



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

TEMA

“Las estrategias comunicativas en el cumplimiento de objetivos administrativos en el departamento OEC del ITSLAM- Manta año 2018 (2)”

AUTORA

Inés Brigitte Zambrano Mendoza

Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Carrea de Secretariado Ejecutivo

Febrero 2019

Manta- Manabí- Ecuador

TEMA

“Las estrategias comunicativas en el cumplimiento de objetivos administrativos en el departamento OEC del ITSLAM- Manta año 2018 (2)”

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios por darme la suficiente fuerza y valentía para no desistir y continuar en el proceso de convertirme en una profesional y obtener uno de mis sueños más anhelados de convertirme en licenciada.

A mis padres Heráclito Zambrano e Inés Mendoza, por ser los principales promotores en alcanzar mi sueño; por la confianza, consejos y sobre todo el amor que día a día me brindan, por inculcarme valores y ejemplo de valentía a no derrumbarme ante cualquier circunstancia.

A mis hermanos Leonardo y Miguel por la confianza que me tuvieron y por apoyarme en las diferentes etapas de este proceso universitario brindándome su incondicional ayuda.

Inés Brigitte Zambrano Mendoza

RECONOCIMIENTO

Agradezco a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por haberme otorgado la oportunidad de lograr mi meta de convertirme en una profesional y obtener mi título en la carrera de Secretariado Ejecutivo. De la misma manera a la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo por proporcionarme enseñanzas a través de los docentes capacitados para brindar conocimientos y sabiduría a cada uno de sus estudiantes.

Al Instituto Tecnológico Superior Luis Arboleda Martínez por brindarme la apertura para que se lleve a cabo la investigación y poder realizar el respectivo estudio de campo.

A mi tutora de Tesis, la Lcda. Verónica Chávez Zambrano por compartir sus conocimientos, por su guía, confianza, paciencia y apoyo permanente en la elaboración de este proyecto.

A mis amigas con las que he vivido y experimentado cada momento de esta etapa, ayudándonos en los buenos y malos momentos, dándonos fuerzas cuando sentíamos decaer y por las gratificantes anécdotas vividas y compartidas.

Inés Brigitte Zambrano Mendoza

ÍNDICE

Contenido	Pág.
TEMA	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
DEDICATORIA.....	III
RECONOCIMIENTO.....	IV
ÍNDICE	V
RESUMEN	VII
ABSTRACT.....	VIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	6
1.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	7
1.3 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	8
1.4 FUNDAMENTACIÓN SOCIAL.....	8
1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9
1.5.1 ¿Qué es comunicación?.....	9
1.5.2 Elementos de la comunicación.....	10
1.5.3 Medios de comunicación	11
1.5.4 ¿Qué son las estrategias?.....	12
1.5.5 Estrategias comunicativas.....	13
1.5.6 Tipos de estrategias Comunicacionales.....	14
1.5.7 Técnicas para desarrollar una estrategia comunicativa eficaz	16
1.5.8 ¿Qué son los objetivos?	17
1.5.9 Administración por objetivos.....	18
1.5.10 Características de los objetivos.....	18
1.5.11 Cumplimiento de objetivos	19
1.5.12 Clasificación de los objetivos.....	20
1.5.13 Requisitos de los objetivos	21
1.5.14 Estrategias comunicativas en el cumplimiento de objetivos administrativos.....	22

CAPÍTULO II	23
DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO	23
2.2 Presentación de resultados	23
DISCUSIÓN	43
CAPÍTULO III	44
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
Conclusiones.....	44
Recomendaciones	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
ANEXOS.....	50

RESUMEN

La temática de esta investigación se centró en las estrategias comunicativas en el cumplimiento de objetivos administrativos del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad del Instituto Tecnológico Superior Luis Arboleda Martínez. El propósito general consistió en analizar las estrategias comunicativas y verificar el cumplimiento de los objetivos administrativos en el personal del departamento. Es necesario mencionar que en el ámbito organizacional es conveniente implementar estrategias comunicativas para que la comunicación sea más productiva y eficaz, debido a que son herramientas que ayudan a la planificación coherente de las metas que una empresa pone en juego para dar a conocer sus beneficios y poder cumplir a cabalidad con los objetivos establecidos. Se consideró como campo de este estudio las estrategias comunicativas y como objeto el cumplimiento de los objetivos; la población estuvo constituida por el personal del ITSLAM y sus usuarios, y la muestra seleccionada la conformaron 50 usuarios y 8 administrativos del departamento. Para la elaboración de la investigación se implementó el análisis documental bibliográfico en donde se comparó y amplió diferentes perspectivas sobre las variables a través del aporte de varios autores, asimismo las técnicas para la recolección de los datos fueron las encuestas realizadas a los usuarios y a los administrativos, y una entrevista que fue aplicada al coordinador del departamento. Dentro de los principales resultados se evidenció que en el departamento existe un bajo nivel de comunicación al momento de generar la información por lo que en varias ocasiones suelen haber malos entendidos y desconformidades laborales.

Palabras claves: Comunicación, estrategias comunicativas, objetivos administrativos, administración por objetivos, cumplimiento de objetivos.

ABSTRACT

The topic of this research was focused on the communicative strategies in the management objectives achievement of the OEC department from ITSLAM. The main objective consisted on analyzing the communicative strategies to verify the accomplishment of management objectives in the department staff. It is necessary to mention that in the organizational field it is convenient to implement the communicative strategies so that the communication can turn more productive and effective, because they are tools that help to the coherent planning of the goals that a company execute to let others know about its benefits and to fulfill the set objectives properly. In this study the communicative strategies were considered as field and the objectives accomplishment as object. The population was composed by the ITSLAM staff and its users, the chosen sample was composed by 50 users and 8 administrative staff of the department. In order to make this research it was implemented the bibliographic and documentary analysis, which was useful to compare and extend some different perspectives about the variables through some authors contributions; likewise the techniques for the data collection were surveys applied to the users and administrative staff, and also an interview applied to the coordinator of the department. Among the main results it was evidenced that in the department there exist a low communicative level at the moment of generating information, so that in some occasions there used to happen some misunderstanding in the job environment.

Key words: Communication, communicative strategies, administrative objectives, administration by objectives, fulfillment of objectives.

INTRODUCCIÓN

La comunicación es considerada una variable estratégica que permite obtener información clara mediante el uso de algunos medios que implementan ideas, en donde se pueda cumplir a cabalidad con los objetivos establecidos en una entidad y así poder transmitir el conjunto de valores compartidos por los miembros de la organización.

Dentro del ámbito organizacional la comunicación es fundamental porque permite la interacción con distintas clases de personas, dándoles a conocer criterios propios y aclarando dudas empresariales. En base a ello, es necesario conocer la manera en que la organización maneja la comunicación para de ese modo establecer estrategias que permitan el uso adecuado de información ante la sociedad.

Por su parte, las estrategias comunicativas son consideradas como una herramienta que permite conectar acciones comunicativas que cooperen a fundamentar procesos institucionales, orientados a informar sobre los avances y alcances de las metas o proyectos establecidos. La implementación de las estrategias comunicativas permite mantener una comunicación eficaz y superar las dificultades derivadas de la información, lo que hace posible que una organización ofrezca con eficacia sus productos o servicios y se obtengan resultados garantizados y satisfactorios para la ciudadanía.

Los objetivos administrativos son un sistema dinámico que permite la integración de varias actividades administrativas empezando con la fijación de metas y finalizando con la revisión del desempeño, estos objetivos deben ser cumplidos eficientemente en una empresa para desarrollar las actividades laborales correctamente, es decir el cumplimiento cabal de los objetivos influye en el futuro a la organización.

La aplicación de estrategias comunicativas ayuda a incrementar el alcance de los objetivos establecidos en la organización, como por ejemplo se logra participar de manera efectiva con los usuarios de tal forma que el

comportamiento y las precepciones de los mismos cambia, incrementando la satisfacción de ellos hacia la empresa y demostrando el éxito del trabajo realizado.

La presente investigación permite identificar las estrategias comunicativas dentro del departamento OEC como lo son la comunicación directa, solución de conflictos o selección de medios de comunicación los que permiten dar cumplimiento a los objetivos administrativos y tener clara la manera de trabajar por ellos. A través del cumplimiento de estos objetivos se logra incrementar e impulsar el desempeño laboral con eficacia, eficiencia y equidad de los trabajadores del departamento en estudio. La importancia de esta temática radica en su actualidad y en conocer las necesidades en la comunicación que tiene la institución donde se hizo el estudio; para ello se caracterizó las variables que intervienen y se verificó el cumplimiento de los objetivos administrativos a través de las estrategias comunicativas implementadas.

En América Latina se ha podido evidenciar que la adecuada administración de los objetivos en todo tipo de empresas es un condicionante para el correcto funcionamiento de las mismas, y que la ausencia de buenas prácticas administrativas y una deficiente comunicación son la razón por la que muchos negocios se ven obligados a interrumpir sus operaciones.

En Ecuador se evidencia que la mala gestión comunicativa trae consigo consecuencias negativas; pues, en la mayoría de las organizaciones la comunicación es una debilidad y no es empleada satisfactoriamente, para ello es necesario implementar estrategias comunicativas que permitan cubrir las acciones de una empresa, además es necesario que los objetivos empleados en la organización sean cumplidos a cabalidad y así poder cubrir las acciones de una empresa.

Las estrategias de comunicación empresarial se emplean de forma coordinada hacia los públicos. Es necesario que estas sean planificadas y diseñadas de acuerdo a la función empresarial de tal forma que se evite mensajes confusos y así poder lograr el éxito del negocio y mantener una adecuada imagen corporativa.

En el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad la comunicación es el pilar fundamental por la interacción que existe entre el coordinador, funcionarios y personas externas; sin embargo, se observa un bajo nivel de comunicación al momento de generar información, de igual manera insuficiente atención a los usuarios y acumulación de documentos como son los formularios utilizados en los procesos de certificaciones; lo que origina que al momento de realizar las auditorias correspondientes, no culminen con un resultado satisfactorio y afecta al cumplimiento cabal de los objetivos.

De acuerdo a las insuficiencias mencionadas anteriormente se establece como problema de investigación ¿De qué manera las estrategias comunicativas pueden fortalecer el cumplimiento de los objetivos administrativos del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad del Instituto Tecnológico Superior Luis Arboleda Martínez? por ello, es necesario que el personal tenga una eficiente preparación académica para que la hora de realizar sus labores demuestren agilidad y adecuada concentración para incrementar la eficiencia y productividad, además de ayudar a que la institución llegue a ser un referente regional.

Es importante destacar que la comunicación en la actualidad es el proceso de interacción humana que facilita la comprensión y atención de las personas. En este sentido, los miembros del departamento diariamente se enfrentan a varios tipos de usuarios que llegan para que se le facilite información lo que hace necesario el uso de estrategias comunicativas adecuadas, más aún cuando a través de aquellas se da cumplimiento a uno de los objetivos que es el nivel de satisfacción de los usuarios.

En base al problema se determina que el campo son las estrategias comunicativas y el objeto el cumplimiento de objetivos administrativos. De la misma manera el objetivo general que orienta a la presente investigación es analizar las estrategias comunicativas en el cumplimiento de los objetivos administrativos en el personal del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad del ITSLAM; y para el cumplimiento de este objetivo general se enuncian los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar teóricamente las variables de estrategias comunicativas y cumplimiento de objetivos administrativos.
- Diagnosticar el uso de las estrategias comunicativas vinculadas al cumplimiento de los objetivos en el departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
- Describir los tipos de estrategias comunicativas que se aplican en el departamento Organismo Evaluador de la Conformidad.
- Verificar el cumplimiento de los objetivos administrativos del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad.

