Teorías organizacionales y administración: enfoque crítico*. McGraw-Hill.
- Fiske, J., & Anzola, P. (1984). *Introducción al estudio de la comunicación*. Bogotá: Norma.
- Goldhaber, G. M. (1984). Comunicación organizacional. *t 1*.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*, 37, 215-228.
- Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (1988). Comunicación organizacional práctica: manual gerencial.
- Martínez de Velasco, A., Nosnik, A., Vargas, V., & Savage, G. (1998). Comunicación horizontal, informal y rumor. *Comunicación y rumor*.
- Muñoz Olmos, A. (2013). La comunicación organizacional y la publicidad como bases para la creación de una nueva organización en Hidalgo: publimpactos.
- PASQUALI, A. (1978). Investigación y tomada de decisiones en comunicación social!. *Para Comprender la Comunicación*. Caracas, Monte Avila.
- Rodríguez Mancilla, D. (2005). *Diagnóstico organizacional* (Vol. 10). Alfaomega. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona.

- Aristóteles (2005). *Retórica*. Alianza Editorial. Madrid
- Berlo, D. K. (1987). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo. 15ª edición.
- Braddock, R. (1958). An extension of the “Laxwell Formula”. *Journal and Communication*, 8, pp.88-93.
- Castro, I. y Zareth, L. (2006) *El modelo Comunicativo: Teóricos y teorías relevantes*. México: Trillas.
- Crespo, E. (1995). *Introducción a la Psicología Social*. Madrid: Universitas.
- Cuesta, U. (2000). *Psicología social de la comunicación*. Madrid: Cátedra.
- Dance, F. E. X. (1967). A helical model of communication. En F. E. X. Dance, (ed). *Human Communication Theory*. Nueva York : Holt, Rinehart and Winston.
- DeFleur, M. L. (1968). *Theories of Mass Communication*. New York: David McKay (Traducido al español por Paidós, Buenos Aires).
- DeFleur, M.L., et al. (1993). *Fundamentals of Human Communication*. Mountain View (CA), Mayfield P.C
- DeFleur, M.L., Kearney, P. y Plax, T. (1993). *Los fundamentos de la Comunicación humana*. Mountain View, California: Mayfield Publishing Company.
- Galeano, E.C. (1997). *Modelos de comunicación*. Editorial Macchi.
- Gerber, G. (1956). Toward a general model of communication. *Audio-visual Communication Review*. pp. 171-199.
- Gerber, G. (1967). Mass media and human communication theory. En F.E.X. Dance (ed.). *Human Communication Theor*. Nueva York: Holt, Rinehart and Winston (Traducido al español por la editorial Troquel, Buenos Aires, 1973).

Heider, F. (1946). Attitudes and cognitive information. *Journal of Psychology*, 21, pp.107-112

Hervás, G. (1998). *Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal*. Madrid: Playor.

Ibañez, T. (1990). *Aproximaciones a la Psicología Social*. Barcelona: Sendai ediciones.

Jacobson, R. (1963). *Essai de linguistique general*. Paris: Les Editions du Minuit.

Lasswell, H. D., (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*, In: *The Communication of Ideas*, ed. Bryson, L., New York: Harper and Row, pp. 37-51.

Loscertales, F. y Gómez, T. (1998). *La comunicación: Perspectiva Psicosocial*. En J.M. León, S. Barriga et al. (Coord.), *Psicología Social: orientaciones teóricas y ejercicios prácticos* (pp. 245-278). Madrid: McGraw Hill.

Lucas, A., García, C., y Ruiz, J.A. (2003). *Sociología de la comunicación*. Madrid: Trotta.

McQuail, D., Whindahl, S. (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA). 3ª edición (1ª edición 1984).

Miller, G. A. (1980). *Psicología de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Osgood, C.E., Suci, G. J. y Tannebaum, P.H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana: University of Illinois Press. (Traducido al español por la editorial Gredos, Madrid, 1976).

Osgood, C.E., (1961). *Some Terms and Associated Measures for Talking About Communication Urbana*, Illinois: Institute for Communication Research, p. 48.