Esta investigación cuenta con el aval de la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí a través de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo y del Instituto Tecnológico Superior Luis Arboleda Martínez, el cual ha brindado la apertura para que se lleve a cabo la investigación. De igual manera se cuenta con el respaldo de un tutor guía que ayudará en la elaboración del proyecto; además, de los recursos bibliográficos, a través de libros, ensayos, artículos, revistas, periódicos páginas web, que permitirán caracterizar cada una de las variables en estudio, se cuenta también con el recurso económico que genere la investigación.

En este estudio se utilizó la modalidad investigación documental y bibliográfica porque se profundiza, compara, y selecciona diferentes enfoques para caracterizar las variables que intervienen en esta problemática. La investigación será de tipo descriptiva porque se va a detallar y caracterizar cada uno de los factores que intervienen en la variable de estudio, al finalizar el análisis y la descripción se planteará una posible solución.

El estudio es netamente cualitativo porque solamente se comparó el problema y determinó la causa que estaba afectando a la población en estudio, se lo realizó a través de encuestas y una entrevista. La población que la constituyó es el ITSLAM y el número de personas participantes para la muestra correspondió a 50 usuarios y 8 administrativos del departamento.

Entre las técnicas de recolección de datos están las encuestas que se aplicarán a los usuarios y los miembros del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad y una entrevista aplicada al coordinador de este departamento, además de realizar la observación directa para conocer el grado de la problemática en estudio.

Entre los principales resultados se encontró que existen estrategias comunicativas que ayudan a solucionar conflictos departamentales, sin embargo, estas no son cumplidas eficientemente, puesto que mayormente hay discordias entre compañeros que no son solucionadas rápidamente por falta de comunicación lo que ocasiona bajo rendimiento en las labores realizadas, objetivos y actividades cumplidas parcialmente, retraso en la entrega información, información inadecuada e insatisfacción en los usuarios del departamento.

La elaboración de este proyecto está estructurado de la siguiente manera: el primer capítulo se basa en el marco teórico que hace énfasis a los antecedentes investigativos de las variables estudiadas, además se presentará la fundamentación legal, filosófica y social. De la misma manera, se presentan los conceptos relacionados a las variables estrategias comunicativas y cumplimiento de objetivos. En el segundo capítulo se presentan los resultados del estudio de campo y su respectivo análisis y en el tercer capítulo, se determina la discusión luego las conclusiones y recomendaciones de esta investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Al analizar los trabajos que se han realizado y que están asociados con las variables en estudio, se encontraron los siguientes.

Navia (2016) llevó a cabo un estudio con el tema “Plan de medición de los objetivos de la estrategia de comunicaciones 2016-2018 del instituto de la familia” de la Universidad de la Sabana donde se estableció diseñar e implementar una estrategia de comunicación para mejorar el clima organizacional interno y poder aumentar la satisfacción y el desempeño de todos los integrantes del Instituto en un 60%, dando como resultado que el instituto debía prestar más atención a las comunicaciones internas debido a que el plan estratégico de comunicaciones se encuentra en decadencia, por lo que los esfuerzos deben de aumentar sustancialmente en los siguientes años para se pueda cumplir con cada uno de los objetivos.

De igual manera Vásquez (2013) en su tesis “estrategia de comunicación interna para empresa de courier y carga” de la Facultad de Humanidades de Universidad Rafael Landívar- Guatemala, planteó implementar un plan de comunicación que faciliten los flujos de comunicación adecuada entre cada uno de los departamentos, propiciando la identificación de los colaboradores; por lo que se determinó que el plan de comunicación interna, está bien relacionado en cuanto a los objetivos, contenido, estructura y el texto. De la misma forma se determinó la importancia de mejorar los mensajes claves que van dirigidos a los colaboradores internos de la empresa, los cuales deben ser cortos y claros, para poder captar lo que desean.

Por su parte Clavijo (2016) implementó un estudio de maestría sobre “la estructura organizacional y el cumplimiento de objetivos departamentales del

área de estadística del hospital regional Ambato”, el cual trata de Identificar como la estructura organizacional aporta al cumplimiento de los objetivos departamentales de dicha área de estudio y como conclusión se evidenció que en el Hospital no existe una adecuada estructura organizacional por lo que no existe un orden y control en las actividades y funciones que realiza el personal, provocando que no se cumplan con los objetivos.

Mera (2014) en su tesis “la planificación estratégica y el cumplimiento de las metas y objetivos en la empresa accpass S.A de la ciudad de Ambato.” De la facultad de contabilidad y auditoría de la Universidad Técnica De Ambato planteó examinar la importancia de la planificación estratégica en el cumplimiento de metas y objetivos en la empresa Accpass, concluyendo que la falta de socialización de la empresa de la planificación estratégica refleja que el personal no se encuentra completamente informado sobre los objetivos planteados en la entidad, y más aun no tienen el suficiente conocimiento de las actividades a realizarse en cada área de la empresa, lo cual ocasiona incertidumbre y errores en los procesos.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La constitución del Ecuador en el Título II, capítulo segundo, (de los derechos del Buen Vivir), sesión tercera (Comunicación e información):

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

Literal 1: Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Literal 5: integrar los espacios de participación previstos en la constitución en el campo de la comunicación.

En el título VII (Régimen del buen vivir), capítulo primero (Inclusión y equidad), sesión séptima (comunicación social):

Art. 384: El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Una estrategia de comunicación es la combinación de métodos, mensajes y enfoques por medio de los cuales el planificador busca alcanzar los objetivos de comunicación (Assifi & French, 1991, pág. 49).

Según lo establecido por el autor, la estrategia comunicativa es considerada un conjunto de acciones y mensajes en una empresa, en donde se conocerá los métodos a utilizar en una organización y poder tomar decisiones concretas de las actividades realizadas diariamente con el fin de conseguir mediante la comunicación el cumplimiento de los objetivos planteados.

FUNDAMENTACIÓN SOCIAL

Según el SRI (s/f).en su plan estratégico de comunicación establece que el lenguaje es el único medio por el cuál se hace posible la interacción entre el hombre y la realidad. La evolución paradigmática del hombre en la sociedad se ve cruzada por el lenguaje con grandes consecuencias para su interrelación social y su disposición psíquica como un sujeto interactuante con respecto a ella. Los actores sociales son sujetos observadores actuantes de la comunicación en la medida que se hacen consciente de su proceso de lenguaje como una realidad formadora de la sociedad. (p.106)

La interacción social se produce en el cambio de información, donde el lenguaje entendido como sistema de comunicación es uno de los componentes fundamentales de la conducta social; en consecuencia, el sujeto social es un efecto del lenguaje y la comunicación.

La comunicación como base de la sociedad permite al individuo influir en el otro y en la construcción social mediante el intercambio de mensajes especialmente de orden lingüístico. Así el lenguaje es la parte más importante de cualquier construcción social ya que depende de él tanto la estructura de conocimiento, así como la forma de conocer las cosas.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

¿Qué es comunicación?

La comunicación es entendida básicamente como el intercambio de mensajes entre personas. Es vista como un medio útil para transmitir información en la búsqueda de que los receptores se identifiquen con aquello que se quiere compartir. Así, se hace referencia al intercambio de información verbal y no verbal y a la utilización de medios técnicos: impresos, radio, televisión, internet. (Vargas, s/f, p. 5).

La comunicación es un proceso clave en la conformación de las sociedades humanas, el término proviene del latín “communicare” que significa impartir, compartir, hacer común. Vargas, (s/f) también afirma que “la comunicación puede ser entendida más allá de la transmisión de información e implica pensarla en sentido experiencial, como vinculación, poner en común, compartir e intercambiar lo vivido como experiencia”. (p.5)

Según el concepto establecido por la autora se define a la comunicación como el intercambio de la información y es considerada una necesidad de las personas para interactuar entre sí. A través de ella se puede expresar las emociones, fracasos y experiencias vividas en el transcurso de la vida, pues está comienza a funcionar desde el día del nacimiento.

Cabe destacar que la comunicación se divide en dos partes importantes, entre ellas se tiene la comunicación interna que para Andersen (2007) “es el proceso

en donde los miembros de la empresa se comunican entre sí. Ésta persigue la cohesión de la organización para poder ser un ente fuerte ante sus interlocutores sociales, tales como gobierno, políticos, prensa y comunidad”. (p.15)

“La comunicación interna es un derivado de la comunicación organizacional que se dirige a los públicos internos de una empresa, los inversionistas y hacia otras organizaciones con las cuales se mantiene contratos o son proveedores; lo anterior, dado que ellos son los primeros líderes de opinión en la percepción pública de la imagen de la organización y, al mismo tiempo, son los primeros representantes de la identidad de esta hacia los públicos externos”. Rojas, citado por (Navia, 2016, p.13),

La siguiente parte es la comunicación externa que para Felizzola, (2015) “se define como el conjunto comunicacional emitido a los públicos externos que colaboran para el beneficio de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a organizaciones internacionales, etc.” (p.29)

Por otra parte, Clavijo (2016) Manifiesta que la comunicación externa “es el conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos a proyectar una imagen favorable a promover sus productos o servicios”. (p.27)

Al hablar de la comunicación es necesario tener en cuenta que ésta se divide en dos partes, la comunicación interna que es considerada como un proceso en donde cada miembro de una empresa mantiene una comunicación directa y así logran obtener un desempeño eficaz en las actividades asignadas. La otra parte es la comunicación externa que es conocida como el conjunto comunicacional emitido a los públicos externos de la empresa los cuales ayudan al beneficio de la misma.

Elementos de la comunicación

La comunicación involucra una serie de elementos constitutivos entre los que se registran una serie de relaciones en diferentes sentidos, los elementos son el emisor o codificador; código, mensaje primario, receptor o decodificador, canal, ruido, barreras o interferencias y la retroalimentación o realimentación

conocido como feedback, mensaje de retorno o mensaje secundario. (Ramos, 2017, p.7)

Felizzola (2015) De la misma manera establece que en la comunicación existen elementos claves como el contexto o entorno, el emisor que transmite el mensaje codificando la información, el mensaje que es la que fluye a través de un medio o canal y el receptor que es aquel que decodifica el mensaje y emite una respuesta al emisor.

La comunicación consta con varios elementos para poder emitir una información, entre los más importantes se tiene a el entorno que es el lugar donde surge la información o, el lugar en el que nace el mensaje primario; por su parte, el emisor o codificador, se encarga de transmitir el mensaje, dando inicio a la respectiva comunicación para lo cual es necesario que exista el receptor o decodificador, destinatario del mensaje quien recibe la información, la interpreta y le da sentido al mensaje, así mismo se tiene el mensaje que es la información que envía el emisor, y por último el canal que es el medio por el cual viaja el mansaje.

Medios de comunicación

Idrovo (2015) manifiesta que “los medios de comunicación hacen referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se puede comunicar un mayor número de personas al mismo tiempo”. Es decir, son sistemas de transmisión de mensajes que se difunden a los receptores a través de distintos canales como lo son la utilización de periódicos, revistas o medios electrónicos como la radio, la televisión, y el internet, los cuales ayudan a influir en la manera de recibir la información y en la forma de pensar de las personas. (p.15)

El SRI (s/f).en su plan estratégico de comunicación que contiene estrategias comunicativas para una buena atención al cliente, establece lo siguiente: Los medios de comunicación suministran la base sobre la cual los individuos y los grupos construyen una imagen de la vida, significados, practicas, valores, etc., proporcionan las imágenes, representaciones e ideas. A través de los medios

de percibe el mundo, las realidades vividas de los otros en un mundo global inteligente. Entre esos se encuentra:

- La radio
- El internet
- El periódico
- Los afiches
- Televisión

Los medios de comunicación son aquellos instrumentos en los cuales un mensaje ya sea de manera textual, sonora o visual puede ser transmitido a una persona o a un grupo de personas y lograr una información eficaz y clara. Si estos medios son utilizados de forma positiva promueven una comunicación positiva, segura y de respeto, pero si no es así ocasionan agresiones, corrupción y malos entendidos.

¿Qué son las estrategias?

“Las estrategias están consideradas como secuencias integradas de procedimientos o actividades elegidas con la finalidad de facilitar la adquisición, almacenamiento y/o utilización de la información. Igualmente, las estrategias son un conjunto de acciones dirigidas a la consecución de una meta, que implica pasos a realizar para obtener aprendizajes significativos y así asegurar la consecución de un objetivo; toma en cuenta la capacidad de pensamiento que posibilita el avance en función de criterios de eficacia”. (Miroslava, 2016, p.13).

Miroslava considera a las estrategias como una sucesión de indicaciones y pasos a seguir para ciertas actividades que se desean realizar en una empresa para un beneficio general y lograr un fin deseado y proactivo a futuro para una empresa y que ésta sea reconocida por las sociedades dentro del mercado laboral

Por su parte Cardoza, Carmona, Ramos y Ribón (2015) manifiestan que el término “estrategia” procede del ámbito militar, en donde se lo conocía como el arte de proyectar y dirigir grandes movimientos militares, por ende, la actividad

del estrategia consistía en proyectar, ordenar y dirigir las operaciones militares para conseguir la victoria.

Tobón, citado por Cárdenas (2014) define a la estrategia como la manera de hacer y de proceder, y tienen como objetivo definir un camino y abrir una vía de acceso para realizar diversas actividades. Para definir la manera de como empezar con estas estrategias es necesario tener clara una conceptualización a las preguntas del qué, por qué, para qué, con quién, con qué, cuanto, donde y cuando.

De acuerdo a las dos últimas conceptualizaciones de los autores sobre el termino estrategia se hace énfasis a la de Cárdenas que considera a las estrategias como la implementación de un camino o conjunto de pasos para conseguir actividades y metas plantadas, pero para ello es necesario formularse varias preguntas como por ejemplo saber el por qué se desea implementar dichas estrategias y con qué fin se desea lograrla.

Estrategias comunicativas

Las estrategias comunicativas como tal son un proceso o sistema de elementos de comunicación que tienen como objetivo captar el interés del público objetivo mediante el contenido y la forma de un discurso emitido en los medios de comunicación para su socialización. Además, constituye la combinación de múltiples elementos orientados a emplear acciones coordinadas que permitan cumplir con objetivos planeados con la finalidad de crear lazos con la sociedad y crear una relación. (Ruiz, 2013, p.39).

Mediante lo establecido por Ruiz (2013) se conoce que las estrategias comunicativas son aquellas que se desarrollan mediante medios de comunicación para poder reforzar las actividades institucionales y lograr posicionarse en el mundo laboral, además de establecer un vínculo integro de los clientes para la empresa sobre los servicios o productos brindados.

Según Arellano citado por Miroslava (2016) "Las estrategias comunicativas deben estar compuesta por estas dos lógicas, la informativa y la comunicativa., máxime si su articulación, su significado, constituye el principio básico para la construcción de representaciones sociales". (p.15)

De acuerdo a lo citado por Miroslava se considera a las estrategias comunicativas como una composición entre la información y la comunicación, pues la información es influir en la actitud de todo el personal de una empresa para que sus objetivos y actividades estén en armonía: mientras que la comunicación es el proceso donde una persona transmite un mensaje a otra y ésta necesariamente requiere de un feedback.

Tipos de Estrategias Comunicacionales

Miranda, citado por Pijuana, (2015) establece que las estrategias comunicacionales se fijan como herramientas para construir un plan de trabajo, para formar una organización con diferentes fines, depende de quien las elabore, y para desarrollarlas se debe analizar el hecho que se desea realizar y así poder formarlas con un propósito exacto. Para ello se mencionan los siguientes tipos

Estrategia como plan: Un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa. Normalmente se recoge de forma explícita en documentos formales conocidos como planes.

Estrategia como táctica: Una maniobra específica destinada a dejar de lado al oponente o competidor.

Estrategia como pautas: La estrategia es cualquier conjunto de acciones o comportamiento, sea deliberado o no. Definir la estrategia como un plan no es suficiente, se necesita un concepto en el que se acompañe el comportamiento resultante. Específicamente, la estrategia debe ser coherente con el comportamiento.

Adicionalmente se mencionan otros tipos relevantes para mejorar la comunicación en una empresa, entre ellas se tiene:

Documentar las conversaciones: La palabra hablada puede ser poderosa, pero no hay nada como dejarlo todo por escrito. Documentarlo todo sirve para un propósito fundamental: aportar claridad al equipo. No hay objeciones posibles si algo que se asignó o debatió, y se dejó por escrito y distribuyó a cada participante de la conversación.

Retroalimentación: Se conoce como retroalimentación a aquella información que ayuda a los empleados a entender qué tan bien su desempeño cumple con las expectativas de la empresa. El feedback aporta beneficios a la empresa y a los empleados, pues está demostrado que las empresas que utilizan la retroalimentación a diario cuentan con empleados más productivos, pues son conocedores de todas las nuevas ideas y sugerencias de la organización y trabajarán para la mejora de la organización.

Solucionar conflictos: Las diferencias entre compañeros de trabajo suelen presentarse con frecuencia, esto es un asunto normal debido a la diversidad de visiones y opiniones. Lo que no debería ser normal es que esas diferencias escalen hasta convertirse en problemas que afectan la armonía del grupo y el clima laboral de la empresa.

Establecer una comunicación directa: La comunicación por medio de plataformas virtuales se ha tomado las empresas. Es cierto que son muy útiles y permiten transmitir todo tipo de información, por compleja y extensa que sea, pero no es menos cierto que la comunicación persona a persona siempre será la mejor forma de hacerlo.

Construir equipos: Realizar actividades recreativas en grupo permite crear lazos de confianza y afianzar la comunicación entre las personas. Este tipo de actividades fomentan el bienestar y el compromiso de los colaboradores, al tiempo que exigen mejorar los métodos de comunicación para completar las actividades.

Para implementar estrategias comunicativas en una organización primero es necesario conocer el tipo para así saber con cuales se desea trabajar. Cada tipo de estrategias comunicativas es importante porque cada una tiene algo

fundamental que ayuda a las metas de la empresa; como por ejemplo la estrategia de documentar las conversaciones, esta es necesaria porque mientras toda conversación se encuentre documentada no existirá mal entendidos, solo se realiza la búsqueda y se observa la constancia de lo que se ha dicho anteriormente. De la misma manera la estrategia de construir equipos es una de las más relevantes, pues, ayudan a que los trabajadores interactúen entre si para a fomentar un buen ambiente laborar; cabe destacar que una empresa sale adelante con la ayuda de sus colaboradores y por ello es conveniente que no existan diferencias.

Técnicas para desarrollar una estrategia comunicativa eficaz

La autora Guerrero (2016) plantea dos técnicas que ayudan a mantener una correcta comunicación estratégica entre estas se tiene la comunicación asertiva que consta en hacer valer sus derechos. Insistir en ser tratado de manera justa. Ser tan claro y específico como pueda al expresar lo que se quiere, piensa y siente. Mientras que disentir pasiva y activamente se refiere a que encontrarse en una circunstancia que no se esté de acuerdo con alguien, no es recomendable fingir estarlo sólo por "mantener la calma" sonreír, asentir o prestar atención. Sería más beneficioso a largo plazo cambiar el tema o expresar nuestro desacuerdo más activamente.

De la misma manera es importante establecer la pregunta de ¿Por qué? debido a que, si una persona solicita hacer algo que parezca poco razonable o desagradable, se debe preguntar "por qué" debe hacerlo. Como personas merecemos una explicación y es un derecho insistir en una explicación convincente.

En base a lo citado por la autora se establece que se deben implementar técnicas que ayuden al desempeño de una buena comunicación, como es el caso de la técnica asertiva, en donde una persona expresa lo que desea y lo que piensa para que los demás oyentes acepten sus opiniones, por otro lado es necesario disentir pasiva y activamente en una conversación, pues esta

ayuda a que si existen momentos de tensión se pueda mantener la calma y tratar de solucionar cualquier inconveniente hasta llegar a un acuerdo acertado.

¿Qué son los objetivos?

Un objetivo es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados. En general, la consecución de un determinado logro lleva implícita la superación de obstáculos y dificultades que pueden hacer naufragar el proyecto o, al menos, dilatar su concreción. Además, el cumplimiento o incumplimiento de objetivos puede conllevar sentimientos de euforia o frustración, que afectarán la salud psíquica para bien o para mal de quien se ve afectados por ellos. Martínez, citado por Gaibor (2016)

Fajardo, citado por Rosales (2014). Define que “Los objetivos son los propósitos o logros particulares, específicos, entendibles, compartidos, alcanzables y medibles que se pretenden conseguir en un periodo de tiempo determinado por un conjunto de personas y recursos determinados a los que su consecución debe provocar una motivación”. Por otro lado, Mercado citado por Urquiza (2014) manifiesta que los objetivos son fines o propósitos hacia los cuales se deben dirigir los esfuerzos de un grupo humano. El objetivo de toda empresa es obtener utilidades a través de todas aquellas áreas funcionales, por ejemplo: personal, innovaciones, función social, en cuanto a la comunidad en la cual se está trabajando, contribuyendo a todos en el objetivo principal.

Los objetivos son situaciones que una empresa pretende alcanzar, como lo indica Urquiza (2014) son aquellos propósitos o metas que una organización elabora junto con la implementación de recursos para conseguir un fin en un determinado periodo de tiempo. Es esencial establecer objetivos debido a que sirven como motivación para los trabajadores, y además son una base y guía esencial para la realización y asignación de las actividades diarias. También permite evaluar y comparar los resultados obtenidos de las propuestas realizadas, y de este modo medir la productividad de la empresa.

Administración de objetivos

“Es un sistema dinámico que permite la integración de varias actividades administrativas principiando con la fijación de metas y finalización con la revisión del desempeño, lo que trata de hacer es influir en el futuro. El punto principal está en cambiar o mejorar la eficacia individual como la organizacional”. Raia, citado por (Rodas, 2014, p.7).

Mientras tanto Ramírez (2017) establece otro pequeño concepto sobre la administración por objetivo, “es aquella maneja el objetivo general de una organización la cual se esparcen por áreas y luego a los colaboradores en el cual los supervisores medirán su desempeño laboral, así como de los procesos”. (p.24)

De acuerdo a lo citado por ambos autores se comprende que la administración por objetivos es un sistema en donde se realiza una evaluación periódica para corroborar un avance productivo de los objetivos propuestos por la empresa, es aquí en donde trabajadores y jefe establecen un acuerdo para encontrar una motivación y alcanzar la productividad y desempeño de cada área de la empresa. En esta administración el gerente o jefe debe de saber y entender lo que se espera en el funcionamiento de las metas de la empresa y así contribuir en la toma de decisiones para alcanzar dichas actividades.

Características de los objetivos

Gamarro (2014) en su estudio realizado hace mención a que la administración por objetivos es un sistema en el que los subordinados y sus superiores establecen de común acuerdo objetivos de desempeño por área, revisan periódicamente el avance hacia los objetivos y asignan las recompensas con base en dicho avance, y cuenta con las siguientes características:

1. La estructura básica de la corporación es la forma organizativa que a menudo se llama jerarquía.

2. La administración por objetivos se ocupa del mantenimiento y el crecimiento ordenado de la organización mediante especificaciones de lo que se espera de cada uno de sus miembros y la medición de lo que realmente se realiza.

3. Como sistema, la administración por objetivos es especialmente adecuada para los empleados profesionales y administrativos. Se puede hacer extensiva a los supervisores de primera línea y aplicar a nivel técnico.

Las ventajas de este tipo de administración son que produce mejores resultados, costos más bajos, un mejor desempeño, un número mayor de personas a promover, mejor calidad en el servicio, una administración más profesional de los salarios, y el desarrollo de las mejores capacidades de los empleados.

Cumplimiento de objetivos

“Las metas y objetivos son las direcciones a las cuales está encaminada una entidad y del cumplimiento de ellas dependerá de la gestión administrativa que ayude a obtenerlos. Al alcanzar el objetivo la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por lo tanto, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado” (Mera, 2014, p.36).

Para Soto (2014) “el cumplimiento de objetivos se refiere al fin hacia donde deben dirigirse los recursos invertidos es decir obtener utilidad o ganancia después de un esfuerzo y una buena guía de recursos”. (p.50)

“Toda organización pretende alcanzar objetivos. Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro” López citado por (Urquiza, 2014, p.29).

Es decir, los objetivos son las direcciones en las que está encaminada una entidad y el cumplimiento de ellos depende de una correcta gestión administrativa, es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. El logro de los objetivos de una empresa mayoritariamente se alcanza a través de la gerencia estratégica porque es ahí donde se define la formulación, ejecución y evaluación de las

acciones de una entidad para así optar por tener expectativas satisfactorias a un futuro.

Clasificación de los objetivos

El cumplimiento de los objetivos hace énfasis a la clasificación de los mismos, en este sentido Mercado, citado por Soto (2014) mencionan que los objetivos se clasifican en:

Según el tiempo

Objetivos a largo plazo: son aquellos que debe cumplirse a más de un año.

Objetivos a corto plazo: son aquellos que deben cumplirse a un año.

Objetivos a medio plazo: objetivos formulados para un periodo entre 1 y 3 años.

Según la función de su jerarquía

Objetivos estratégicos: objetivos que miran a la empresa como un todo general y que buscan el crecimiento sostenido y constante de la empresa. Son objetivos formulados directamente por los directivos y altos cargos. Normalmente, son objetivos generales a largo plazo.

Objetivos tácticos: objetivos empresariales formulados para cada uno de los departamentos de la empresa. Son formulados también por los directivos y altos responsables de la empresa.

Objetivos operacionales: Objetivos que se dan a nivel operacional, formulados de manera directa para un trabajador. Son formulados por los responsables de cada departamento o área. Normalmente, son objetivos específicos a corto plazo.

Según la forma de medir

Objetivos cuantitativos. Objetivos que se fija la empresa para obtener mejores resultados económicos, centrándonos normalmente en el corto plazo. Por ejemplo: incrementar el número de pedidos, incrementar el número de visitas comerciales, previsión de ventas por zonas geográficas, etc.

Objetivos cualitativos. Objetivos que se fija la empresa para conseguir un mejor posicionamiento e imagen en el mercado en el que compite. Como por ejemplo introducción de nuevos productos, lograr mayor cobertura nacional, captación de nuevos clientes, etc.

Como se nombra anteriormente el cumplimiento de los objetivos se enfatiza a su clasificación; es necesario que una entidad tenga conocimiento de los mismo para que al momento de lograr el cumplimiento de uno o de todos sus objetivos sepan cual es la clasificación de aquellos, que se logró, a quién benefició y que es lo que se sigue esperando de aquello.

Requisitos de los objetivos

Aguilar, (2015) indica que los objetivos tienen que ser suficientemente definidos para poderlos exponer, o mejor, escribir en palabras, aunque para ello se requiera un esfuerzo considerable, y los términos en que estén expresados deben ser precisos y, a ser posible, cifrados, es decir, con expresión cuantitativa. Al mismo tiempo deben servir de patrones de medida para comprobar la realidad con las previsiones y poder adoptar medidas correctivas cuando se produzcan desviaciones negativas.

Las condiciones mínimas que los objetivos deben cumplir son:

- a) Que sean compatibles y estén coordinados.
- b) Mantenerlos durante un tiempo suficiente para respetar el sentido de permanencia y estabilidad de criterio.

c) Deben ser difíciles de lograr, pero no imposibles, para evitar el desánimo.

d) Elaborarlos con la participación de quienes han de invertir en su logro.

e) Ser específicos en cada caso o situación y no ser demasiados para cada persona o servicio.

Estrategias comunicativas en el cumplimiento de objetivos administrativos

Según Rovere (S/f) en una investigación realizada sobre la temática estrategias mencionó que estas son el conjunto de decisiones fijadas en un determinado contexto o plano, que proceden del proceso organizacional y que integra misión, objetivos y secuencia de acciones administrativas en un todo independiente. Dentro de las estrategias implementadas, se describe cómo se lograrán los objetivos generales de manera eficaz y correcta, es decir qué acciones de intervención ayudarán a la organización a cumplir con su misión y organizando para cada estrategia planes y presupuestos, tan detallados como sea necesario.

La implementación de estrategias comunicativas en el entorno laboral es eficiente, puesto que ayuda a un mejor ambiente organizacional; algunas estrategias comunicativas importantes sería la de mantener una comunicación directa, debido a que es mejor realizar una conversación cara a cara y no por otros medios para así lograr una mejor interpretación del mensaje, otra estrategia importante es la solución de conflictos debido a que un mal ambiente laboral ocasiona una baja productividad en las labores y para ello es conveniente aclarar cualquier problema entre compañeros de trabajo. De la misma manera estas estrategias ayudan a cumplir con los objetivos organizacionales elaborados y lograr todas las acciones administrativas para incrementar un correcto desenvolvimiento en la organización. Hay que tener en claro que los objetivos deben complementarse unos a otros para obtener el fin deseado

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

Encuesta realizada a los usuarios del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

1. ¿Conoce Usted los servicios que brinda el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad?

Tabla 1

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	33	66%
NO	17	34%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Conocimiento de los servicios brindados en el departamento OEC

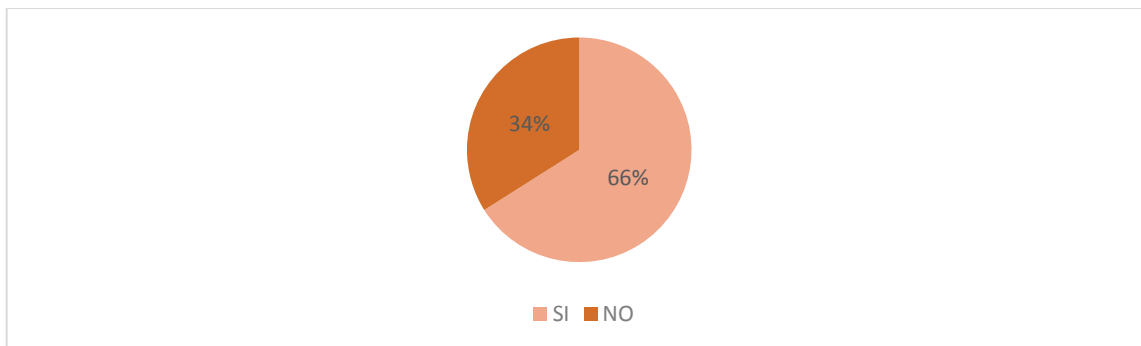


Gráfico 1

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Conocimiento de los servicios brindados en el departamento OEC

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Mediante los resultados obtenidos del estudio aplicado a 50 personas que constituyen a la muestra de esta investigación se evidencia que un 66% de encuestados tienen el suficiente conocimiento sobre cada servicio brindado por el departamento y manifestaron que han participado en más de un proceso de

certificación, mientras que un 34% expresaron que no tienen una idea clara de los demás servicios que ofrece el OEC, por lo que solo han ingresado a un proceso de capacitación y no se les ha facilitado información sobre las demás actividades que se realizan, además comentaron que al momento de ingresar solo se enfocaron en su perfil, mas no trataron de enfocarse en saber sobre los otros servicios.

2. ¿Se siente satisfecho con los servicios brindados por los miembros del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad?

Tabla 2

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	38	76%
NO	12	24%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Briggitte Zambrano Mendoza

Descripción: Satisfacción de los servicios brindados por los miembros del departamento OEC

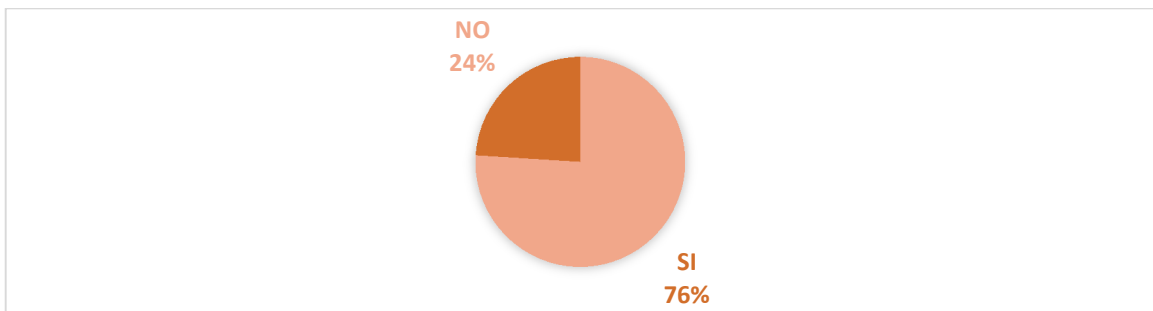


Gráfico 2

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Briggitte Zambrano Mendoza

Descripción: Satisfacción de los servicios brindados por los miembros del departamento OEC

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A través de las encuestas realizadas a los usuarios que han obtenido certificaciones laborales, se pudo evidenciar que 38 personas que corresponden al 76% indicaron que si hay satisfacción sobre los servicios y la atención brindada por los miembros del departamento y que se sienten aptos por recibir otro servicio para para inscribirse a otro perfil y poder incrementar su estabilidad laboral. Por otra parte 12 personas que corresponden al 24% manifestaron que existe desconformidad debido a que en el momento de realizar las respectivas evaluaciones, estas no eran explicadas por lo que al momento de resolver las preguntas existen dudas que no son aclaradas, debido a esto no obtuvieron una calificación satisfactoria, esto origina que algunas personas no sigan postulándose a otros procesos.

3. ¿Utiliza el departamento medios de comunicación para informar sobre sus servicios?

Tabla 3

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	50	100%
NO	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Utilización de medios de comunicación del departamento

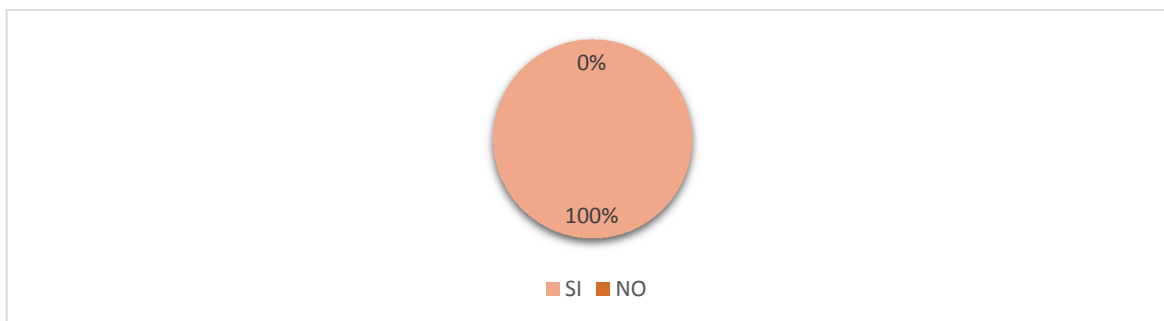


Gráfico 3

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Utilización de medios de comunicación del departamento

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Mediante el estudio aplicado a 50 personas encuestadas se evidencia que todas las personas que han aplicado para certificarse y las que ya han recibido el proceso de certificación en la institución se han enterado de los servicios través de medios de comunicación tales como paginas oficiales del instituto y del departamento, luego que la comunicación ha sido captada por los usuarios estos se acercan al lugar para que se les proporcionen más información. Lo que determina que esta institución si utiliza medios de comunicación para difundir sus servicios y tener la suficiente acogida de personas.

4. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted más utiliza para informarse sobre lo nuevos perfiles de capacitación brindados por el departamento?

Tabla 4

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
Radio	0	2%
Internet	33	66%
Periódicos	1	0%
Otros	16	32%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza
Descripción: Medios de comunicación más utilizados por los usuarios sobre los nuevos perfiles.

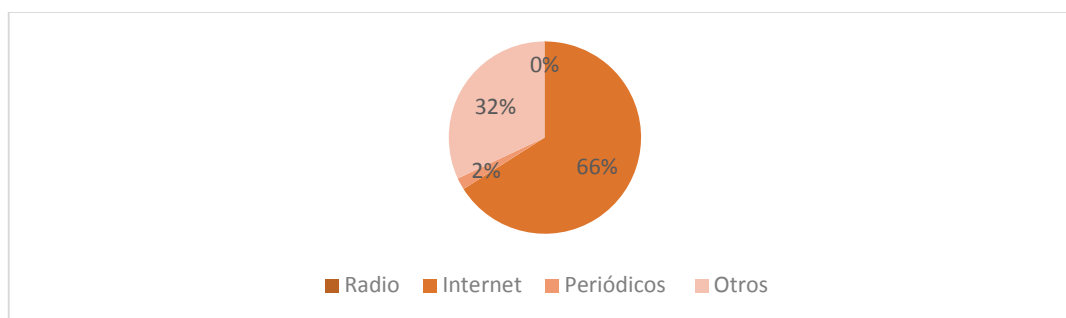


Gráfico 4

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza
Descripción: Medios de comunicación más utilizados por los usuarios sobre los nuevos perfiles.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Mediante los resultados obtenidos del estudio realizado a 50 personas se evidencia que un alto porcentaje de encuestados que corresponden al 66% manifiestan que la forma más utilizada para informarse sobre los nuevos perfiles de capacitación es el internet, por lo que comúnmente la ciudadanía se encuentra inmerso en las redes sociales y es la forma más eficiente de obtener información; de la misma manera se observa que otra forma de conocer sobre los procesos a realizar en el departamento es mediante otros medios de comunicación como los afiches que son ubicados en las partes externas del departamento, en donde es visualizada por cada usuario que se encuentre cerca; por otra parte un 2% manifiestan que por medio de los anuncios del

periódico también obtienen conocimiento de los nuevos procesos que están por realizarse. En síntesis, se observó que el departamento sí mantiene una correcta estrategia de implementar medios de comunicación para hacer conocer a las personas sobre los servicios ofrecidos y el medio más usado es el internet porque constantemente están subiendo información en las redes sociales, específicamente en las páginas oficiales del Instituto y del departamento.

5. ¿Son eficaces los medios de comunicación que entrega el departamento OEC para aclarar sus dudas?

Tabla 5

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	34	68%
NO	16	32%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Eficacia de los medios de comunicación entregados por el departamento

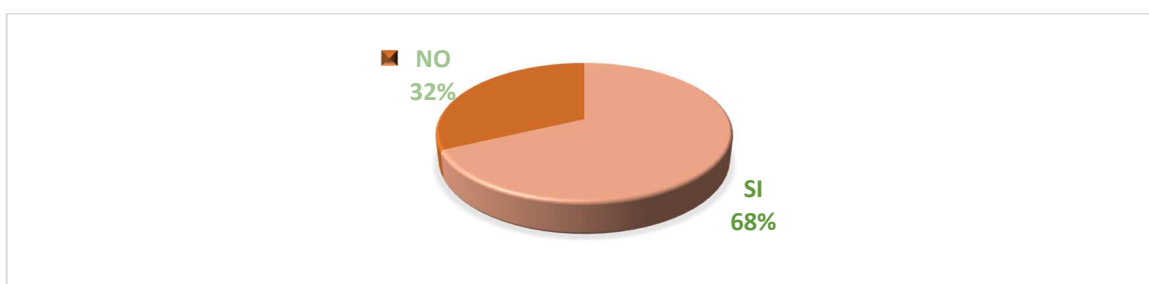


Gráfico 5

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Eficacia de los medios de comunicación entregados por el departamento

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Mediante el estudio realizado se corrobora que un número importante de 34 personas que corresponden al 68% demostraron que la manera en que el departamento está informando sobre los servicios es la indicada, puesto a que antes de abrirse un perfil para capacitar ya emiten la información para que las personas interesadas logren inscribirse. Por otro lado 16 personas que corresponden al 32% indican que se necesita implementar otros medios comunicativos en donde la información sea más clara y llegue a muchas personas que necesitan el servicio, porque existen algunas que no conocen sobre el departamento OEC, por ello recomiendan que si implementen propagadas en las calles para que llame la atención de los usuarios y que estos se interesen sobre sus servicios.

6. ¿Considera que el tiempo que se toma el departamento en otorgar la certificación es el indicado?

Tabla 6

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
MUY DE ACUERDO	17	34%
DE ACUERDO	13	26%
EN DESACUERDO	20	40 %
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Tiempo indicado para la entrega de los certificados laborales

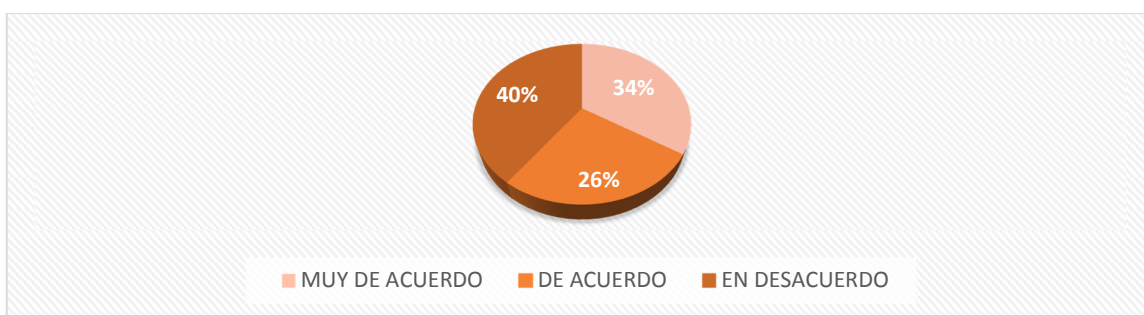


Gráfico 6

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Tiempo indicado para la entrega de los certificados laborales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos demuestran que 20 personas que corresponden al 40% manifiestan que el tiempo no es el adecuado e indican que los hacen ir en cierta fecha y cuando van a retirarlo estos aún no están, alegando que faltan las firmas de las autoridades y les alargan la espera por varias semanas, por lo que ocasiona una insatisfacción del departamento, mientras que un 34% de encuestados indicaron que están a un nivel intermedio por lo que consideraron optar por la opción de acuerdo. Y otro 26% dijeron que se sienten satisfechas por el tiempo en que les fue entregada las certificaciones, emitiendo que no existe queja alguna.

7. ¿Al momento de adquirir un servicio en el departamento OEC el coordinador le indica los procesos a seguir?

Tabla 7

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	22	44%
NO	28	56%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza
Descripción: comunicación del coordinador sobre los procesos a seguir para las certificaciones.

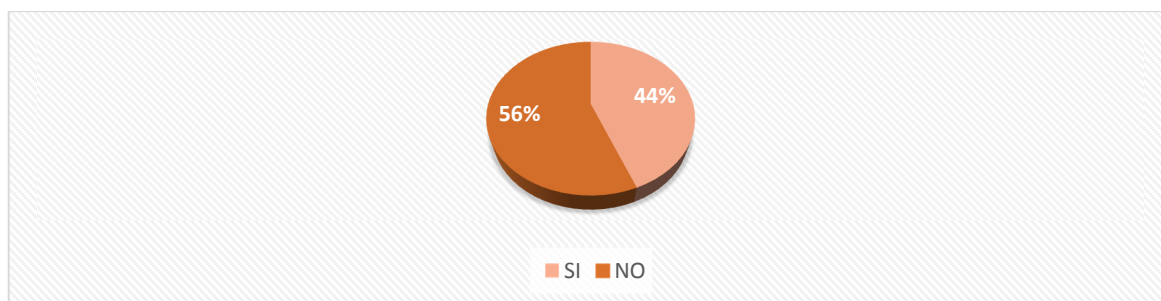


Gráfico 7

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza
Descripción: comunicación del coordinador sobre los procesos a seguir para las certificaciones

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Mediante los resultados obtenidos del estudio aplicado a 50 personas se evidencia un 56% enunciaron que la mayoría de las ocasiones al llegar a la oficina del OEC a preguntar sobre información no se encuentra el coordinador y la información es dada por otras personas que no tienen tanto conocimiento sobre los servicios ofrecidos, por lo que siguen quedando dudas y es incómodo para ellos volver a acercarse otro día a que el proporcionen la misma información. Mientras que el 44% mencionaron que, sí reciben la respectiva información, pues si no se encuentra el coordinador reciben ayuda del analista o del supervisor para aclarar sus dudas.

**Encuesta realizada al personal administrativo del departamento
Organismo Evaluador de la Conformidad**

**1. ¿Conoce usted los objetivos administrativos del departamento
Organismo Evaluador de la Conformidad?**

Tabla 8

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	4	57%
NO	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Conocimiento de los objetivos administrativos del departamento OEC

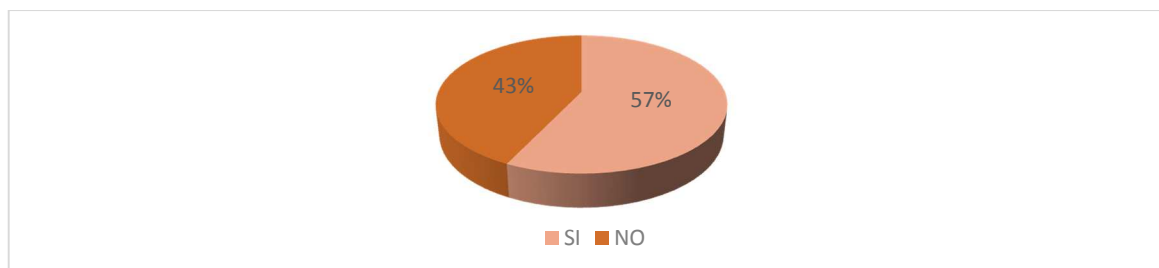


Gráfico 8

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Conocimiento de los objetivos administrativos del departamento OEC

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada al personal administrativo del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad se observó que el 57% que pertenecen a 4 personas conocen los objetivos administrativos implementados en el departamento para poder cumplir con las funciones satisfactoriamente, mientras que el 43% que corresponde a 3 personas no tienen idea de cuáles son los objetivos departamentales y tampoco tratan de conocer sobre ellos, por lo que realizan las actividades solo por cumplimiento sin identificar la meta que deben alcanzar.

2. ¿Se difunden los objetivos administrativos del departamento OEC de manera efectiva?

Tabla 9

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SIEMPRE	3	43%
RARA VEZ	1	14%
NUNCA	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza
Descripción: Difusión de los adjetivos administrativos

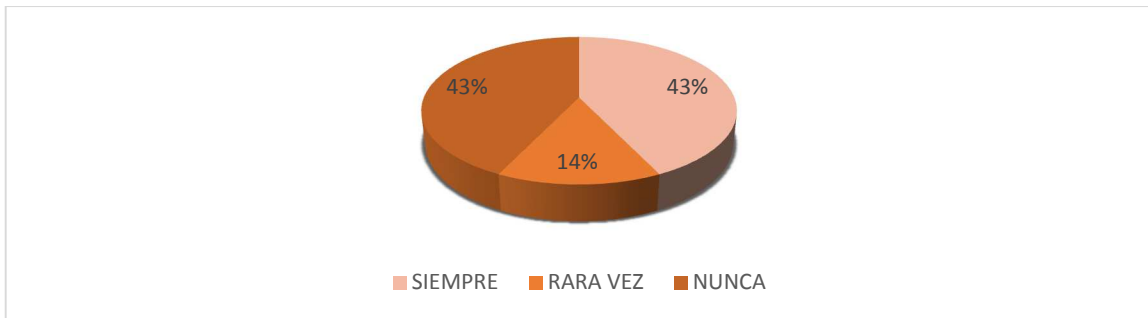


Gráfico 9

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza
Descripción: Difusión de los adjetivos administrativos

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Según los datos de las encuestas realizadas se percibió que 3 personas que corresponden al 43% manifestaron que los objetivos administrativos del departamento son difundidos de manera adecuada, es por ello que tienen los conocimientos de las metas que se desean alcanzar. Un mismo porcentaje también indicó que los objetivos no son difundidos a cabalidad, manifestando que es necesario que sean divulgados para que todos lo conozcan ante cualquier situación de evaluación institucional. Adicionalmente una persona indicó que los objetivos solo se lo difunden de vez en cuando, pero que no se les socializa si ha habido cambios o si han sido cumplidos.

3. ¿Considera usted que el departamento cumple con cada uno de sus objetivos planteados?

Tabla 10

ALTERNATIVA	RESULTADOS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	3	43%
PARCIALMENTE	4	57%
NO CUMPLE	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Cumplimiento de los objetivos planteados por el departamento

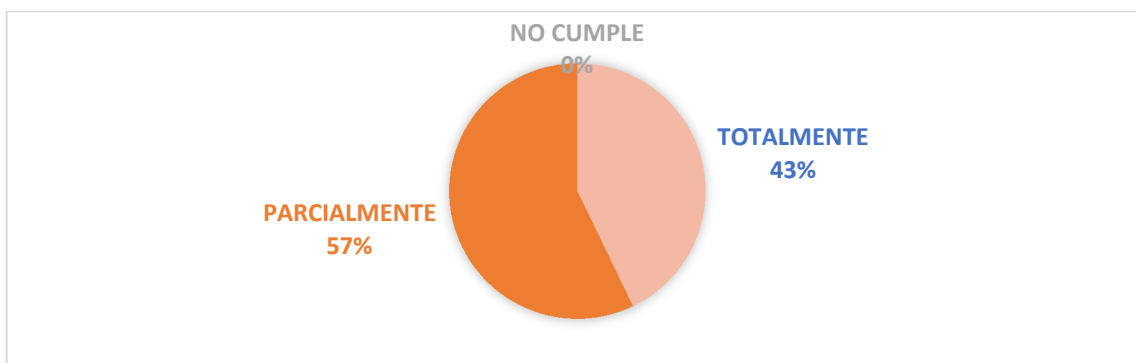


Gráfico 10

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Cumplimiento de los objetivos planteados por el departamento

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos del estudio aplicado a 7 personas del personal administrativo del OEC revelan que el 43% de personas encuestadas considera que los objetivos administrativos en el departamento son cumplidos a cabalidad por cada uno de los miembros que lo conforman, es decir logran alcanzar la satisfacción de los usuarios del servicio de capacitación y además se cumple con la meta de certificar a 2000 personas en competencias laborales. Por otro lado, un considerable porcentaje del 57% expresaron que los objetivos son cumplidos parcialmente porque hay ciertas actividades que no son culminadas y se retrasan en el proceso y causa un poco de insatisfacción en la atención a los usuarios; además origina que el departamento pueda bajar su nivel de reconocimiento.

4. ¿Considera usted que los objetivos implementados son pertinentes al departamento OEC?

Tabla 11

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	6	86%
NO	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Objetivos adecuados por el departamento



Gráfico 11

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Objetivos adecuados por el departamento

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Con relación a los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas a 7 administrativos que constituyen la muestra de esta investigación se corrobora que un alto porcentaje creen pertinentes los objetivos implementados por el departamento porque van acorde a los servicios que brinda y también ayuda a incrementar el grado de satisfacción de las personas mediante otros perfiles de capacitaciones. Solamente un número reducido comentó que no son tan pertinentes por lo que desean ser actualizados constantemente e incrementar más de acuerdo a los demás servicios brindados.

5. ¿Cree que es necesario evaluar por lo menos una vez al año el cumplimiento de los objetivos planteados por el departamento?

Tabla 12

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Evaluación anual sobre el cumplimiento de los objetivos

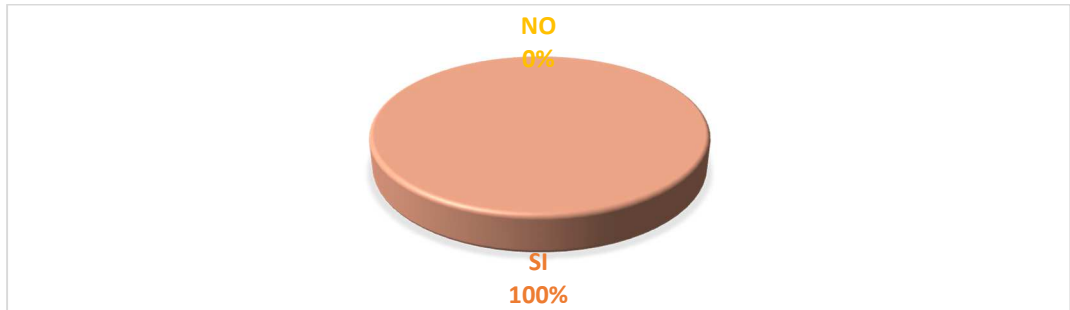


Gráfico 12

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Evaluación anual sobre el cumplimiento de los objetivos

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos del estudio realizado se constató que todo el personal administrativo considera necesario realizar una evaluación anual sobre el cumplimiento de los objetivos, porque así todos conocerían la manera de trabajar para cumplir por ellos; pues si la evaluación evidencia que falta cumplimiento tratarían de lograr un eficiente desempeño para lograr un crecimiento oportuno del departamento.

6. ¿Sugiere el coordinador del OEC ideas para incentivar a sus colaboradores al logro de los objetivos planteados?

Tabla 13

ALTERNATIVA	RESULTADOS	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	43%
RARA VEZ	4	57%
NUNCA	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Sugerencias por parte del coordinador para incentivar a las labores de sus colaboradores.



Gráfico 13

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Sugerencias por parte del coordinador para incentivar a las labores de sus colaboradores.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A través de los análisis observados se verificó que el 57% de las personas encuestadas revelaron que casi no existen incentivos por parte del coordinador hacia sus empleados a la hora de realizar las actividades encomendadas, dado que no existe tanta empatía con algunos de sus colaboradores. Sin embargo, otro porcentaje de encuestados que es el 43% revelan que, si se realiza motivación para trabajar por el cumplimiento de los objetivos y metas, más aun cuando se empieza con un nuevo proceso de certificaciones laborales.

7. ¿Contribuye la comunicación entre los miembros del departamento al cumplimiento de los objetivos?

Tabla 14

ALTERNATIVA	RESULTADOS	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	57%
RARA VEZ	3	43%
NUNCA	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Contribución de la comunicación entre los miembros del departamento

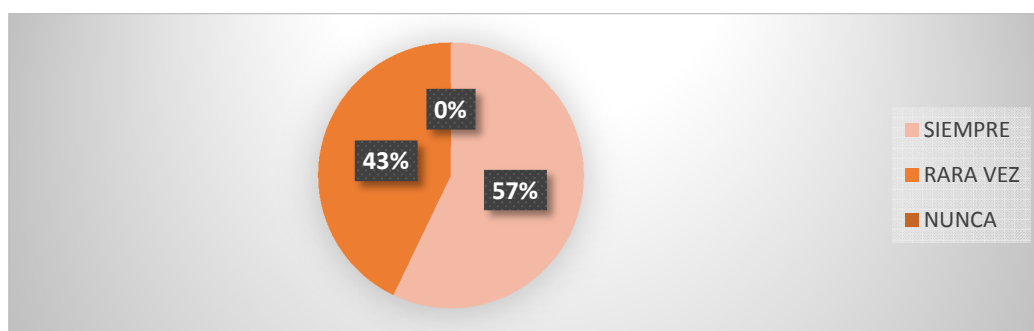


Gráfico 14

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Contribución de la comunicación entre los miembros del departamento

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo al análisis realizado sobre los resultados obtenidos se evidenció que 3 personas encuestadas que corresponden al 43% opinaron que casi no suele haber comunicación y cada persona solo se centra en cumplir con lo que es su cargo y no tratan de realizar otras labores adicionales ocasionando acumulación de trabajos y un ambiente desagradable en el departamento por falta de la respectiva información y por no querer aclarar los problemas suscitados. Por otra parte 4 personas que corresponden al 57% expusieron que la comunicación que se realiza en el departamento es la adecuada y ayuda a que la información siempre sea clara para así lograr las metas que se desea.

8. ¿Se establecen estrategias comunicativas que ayuden a solucionar los problemas comunicacionales que se susciten en el departamento?

Tabla 15

CRITERIO	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Implementación de estrategias comunicativas para solucionar los problemas.

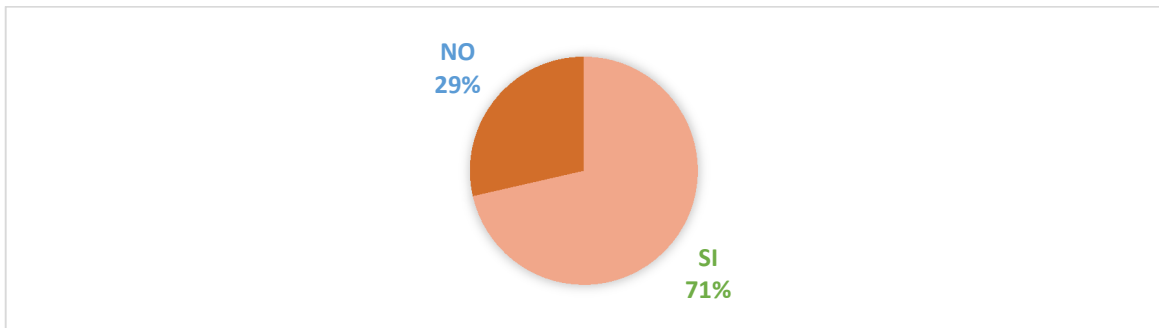


Gráfico 15

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Implementación de estrategias comunicativas para solucionar los problemas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los datos obtenidos reflejan que un 71% manifiesta que, sí se establecen estrategias comunicativas como es la de resolución de conflictos mediante la comunicación directa, para que en el departamento no haya tantas desconformidades porque se trabaja en equipo al momento de empezar con las capacitaciones y hay que mantener una comunicación mutuamente. Otro número reducido constata que no se realiza estrategias por lo que es importante que a todos los miembros se les haga saber sobre aquello para tratar de llevar un ambiente laboral agradable.

9. ¿Cuál de las siguientes estrategias comunicativas percibe usted que es la que utiliza el departamento OEC?

Tabla 16

ALTERNATIVA	RESULTADOS	PORCENTAJE
ESTABLECER COMUNICACIÓN DIRECTA	6	60%
RETROALIMENTACIÓN	2	20%
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DEPARTAMENTALES	2	20%
MANEJO DE PLATAFORMAS COMERCIALES	0	0%
TOTAL		100%

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Estrategias comunicativas más utilizadas por el departamento.

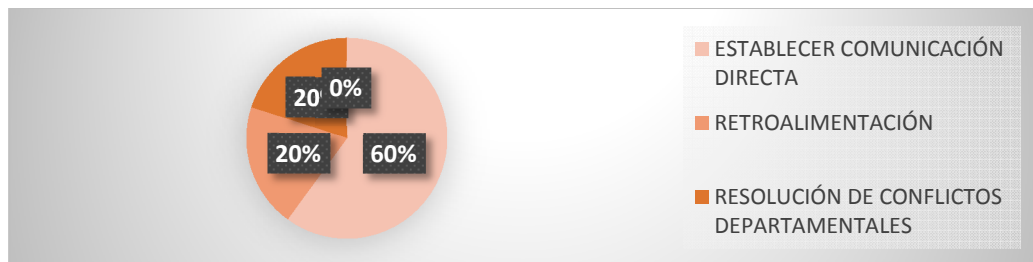


Gráfico 16

Fuente: Encuesta realizada en el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza

Descripción: Estrategias comunicativas más utilizadas por el departamento.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos del estudio aplicado a los trabajadores del departamento se evidenció que el 60% indica que las estrategias comunicativas que se utilizan en este departamento se basa en la comunicación directa, pues la comunicación se la realiza cara a cara al hablar sobre las actividades que se realizan en el mismo; otro 20% destaca que lo hacen a través de la retroalimentación, es decir que cuando existen dudas estas suelen ser aclaradas, y al igual que el porcentaje anterior que es el 20% indica que lo hacen a través de resolución de conflictos departamentales el cual se lo realiza a través de reuniones.

ANÁLISIS DE ENTREVISTA

1. ¿Cuál es la tarea principal como coordinador dentro del departamento?

La función principal es buscar personas para ser certificadas en los distintos perfiles de competencias laborales, asimismo guiar al analista y responsable para que estos procesos sean logrados eficientemente, además también tiene la tarea de asignar y coordinar funciones a sus demás colaboradores para luego evaluar el desempeño de ellos para el departamento.

2. ¿Existen quejas continuas de los usuarios acerca de los servicios que ofrece el departamento OEC?

Si, se han suscitado algunas quejas por motivo de la demora en la entrega de las certificaciones; esto se debe a que cuando surgen varios procesos a la vez se retrasan en la entrega de los mismos y esto ha ocasionado un desagrado por parte de las personas certificadas.

3. ¿Existe algún porcentaje de metas sobre las certificaciones que realiza el departamento OEC?

La meta establecida es de 1000 certificaciones al año ya sea en un solo perfil o en varios, pero el departamento trata de certificar varios de los perfiles para que sean distintos tipos de personas las certificadas.

4. ¿En base a las metas establecidas cuál es el nivel de cumplimiento con las certificaciones?

La meta propuesta aún no ha sido cumplida porque años atrás las personas desconocían de estos servicios brindados, pero hace varios meses se incrementó el perfil de pesca artesanal y se buscó a los usuarios que necesitan de los servicios y se logró certificar a 600 pescadores, hasta ahora ha sido el porcentaje más cercano y se está tratando de conseguir el objetivo deseado.

5. ¿Existen planes para incrementar más perfiles laborales?

En las recientes reuniones se ha manifestado sobre este tema y se ha llegado a la conclusión que, si se desea incrementar más perfiles, por ahora se tiene en mente el de prevención de riesgos laborales y el de construcción.

6. ¿Qué instituciones reconocen a el departamento como Organismo Certificador de personas en competencias laborales?

En la actualidad quien avala y reconoce al departamento como Organismo Certificador es la Senescyt y la Setec.

7. Existen estrategias comunicativas para incrementar el reconocimiento del departamento como organismo certificador de personas en competencias laborales ¿Cuáles son?

Para incrementar el reconocimiento del departamento específicamente no se han establecido estrategias, pero para realizar las funciones departamentales si, entre ellas se realiza la de comunicarse directamente y tratar de resolver cuando surgen ciertos conflictos departamentales

DISCUSIÓN

La temática abordada en este proyecto de investigación fue Las estrategias comunicativas en el cumplimiento de objetivos administrativos en el departamento OEC del ITSLAM- Manta, la misma que tuvo como propósito general analizar las estrategias comunicativas en el cumplimiento de los objetivos administrativos en el personal administrativo del departamento. Mediante los resultados obtenidos con los instrumentos aplicados se evidenció que en el departamento OEC hace falta generar más información para poder desempeñarse bien en las tareas a realizar, por ello es necesario que se implementen estrategias comunicativas que ayuden al departamento a mantener un alto nivel de productividad en sus funciones y a cumplir con los objetivos empresariales.

De igual manera se confirmó que no se realiza una investigación a fondo sobre los pasos que se debe seguir al momento de brindar los servicios a los usuarios, para ello es necesario que los encargados del departamento se informen bien sobre aquello y puedan emitir una información clara al público externo para aclararles sus dudas; así las personas postulantes conocerán todos los servicios brindados por el departamento y se cumplirá con uno de los objetivos implementados.

Los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados reflejan la realidad que se vive en el día a día del departamento OEC en el ITSLAM. En este sentido, desde el punto de vista de la investigación se evidencia en el departamento la inseguridad y temor de responder con honestidad cuestiones relacionadas a las responsabilidades del coordinador del departamento por miedo a alguna represalia.

Una vez que se ha llegado a este punto en la investigación y con los resultados encontrados, queda abierta una línea de investigación para posteriores interesados en esta temática de gran relevancia ya sea para proponer un plan de mejora en la comunicación del departamento OEC, establecer nuevas estrategias comunicativas que ayuden al desempeño eficaz de las actividades, analizar la pertinencia de los objetivos de este departamento o actualizarlos.

CAPÍTULO III

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio realizado mediante las encuestas dirigidas a los usuarios y administrativos del departamento y a través de la entrevista realizada al coordinador se desprende las siguientes conclusiones:

- Se pudo conocer a profundidad sobre las variables estudiadas, pues es un tema donde no existe información concreta, pero a través de la lectura de varios documentos se pudo comprender y determinar que las estrategias comunicativas son de mucha importancia para una organización porque a través de la implementación de ellas se logra el fin deseado en cuanto al cumplimiento de los objetivos establecidos
- Se pudo evidenciar que entre el coordinador y los usuarios no hay una comunicación directa, éste no les brinda la información suficiente sobre los pasos que se deben seguir a la hora de ingresar al proceso de postulación para certificarse, lo que afecta a uno de los objetivos del departamento que es la satisfacción de los clientes.
- Se constató que dentro del departamento existen estrategias comunicativas, entre ellas se tiene la comunicación directa que consideraron la más importante, la retroalimentación y la resolución de conflictos departamentales, pero se hace mención que no son implementadas adecuadamente y la mantienen a la deriva lo que ocasiona baja productividad en el desempeño.
- Se pudo evidenciar a través de las encuestas realizadas al personal administrativo del departamento que los objetivos no son cumplidos en su totalidad porque el coordinador no otorga la suficiente información sobre problemas suscitados, además mediante la observación realizada se constató que al momento de realizar las respectivas auditorias esta no culmina satisfactoriamente debido a la acumulación de documentos, lo que ocasiona que el departamento corra riesgo de bajar su nivel de reconocimiento y no seguir incrementándolo como se lo espera.

RECOMENDACIONES

- Es importante que en toda organización se empleen estrategias comunicativas, debido a que ayudan a mantener un mejor ambiente laboral y una mejor relación e interacción con las personas que las conforman, además también ayuda a establecer propósitos que se deseen cumplir y lograr un crecimiento a futuro de la empresa.
- Es necesario que el departamento OEC ponga en práctica las estrategias comunicativas que posee, para poder lograr una comunicación efectiva y clara para los usuarios, además es necesario que el coordinador mantenga reuniones consecutivas en donde haga conocer a cada miembro del departamento los cambios y nuevas metas propuestas para el mejoramiento del departamento, pues así al momento que un miembro externo se acerque a preguntar sobre los servicios brindados se le otorgue una información precisa en donde ellos se sientan satisfechos y así se lograría incrementar ese objetivo implementado, el cual se refiere a obtener la satisfacción de las personas externas.
- Las estrategias comunicativas en una organización son de gran ayuda, por ello es necesario que si la empresa cuenta con algunas las ponga en práctica, en el caso del departamento OEC se recomienda el uso de dichas estrategias para conseguir un crecimiento a futuro del mismo.
- Es recomendable que el coordinador del departamento realice un control adecuado de las actividades que realiza el personal, además darles a conocer el rol o el papel que desempeña cada uno en sus puestos, de esa manera se realizarían todas las actividades pendientes y no existiría acumulación de las mismas y no se correría el riesgo de que el departamento baje el nivel de reconocimiento, además de poder cumplir otros de sus objetivos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar (2015). *“El control administrativo y el cumplimiento de objetivos en la empresa Lionheart construcciones”*. (trabajo de graduación previo a la obtención del título de ingeniera en contabilidad y auditoría. Universidad técnica de Ambato- Ecuador).
- Andersen (2007). *“Análisis de las estrategias comunicacionales de responsabilidad social empresarial. El caso de Methanex Chile limited - punta arenas* (Tesis para optar al Título de Periodista y al Grado de Licenciada en Comunicación Social, Universidad Austral De Chile)
- Assifi & French (1991) *“Guía Para La Planificación De La Comunicación en Apoyo a Campanas de desarrollo rural”*. Turrialba- Costa Rica.
- Cárdenas (2014) *“Efectos de un programa de estrategias comunicativas para estimular el lenguaje oral en preescolares de cinco años-Callao”* (Tesis para optar el grado académico de Maestro en Educación Mención en Psicopedagogía de la Infancia, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima-Perú)
- Cardoza, Carmona, Ramos y Ribón (2015). *Estrategias metodológicas para fortalecer las habilidades comunicativas de lectura y escritura de los estudiantes del grado primero de la institución educativa Luis Carlos López de la ciudad de Cartagena*. (Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciatura en pedagogía infantil, Universidad de Cartagena-Colombia).
- Clavijo (2015) *“La estructura organizacional y el cumplimiento de objetivos departamentales del área de estadística del hospital Regional de Ambato”* (Trabajo de Titulación Previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Gerencia de Instituciones de Salud, Universidad Técnica de Ambato)
- Felizzola, (2015). *Diseño de una estrategia de comunicación interna para la alcaldía del municipio de convención norte de Santander*. (Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de Comunicador Social. Universidad FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA- Colombia)

- Gaibor (2016). *“El control interno en el área de perecibles, y el cumplimiento de metas y objetivos de Gran Akí Tungurahua – Corporación Favorita C.A., en el primer semestre del año 2015”*. (Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA. Universidad Técnica de Ambato- Ecuador).
- Gamarro (2014). *“Diseño de investigación de la reestructuración del departamento de mercadeo y ventas en una empresa comercializadora de muebles utilizando como herramienta la administración por objetivos”*. (Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero Industrial, Universidad De San Carlos De Guatemala, Guatemala).
- Guerrero (2016). *“Diseño de una estrategia comunicativa para mejorar la comprensión lectora en la educación básica elemental”*. (Proyecto de Investigación y Desarrollo previo a la obtención del título de Magister en Ciencias de la Educación, Ecuador)
- Idrovo (2015). *“Medios de comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar, de los estudiantes de cuarto año de la escuela fiscal mixta matutina n° 119 Dr. Teodoro Wolf de la ciudad de Guayaquil.”* (proyecto de investigación previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Diseño Gráfico, Universidad de Guayaquil)
- Mera (2014). *“La planificación estratégica y el cumplimiento de las metas y objetivos en la empresa Accpass S.A de la ciudad de Ambato”*. (Trabajo de investigación previo a la obtención del grado académico de ingeniero en contabilidad y auditoría CPA. Universidad técnica de Ambato-Ecuador).
- Miroslava (2016). *“Diseño de una estrategia comunicativa para mejorar la comprensión lectora en la educación básica elemental”*. (Proyecto de Investigación y Desarrollo previo a la obtención del título de Magister en Ciencias de la Educación, Universidad Católica del Ecuador, cede Ambato, Ecuador).
- Morales (2003) *“Estrategias de comunicación: Aproximaciones en el análisis conversacional y aplicaciones a la enseñanza virtual del español. Atención a las funciones de apertura y petición”* (Tesis doctoral, Facultad De Filosofía Y Letras, España)

- Navia (2016). Plan de medición de los objetivos de la estrategia de comunicaciones 2016-2018 del instituto de la familia. Universidad de la Sabana, Cundinamarca- Colombia
- Pijuana, (2015). *“Estrategia comunicacional para la promoción de la equidad de género y cumplimiento de los derechos humanos en el colegio particular Juan Montalvo sección bachillerato”*. (Tesis previa a la obtención del grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación Social. Universidad de Loja).
- Urquiza (2014). *“El Control Administrativo y el cumplimiento de objetivos en la Industria y Textiles Pequeñín Cía. Ltda.”* (trabajo de investigación previo a la obtención del grado académico de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, universidad Técnica de Ambato. Ecuador)
- Ramírez (2017). *“La administración por objetivos y su relación con la productividad en la empresa Clariant SA, Callao, año 2017”*. (tesis para obtener el título profesional de licenciada en administración, universidad César Vallejo. Lima-Perú).
- Ramos (2017). *“Diseño de un plan estratégico de comunicación interna para la sucursal Guayaquil del banco Amazonas”* (trabajo de titulación especial para la obtención del grado de Magister en administración de empresas con mención en RRHH, Universidad de Guayaquil)
- Rodas (2014). *“Administración por objetivos de la empresa”*. (Tesis previa a la obtención del título de licenciada en administración de empresa, Universidad Rafael Landívar)
- Rosales (2014). *“Gestión de riesgos administrativos en las áreas misionales y el cumplimiento de objetivos en industrial papelera Caicedo Miño CIA. LTDA de la ciudad de Ambato”*. (Trabajo de graduación previo a la obtención del título de ingeniera en contabilidad y auditoría. Universidad técnica de Ambato- Ecuador)
- Ruiz (2013). *“Estrategias comunicativas del movimiento alianza país en el Ecuador 2008 – 2011”*. (Tesis previa a la obtención del título de: Licenciado en Comunicación Social. Ecuador-Quito)

- Soto (2014). *“La gestión administrativa-financiera y su incidencia en el cumplimiento de los objetivos de las cooperativas de transporte en taxis del cantón Ambato para el primer semestre del año 2013.”* (Informe de Investigación Previo a la Obtención del Título de Ingeniería Financiera. Universidad técnica de Ambato-Ecuador)
- Urquizo (2014). *“El Control Administrativo y el cumplimiento de objetivos en la Industria y Textiles Pequeñín Cía. Ltda.”* (trabajo de investigación previo a la obtención del grado académico de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, universidad Técnica de Ambato. Ecuador)
- Vargas (s/f). *“Manual de capacitación sobre comunicación estratégica”*. Perú.
- Vásquez (2013). *“Estrategia de comunicación interna para la empresa Courier y carga”*. (Tesis de postgrado para la obtención de maestría en comunicación estratégica e imagen institucional. Universidad Rafael Landívar. Guatemala)

WEBGRAFÍA

- Boogaard (2017) *“Seis estrategias para mantener una comunicación de equipo eficaz”*. Recuperado de: <https://www.wrike.com/es/blog/seis-estrategias-para-mantener-una-comunicacion-de-equipo-eficaz/>
- Constitución de la República del Ecuador (2018) Recuperado de: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Emprende Pymes.net (S/f). *“Tipos de objetivos empresariales”*. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-objetivos-empresariales.html>
- Rovere (S/f) *“Qué es una estrategia”*. Recuperado de: www.sld.cu/galerias/doc/sitios/infodir/que_es_una_estrategia_1.doc
- Sri (s/f). *“Estrategias comunicativas”*. Recuperado de: https://cef.sri.gob.ec/pluginfile.php/20139/mod_page/content/78/f7_4.pdf

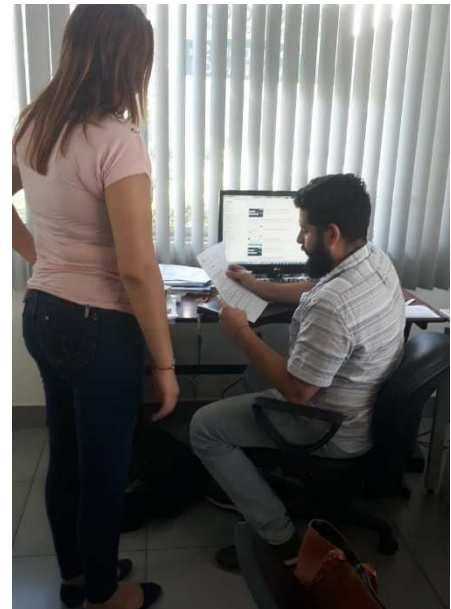
ANEXOS



Fuente: Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Briggitte Zambrano Mendoza
Descripción: Encuesta realizada al personal administrativo (examinadora) del departamento.



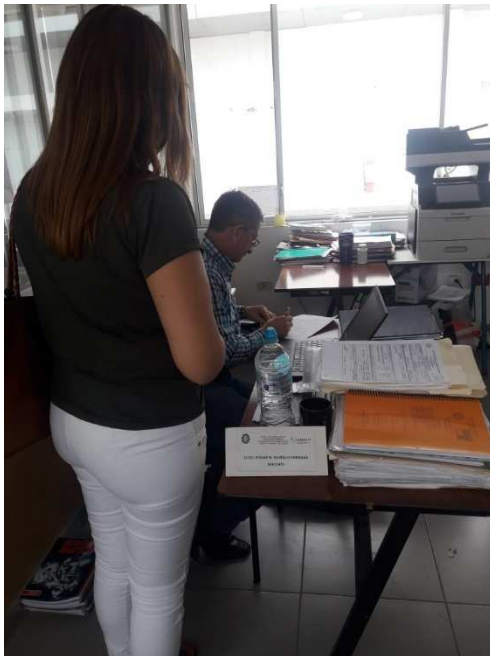
Fuente: Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Briggitte Zambrano Mendoza
Descripción: Encuesta realizada al personal administrativo (financiera) del departamento.



Fuente: Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Briggitte Zambrano Mendoza
Descripción: Encuesta realizada al personal administrativo (analista de los procesos de certificaciones).



Fuente: Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza
Descripción: Encuesta realizada a los usuarios del departamento



Fuente: Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad
Autoría: Brigitte Zambrano Mendoza
Descripción: Entrevista realizada al coordinador del departamento

Encuesta

Tema

“Las estrategias comunicativas en el cumplimiento de objetivos administrativos en el departamento OEC del ITSLAM- Manta año 2018 (2)”

Dirigido a: Usuarios

Objetivo: Verificar el cumplimiento de los objetivos administrativos del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Instrucciones

- ❖ La encuesta es totalmente anónima
- ❖ Conteste las siguientes interrogantes con responsabilidad y honestidad.

Escoja la respuesta que considere correcta:

1. ¿Conoce Usted los servicios que brinda el Departamento Organismo Evaluador de la Conformidad?

SI		NO	
----	--	----	--

2. ¿Se siente satisfecho con los servicios brindados por los miembros del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad?

SI		NO	
----	--	----	--

3. ¿Utiliza el departamento medios de comunicación para informar sobre sus servicios?

SI		NO	
----	--	----	--

4. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted más utiliza para informarse sobre lo nuevos perfiles de capacitación brindados por el departamento?

- () Radio
- () Internet
- () Periódicos
- () Otros

5. **¿Son eficaces los medios de comunicación que entrega el departamento OEC para aclarar sus dudas?**

SI		NO	
-----------	--	-----------	--

6. **¿Considera que el tiempo que se toma el departamento en otorgar la certificación es el indicado?**

- () Muy de acuerdo
- () De acuerdo
- () En desacuerdo

7. **¿Al momento de adquirir un servicio en el departamento OEC el coordinador le indica los procesos a seguir?**

SI		NO	
-----------	--	-----------	--

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !

Encuesta

Tema

“Las estrategias comunicativas en el cumplimiento de objetivos administrativos en el departamento OEC del ITSLAM- Manta año 2018 (2)”

Dirigido a: El personal administrativo del departamento OEC.

Objetivo: Diagnosticar el uso de las estrategias comunicativas vinculadas al cumplimiento de los objetivos administrativos en el OEC.

Instrucciones

- ❖ La encuesta es totalmente anónima
- ❖ Conteste las siguientes interrogantes según considere necesario con responsabilidad y honestidad.

Escoja la respuesta que considere correcta:

1. **¿Conoce usted los objetivos administrativos del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad?**

SI		NO	
-----------	--	-----------	--

2. **¿Se difunden los objetivos administrativos del departamento OEC de manera efectiva?**

- () Siempre
- () Rara vez
- () Nunca

3. **¿Considera usted que el departamento cumple con cada uno de sus objetivos planteados?**

- () Totalmente
- () Parcialmente
- () No cumple

4. **¿Considera usted que los objetivos implementados son pertinentes al departamento OEC?**

SI		NO	
-----------	--	-----------	--

5. **¿Cree que es necesario evaluar por lo menos una vez al año el cumplimiento de los objetivos planteados por el departamento?**

SI		NO	
-----------	--	-----------	--

6. **¿Sugiere el coordinador del OEC ideas para incentivar a sus colaboradores al logro de los objetivos planteados?**

- Siempre
 Rara vez
 Nunca

7. **¿Contribuye la comunicación entre los miembros del departamento al cumplimiento de los objetivos?**

- Siempre
 Rara vez
 Nunca

8. **¿Se establecen estrategias comunicativas que ayuden a solucionar los problemas comunicacionales que se susciten en el departamento?**

SI		NO	
-----------	--	-----------	--

9. **¿Cuál de las siguientes estrategias comunicativas percibe usted que es la que utiliza el departamento OEC?**

- Establecer comunicación directa
 Retroalimentación
 Resolución de conflictos departamentales
 Manejo de plataformas comerciales

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !

Entrevista

Tema

“Las estrategias comunicativas en el cumplimiento de objetivos administrativos en el departamento OEC del ITSLAM- Manta año 2018 (2)”

Objetivo: Verificar el cumplimiento de los objetivos administrativos del departamento Organismo Evaluador de la Conformidad

Entrevistado:

Entrevistadora:

Fecha:

1. ¿Cuál es la tarea principal como coordinador dentro del departamento?

2. ¿Existen quejas continuas de los usuarios acerca de los servicios que ofrece el departamento OEC?

3. ¿Existe algún porcentaje de metas sobre las certificaciones que realiza el departamento OEC?

4. ¿En base a las metas establecidas cual es el nivel de cumplimiento con las certificaciones?

5. ¿Existen planes para incrementar más perfiles laborales?

6. ¿Qué instituciones reconocen a el departamento como Organismo Certificador de personas en competencias laborales?

7. ¿Existen estrategias comunicativas para incrementar el reconocimiento del departamento como organismo certificador de personas en competencias laborales? Cuáles son