- Pinazo, S., Pastor, Y. (2006). Modelos teóricos en el estudio de la comunicación. En Y. Pastor (Coord.), *Psicología Social de la Comunicación. Aspectos Básicos y Aplicados*. pp. 19-43. Madrid: Pirámide.
- Rodrigo, M. (1995). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos. (Orig. 1998)
- Rogers, E. (1986). *Communication Technology. The New Media in Society*. Nueva York: The Free Press
- Saussure, F. (1990). *Curs de lingüística general*. Barcelona ediciones 62. (Orig.1916).
- Schramm, W. (1954). *How Communications Works*. En Scramm (ed.). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press. (Traducido al español por la editorial Ciespal, Quito)
- Shannon, E. y Weaver, W. (1971). *The Mathematical Theory of Communication* Urbana: University of Illinois Pres (1949).
- Smith., A. B. (1995). *Comunicación y cultura*. Buenos Aires. Nueva Visión
- Wikin Y. (1981) *La nouvelle communication*. Ed. du Seuil. Paris
- Martínez de Velasco, A., Nosnik, A., Vargas, V., & Savage, G. (1998). *Comunicación horizontal, informal y rumor*. *Comunicación y rumor*, 55-83.
- Fiske, J. (1984). *Introducción al estudio de la comunicación* (No. p90 F54).
- PASQUALI, A. (1978). *Investigación y tomada de decisiones en comunicación social*!. *Para Comprender la Comunicación*. Caracas, Monte Avila, 185-203.
- MASLIAH VALERIE, G. L. (15 de Julio de 2008). *Universidad Nacional Experimental Simon Rodriguez-Nucleo Valles Del Tuy- Venezuela*. Obtenido de Universidad Nacional Experimental Simon Rodriguez-Nucleo Valles Del Tuy- Venezuela: <http://unesrdesarrollorganizacional.blogspot.mx/2008/07/procesos-y-diseos-organizacionales.html>

OVALLE, J. (2 de Mayo de 2013). Prezi. Obtenido de Prezi:
<https://prezi.com/efvo1xzalqj/procesos-organizacionales/>

13.1 Webgrafia

1. <https://martafolgueira.wordpress.com/2012/01/19/la-importancia-de-la-comunicacion-en-el-mundo-empresarial/>

2. <http://www.alainet.org/es/active/65989>

ANEXOS

ANEXO 2



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE

Encuesta dirigida a los docentes de la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone

OBJETIVO: Determinar la comunicación en los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone durante el segundo semestre del año 2015.

INSTRUCCIONES: Mucho agradeceré se sirva responder con sinceridad marcando una x dentro del paréntesis de la alternativa de su elección.

1. ¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted mantiene con la universidad? OE1

- a) Vía oral
- b) Escritos mediante oficios
- c) Medios telefónicos o celulares
- d) Web y correo electrónicos

2. ¿Cómo califica usted la comunicación dentro de la UTM Chone? OE1

- Eficiente
- Regular
- Mala

3. ¿Qué tipo de comunicación mantiene con los estudiantes? OE2

- a) Formal
- b) Informal

4. ¿Cómo califica la comunicación entre docente y estudiantes? OE2

- a) Cordiales y afectuosas
- b) Rigurosa

5. ¿Conoce usted si en la UTM Chone se emplean procesos organizacionales? OE3

- a) Si
- b) No

6. ¿Qué son para usted los procesos organizacionales? OE3

- a) Procedimientos necesarios para el desarrollo institucional
- b) Conjunto de herramientas
- c) Nada importante

7. ¿Considera usted que la comunicación está relacionada con los procesos organizacionales? OE4

- a) Sí
- b) No

8. ¿Cree usted que la comunicación influye en los procesos organizacionales de la UTM Chone? OE4

- a) Si
- b) No

9. ¿Está usted de acuerdo que mejorando la comunicación se pueden obtener procesos organizacionales más eficientes en la UTM Chone? OE5

- a) Si lo estoy
- b) No lo estoy

10. ¿Qué estrategia aplicaría para mejorar la comunicación y los procesos organizacionales en la UTM Chone? OE5

- c) Capacitaciones
- d) Manual de comunicación
- e) Talleres

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE

Encuesta dirigida a los estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí extensión Chone

OBJETIVO: Determinar la comunicación en los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone durante el segundo semestre del año 2015.

INSTRUCCIONES: Mucho agradeceré se sirva responder con sinceridad marcando una x dentro del paréntesis de la alternativa de su elección.

1. ¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted mantiene con la universidad? OE1

- e) Vía oral
- f) Escritos mediante oficios
- g) Medios telefónicos o celulares
- h) Web y correo electrónicos

2. ¿Cómo califica usted la comunicación dentro de la UTM Chone? OE1

- Eficiente
- Regular
- Mala

3. ¿Qué tipo de comunicación mantiene con los docentes? OE2

- c) Formal
- d) Informal

4. ¿Cómo califica la comunicación entre docente y estudiantes? OE2

- c) Cordiales y afectuosas
- d) Rigurosa

5. ¿Conoce usted si en la UTM Chone se emplean procesos organizacionales? OE3

- c) Si
- d) No

6. ¿Qué son para usted los procesos organizacionales? OE3

- d) Procedimientos necesarios para el desarrollo institucional
- e) Conjunto de herramientas
- f) Nada importante

7. ¿Considera usted que la comunicación está relacionada con los procesos organizacionales? OE4

- c) Sí
- d) No

8. ¿Cree usted que la comunicación influye en los procesos organizacionales de la UTM Chone? OE4

- c) Si
- d) No

9. ¿Está usted de acuerdo que mejorando la comunicación se pueden obtener procesos organizacionales más eficientes en la UTM Chone? OE5

- f) Si lo estoy
- g) No lo estoy

10. ¿Qué estrategia aplicaría para mejorar la comunicación y los procesos organizacionales en la UTM Chone? OE5

- h) Capacitaciones
- i) Manual de comunicación
- j) Talleres

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE

Entrevista dirigida al decano de la UTM Chone

OBJETIVO: Determinar la comunicación en los procesos organizacionales de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone durante el segundo semestre del año 2015.

1. ¿Cómo es la comunicación dentro y fuera de la universidad? OE1
2. ¿De qué maneras comunican a los docentes y estudiantes sobre las actividades universitarias y todo lo relacionado a la institución? OE1
3. ¿Qué tipos de comunicación se manejan en la universidad? OE2
4. ¿Cuáles son los tipos de comunicación que se fomentan entre los docentes y estudiantes? OE2
5. ¿Cuenta la universidad con procesos organizacionales? OE3
6. ¿Cuáles son esos procesos y de no tenerlos, cuál es la razón? OE3
7. ¿Considera usted que la comunicación está relacionada a los procesos organizacionales? ¿Por qué? OE4
8. ¿Cree usted que la comunicación influye en los procesos organizacionales? ¿Por qué? OE4
9. ¿Cree usted necesario mejorar aspectos de la comunicación en la universidad? ¿Por qué? OE5
10. ¿Qué estrategias aplicaría para mejorar la comunicación y los procesos organizacionales en la institución? OE5

ANEXO N° 1



PROPUESTA

1. TEMA

Capacitación para el personal de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone sobre Comunicación Organizacional.

2. INTRODUCCIÓN

Un programa de éxito en las comunicaciones con los empleados se basa en el liderazgo del Director o Gerencia de una organización, quien debe estar comprometido filosófica y conductualmente con la idea de que la comunicación con los empleados es esencial para el logro de las metas institucionales. Si sus palabras y acciones van enfocadas a una mayor y mejor comunicación, su compromiso trascenderá al resto de la organización.

El compromiso deberá ser con una comunicación en ambos sentidos y no sólo unilateral y de manera descendente (como sucede en muchas organizaciones ineficaces), deberá tener un énfasis en la comunicación cara a cara pero apoyándose con acciones y con todos los elementos gráficos, escritos, audiovisuales y en general no verbales que se tengan a mano.

Cuando hay congruencia entre lo que se dice y lo que se hace, la credibilidad y confianza aumentan y son el escenario, el clima perfecto, para que la comunicación eficaz y efectiva se logre.

3. JUSTIFICACION

La comunicación es una doble vía, por la que se transita en ambas direcciones. Es una danza entre el hablar y el escuchar. Implica la transferencia de la información y la comprensión resultante entre dos o más personas. Es una manera de entrar en contacto con los demás, sin la comunicación no existirían las relaciones humanas.

Es a través de la comunicación que conocemos a las demás personas, sus ideas, sus sentimientos, sus valores, hechos y pensamientos. La comunicación es el puente de significado entre los seres humanos, que les permite comprenderse y compartir lo que son, lo que sienten y lo que saben. Al utilizar ese puente existe un acercamiento que permite a la gente superar cualquier cosa que los separe.

Es a través de la comunicación que coordinamos acciones con otros. La comunicación no se da en el momento que mandamos información, sino cuando ésta ya ha sido recibida, interpretada y comprendida. La comunicación es lo que el receptor entiende, no lo que el emisor dice.

Las organizaciones no pueden existir sin comunicación, porque se requiere para acordar el trabajo que se va a realizar y para intercambiar instrucciones que permitan realizar lo correcto para el logro de metas y objetivos. Hablamos de empresa como una red de compromisos y conversaciones.

Los dirigentes y administradores requieren de la comunicación para coordinar el trabajo de sus subalternos. La cooperación entre los integrantes de un grupo de trabajo, tiene como base la comunicación, sin ella sería imposible, porque la gente no podría dar a conocer sus necesidades y obtener la comprensión y el apoyo de los demás.

La toma de decisiones en grupo, requiere de manera indispensable de la comunicación, sin ella no sería factible el intercambio y la aportación de ideas, opiniones y sugerencias, que lleven a una buena decisión con la que todos se sientan comprometidos.

Cuando la comunicación es eficaz, es más probable que se logre la calidad y productividad, ya que una buena comunicación tiende a alentar el buen desempeño y promueve la satisfacción de los trabajadores.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Plantear una capacitación para el personal de la Universidad Técnica de Manabí Extensión Chone sobre Comunicación Organizacional.

4.2. Objetivos específicos

- Diseñar un temario para la capacitación con los contenidos más relevantes, con estrategias metodológicas que permitan su aplicación y comprensión
- Concientizar al personal sobre el uso adecuado de la comunicación y los procesos organizacionales.
- Establecer actividades de ejecución seguimiento y evaluación de la capacitación.

5. CONTENIDO Y BIBLIOGRAFÍA DE LA PROPUESTA

5.1. Contenido

- La comunicación
- Las actitudes que favorecen la comunicación
- Comunicación efectiva en las organizaciones
- Comunicación organizacional
- Procesos organizacionales

5.2. Bibliografía

Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (1988). Comunicación organizacional práctica: manual gerencial.

Martínez de Velasco, A., Nosnik, A., Vargas, V., & Savage, G. (1998). Comunicación horizontal, informal y rumor. *Comunicación y rumor*.

Muñoz Olmos, A. (2013). La comunicación organizacional y la publicidad como bases para la creación de una nueva organización en Hidalgo: publimpactos.

PASQUALI, A. (1978). Investigación y toma de decisiones en comunicación social!. *Para Comprender la Comunicación. Caracas, Monte Avila*.

Rodríguez Mancilla, D. (2005). *Diagnóstico organizacional* (Vol. 10). Alfaomega. Ediciones Universidad Católica de Chile.

6. ESTRUCTURA DE LA ESTRATEGIA APLICADA

6.1. Métodos

Método científico

Nos permite explicar los fenómenos del problema, establecer relaciones con los hechos y para obtener conocimientos. A través de este método se trabaja de forma planificada en la búsqueda de soluciones y su aplicación

Método analítico

Nos permite analizar el problema y la solución, descomponiéndolo en sus partes para observar las causas, naturaleza y efectos. A través de este método podemos conocer más el objeto de estudio y establecer las alternativas adecuadas de solución.

6.2. Técnicas

Técnicas de exposición

Permite lograr los objetivos relacionados con el aprendizaje de un determinado tema, en la que un especialista imparte oralmente sus conocimientos y los asistentes pueden reflexionar sobre lo que escuchan. Se utilizan materiales didácticos como pizarrón, grabadoras, material audiovisual, maquetas, fotografías, power point, etc.

Técnica de debate

Permite la interrelación entre expositor y asistentes sobre los temas, contestar preguntas que el expositor formula, y posteriormente aclarar aquellos aspectos que no hayan sido comprendidos. Se logra una retroalimentación del tema con argumentaciones lógicas, en pro o en contra de una tesis. Además ayuda a desarrollar la agilidad mental y la capacidad de argumentar lógicamente.

7. DISEÑO ORGANIZACIONAL CON LAS ACTIVIDADES REALIZADAS QUE VALIDAN LA PROPUESTA

- a) Diseño de la capacitación
- b) Preparación de temas
- c) Definición de fecha y lugar
- d) Solicitar y confirmar el lugar
- e) Búsqueda de ponentes
- f) Confirmación de los ponentes a participar de la capacitación
- g) Entrega de invitaciones a la capacitación a personalidades importantes de la universidad y el cantón
- h) Convocatoria a los estudiantes
- i) Confirmación final de asistentes
- j) Realización de la capacitación
- k) Evaluación de la capacitación
- l) Entrega de certificados de asistencia
- m) Encuesta a corto plazo para medición de resultados

Anexo 5



APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS