

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA -CIEPs-
“MAYRA GUTIÉRREZ”

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a crown above, and various symbols. The shield is flanked by two columns. The outer ring of the seal contains the Latin text "ACADEMIA COCCHENSIS" at the top and "UNIVERSITAS SAN CAROLINIENSIS" at the bottom. The text "ORBIS CONSPICUA CAROLINIENSIS" is also visible within the inner ring.

**“LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA
EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL,
(Estudio cualitativo en la Empresa Econoluz, Guatemala 2,012)”**

**CLAUDIA FABIOLA PINEDA CONTRERAS
LUIS ALFREDO MOLINA SANTISTEBAN**

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2012

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA -CIEPs-
“MAYRA GUTIÉRREZ”**

**“LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA
EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL,
(Estudio cualitativo en la Empresa Econoluz, Guatemala 2,012)”**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO AL HONORABLE
CONSEJO DIRECTIVO
DE LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS**

POR

**CLAUDIA FABIOLA PINEDA CONTRERAS
LUIS ALFREDO MOLINA SANTISTEBAN**

**PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE
PSICÓLOGOS**

**EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADOS**

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2012

**CONSEJO DIRECTIVO
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem. It features a central shield with various symbols, including a crown at the top, a figure holding a staff, and other heraldic elements. The shield is surrounded by a circular border containing the Latin text "ACADEMIA CONSTITUENS INTER CALLETERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINIANA".

**DOCTOR CÉSAR AUGUSTO LAMBOUR LIZAMA
DIRECTOR**

**LICENCIADO HÉCTOR HUGO LIMA CONDE
SECRETARIO**

**JAIRO JOSUÉ VALLECIOS PALMA
REPRESENTANTE ESTUDIANTIL
ANTE CONSEJO DIRECTIVO**



ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO - CUM-

9ª. Avenida 9-45, zona 11 Edificio "A"

Tel. 24187530 Telefax 24187543

e-mail: usacpsic@usac.edu.gt

CC. Control Académico

CIEPs.

Archivo

Reg. 017-2012

DIR. 2125-2012

De Orden de Impresión Informe Final de Investigación.
Proyecto Extraordinario de Graduación

09 de noviembre de 2012

Estudiantes

Claudia Fabiola Pineda Contreras

Luis Alfredo Molina Santisteban

Escuela de Ciencias Psicológicas

Edificio

Estudiantes:

Transcribo a ustedes el **ACUERDO DE DIRECCIÓN DOS MIL CIENTO ONCE GUIÓN DOS MIL DOCE (2111-2012)**, que literalmente dice:

"DOS MIL CIENTO ONCE: Se conoció el expediente que contiene el Informe Final de Investigación, del Proyecto Extraordinario de Graduación, titulado: **"LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL"**, (Estudio cualitativo en la Empresa Econoluz, Guatemala 2012), de la carrera de: **LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA**, realizado por:

Claudia Fabiola Pineda Contreras

Luis Alfredo Molina Santisteban

CARNÉ No. 94-15077

CARNÉ No. 94-15143

El presente trabajo fue asesorado durante su desarrollo por Licenciado Luis Arturo Estrada Carranza y revisado por Licenciada Astrid Lorena Montenegro Zacarias. Con base en lo anterior, se **AUTORIZA LA IMPRESIÓN** del Informe Final para los trámites correspondientes de graduación, los que deberán estar de acuerdo con el Instructivo para Elaboración de Investigación de Tesis, con fines de graduación profesional."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Doctor César Augusto Lambour Lizama
DIRECTOR INTERINO





ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO -CUM-
9ª. Avenida 9-45, zona 11 Edificio "A"
Tel. 24187530 Telefax 24187543
e-mail: usacpsic@usac.edu.gt

CIEPs **1872-2012**
REG: **017-2012**
REG: **017-2012**

INFORME FINAL

Guatemala, 29 de octubre 2012

SEÑORES
CONSEJO DIRECTIVO
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO

Me dirijo a ustedes para informarles que la Licenciada Astrid Lorena Montenegro Zacarias ha procedido a la revisión y aprobación del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN DEL PROYECTO EXTRAORDINARIO DE GRADUACIÓN titulado:**

“LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL”
(Estudio cualitativo en la Empresa Econoluz, Guatemala 2012)

ESTUDIANTE:	CARNE No.
Claudia Fabiola Pineda Contreras	94-15077
Luis Alfredo Molina Santisteban	94-15143

CARRERA: Licenciatura en Psicología

El cual fue aprobado por la Coordinación de este Centro el día 26 de octubre 2012 y se recibieron documentos originales completos el día 26 de octubre 2012, por lo que se solicita continuar con los trámites correspondientes para obtener **ORDEN DE IMPRESIÓN**

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Licenciado Marco Antonio García Enríquez
COORDINADOR



Centro de Investigaciones en Psicología-CIEPs. “Mayra Gutiérrez”



ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLOGICAS

CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO -CUM-

9ª. Avenida 9-45, zona 11 Edificio "A"

Tel. 24187530 Telefax 24187543

e-mail: usacpsic@usac.edu.gt

CIEPs: 1873-2012

REG: 017-2012

REG 017-2012

Guatemala, 29 de octubre 2012

**Licenciado Marco Antonio García Enríquez,
Centro de Investigaciones en Psicología
-CIEPs.-"Mayra Gutiérrez"
Escuela de Ciencias Psicológicas**

Licenciado García:

De manera atenta me dirijo a usted para informarle que he procedido a la revisión del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, DEL PROYECTO EXTRAORDINARIO DE GRADUACIÓN** titulado:

"LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL."

(Estudio cualitativo en la Empresa Econoluz, Guatemala 2012)

ESTUDIANTE:

Claudia Fabiola Pineda Contreras

Luis Alfredo Molina Santisteban

CARNÉ No.

94-15077

94-15143

CARRERA Licenciatura en Psicología

Por considerar que el trabajo cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología, emito **DICTAMEN FAVORABLE** el día 25 de octubre 2012 por lo que solicito continuar con los trámites respectivos.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

**Licenciada Astrid Lorena Montenegro Zacarias
DOCENTE REVISOR**



Areliis./archivo

Guatemala, 27 de septiembre de 2012

Licenciado
Marco Antonio García Enríquez
Coordinador Centro de Investigaciones en
Psicología –CIEPs- “Mayra Gutiérrez”
CUM

Estimado Licenciado García:

Por este medio me permito informarle que he tenido bajo mi cargo la asesoría de contenido del Informe Final de investigación titulado “**LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL, (ESTUDIO CUALITATIVO EN LA EMPRESA ECONOLUZ, GUATEMALA 2,012)**” realizado por los estudiantes Miriam Patricia Flores Rangel, carné 8618143, Jorge Estuardo Estrada Ortiz, carné 9414831, Claudia Fabiola Pineda Contreras, carné 9415077 y Luis Alfredo Molina Santisteban, carné 9415143.

El trabajo fue realizado a partir 07 de julio al 27 de septiembre del 2,012.

Esta investigación cumple con los requisitos establecidos por el CIEPs por lo que emito **DICTAMEN FAVORABLE** y solicito se proceda a la revisión y aprobación correspondiente.

Sin otro particular, me suscribo,

Atentamente,



M.A. Luis Arturo Estrada Carranza
Licenciado en Psicología
Colegiado 2913
Asesor de contenido



ECONOLUZ

ILUMINACION

Guatemala 03 de octubre de 2012

Licenciado
Marco Antonio García Enríquez
Coordinador Centro de Investigaciones en Psicología
-CIEPs- "Mayra Gutiérrez"
Escuela de Ciencias Psicológicas
CUM

Licenciado García:

Deseándole éxito al frente de sus labores, por este medio le informo que los estudiantes Miriam Patricia Flores Rangel, carné 8618143, Jorge Estuardo Estrada Ortiz, carné 9414831, Claudia Fabiola Pineda Contreras, carné 9415077 y Luis Alfredo Molina Santisteban, carné 9415143, realizaron en esta institución 06 entrevistas y observaciones a trabajadores como parte del trabajo de Investigación titulado: **"LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA EN EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL, (ESTUDIO CUALITATIVO EN LA EMPRESA ECONOLUZ, GUATEMALA 2,012)"** en el periodo comprendido del 7 al 21 de septiembre del presente año, en horario de 14:00 a 17:30 horas.

Los estudiantes en mención cumplieron con lo estipulado en su proyecto de Investigación, por lo que agradecemos la participación en beneficio de nuestra institución.

Sin otro particular, me suscribo,

ECONOLUZ
0 Calle 17-63 Zona 15
Colonia El Maestro
TELEFAX: 23694529 - 23693762

Sofía Palencia
Gerente Administrativo
EMPRESA ECONOLUZ, S. A.
2369-7626, 2369-4529, 2369-3762

0 Calle 17-63, Zona 15 Colonia El Maestro
Telefax: 2369-7626 • 2369-4529 • 2369-3762 • E-mail: econoventas2@gmail.com

POR CLAUDIA FABIOLA PINEDA CONTRERAS

**MARÍA ISABEL MONICO CARDONA
LICENCIADA EN PEDAGOGÍA
E INVESTIGACION EDUCATIVA
COLEGIADO 12984**

POR LUIS ALFREDO MOLINA SANTISTEBAN

**JORGE ABEL ALVAREZ RAMÍREZ
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA
COLEGIADO 7933**

**CARLOS JAVIER ZEPEDA QUIROA
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA
COLEGIADO 1545**

ACTO QUE DEDICO

A DIOS: Porque en medio de todo y a cada momento me muestra su amor.

A MI MAMITA ROSARIO CONTRERAS: Por enseñarme con el ejemplo a continuar en el camino a pesar de las adversidades y por que gracias a sus enseñanzas y consejos soy la mujer que soy.

A MIS HERMANOS RAFAEL Y JANSY: Por el amor y apoyo incondicional, muchas gracias, los quiero.

A MIS SOBRINAS: Que este triunfo en mi vida les muestre que se pueden alcanzar las metas.

A MI ESPOSO MOISES ARCHILA, MI ABUELO DOMINGO TOJIN Y A MI PADRE RAFAEL PINEDA, porque se que desde el cielo comparten mi triunfo.

A MIS COMPAÑEROS DE TESIS: LUIS MOLINA, JORGE ESTRADA Y PATRICIA FLORES, gracias por el tiempo y apoyo para compartir este éxito. Mis mejores deseos en su vida profesional y personal.

ACTO QUE DEDICO

A DIOS

POR SER FUENTE DE VIDA Y DESDE QUE LO CONOCI, HA CAMBIADO MI FORMA DE VIDA.

"Buscad primeramente el reino de Dios y su justicia y todo lo demás vendrá por añadidura" (Mat. 6:33)

A MIS PADRES

QUIENES CON SU EMPEÑO Y ENTUSIAMO, ME HAN GUIADO POR LA VIDA.

ALFREDO MOLINA (+) Y ZOILA SANTISTEBAN.

A MI ESPOSA E HIJOS:

GLADYS DE MOLINA, POR SU APOYO INCONDICINAL EN TODO MOMENTO.

A MIS HIJOS, LUIS FERNANDO MOLINA Y NAHOMI ABIGAIL MOLINA, PARA QUE SEA DE INSPIRACION A QUE LOGREN COSAS MEJORES EN SUS VIDAS.

A MIS FAMILIARES

POR SER APOYO EN TODO MOMENTO, CUANDO LOS HE REQUERIDO.

A MIS AMIGOS

QUE ME HAN APOYADO EN TODO MOMENTO.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

FUENTE DE SABIDURIA, QUE PERMITIO MI FORMACION PROFESIONAL.

A CADA UNO DE USTEDES

POR COMPARTIR CONMIGO ESTE MOMENTO TAN ESPECIAL.

AGRADECIMIENTO

A DIOS

POR SER FUENTE DE SABIDURIA PARA GUIARNOS Y POR DARNOS LA VIDA, PARA LLEGAR A ESTE MOMENTO TAN ESPECIAL.

A MI PAÍS GUATEMALA

POR SER LA TIERRA QUE NOS VIO NACER Y DECIRLE QUE ESTAMOS COMPROMETIDOS, PARA TRABAJAR CON HONESTIDAD, RESPETO Y ETICA PROFESIONAL.

A LA ESCUELA DE PSICOLOGIA DE LA USAC:

POR BRINDARNOS CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS NUEVAS, PARA CRECER COMO PERSONAS Y PODER BRINDAR SERVICIOS PROFESIONALES A NUESTRA POBLACION.

AL LIC. LUIS ARTURO ESTRADA CARRANZA:

POR COMPARTIR SUS EXPERIENCIAS, CONOCIMIENTOS Y TIEMPO EN LA ELABORACION DE ESTA TESIS.

A LA EMPRESA ECONOLUZ:

POR ABRIR SUS PUERTAS Y PERMITIRNOS REALIZAR NUESTRO PROYECTO DE INVESTIGACION.

A NUESTROS COMPAÑEROS DE ESTUDIO

POR SU AMISTAD, RESPETO, DESEANDOLES EXITOS EN SU VIDA PROFESIONAL.

INDICE

Contenido	Páginas
PROLOGO	01
RESUMEN	02 - 03
<u>CAPITULO I.</u>	
INTRODUCCION	04 - 07
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	08- 11
OBJETIVOS	12
MARCO TEORICO	13 - 37
<u>CAPITULO II.</u>	
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	38 - 43
<u>CAPITULO III</u>	
PRESENTACION ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN	44 - 57
<u>CAPITULO IV</u>	
CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFIAS	60 - 61
ANEXOS	62 - 72

PROLOGO

El impacto que tiene la comunicación en las diferentes áreas de la vida del ser humano, lo ha llevado a la toma de conciencia, que la misma puede servir como estrategia para alcanzar objetivos trazados que permiten equilibrar tanto su salud física, como emocional.

La capacidad de comunicarnos es imprescindible para alcanzar el éxito en cualquiera de las actividades que desarrollemos, debido que permite transmitir datos e información a las personas con quienes interactuamos. Más aún, dentro de una empresa, donde constantemente es necesaria la comunicación eficiente entre sus empleados y para con los clientes.

Enfocándonos en el ámbito laboral, que es donde se trabajó este estudio, podemos decir que su uso adecuado permite resolver situaciones o problemas a través de la expresión, análisis, reflexión y propuestas de cambio.

Por ello al profundizar el tema de la comunicación se debe dar énfasis en: las relaciones interpersonales, los medios de comunicación clásicos, la tecnología de la información y la comunicación dentro de las organizaciones, conocida como comunicación organizacional.

Actualmente el tema de comunicación ha cobrado auge y es de gran interés, tanto para quienes dirigen una empresa como para sus colaboradores, debido que se pretende resolver conflictos que se dan y que trascienden en la vida de los trabajadores como personas y en los beneficios que pretende alcanzar la empresa.

Una herramienta importante para el fortalecimiento de la cultura organizacional, es definitivamente la comunicación, debido que por medio de esta se puede obtener el éxito o el fracaso de las tareas que realicen en una empresa.

Con este interés, se desarrolla el tema de la importancia de la comunicación en esta investigación y se pretende aportar datos importantes y relevantes para la organización, así como, para futuros investigadores, profesionales en la rama de la Psicología y la Administración para que no se subestime la importancia de la comunicación en el fortalecimiento de la cultura organizacional dentro de una empresa.

RESUMEN

En la presente investigación, se aborda el tema de LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA ECONOLUZ, esto con la finalidad de mejorar y brindar nuevas técnicas de comunicación, las cuales se detallan en el informe final.

Desde el origen del ser humano, ha sido importante el comunicarse con otras personas. Por tal importancia, varios profesionales de dicho campo como Javier Gutiérrez en su tesis “el papel de la comunicación en el trabajo en Salud de las ONG’S”, en el año 2002, Norma Díaz en el libro “Lenguaje y Comunicación” en el año 1995 y Carlos Interiano en su libro “Semiología de la Comunicación” en el año 1999, han abordado con énfasis como se produce y cuales son los efectos que produce una mala comunicación, así mismo, como se debería realizar una buena comunicación entre los individuos. También mencionan que debe de haber varias partes o procesos de comunicación para que llegue el mensaje y que esto ocurra de manera asertiva.

Debido a lo anteriormente expuesto, se da énfasis, en la efectiva o inadecuada comunicación y sus efectos en una muestra específica, siendo los trabajadores de la empresa Econoluz, tomando en cuenta que dicha necesidad surge por situaciones expuestas o planteadas por los directivos de dicha empresa.

Se realizará una investigación de índole cualitativa, la cual constará de 03 fases o etapas, en la primera se realizará una observación al detalle del modo o formas de comunicarse de los trabajadores de dicha empresa, así como, conocer cual es el sentir de los mismos al respecto de las técnicas de comunicación que utilizan en la empresa. En la segunda fase, se analizarán los datos o información obtenida, para conocer cuales son aquellos detalles o situaciones que no permiten una comunicación efectiva y a través de esto determinar cómo pueden mejorarse las formas de comunicación entre el personal de dicha empresa.

Se concluye con la tercera fase, donde se realizará una presentación audiovisual y de manera escrita, para dar a conocer los resultados obtenidos, así como, las áreas en donde pueden mejorar o establecer nuevas formas de comunicación con el fin de mejorar la misma y por ende fortalecer la Cultura Organizacional de dicha empresa, para que logren los objetivos deseados, tanto la empresa, como los trabajadores.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como principal propósito de estudio la importancia de la comunicación como herramienta para fortalecer la cultura organizacional en la empresa Econoluz; con el objeto de presentar una propuesta para los directivos de dicha empresa interesados en mejorar las relaciones interpersonales entre sus trabajadores.

Reconociendo que la comunicación es crucial en el ámbito laboral y que existen actualmente infinidad de libros, cursos, talleres, así como otro tipo de actividades y programas para mejorar la misma, también es importante destacar que la mayoría de personas que inician una empresa no tienen acceso a ellos por desconocimiento o por falta de asesoría profesional, razón por la cual al crecer como organización se encuentran con barreras que perjudican la comunicación, debido que no están establecidas las líneas de mando y los canales de información adecuados.

Entre los temas a presentar encontraremos:

- ✓ Salud mental
- ✓ La Comunicación
- ✓ Tipos de comunicación
- ✓ Barreras de comunicación
- ✓ Cultura organizacional
- ✓ Relaciones interpersonales

Cada tema incluye subtítulos que exponen con claridad y sencillez la importancia que tiene la comunicación en la cultura organizacional para fomentar la salud mental en los trabajadores y los directivos de la empresa Econoluz, creando un mejor ambiente laboral donde se fomenten las buenas relaciones laborales y personales por medio de una comunicación asertiva.

Los objetivos que nos impulsaron a realizar este trabajo de investigación son:

1. Fortalecer la comunicación para el mejoramiento de la cultura organizacional.
2. Identificar las técnicas de comunicación utilizadas en la empresa Econoluz.
3. Describir la efectividad de dichas técnicas utilizadas para la comunicación.
4. Proponer nuevas metodologías para mejorar la comunicación dentro de la empresa.

El trabajo de investigación se realizó en tres fases:

1. En la primera fase se utilizó la herramienta de la observación para conocer las técnicas de comunicación que utiliza la empresa.
2. En la segunda fase se realizó una entrevista dirigida, con preguntas cerradas y abiertas en la cual se recopiló la información sobre que medios de comunicación se utilizan en la empresa, las formas de comunicarse entre el personal, las barreras de comunicación que existen en la empresa, con el objetivo de describir la efectividad de las técnicas de comunicación utilizadas.
3. Y en la fase tres se realizó una reunión con los propietarios de la empresa donde se presentaron los aspectos cualitativos y cuantitativos de los resultados obtenidos, para proponer nuevas metodologías para mejorar la comunicación dentro de la empresa.

Al finalizar la investigación se evidenció la importancia de la comunicación para el fortalecimiento de la cultura organizacional.

En nuestra sociedad y en las organizaciones, cada vez más, se hace evidente la necesidad de establecer flujos adecuados de comunicación, que permita fortalecer las relaciones entre las personas, para lograr resultados objetivos de crecimiento de las empresas y de las personas de forma integral. Esta razón nos ha motivado a realizar la investigación del tema “LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL”

Dicha investigación se realizó en el departamento de Guatemala, el cual es la capital de la República de Guatemala, y está situado en el área sur centro del país, con una población de 2.149.107 personas, pero considerando su área de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, alcanza un estimado de 4.103.865 habitantes para el 2012, lo que la convierte en la aglomeración urbana más poblada y extensa de América Central.

La empresa Econoluz, que es la empresa donde se realizó la investigación, fue creada el 02 de mayo del año 2,006, por empresarias de origen guatemalteco, con una visión de generar fuentes de trabajo y con la experiencia adquirida durante años en el área de Comercialización de productos.

La empresa fue estructurada para poder incursionar y posicionarse en el mercado de proyectos residenciales y comerciales, distribuyendo productos que colaboren con los guatemaltecos en el ahorro de energía eléctrica.

Actualmente la empresa Econoluz, está ubicada en la 0 calle 17-63 zona 15, Colonia El Maestro, Ciudad Capital y cuenta con los departamentos de Administración, Ventas, Bodega y Distribución, además con personal de sexo masculino y femenino, de nacionalidad guatemalteca, comprendidos entre las edades de 18 a 50 años, con grado de escolaridad desde el nivel básico, hasta nivel universitario.

Con el pasar de los años, se ha hecho necesario contratar más personal, debido a la creciente demanda de clientes y distribución de productos.

En la actualidad cuentan con seis empleados y han logrado obtener clientes muy importantes gracias a su eficiencia, compromiso y sobre todo al arduo trabajo que desarrollan para cubrir las necesidades del cliente, en lo que se refiere a productos de iluminación.

Así también han ampliado la gama de productos, debido a los avances tecnológicos en el área de la iluminación, además de adaptarse a las necesidades del cliente, cada día más exigente.

Gracias a la calidad de servicio que presta a sus clientes, Econoluz ha logrado que incluso proveedores como: Gelsa, Lumisistem, Ilumina, Impelsa, Tecno Light, Sylvania, entre otros, han buscado su servicio como distribuidores de sus productos.

Econoluz, ha logrado posicionarse en el mercado de productos de iluminación y pretende mantenerse como uno de los mejores distribuidores de productos de iluminación de Guatemala hasta poder ser un distribuidor directo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Desde el origen del hombre ha sido importante la forma en que este se comunica con los que le rodean, la comunicación desarrolla un papel trascendental en las actividades que el ser humano realiza cotidianamente.

Para el ser humano la comunicación es vital en cualquiera de sus formas: oral, gestual o escrita, debido que a través de esta el individuo expresa sus pensamientos, sentimientos ideas y emociones. La comunicación puede ser útil o perjudicial según sea aplicada. Cuando tenemos una comunicación abierta y directa es posible que el mensaje logre llegar tal y como esperamos, pero cuando dentro de la comunicación existen diferentes tipos de barreras puede generar conflictos de índole personal, laboral e institucional.

Dentro de la historia de la humanidad, ha sido difícil conceptualizar la comunicación propiamente dicha, debido que es utilizada en todos los ámbitos, por lo cual entre las definiciones más interesantes encontramos:

Comunicar, significa compartir información entre un destinador y un destinatario, no es lo mismo la transmisión, esta no implica compartir sino solamente transmitir información, en este caso el destinatario asume un papel meramente receptivo, diferente es el proceso de comunión, el cual se produce por ejemplo, entre la interpretación de una obra musical y los oyentes, o entre un cuadro pictórico y los espectadores.

Para que exista comunicación se requiere, que exista la intención de poner un mensaje en común. (Velásquez, Carlos Semiótica, teoría de la mentira. Capítulo III).

Conociendo esta definición de comunicación, podemos determinar que es una herramienta muy importante dentro de las empresas, debido que el elemento primordial en ellas es el ser humano y la comunicación como mencionamos, está ligada a las diferentes actividades de este.

En estudios realizados sobre la comunicación y la cultura organizacional se ha escrito que la primera es vital para el funcionamiento y el éxito de una empresa.

Durante el año 1964, Redding y Sanborn, definieron por primera vez a la comunicación organizacional como el envío y recibimiento de información dentro de una organización entre sus empleados o trabajadores. (Estudio sobre el Compartimiento de la Comunicación Interna y los Flujos de Comunicación – Oscar Leonel Orozco Miranda).

Otros investigadores como Fernández Collado, define que la Comunicación Organizacional, es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y el mantenimiento de las buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Estudio sobre el Compartimiento de la Comunicación Interna y los Flujos de Comunicación – Oscar Leonel Orozco Miranda).

Los empleados necesitan estar informados y orientados para realizar con éxito sus funciones, por lo cual es imprescindible o vital conocer los problemas que genera la inadecuada comunicación, dentro de una organización.

En el estudio de la Comunicación Organizacional, los investigadores se han centrado en los procesos y subprocesos con los cuales se procura que los empleados, cumplan las tareas encomendadas y en como los canales de información facilitan el logro de los objetivos trazados.

Por otro lado, los profesionales a nivel de Gerencia, desconocen temas relacionados sobre el papel que fungen como Líderes de una empresa, ejerciendo su poder y autoridad de forma deficiente, lo cual conlleva a una inadecuada comunicación y por ende a la ruptura de relaciones interpersonales con sus subordinados, creándose un círculo vicioso.

Regularmente, las personas con puestos que están al mando de personal, obligan o imponen sus pensamientos o actividades a realizar en la empresa, sin el alcance o conocimiento que existen otras formas de comunicación para lograr sus objetivos, como sería la persuasión o capacidad de influir en el trabajador.

Tomando en cuenta que el trabajo constituye la actividad fundamental para el desarrollo del ser humano y el marco de referencia para que el individuo establezca sus aspiraciones y su estilo de vida, para que perciba su propia identidad y la identidad de las personas que con él se relacionan, es importante hacer un estudio que pretende identificar los sistemas de comunicación y promover nuevas metodologías de comunicación, para fortalecer la Cultura Organizacional.

Debido a lo anteriormente expuesto y de acuerdo a la necesidad planteada por los directivos de la empresa Econoluz, manifiestan que tienen problemas de comunicación como: comunicación ineficaz entre la Gerente de Ventas y la Gerente Administrativa, falta de claridad en los mensajes tanto escritos como verbales de las gerencias hacia los empleados; teniendo como repercusiones: pérdida de información importante para alcanzar los objetivos, distorsión de información, inadecuados canales de traslado de información, incumplimiento en la visita a clientes y peor aún, en la entrega inadecuadas de productos, lo cual ha generado insatisfacción en el cliente, en ocasiones pérdida en las ventas y conflictos laborales.

Por medio de este estudio, se evidenciará, la importancia de la comunicación para promover y fortalecer una buena Cultura Organizacional.

Esta investigación se realizará con los colaboradores de la empresa Econoluz, ubicada en la 0 calle 17-63 zona 15, Colonia El Maestro, ciudad Capital. Tomando en consideración para el estudio los departamentos de Administración, Ventas, Bodega y Distribución. Será realizada con hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 18 a 50 años, con grado de escolaridad desde el nivel básico, hasta nivel superior del área metropolitana.

Los sujetos que participarán en dicha investigación son siete, quienes comprenden el cien por ciento de la población.

Esta investigación es importante para la población, debido que a través de esta se podrá brindar los elementos necesarios para mejorar la comunicación y así mismo, fortalecer su Cultura Organizacional.

OBJETIVOS:

I. OBJETIVO GENERAL:

Fortalecer la Comunicación para el Mejoramiento de la Cultura Organizacional.

II. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Identificar las Técnicas de comunicación utilizados en dicha empresa.
2. Describir la efectividad de dichas Técnicas utilizadas para la comunicación.
3. Proponer nuevas metodologías para mejorar la comunicación dentro de la empresa.

MARCO TEÒRICO

Definición de Salud Mental:

La salud mental es como pensamos, sentimos y actuamos cuando lidiamos con la vida. También ayuda a determinar cómo manejamos el estrés, nos relacionamos con otras personas y tomamos decisiones. Al igual que la salud física, la salud mental es importante en todas las etapas de la vida, desde la niñez y la adolescencia hasta la edad adulta. El tema de la salud mental, además, no concierne sólo a los aspectos de atención posterior al surgimiento de desordenes mentales evidentes, sino que corresponde además al terreno de la prevención de los mismos con la promoción de un ambiente socio-cultural determinado por aspectos como la autoestima, las relaciones interpersonales y otros elementos que deben venir ya desde la educación más primaria de la niñez y de la juventud.

Esta preocupación no sólo concierne a los expertos, sino que forma parte de las responsabilidades de gobierno de una nación, de la formación en el núcleo familiar, de un ambiente de convivencia sana en el vecindario, de la responsabilidad asumida por los medios de comunicación y de la consciente guía hacia una salud mental en la escuela y en los espacios de trabajo y estudio en general.

Aspectos psicológicos sanos

Desde las teorías psicodinámicas se postula que la salud mental, así como, los aspectos patológicos son partes constitutivas de todo individuo. La constitución personal de cada sujeto implica capacidades o aspectos sanos y otros patológicos, siendo la proporción de los mismos variable entre personas. Así también, según Bion, la capacidad para tolerar la frustración sería una primera capacidad sana que permitiría al individuo en desarrollo el inicio del proceso de pensamiento y comprensión del mundo y de sí mismo. La función del pensamiento sería la base de la salud mental.

Esta se ve favorecida por un ambiente de contención (función materna o cuidadora) que permite tolerar la frustración e iniciar el desarrollo del aparato mental, la base de la salud mental, algunas veces hay niños o adolescentes que tienen problemas mentales y se recomienda llevar a un psicólogo o hablar muy claro con él.

La salud mental ha sido definida como un estado de bienestar en el cual el individuo es consciente de sus propias capacidades, contando con la capacidad de afrontar las tensiones de la vida cotidiana y trabajar de forma productiva. En la mayoría de los países, los servicios de salud mental adolecen de una grave escasez de recursos, tanto humanos como económicos. La mayoría de los recursos de atención sanitaria disponibles se destinan actualmente a la atención y el tratamiento especializados de los enfermos mentales y, en menor medida, a un sistema integrado de salud mental.

En lugar de proporcionar atención en grandes hospitales psiquiátricos, los países deberían integrar la salud mental en la asistencia primaria, ofrecer atención de salud mental en los hospitales generales y crear servicios comunitarios de salud mental. La promoción de la salud mental requiere implementar programas médicos, sociales y sobretodo gubernamentales con un mismo fin, promover la salud mental durante todo el ciclo vital, para garantizar niños mentalmente sanos y evitar trastornos mentales en la edad adulta o la vejez.

Interacción salud mental - salud física

Es necesario no separar la realidad de la salud mental de la salud física. La relación que existe entre las enfermedades biológicas y las enfermedades mentales tienen una evidente conexión, como lo señala Benedetto Saraceno en el Simposio "*Salud mental y física durante toda la vida*" de la Organización Panamericana de la Salud (OPS):

“Los desafíos complejos que presenta la comorbilidad de las enfermedades mentales y físicas estarían mucho mejor atendidos en todo el mundo con estrategias de atención integral dirigidas al paciente y a la comunidad (...). Los expertos tienen que comunicarse porque es evidente que la comorbilidad entre lo físico y lo mental exige una intervención vertical, no horizontal. La comorbilidad clínica es la regla, no la excepción”.

En ese mismo Simposio la directora de la OPS, Mirta Roses Periago, presentó un informe estadístico acerca de los problemas mentales y morbilidad en el continente americano. Dice Roses que si en 1990 existía en América un número aproximado de 114 millones de personas con trastornos mentales, esa cifra aumentará en 176 millones para el 2010 y que lo preocupante es que tan sólo una minoría recibe tratamiento. Roses aseguró que según los diagnósticos que la OPS había realizado en México en personas con enfermedades mentales, el 80% de los pacientes diagnosticados no habían recibido ningún tipo de atención en los 12 meses previos al realizado por la OPS. Además, añade Roses que una cuarta parte de la población adulta en América Latina y el Caribe ha sufrido de algún problema mental, que al menos cinco millones de personas sufren epilepsia y de estos sólo un 1,5 millones reciben algún tipo de atención.

Concepto de higiene mental

El concepto de *salud mental* fue descrito en primer lugar como "*higiene mental*" por el psiquiatra estadounidense Clifford Whittingham Beers en 1908, quien fundó el *Comité Nacional de Higiene Mental* en 1909 y adelantó la campaña por los derechos de los enfermos mentales. Otro psiquiatra, William Glasser, describió la "*higiene mental*" en su libro "*Salud mental o enfermedad mental*", siguiendo el diccionario de definiciones de higiene como "*prevención y mantenimiento de la salud*".

Sin embargo es necesario establecer un punto de diferenciación entre "*salud mental*" y "*condiciones de salud mental*". La *salud mental* es lo que se trata de establecer en este estudio, mientras que las *condiciones de salud mental* se refieren al estudio de enfermedades mentales y al tratamiento médico posible y consecuente. Para esto último, "*condiciones de salud mental*", los psiquiatras se basan con frecuencia en lo que se denomina el "*Manual de diagnósticos y estadísticas de desórdenes mentales*" (su sigla en inglés es DSM-IV, de la Asociación Americana de Psiquiatría) o la Clasificación Internacional de Trastornos Mentales (ICD-10, de la Organización Mundial de la Salud), así como en las siempre actualizadas guías como el "*Proyecto de medicación Algorithm de Texas*" (TMAP) para diagnosticar y descubrir enfermedades y desórdenes mentales.

Por lo tanto, la mayoría de los servicios prestados a la *salud mental* en general se encuentran normalmente asociados a la psiquiatría y no existen otras alternativas, lo que conlleva a un cierto límite, puesto que se asocia la salud mental con problemas psiquiátricos y se reduce con ello el concepto de las *condiciones de salud mental*.

Consideraciones culturales y religiosas

El concepto de salud mental es, una construcción social y cultural, aunque pueden definirse o determinarse algunos elementos comunes. Por esta razón, diferentes profesiones, comunidades, sociedades y culturas tiene modos diferentes de conceptualizar su naturaleza y sus causas, determinando qué es salud mental y decidiendo cuáles son las intervenciones que consideran apropiadas.⁴ Sin embargo, los estudiosos tienen a su vez diferentes contextos culturales y religiosos y diferentes experiencias que pueden determinar las metodologías aplicadas durante los tratamientos.

El modelo holístico de salud mental en general incluye conceptos basados en perspectivas de antropología, educación, psicología, religión y sociología, así como, en conceptos teóricos como el de psicología de la persona, sociología, psicología clínica, psicología de la salud y la psicología del desarrollo.

Numerosos profesionales de la salud mental han comenzado a entender la importancia de la diversidad religiosa y espiritual en lo que compete a la salud mental. La *Asociación Estadounidense de Psicología* explícitamente expresa que la religión debe ser respetada, mientras que la *Asociación Estadounidense de Psiquiatría* dice que la educación en asuntos religiosos y espirituales es también una necesidad.

Un ejemplo de modelo del bienestar fue desarrollado por Myers, Sweeny y Witmer y en el mismo se incluían las siguientes cinco áreas vitales:

1. Esencia o espiritualidad.
2. Trabajo y ocio.
3. Amistad.
4. Amor.
5. Autodominio.

Además doce sub-áreas:

1. Sentido del valor.
2. Sentido del control.
3. Sentido realista.
4. Conciencia emocional.
5. Capacidad de lucha.
6. Solución de problemas y creatividad.
7. Sentido del humor.
8. Nutrición.
9. Ejercicio.
10. Sentido de autoprotección.
11. Control de las propias tensiones.
12. Identidad sexual e identidad cultural.

Todos estos puntos son identificados como las principales características de una funcionalidad sana y los principales componentes del bienestar mental. Los componentes proveen un medio de respuesta a las circunstancias de la vida en una manera que proporciona un funcionamiento saludable.

Condiciones de salud mental

Artículo principal: *Enfermedad mental*.

Aunque la salud mental no necesariamente se debe relacionar con las condiciones de salud física cuya diferencia se menciona arriba, es necesario tener una idea de las mismas como el cuadro clínico que debe prevenirse en lo que a salud mental se refiere.

Aceptación social

La aceptación social de personas que padecen condiciones de salud mental ha probado ser la mejor ayuda y también la mejor prevención de desórdenes mentales. Desgraciadamente las personas con condiciones de salud mental son en muchos países víctimas de discriminación incluso por parte de su propio núcleo familiar, no son aceptadas con facilidad en el mundo laboral, en el estudio y en la comunidad. La falta de un conocimiento acerca de lo que significa un problema de condición mental es otro factor que incide en el mismo fenómeno de marginalización. La prevalencia de serios problemas en las condiciones de salud mental en la juventud es doble que en el general de la población sumado a que forma el grupo que menos busca ayuda en este sentido. Los jóvenes tienen un alto potencial de minimizar futuras deshabilidades si la aceptación social es amplia y reciben la ayuda precisa y los servicios oportunos.

La recuperación se da ante todo dentro del ámbito de la aceptación social. La discriminación y el estigma hacen más difícil el proceso de recuperación para personas con enfermedades mentales en lo que se refiere a conservar su empleo, obtener un seguro de salud y encontrar un tratamiento.

Observaciones críticas

Muchos afectados de las intervenciones cuestionan la prevalencia de desbalances químicos que caracterizan el grueso de la medicina mientras señalan que el DSM-IV lleva a cabo simplificaciones de diagnósticos preconcebidos y tratamientos de desórdenes mentales. La "*MindFreedom International*", por ejemplo, condena la carencia de alternativas humanistas no farmacéuticas y promueve en cambio la defensa de los derechos humanos y la no coerción en opciones de tratamientos de salud mental para consumidores en dicho campo.

Los críticos señalan también que los grupos de salud mental que se proponen, tales como los de la Asociación Nacional de Salud Mental de los EEUU, la Alianza para la Depresión y la Ayuda Bipolar, la Asociación Canadiense de Salud Mental, la Rethink y otros, lo único que hacen es promover enlaces a sus propias compañías farmacéuticas.

Promoción de la salud mental

La promoción de la salud mental parte del principio que todas las personas tienen necesidades de salud mental y no sólo aquéllas a las que han sido diagnosticadas *condiciones de salud mental*. La promoción de la salud mental concierne esencialmente a la realidad social en la que todos se sientan comprometidos con el bienestar mental.

La psicología positiva se interesa también por la salud mental e incluso está más cercana a ella que los tratamientos psiquiátricos. La "promoción de salud mental" es un término que cubre una variedad de estrategias. Estas estrategias pueden ser vistas desde tres niveles:

- Nivel individual - Motivar los recursos propios de la persona por medio de estímulos en la auto-estima, la resolución de los propios conflictos, la asertividad en áreas como la paternidad, el trabajo o las relaciones interpersonales.

- Nivel comunitario - Una creciente y cohesionada inclusión social, desarrollando las estructuras de ayuda que promueven la salud mental en los lugares de trabajo, estudio y en la ciudad.
- Nivel oficial - El estado de cada nación comprometido en planes que reduzcan las barreras socio-económicas promoviendo oportunidades en igualdad de acceso a los servicios de salud pública por parte de los ciudadanos más vulnerables a este desorden.

DEFINICION DE COMUNICACIÓN

“Comunicar significa compartir información entre un destinador y un destinatario. No es lo mismo la transmisión: ésta no implica compartir sino solamente transferir información. En este caso el destinatario asume un papel meramente receptivo. Diferente es, asimismo, el proceso de comunión, el cual se produce, por ejemplo, entre la interpretación de una obra musical y los oyentes o entre un cuadro pictórico y los espectadores. Para que exista comunicación se requiere, la intención de poner en común un mensaje. (Velásquez, Carlos. Semiótica, Teoría de la Mentira, Capítulo III).

PROCESO DE COMUNICACIÓN

Comunicador: es llamado también emisor (aunque este término se aplica más a la teoría de la información); es quien emite o envía un mensaje. “Del comunicador depende en gran medida que los mensajes que envía sean correctamente descodificados por quienes los reciben (Interiano, Carlos. Semiología y Comunicación.1999. Pág. 9-18)

Perceptor: es quien recibe el mensaje enviado por el comunicador. Es llamado también “receptor” por los teóricos de la información. El perceptor capta, almacena, analiza, sintetiza y da una respuesta a los mensajes que recibe. Esta respuesta recibe diferentes nombres: retorno retroalimentación, feed back, etc.

Redundancia: son todos los elementos de un mensaje que no proporcionan nada nuevo al perceptor, sin embargo, ayudan al esclarecimiento de la información contenida en el mensaje.

Código: definimos al código como el conjunto estructurado de signos en base a ciertas leyes propias, utilizado para la elaboración de mensajes.

Contexto: es el marco socio-económico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado período histórico. La referencialidad del mensaje un mensaje con mucha referencialidad sería aquel que tome en cuenta suficientes elementos para ubicar al destinatario o perceptor de la información, en un sitio o contexto determinado, en un ambiente, en el cual el perceptor se sienta plenamente ubicado o identificado.

Retorno: es el proceso mediante el cual se da una respuesta a los mensajes recibidos. Se le llama también retroalimentación, respuesta o “feed back”.

ACTO DE COMUNICACIÓN HUMANA

CODIGO

COMUNICADOR CANAL PERCEPTOR

MENSAJE

RETORNO

CONTEXTO

Existen seis funciones en el acto de comunicación humana:

Referencial. “Define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Su problema fundamental reside en formular, a propósito del referente, una información verdadera, es decir objetiva, observable y verificable (Hybels, Sandra. Libro La Comunicación. 1974. Capítulo 2. Pag. 71. México D. F.)

Emotiva. Define las relaciones entre el mensaje y el emisor. En otras palabras, esta función enfatiza la actitud del emisor con respecto al referente.

Conativa o apelativa. Define las relaciones entre el mensaje y el receptor. Esta función trata de provocar determinadas reacciones en el destinatario.

Poética o estética. Es la que predomina en la obra de arte. En esta función el referente es la obra misma. En otras palabras, lo más importante es la forma en que los signos son distribuidos.

Fática. Por medio de esta función se afirma, mantiene o detiene la comunicación. En ella entran en juego los signos que sirven para que la comunicación continúe o se interrumpa.

Metalingüística. Define el sentido de los signos que pueden no ser comprendidos por el destinatario.

TIPOS DE COMUNICACIÓN

Según Carlos Interiano (1999), la comunicación puede ser.

Cercana: por ejemplo, dos personas que charlan una junto a la otra.

Distante: por ejemplo, la que se establece por medio del teléfono o la radio.

Unidireccional: cuando el destinatario no tiene posibilidad de intercambiar mensajes con el destinador (por ejemplo, una carta, circular o un periódico)

Bidireccional: cuando entre destinador y destinatario puede existir un inmediato intercambio de mensajes (por ejemplo, la comunicación telefónica o la de los radioaficionados).

Interindividual. Cuando el alcance de los mensajes se reduce a un pequeño grupo de personas.

De difusión masiva: cuando el mensaje puede alcanzar a gran cantidad de individuos.

ESTILOS DE COMUNICACIÓN

PASIVO

1. Es evasivo, fingido, conformista, indiferente, negligente y apático.
2. Expresa su deseo de evitar tener amigos.
3. No enfrenta retos, no tiene estímulos para trabajar, metas y expectativas claras.
4. Se siente culpable si promueve asuntos que necesitan ser resueltos.
5. Tiene una mirada vacía, falta de contacto visual y cansado.

AGRESIVO

1. Es brusco, imperativo, irrespetuoso, grosero, dominante, resentido y manipulador.
2. Necesita estar en el tope y disminuir al otro.
3. Le falta seguridad en sí mismo/a y desconfía de otros/as.
4. Hace a la otra persona sentirse resentida y sin méritos, sin confianza en sí misma.

5. Su mirada es agresiva, voz dura, ceño fruncido, puños cerrados, posición desafiante y boca apretada.

ASERTIVO.

1. Habla en primera persona.
2. Es directo, claro, respetuoso, positivo, comprensivo y responsable.
3. Reconoce al otro como una persona de valor, con derechos.
4. Sabe escuchar.
5. El tono es suave. Su mirada es directa, hace contacto visual.
6. Sabe lo que quiere y lo expresa directamente sin herir.
7. Sabe pedir.
8. Se siente bien consigo mismo/a.
9. Sus amigos saben que cuentan con él/ella sabe expresar sus sentimientos ya sean positivos o negativos y sus necesidades sin molestar.
10. Sabe decir que no.

BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Actitudes: reflejan nuestros gustos y aversiones.

Valores: convicción o norma importante.

Estereotipo: imagen mental, reacción emocional o conducta que se manifiesta cuando se clasifica a algo o a alguien según el tipo general.

Prejuicio: estereotipo más arraigado y resistente al cambio.

Cultura común. Hace que juzguemos a los demás basándonos en nuestros modelos culturales.

Sumisión: se da cuando la adaptación proviene del miedo a un castigo o de la esperanza a una recompensa. (Maletzke, Gerard. Libro Psicología de la Comunicación Social.2000. Pág. 5-6.Cap.7)

Factores emocionales: cuando no se controlan pueden obstaculizar la comunicación. Sin duda, alguna vez en la vida no hemos podido comunicarnos con otras personas.

Muchas pueden ser las causas: un teléfono dañado, un radio con mucho volumen, el llanto de un niño, el estruendoso ruido de una corneta, etc. Estas interferencias se denominan ruidos o barreras.

“Todos los elementos intervinientes en el proceso de la comunicación pueden sufrir obstrucciones o perturbaciones: anárquicas, aleatorias e imprevisibles que entorpecen, dificultan o imposibilitan la comunicación. (Palma, Alvizurez. Manual de Comunicación Lingüística. Capítulo I. Pág. 15. Guatemala. 1997).

Todas estas perturbaciones u obstrucciones pueden registrarse a nivel:

Semántico

Físico

Fisiológico

Psicológico

Administrativo

BARRERAS SEMÁNTICAS

Si al hablar o escribir empleamos una palabra con una acepción que no corresponda, se produce una barrera semántica. Esto quiere decir: CAMBIO DE SIGNIFICACIÓN.

Estos ruidos o barreras se registran a diario. Los vehículos más eficaces en el uso y divulgación de los mismos son los medios de comunicación social.

A través de los medios de comunicación de masas llamados canales: televisión, revistas, periódicos, prensa, llegan a nosotros incontables expresiones iguales a estas. Cuando no precisamos el correcto significado de las palabras orales o escritas surgen diferentes interpretaciones, y así el receptor capta no lo que dice el emisor, sino lo que su contexto le indique.

Asimismo, se dificulta la comunicación por la barrera semántica cuando nos expresamos en forma anfibológica.

La anfibología nos remite a un doble sentido, a lo ambiguo, a la interpretación del discurso o palabra de múltiples maneras. Este problema se registra a nivel de la construcción o sintaxis.

Los ejemplos más corrientes de anfibología provienen del empleo confuso de los pronombres de tercera persona, del posesivo: su, suyo, etc., y de la omisión del sujeto.

BARRERAS FÍSICAS

Esta barrera se presenta cuando los medios utilizados para transportar el mensaje no permiten que éste llegue nítidamente al receptor y provoca incomunicación.

El medio es el vehículo, instrumento o aparato que transmite la información, los medios más empleados son:

Cartas.

Teléfono.

Radio.

Cine.

Televisión.

Periódicos.

Revistas.

Conferencias, paneles, debates, reuniones, etc.

Carteles.

Libros.

Telégrafo.

Otros tipos de barreras serían:

Interferencias en el radio o en el teléfono.

El exceso de ruido.

La distancia.

BARRERAS FISIOLÓGICAS

Surge cuando una de las personas que intervienen en una comunicación interpersonal (conversación) presenta defectos orgánicos en la vista, en la audición o en la zona de articulación, lo que ocasiona interferencias en el acto comunicativo. Tal es el caso de los sordos y los ciegos; pero también, podemos señalar a aquellas personas que sin llegar a tales extremos, presentan alguna deficiencia fisiológica, tienen alguna falla y no ven, no escuchan o no hablan bien.

BARRERAS PSICOLÓGICAS

Todo ser humano tiene una forma particular de vivir, percibir y entender el mundo en el cual se encuentra inserto. Esta forma recibe nominación psicológica: esquema referencial.

Aceptamos a las comunicaciones que se adapten a nuestro esquema referencial.

Usualmente vemos, oímos y sentimos lo que se encuentra a nuestro alrededor y toda comunicación que encierra para nosotros alguna amenaza, agresividad o crítica, no son rechazadas.

Es por ello que, muchas veces, resulta difícil entendernos con la gente. Esa dificultad se traduce en reacciones emocionales, en obstrucciones para evitar la sensación de malestar, miedo, incertidumbre, ansiedad, etc. Estas barreras se producen en el interior de cada individuo, en el mundo del yo.

El tono de voz del jefe, el uso que hace del vocabulario o su falta de tacto puede hacer que un empleado se sienta subestimado, agredido o rechazado.

Siempre que se emitan mensajes en donde se encierre una amenaza, peligro o provocación, la psiquis del individuo producirá una barrera para repeler cualquier agresión.

Son muchos los factores que influyen en una persona que escucha para que acepte, comprenda o rechace el mensaje que es otorgado. Algunos de ellos son:

No tomar en cuenta el punto de vista de los demás.

Mostrar recelo, sospecha o aversión.

Registrar emociones ajenas al área laboral.

Mostrar excesiva timidez.

Emitir instrucciones, explicaciones poco precisas y claras.

Manifestar preocupación por problemas personales.

Demostrar sobrevaloración o subestimación.

Cuando se manipula una máquina solamente se necesita apretar teclas o botones; en cambio, cuando se establece comunicación con otras personas, es necesario que explique, converse, observe gestos, posturas, reacciones y dejar que “ella o ellas” le hablen.

La comunicación establecida entre dos o más personas es una puesta en común. Un proceso de interacción. Por eso: debemos de tratar de comprender a los demás.

A continuación se mencionan algunas de las causas que contribuyen a crear barreras.

Psicológicas:

Alta posición o jerarquía.

Poder para emplear o discutir.

Uso del sarcasmo.

Criticas punzantes.

Maneras demasiado formales.

Apariencia física imponente.

Interrumpir a los demás cuando hablan.

BARRERAS ADMINISTRATIVAS

Todos formamos parte de una sociedad, institución o empresa, esto quiere decir que formamos parte de una estructura grande y compleja, la mayoría de las veces, por su configuración, puede causar distorsión de mensajes.

Los factores que pueden originar barreras administrativas serían entre otras:

La estructura organizacional.

Los circuitos, redes y patrones de comunicación.

Ambigüedad en los estatus y roles.

Estos factores generan barreras relacionadas con:

Las personas.

Las ideas.

La ejecución o rendimiento y la organización.

Ejemplo:

Una carta enviada por el Gerente de una Sucursal de una empresa "X", situada en Valencia, el Gerente de la casa principal situada en Guácara, llegó con seis días de retraso debido que la cadena de entrega no funcionó debidamente.

Como se ve la comunicación es un proceso de múltiples facetas sensibles a perturbaciones, problemas, predisposiciones, etc.

“La dispersión o barreras vistas y las investigaciones realizadas sobre la conducta humana, dejan entrever que el hombre vive dentro de un estado de desesperación creciente, debido a lo difícil que se hace en la actualidad la comunicación. Si por un lado, no podemos negar el proceso de los diferentes medios de comunicación, por otro, debemos aceptar la importancia del hombre para comunicarse. (Díaz, Norma, Lenguaje y Comunicación. 1995. Pág. 12-25.España)

Para comprender la comunicación en la sociedad contemporánea, es necesario conocer la manera como los hombres transmiten información, se relacionan y difunden sus mensajes.

DEFINICION DE ORGANIZACIÓN

Es un grupo social formado por personas tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

También es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas (Chester I. Barnard, As funcoes do executivo, Sao Paulo, Atlas, 1,971). La cooperación entre ellas es esencial, para la existencia de la Organización. Una organización sólo existe cuando:

1. Hay personas capaces de comunicarse.
2. Que están dispuestas a actuar conjuntamente.
3. Para obtener un objetivo común.

DEFINICION DE CULTURA

La palabra cultura es de origen latino y hace referencia al cultivo de la tierra según la real academia de la lengua española.

Ahora bien, desde el punto de vista sociológico de Durkheim & Mauss (citados por Podestá, 2006) describen la cultura como un compuesto de acontecimientos sociales. Desde una perspectiva psicológica es “aquello que permite que el individuo se integre a una sociedad dada y se exprese a través de conductas y actitudes típicas” (1997, Cucho citado por Podestá, 2006).

El término cultura realmente nace en la antropología y contiene tres elementos que son hábitos, origen social y educación (Bourdieu, 1998). El enfoque constructivista de la cultura establece “la experiencia de los actores sociales, afirmando que la realidad no se descubre sino se construye” (2002, Velez y Galeano citado por Podestá, 2006). De aquí surge el sentido del lenguaje y la interacción social.

En la antropología social la palabra cultura se emplea para los modelos de pensamiento, sentimiento y actuación (Hofstede, 1997).

DEFINICION DE CULTURA ORGANIZACIONAL

Es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones

DEFINICION DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Para Chiavenato, (1992) el clima organizacional constituye el medio interno de una organización, la atmósfera psicológica característica que existe en cada organización. Asimismo menciona que el concepto de clima organizacional involucra diferentes aspectos de la situación, que se sobreponen mutuamente en diversos grados, como el tipo de organización, la tecnología, las políticas, las metas operacionales, los reglamentos internos (factores estructurales); además de las actitudes, sistemas de valores y formas de comportamiento social que son impulsadas o castigadas (factores sociales).

Anzola, (2003) opina que el clima se refiere a las percepciones e interpretaciones relativamente permanentes que los individuos tienen con respecto a su organización, que a su vez influyen en la conducta de los trabajadores, diferenciando una organización de otra.

En general se puede decir que Clima Organizacional, se define como las percepciones compartidas que tienen los miembros de una organización acerca de los procesos organizacionales, tales como las políticas, el estilo de liderazgo, las relaciones interpersonales, la remuneración, etc.

Es importante recordar que la percepción de cada trabajador es distinta y ésta determina su comportamiento en la organización por lo que el clima organizacional varía de una organización a otra.

DIFERENCIA ENTRE CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

Cuando hablamos sobre CLIMA ORGANIZACIONAL, nos referimos a las percepciones de los empleados de su lugar de trabajo, la toma de decisiones, las relaciones interpersonales entre los empleados (jefes y compañeros), la comunicación informal, entre otros.

Todo lo anteriormente expuesto está vinculado con el ambiente laboral.

Es algo así como la atmósfera dentro de la compañía o como “lo que se respira en ella” y tiene que ver con el conjunto de sentimientos y emociones favorables y desfavorables con la cual los empleados valoran su trabajo.

Si una empresa tiene un clima organizacional favorable, esto repercute en una mayor calidad en la vida de su personal y, como consecuencia, se reflejará en sus productos y servicios. De allí que se diga que las percepciones sobre el clima organizacional son un elemento clave del comportamiento de los individuos en las organizaciones.

Mientras que CULTURA ORGANIZACIONAL, está relacionada con las normas escrita (y a veces hasta no escritas) de una empresa que deben ser seguidas por los colaboradores para el correcto funcionamiento de la organización y que puede incluir: Sus planes estratégicos (visión, misión, objetivos entre otros) y la gestión empresarial (procedimientos para capacitación, procedimiento para la toma de vacaciones, ausencias, etc.)

Para crear o desarrollar un clima organizacional favorable, es necesario que la organización proporcione o facilite lo siguiente:

- Factores físicos adecuados como un lugar de trabajo confortable, tranquilo, en el cual se encuentren todas las herramientas para desarrollar de una manera eficiente la labor del trabajador. Además, el puesto o lugar donde desarrollar sus funciones debe estar bien iluminado y reunir condiciones higiénicas óptimas.
- Factores psicológicos los cuales deben incluir la forma cómo el superior se refiere a sus colaboradores, cómo los trata, los incentiva y los promueve. Además, debe dar la confianza necesaria, para que las personas puedan poner a prueba sus ideas y cometer errores sin temor.
- Sistema de comunicación interna y externa apropiados para que todos los involucrados estén plenamente al tanto de las necesidades y metas de la organización y viceversa.
- Procesos que garanticen la retribución de ideas potencialmente útiles que pueden ayudar a los colaboradores a realizar sus funciones de una forma más fácil y eficaz mejorando, a la vez, los rendimientos de la empresa mediante sistemas de méritos basados en premiar, ya sea con un aumento de salario o a través de promociones o capacitaciones, a aquellos empleados que puedan crear e implementar ideas innovadoras.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:

La comunicación cuando se aplica en las diferentes organizaciones es denominada comunicación organizacional, esta disciplina comienza a manifestarse en los años 50 pero no es hasta los años 70 cuando adquieren un corpus independiente en el campo de las ciencias sociales con la publicación del libro *Communication Within Organizations*, del especialista norteamericano Charles Redding, considerado el padre de la comunicación organizacional.

Annie Bartoli plantea que la comunicación organizacional se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de una organización, entre la organización y su medio, o bien, influir en las opiniones aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización. Todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápido los objetivos.

Gerald Bolhaber por su parte, define a la comunicación organizacional como el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes.

Los criterios de estos autores coinciden en que el flujo o intercambio de mensajes entre los integrantes de la misma y de esta hacia el entorno es imprescindible en la comunicación organizacional. Muchos especialistas tienen diferentes acepciones de acuerdo a su naturaleza, objeto de estudio y su definición. Sin embargo, todos coinciden en la importancia que tiene la misma para mejorar el desempeño en las instituciones.

La comunicación organizacional centra su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de los procesos comunicativos en las entidades, a fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, y de estos con el público externo, fortalecer su identidad y mejorar el desempeño de las instituciones.

Es así, que se ha podido concluir que en la organización existen la comunicación interna y la comunicación externa y las definiremos a continuación:

COMUNICACIÓN INTERNA:

Algunos investigadores del tema en cuestión poseen acepciones no muy alejadas entre sí, en su contexto teórico acerca de la comunicación interna en las organizaciones, tales son los casos de Fernández Collado, quien infiere que la Comunicación Organizacional interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Por su parte, bastante similar a Fernández Collado, Kreps, plantea que la comunicación interna es el patrón de mensajes compartidos por los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas. El estudio de la comunicación interna centra su interés en los procesos y subprocesos por medio de los cuales se procura que los miembros de la organización cumplan las tareas encomendadas y en como los canales de información la facilitan de acuerdo con los objetivos trazados.

Entonces, dentro de la comunicación organizacional interna podemos definir que existe una subdivisión: la comunicación informal y la comunicación formal.

- **COMUNICACIÓN FORMAL:** Es la comunicación que sigue las líneas del organigrama, que nos da una visión clara de los cauces de traslado de información planificados para la organización. “Los canales de comunicación interna sirven para promover el desarrollo de las tareas productivas, su coordinación y cumplimiento; son herramientas importantes para la dirección, coordinación y reestructuración de las actividades organizativas.

La comunicación formal tiene una base funcional y jerárquica:

- **Comunicación formal funcional:** Se basa en la división del trabajo y en la necesidad existente en cualquier organización moderna que se realicen separadamente diferentes tareas para alcanzar un funcionamiento óptimo.
- **Comunicación formal jerárquica o de subordinación:** Se refiere a las diferentes posiciones tienen previsto un orden y una prioridad formal en las tareas de responsabilidad, mando y comunicación. Facilita una descripción de la comunicación técnica y humana a través de las líneas de mando.

FLUJOS INTERNOS DE COMUNICACIÓN:

Comunicación descendente: es la que va desde la dirección a los demás miembros de la organización siguiendo la línea jerárquica. Tiende a ser considerada como la forma natural de transmitir información en las organizaciones.

Dentro sus funciones se encuentran: enviar órdenes múltiples a lo largo de la jerarquía, proporcionar a los miembros de la organización información relacionada con el trabajo y facilitar un resumen del trabajo realizado entre otras. Este tipo de comunicación posee también algunos problemas para su óptimo desempeño, algunos son: muchas organizaciones saturan los canales de comunicación descendente, que están a menudo sobrecargados de mensajes, dando como resultado un bombardeo de órdenes que pueden confundir y frustrar a los subordinados.

Otro problema es que los superiores muchas veces dan a sus subordinados órdenes contradictorias y mutuamente excluyentes, causándole confusión y ansiedad. La comunicación descendente es, con frecuencia, poco clara, muchas órdenes son comunicados con prisa y vaguedad, dejando a los subordinados inseguros de lo que se le ha ordenado hacer.

Comunicación ascendente: Es la que fluye desde los miembros de más bajo nivel jerárquico. Suele ir acompañada de multitud de pequeñas dificultades que la hacen en la práctica inexistente, si su forma no está claramente prevista.

La apertura de la vía de comunicación ascendente debe estar basada en una adecuada planificación. Dentro de sus funciones se encuentran: proporcionar a los directivos la retroalimentación adecuada acerca de asuntos y problemas actuales de la organización, necesarios a la hora de tomar decisiones para dirigir con eficacia, ser una fuente primaria de retorno informativo para la dirección, que permite determinar la efectividad de su comunicación descendente, aliviar tensiones, al permitir a los miembros de nivel inferior de jerarquía de la organización, compartir información relevante con sus superiores entre otras funciones.

Este tipo de comunicación posee también algunos problemas para su óptimo desempeño, algunos son: el riesgo de facilitar el excesivo control por parte de la dirección, la poca receptividad de los canales y la insuficiencia de canales, entre otros.

Comunicación horizontal: es la que se da entre las personas consideradas iguales en jerarquía de la organización. En estas relaciones es importante la atención a los problemas de estatus, de manera que cualquier comunicación en la que de manera verbal o no, se roce la categoría de los implicados tiene grandes posibilidades de ser malinterpretada. Por ello el acompañamiento de buenas relaciones informales con sus correspondientes cauces de comunicación es casi necesario para conseguir la eficiencia con esta comunicación horizontal.

Dentro de sus funciones se encuentran: facilita la coordinación de tareas permitiendo a los miembros de la organización establecer relaciones interpersonales efectivas a través del desarrollo de acuerdos implícitos, proporciona un medio para compartir la información relevante de la organización entre colegas, es el canal adecuado para la resolución de problemas y conflictos de dirección entre colegas y permite que los colegas se apoyen mutuamente, entre otras funciones.

Este tipo de comunicación posee algunas limitantes, entre las cuales podemos encontrar que unas veces por falta de interés de los implicados y otras porque los miembros están ocupados trabajando en su propia área y tienen poco tiempo para las tareas de coordinación, también podemos observar como limitante la ausencia de canales establecidos para transmitir la información.

COMUNICACIÓN INFORMAL: Esta puede verse como todas las libres expresiones y manifestaciones de los trabajadores, no controladas por la dirección y esta se caracteriza por no tener estructura y resalta la rapidez con que se diseminan las informaciones.

Esta comunicación, a diferencia de la comunicación formal, se desarrolla entre los miembros de la organización y no está necesariamente establecida por la estructura formal y la jerarquía de la organización, sino que crece debido a las relaciones interpersonales y de afecto entre los miembros de la organización. Es fundada en las relaciones espontáneas de simpatía, que dan lugar a una interrelación personal de naturaleza afectiva y duradera.

REDES DE COMUNICACIÓN:

RED DE COMUNICACIÓN FORMAL: Esta existe cuando los mensajes fluyen siguiendo los caminos oficiales dictados por la jerarquía de la organización o por la función laboral, generalmente esta información fluye ascendente o descendentemente.

REDES INFORMALES DE COMUNICACIÓN: Esta red de comunicación surge a partir de la simpatía entre los miembros de la organización. Es flexible y se desarrolla en cualquier dirección, permite además un nivel de satisfacción personal.

También es importante determinar que existen medios de comunicación interna en las organizaciones y estos no son más que los métodos de difusión que se emplea para dar a conocer o transmitir un mensaje. Estos medios pueden ser de dos maneras:

- **Mediatizados:** que son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor. Entre estos medios podemos encontrar el teléfono, el fax, e-mail, etc.
- **Directos:** Estos medios dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara.

RELACIONES INTERPERSONALES:

El ser humano es un ente social, por lo tanto su vida gira alrededor de constantes relaciones interpersonales, estas pueden ser a partir de su núcleo familiar, en el círculo de amigos, de trabajo, de la iglesia o de cualquier otra índole.

Se puede decir que las relaciones interpersonales es la interacción recíproca entre dos o más personas con intereses en común, estando “reguladas por leyes, sentimientos, costumbres o acuerdos en común, siendo la base de los grupos sociales y la sociedad en su conjunto”.

“Las teorías del comportamiento de salud en el ámbito interpersonal, suponen que las personas existen en entornos donde los pensamientos, consejos, ejemplos, ayuda y apoyo emocional de otras personas influyen en sus propios sentimientos, comportamientos y salud”. (Gutiérrez Ruiz, Javier Iván. Tesis El papel de la comunicación en el trabajo en salud de las ONG`S de Lima Metropolitana durante la década de 1980. Lima – Perú 2002.)

Cabe resaltar que las relaciones interpersonales sirven como un medio para alcanzar los objetivos que cada persona se traza en la vida, por lo mismo se vuelven un fin, por ello la importancia de tener buenas relaciones interpersonales, las cuales se dan en suma por una comunicación adecuada, la práctica de principios y valores, control de emociones o sentimientos, ser empáticos, ser proactivos, entre otros.

Las personas aprenden a interactuar con otros a través de su propia experiencia, de las acciones que observan de otros y de los resultados de dichas acciones.

Uno de los aspectos importantes dentro de las relaciones interpersonales es la comunicación, que es la capacidad de las personas para obtener información en relación a su entorno y compartirla con el resto de la gente la cual debe estar basada en el respeto, la escucha activa, la atención e interés mostrados al receptor, etc.

CAPITULO II

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Nuestra investigación se enmarcó dentro de la metodología cualitativa, debido que se realizó en el escenario donde ocurre el fenómeno de estudio.

Esto como lo define Fernando González Rey “En la investigación empírica tradicional se aísla el objeto que se pretende estudiar”, y consecuentemente se pierde información valiosa del estudio del problema. Por otra parte, define que “la investigación cualitativa presenta un proceso permanente en el que se van definiendo y redefiniendo de forma constante todas las decisiones y opiniones metodológicas en el proceso de la investigación”. (González Rey, Fernando – Investigación y Subjetividad, Capítulo 1).

La investigación cualitativa implica la inmersión del investigador en el lugar donde se reúne la información, considerando este como el escenario de la empresa Econoluz.

Esta investigación está orientada a valorar la representación que el investigador tiene sobre lo que va a estudiar, así como la forma en que el pretende tener acceso a las personas que van a ser estudiadas.

El investigador se inmiscuye en el escenario donde tiene lugar el fenómeno estudiado, dentro de todo el conjunto de elementos que lo constituyen.

Se utilizaron herramientas como la observación y el cuestionario.

Las fases para realizar dicha investigación son las siguientes:

Fase I:

(Identificar las técnicas de comunicación utilizadas en la empresa).

En esta fase, se inició la investigación, realizando una recopilación de información sobre las técnicas de comunicación que utilizan en la empresa Econoluz, teniendo como base la Observación directa, para eso cada investigador, se ubicó por un lapso de una hora con cada uno de los empleados de la empresa y anotó en el instrumento – Hoja Base de Observación – todos los por menores que en la misma se indiquen.

Así mismo, en dicha fase, se tomó un lapso aproximado de 30 minutos con cada persona de la empresa, para aplicar una Encuesta para conocer su opinión, sus necesidades y la eficacia de las técnicas de comunicación que utilizan.

Estas herramientas serán utilizadas, de acuerdo a lo que describe el autor Fernando González Rey, donde indica que estas herramientas son valiosas por la información que proveen al investigador, debido a la interacción con la población de estudio, donde el individuo expresa abiertamente su pensar y sentir, respecto de la situación, tomando en cuenta el lenguaje corporal, gestual etc.

Así mismo, dicho procedimiento en el que la información es recogida por cualquier tipo de anotación que realiza el investigador, sobre fenómenos o situaciones que el está presenciando, sin que en la recogida de esa información, intervengan los participantes.

La Observación:

Es un proceso que requiere atención voluntaria, orientado por un objetivo terminal organizado y dirigido hacia un objeto con el fin de obtener información.

La observación es una poderosa técnica de investigación porque:

- Orienta a un objetivo de investigación formulando previamente.
- Planifica sistemáticamente en fases, aspectos, lugares y personas.
- Controla y relaciona con proposiciones generales, en vez de ser presentada, como una serie de curiosidades interesantes.
- Somete a comprobaciones de fiabilidad y validez.

En esta investigación se utilizó la Observación no sistemática: este tipo se caracteriza porque no se define a priori el conjunto de conceptos sobre el que va a basarse el proceso de observación. Se carece por lo tanto de categorías teóricas y también de herramientas prefijadas.

El Cuestionario:

Manuel Amador, define al cuestionario como un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos. Puede aplicarse a grupos o individuos estando presente el investigador o el responsable de recoger la información o puede enviarse por correo a los destinatarios seleccionados en la muestra.

Algunas ventajas del cuestionario son: su costo relativamente bajo, su capacidad para proporcionar información sobre un mayor número de personas en un período bastante breve y la facilidad de obtener, cuantificar, analizar e interpretar los datos.

Los tipos de preguntas a utilizar en el cuestionario pueden ser de tipo abierto que son las que le piden al encuestado contestar con sus propias palabras o de tipo cerrado que son las que le permiten a la persona que elija la respuesta de una lista de opciones y pueden tomar la forma de alternativas dicotómicas, tricotómicas o elección múltiple.

Fase II:

(Vaciado y tabulación de datos, análisis y comparación de las técnicas de comunicación que utilizan en la empresa y las técnicas adecuadas de comunicación)

En esta fase, se hizo una reunión con los investigadores, donde se realizó el Vaciado y la Tabulación de la información obtenida, tanto a nivel de lo observado y la información obtenida de cada pregunta realizada en el cuestionario, para conocer que resultados que se obtuvieron, para luego realizar el análisis de la efectividad de las técnicas de comunicación utilizadas en dicha empresa, para luego realizar la comparación de las técnicas adecuadas en la comunicación y determinar cuales son los factores o situaciones que afectan, del porque no se aplica de una buena manera dichas técnicas.

Esto de acuerdo a lo indicado por Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio, quienes indican que para brindar las garantías técnicas necesarias de una correcta realización del cuestionario exige de una labor de inspección y depuración de las entrevistas realizadas. Esta labor la realizan los supervisores o jefes de equipo, cuyo trabajo es el de controlar y verificar los cuestionarios llenados. Un esquema general de cómo organizarse en esta labor es la siguiente:

- Los entrevistadores entregan cada día los cuestionarios llenados.
- El supervisor inspecciona los cuestionarios llenados comprobando que las respuestas estén debidamente registradas, si ello no sucede se exige las explicaciones correspondientes a los entrevistadores, o en su caso un nuevo llenado.

- El supervisor debe comprobar personalmente el llenado de los cuestionarios, para ello escogerá 1 de cada 30 o 40 cuestionarios, realizará la visita correspondiente y se procede a su verificación.
- En caso de comprobarse falsedad en el llenado debe invalidarse automáticamente dicho cuestionario.
- Una vez depurados los cuestionarios pasarán, con el visto bueno del supervisor, al personal encargado de la tabulación.

Tabulación y Codificación; la tabulación es el vaciado de datos recogidos mediante la realización de un cuestionario a un determinado paquete computacional. Para seguir el proceso de tabulación es preciso expresar mediante un código numérico las diferentes respuestas obtenidas. De ésta forma al corresponder un número a cada contestación es posible transcribir los datos obtenidos a un paquete computacional que nos brindará los resultados de cada pregunta clasificados para cada una de las variables utilizadas, por Ejemplo porcentaje de obreros, media del rendimiento académico, etcétera.

Análisis e Interpretación de Resultados; una vez que se estableció los cuadros resultantes de la tabulación queda por realizar la última etapa que consiste básicamente en proceder a la estimación de los parámetros poblacionales que interesan, así como representaciones gráficas, análisis de regresión y correlación, etcétera. La forma correcta de analizar resultados exige una adecuada combinación entre hipótesis previas, sobre el tema de estudio, a contrastar con los datos obtenidos y nuevas proposiciones que nacen justamente de la información obtenida. La metodología científica exige un doble apoyo entre los planteamientos teóricos y los resultados empíricos.

Posteriormente, ya con el análisis realizado, se realizó una presentación gráfica, donde se indicó los datos obtenidos tanto en las observaciones como en el cuestionario aplicado a cada persona y luego se presentó a los directivos de la empresa.

**Fase III:
(Proponer nuevas Metodologías para mejorar la comunicación dentro de la empresa).**

En esta fase se acordó una reunión con los propietarios de dicha empresa, para realizar la presentación de manera gráfica y audiovisual (Power Point) de los datos obtenidos.

Así mismo, se dio conocer el nuevo Organigrama y lineamientos de flujos de comunicación, así como, recomendaciones y conclusiones del análisis realizado por medio escrito.

CAPITULO III

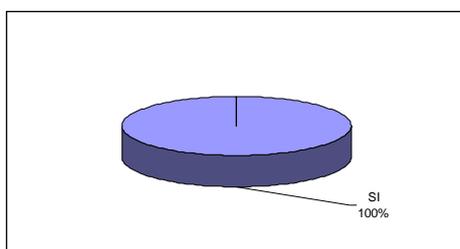
PRESENTACION ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Para fundamentar el planteamiento teórico de la investigación, se realizó un trabajo de campo el cual consistió en una fase de observación y la aplicación de un cuestionario estructurado, a trabajadores de la empresa ECONOLUZ, S.A., ubicada en la 0 calle 17-63 zona 15, Colonia El Maestro de la ciudad de Guatemala, tomando en consideración para el estudio los departamentos de Administración, Ventas, Bodega y Distribución, se realizó con hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 18 a 50 años, con grado de escolaridad desde el nivel básico hasta el nivel superior, del área metropolitana.

Por medio de estos instrumentos se obtuvieron los datos que se presentan a continuación:

1- Considera importante la comunicación en su área de trabajo?

Si ____ No____



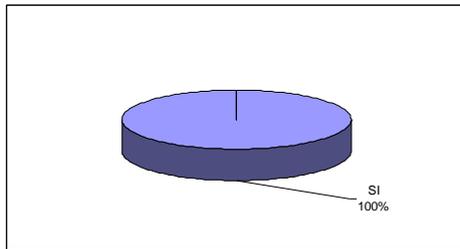
Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

R/. De los trabajadores encuestados, el 100%, indicó que consideran importante la comunicación en su área de trabajo.

Análisis: En su totalidad los trabajadores de dicha empresa, consideran que es importante, la comunicación en su área de trabajo, debido que esto les puede favorecer en el cumplimiento de sus metas diarias. En la observación se determinó el mismo resultado.

2- Existe buena comunicación entre su jefe inmediato y usted?

Si ____ No ____ A veces ____



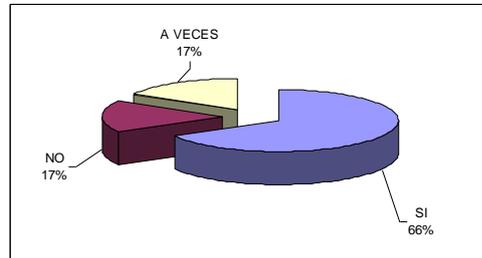
Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

R/. De los trabajadores encuestados, el 100%, indicó que, existe buena comunicación entre su jefe inmediato y ellos.

Análisis: De acuerdo a la información obtenida, se puede indicar que, la totalidad de los trabajadores de la empresa, manifiestan que existe una buena comunicación entre los jefes y ellos como trabajadores. Sin embargo, en la observación se determinó que no está establecida una línea de mando, debido que ellos consideran como jefe inmediato a una persona, pero reciben órdenes directas de los altos mandos. Y en ocasiones el mando medio no es comunicado sobre dichas instrucciones. Esto se observó cuando las Gerente Administrativa y de Ventas envían al Piloto, quien funge también como Mensajero, a realizar tareas para ambos departamentos sin estar de acuerdo con anterioridad, para establecer cual de las tareas debe ser la prioridad y esto ocasiona que a veces lo mas importante no se realice o se realice de manera inadecuada.

3- Existe buena comunicación entre sus compañeros de trabajo y usted?

Si ____ No ____ A veces ____



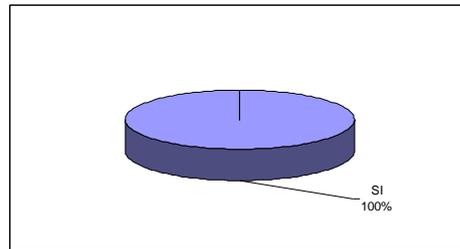
Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

R/. De los trabajadores encuestados, un 66% indicó que SI existe buena comunicación entre sus compañeros de trabajo, un 17% de los trabajadores encuestados indicaron que A VECES y un 17% indicó que NO existe una buena comunicación entre sus compañeros de trabajo.

Análisis. Según el resultado obtenido, se puede concluir que el 66% indica que si existe una buena comunicación entre los compañeros de trabajo, el 17% considera que no y el 17% restante considera que a veces. En la observación se detectó que si existe buena comunicación personal, pero en el aspecto laboral suelen haber ciertas barreras que dificultan la misma. Además en la observación se determinó que existen momentos donde se abren espacios de comunicación entre los empleados y se hace con muestras de respeto y armonía, pero esto es solo entre los trabajadores, sin incluir a los altos mandos.

4- Conoce cuáles son sus funciones como empleado de la empresa?

Si ____ No ____



Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

R/. De los trabajadores encuestados, el 100% de los mismos, indicó que conocen cuales son sus funciones como empleados de la empresa.

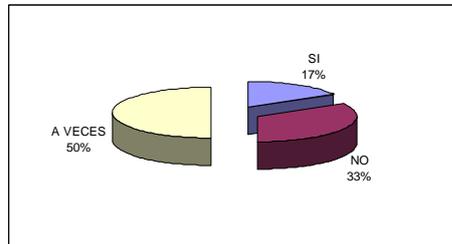
Análisis. Debido al resultado, se puede indicar, que cada empleado de la empresa, tiene conocimiento pleno de sus atribuciones y funciones a realizar en cada puesto de trabajo, para lograr el objetivo deseado como empresa, sin embargo, el mismo conocimiento ha sido gradual, de acuerdo al tiempo que llevan en la empresa y necesitan de capacitación técnica sobre los productos que comercializan y realizar el proceso de inducción a la empresa, al departamento y al puesto.

En los resultados de la observación se detectó que a pesar que los empleados conocen sus funciones, en ocasiones son sobrecargados con estas, situación observada con la Asistente de gerencia, en donde aparte de sus tareas, debe ocuparse de realizar cotizaciones, las cuales debe entregar a los clientes a solicitud de la Gerente de Ventas; y en esta tarea las especificaciones no van al detalle, por lo cual debe comunicarse nuevamente con la Gerente de Ventas, para obtener las especificaciones del producto a cotizar, debido que el producto es variado y a veces son detalles como color, tamaño, etc. los que no se otorgan y esto es importante para realizar la cotización, este problema de comunicación genera perdida de tiempo y recurso.

También apoya al vendedor cuando necesita información sobre especificaciones de productos que son de baja rotación, pero si en ese momento se encuentra enviando una cotización, no brinda la información de manera inmediata al vendedor, provocando que no se atienda al cliente adecuadamente. En el área de bodega se observó que existe cierta problemática en relación al establecimiento de rutas del piloto, aunque a veces ya está establecida, pero se cambia para realizar tareas de mensajería y esto lo retrasa en su tarea de entrega. Esto se produce por que de último momento la Gerente Administrativa decide que estas tareas son de mayor importancia y lo hace sin comunicárselo a la persona encargada de establecer las rutas, ocasionando retraso en la entrega del producto sin comunicarlo a los clientes, lo cual genera insatisfacción.

5- Existen conflictos en el trabajo por desconocimiento de sus funciones?

Si ____ No ____ A veces _____



Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

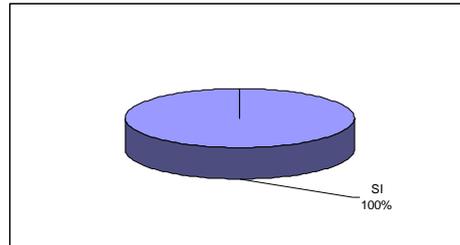
R/. De los trabajadores encuestados, un 50% indicó que A VECES existen conflictos en el trabajo por el desconocimiento de sus funciones, un 33% de los encuestados indicó que NO, existen conflictos en el trabajo por el desconocimiento de sus funciones y un 17% indicó que existen conflictos en el trabajo por el desconocimiento de sus funciones.

Análisis. De acuerdo, a los resultados obtenidos, se puede indicar, que la mitad de los trabajadores, indica que tiene problemas por el desconocimiento de la realización de sus funciones, a diferencia de otro grupo de personas que indican que no tiene problemas y un mínimo quienes manifiestan que si tiene problemas por el desconocimiento de sus funciones.

Debido a lo anterior expuesto, se considera que aunque manifestaron en la pregunta # 04 que todos conocen sus funciones, existen ciertas personas que no conocen a detalle las mismas, lo que genera cierto problema en el desarrollo del rol de la empresa. Esta incongruencia entre la pregunta # 04 y la # 05, se debe a la falta de un proceso de inducción en la empresa, además de entregar de forma escrita, las funciones a desarrollar. Al realizar la observación se determinó que si conocen sus funciones, pero en ocasiones por tantas funciones a realizar no dan prioridad y luego esto crea roces entre los empleados cuando no es entregada la información que necesitan.

6- Cuándo su jefe, le indica que tiene que realizar una tarea laboral, es claro en indicarle lo que tiene que hacer?

Si ____ No ____ A veces _____



Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

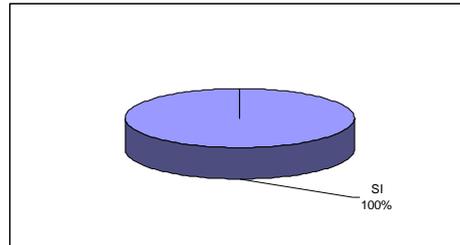
R/. De los trabajadores encuestados, el 100% indicó que cuando su jefe, le indica que tienen que realizar una tarea laboral, es clara en indicarle que es lo que tiene que hacer.

Análisis. Según el resultado, indica que por parte de los jefes, hacia los trabajadores, no existe problema cuando le tiene que dar a conocer la realización de alguna tarea laboral, sin embargo, en ocasiones, falta complementar con información específica, por ejemplo, al enviar una cotización a un cliente.

Comparando este resultado como la observación, donde se determinó que cuando el empleado recibe una orden o instrucción de la Gerente de Ventas y/o la Administrativa la atiende y la ejecuta, pero no existe una línea de mando establecida, por lo que no se determina si cumplir primero la orden la gerencia administrativa o la de la gerencia de ventas, lo que repercute en el empleado, debido que por un lado cumple con la instrucción dada por una de las gerentes, pero por el otro no, aparentemente. Esto genera choque y roces entre la gerente que cree que no fue realizada su instrucción por descuido, hasta que se le explica que fue a causa de cumplir la orden de la otra gerente.

7- Recibe normalmente las instrucciones de sus tareas a realizar por parte de su jefe o por parte de alguna otra persona?

Si ____ No ____ A veces _____



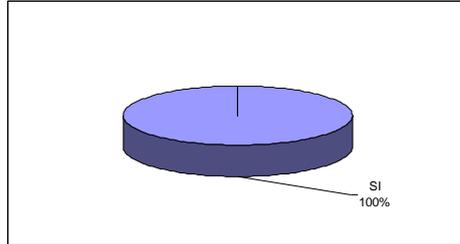
Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

R/. El 100% indicó que cuando reciben alguna instrucción para realizar sus funciones, la reciben por parte de su jefe.

Análisis. Esto, nos indica que solo un jefe, informa sobre las funciones que tiene que realizar, sin embargo, comparando con la observación, por ser una empresa familiar, en ocasiones reciben instrucciones de alguna de las dos personas que ocupan las Gerencias en la empresa o de ambas. Se expresan en la mayoría de las veces con un lenguaje verbal, lo que genera en ocasiones que surjan olvidos de las tareas que deben realizar.

8- Cuándo usted tiene problemas, su jefe le ayuda a solucionarlos?

Si ____ No ____ A veces ____



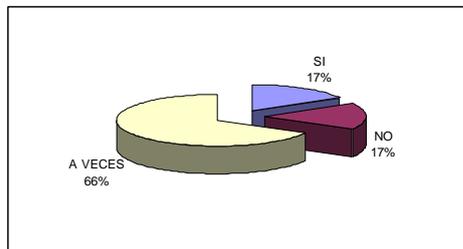
Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

R/. El 100% indicó que cuando ellos tienen problemas, su jefe les ayuda a solucionarlos.

Análisis. Se puede indicar, que los trabajadores, tiene el apoyo necesario para acudir a sus jefes, cuando ellos tienen algún problema laboral y les ayudan a solucionarlos. Este resultado concuerda con lo que se pudo observar durante nuestra presencia en la empresa.

9- Considera que se utilizan los medios de comunicación adecuados, para transmitir la información?

Si ____ No ____ A veces _____



Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

R/. En un 66% indicaron que A VECES se utilizan los medios de comunicación adecuados para transmitir la información, un 17% de los encuestados indicó que NO, se utilizan los medios de comunicación adecuados para transmitir la información.

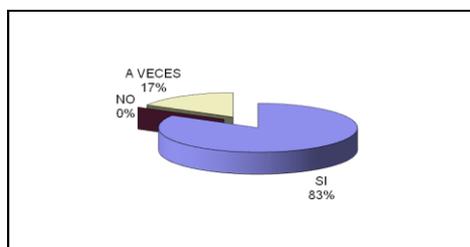
Y un 17% indicó que SI, se utilizan los medio de comunicación adecuados para transmitir la información en la empresa.

Análisis. De acuerdo, a los resultados obtenidos, se puede indicar, que más de la mitad de los empleados, consideran que a veces, se utilizan los medio de comunicación para transmitir la información, lo que nos indica que los medios que utilizan no son efectivos para lograr sus necesidades o funciones dentro de la empresa, a diferencia que una parte del personal manifiesta que si se utilizan y la parte restante que no se utilizan los medios de comunicación para transmitir la información deseada.

En la observación se determinó que utilizan como medios de comunicación el teléfono, la computadora, con correos electrónicos y el fax, y cuentan con el conocimiento necesario para manejar estos medios, sin embargo, generalmente las instrucciones se dan únicamente de manera verbal y no utilizan formatos o protocolos para dejar constancia de las instrucciones brindadas.

10-Cree que es comprendido su mensaje cuando usted comunica alguna idea, sugerencia o estrategia?

Si ____ No ____ A veces _____



Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

R/. El 83% indicó que SI consideran que es comprendido su mensaje, cuando comunican una idea, sugerencia o estrategia a seguir en la empresa y un 17% indicaron que A VECES es considerado su mensaje, cuando comunica una idea, sugerencia o estrategia para ser utilizada en la empresa.

Análisis. Debido al resultado obtenido, se puede indicar, que casi la mayoría que brinda una idea, sugerencia o estrategia a seguir o para mejorar los procedimientos de la empresa, es tomada en cuenta, a diferencia de un 17% de encuestados, que indicó que no son tomadas en cuenta sus ideas, sugerencias o estrategias en la empresa. En la observación no se presentó la oportunidad de verificar esta situación. Pero las gerentes muestran una actitud abierta al cambio y a las mejoras que se puedan hacer en la empresa.

11- Para poder realizar su trabajo de la mejor manera, qué debería de mejorar la empresa para tener una buena comunicación?

R/.

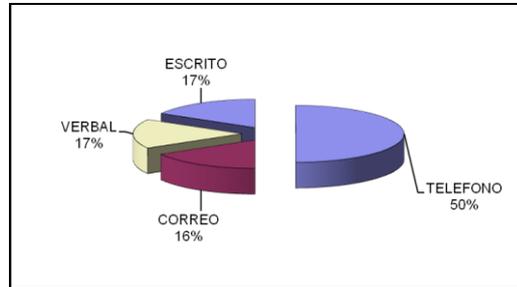
1. **Realizar reuniones frecuentemente, para conocer los proyectos de la empresa.**
2. **Delimitación de Funciones de cada puesto.**
3. **Crear un mecanismo para agilizar los Pedidos y Facturación.**
4. **Eliminar un poco las sobrecargas de funciones.**
5. **Obtener más apoyo de las Gerencias.**

Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

Análisis. Cada uno de los encuestados, indicaron varias situaciones que se deberían de realizar en la empresa, para tener una buena comunicación, siendo como primer punto, **Reuniones** entre el personal para dar a conocer los objetivos de la empresa durante la semana. Otra situación que ayudará a mejorar la buena comunicación en la empresa, es la **Agilización de los Pedidos o Facturación**, debido que por no tener una buena comunicación, hay demora en la entrega de productos, así como, el no generar una factura en el tiempo indicado, tiene como consecuencia, el atraso de cancelación de las ventas realizadas hacia los clientes. Otra situación que manifiestan los encuestados, es **Delimitar las tareas de cada puesto**, esto debido que en su mayoría, en cada puesto de trabajo, cada persona tiene que cubrir varios puestos, por ejemplo la persona que es Encargada de la Bodega, también tiene las funciones de Facturación y también es Encargado de realizar la ruta del mensajero a diario, lo cual carga de manera excesiva su actuar diario y lo que se manifiesta en no brindar una buena comunicación y no realizar a perfección sus tareas diarias. Y por último, los encuestados manifiestan, que en algunas ocasiones, no se tiene el **apoyo**, necesario para realizar sus funciones, lo que afecta la buena comunicación en la empresa y por ende afecta el servicio al cliente.

12-Qué medios de comunicación, utiliza la empresa?

Si ____ No ____ A veces ____

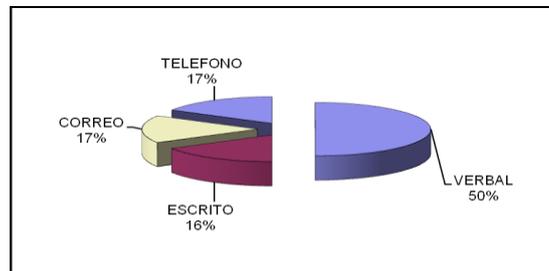


Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A

R/. De los trabajadores encuestados, el 50% indicó que utilizan MAS EL TELEFONO, como uno de los medios de comunicación en la empresa, en tanto el uso del Correo Electrónico, la Comunicación Verbal, tiene un 17% y la Comunicación Escrita un 16%, siendo esta no muy utilizada, únicamente para dar a conocer alguna situación, por medio de algún Memorándum, el cual es a nivel general para todos los empleados de la empresa.

Análisis: Lo que significa, que para ellos, es muy importante tener una comunicación abierta y constante, utilizando el TELEFONO, para lograr los objetivos como empresa. Pero observamos que esto en ocasiones crea inconvenientes, debido que no queda registro de las instrucciones brindadas.

13- Cuándo recibe la instrucción de una tarea a realizar, se la dan por escrito, por correo electrónico o simplemente de forma verbal?



Fuente: trabajadores de Empresa Econoluz, S. A.

R/. De los trabajadores encuestados, el 50% indicó que cuando reciben la instrucción de una tarea en la empresa, la reciben de manera VERBAL, tanto el uso del Teléfono y el Correo Electrónico tienen un 17% y la comunicación por medio Escrito tiene un 16%, siendo esta última, no muy utilizada, únicamente para dar a conocer alguna situación por medio de algún Memorándum, el cual es a nivel general para todos los empleados.

Análisis: Lo que indica, que cuando las personas de dicha empresa, reciben una instrucción para realizar una tarea en la empresa, la reciben de manera VERBAL, utilizando como medio de Comunicación la VIA TELEFONICA.

Se observó que la mayoría de veces, por la operación de la empresa, la forma de comunicación mas utilizada es la verbal, pero se utiliza el teléfono como medio para hacerlo.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES

Basado en los resultados obtenidos de la observación y cuestionario estructurado, llegamos a las siguientes conclusiones:

1. La comunicación es importante como herramienta para el fortalecimiento de la cultura organizacional dentro de la empresa ECONOLUZ, S. A.
2. Existe una buena comunicación personal, pero una inadecuada comunicación laboral, porque no se utilizan los medios y los métodos adecuados para transmitir la información.
3. No hay una línea de mando establecida para transmitir la información, lo que genera una comunicación ineficiente.
4. No existen formatos o protocolos para establecer las directrices de las actividades que tiene que realizar el empleado.
5. Existe sobrecarga de funciones en los puestos, debido que hay personas que realizan varias tareas en un mismo puesto.

RECOMENDACIONES

Según los resultados obtenidos en nuestra investigación recomendamos que las gerencias:

1. Que las gerencias reciban asesoría y capacitación sobre el proceso de comunicación, tipos, estilos y las diferentes barreras que existen para el fortalecimiento de la cultura organizacional de la empresa.
2. Dar a conocer a los trabajadores el nuevo Organigrama, para establecer nuevos lineamientos de comunicación.
3. Que la Gerencia Administrativa y de Ventas, establezcan e implementen una línea de mando y una de flujo de comunicación para el desarrollo de las tareas de cada persona a su cargo, según el nuevo organigrama.
4. Elaborar formatos o protocolos, por ejemplo: ruta diaria del Piloto Mensajero y Vendedor, para establecer las directrices de las actividades que tienen que realizar.
5. Crear nuevos puestos, como Mensajero y Encargado de Pedidos y Cotizaciones, para descargar de funciones a los puestos establecidos en la empresa y de esta manera promover la efectividad en la realización de tareas.
6. Realizar reuniones periódicas para dar continuidad a los nuevos lineamientos establecidos y mejorar la comunicación.

BIBLIOGRAFIA

Bretones, F. D. y Mañas, M. A. (2008). La organización creadora de clima y cultura. En M.A. Martín. y F. D. Bretones, *Psicología de los grupos y de las organizaciones*. Madrid: Pirámide. pp. 69-92.

Díaz, Norma, Lenguaje y Comunicación. 1995. Pág. 12-25.España)

Gutiérrez Ruiz, Javier Iván. Tesis El papel de la comunicación en el trabajo en salud de las ONG`S de Lima Metropolitana durante la década de 1980. Lima – Perú 2002.

Harzing, A. W. y Sorge, A. (2003). The relative impact of country of origin and universal contingences on internationalization strategies and corporate control in multinational enterprises: worldwide and European perspectives. *Organizational Studies*, 24, 187-214.

Hattie, J.A.; Myers, J.E.; Sweeney, T.J. (2004). «A factor structure of wellness: Theory, assessment, analysis and practice». *Journal of Counseling and Development* **82**: pp. 354-364.

Hybels, Sandra. Libro La Comunicación. 1974. Capitulo 2.Pag 71. México D.F)

Idem, Simposio "Salud mental y física durante toda la vida", intervención de Mirta Roses Periago, directora de OPS, "Día de la salud mental"."Mental Health" o "Mental Illness" (1961)

Ignacio Martin-baro

Acción e ideología, psicología social desde Centroamérica

UCA editores, cuarta edición, 1990

Sn, Salvador, El salvador.

Interiano, Carlos. Semiología y Comunicación.1999. Pág. 9-18)

Maletzke, Gerard. Libro Psicología de la Comunicación Social.2000. Pág. 5-6.Cap.7

Myers, J.E. (2000). *The wheel of wellness counseling for wellness: A holistic model for treatment planning. Journal of Counseling and Development* (tr.es. "La rueda del bienestar y la consejería"). 78. 251-266.

Palma, Alvizurez. Manual de Comunicación Lingüística. Capitulo I. Pág. 15.Guatemala.1997

Parra Garrido Dr. Manuel, Salud mental y trabajo
Diciembre, 2001, Santiago de Chile.

Richards, P.S.; Bergin, A. E. (2000). *Handbook of Psychotherapy and Religious Diversity* (tr.es. "Manual de psicoterapia y diversidad religiosa"). Washington D.C.: Asociación estadounidense de psicología. pp. 4. ISBN 978-1-55798-624-5.

Simposio "Salud mental y física durante toda la vida", 11 de octubre de 2005, sede de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), Washington, D.C. "Día de la salud mental".

Velásquez, Carlos. *Semiótica, Teoría de la Mentira*.
Capítulo III

Weare, Katherine (2000). *Promoting mental, emotional and social health: A whole school approach* (tr.es. "Promocionando la salud mental, emocional y social: todo un acercamiento intelectual). Londres: RoutledgeFalmer. pp. 12. ISBN 978-0-415-16875-5.

Witmer, J.M.; Sweeny, T.J. (1992). «A holistic model for wellness and prevention over the lifespan (tr.es. "Un modelo holístico para el bienestar y la prevención en el curso de la vida)». *Journal of Counseling and Development* (tr.es. "Periódico de consejería y desarrollo) **71**: pp. 140-148.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
 PROGRAMA EXTRAORDINARIO OPCIONAL
 "ACTUALIZACIÓN E INCORPORACIÓN PROFESIONAL DE CARRERAS TÉCNICAS Y LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA"
 DOCTOR CÉSAR LAMBOUR LIZAMA DIRECTOR

Responsable de Proyecto Diseño de Documento
 Lic. Marco Antonio García Enríquez
 Coordinador Centro de Investigaciones – CIEPs –

Diseño de documento
 Licda. Astrid Montenegro

Licda. Roxana Palma
 Asesoras

Maestro Edgar Cajas
 Coordinador de Postgrados

Lic. Josué Samayoa
 Coordinador de Ejercicio Profesional Supervisado

ANEXO 1

PLANIFICACIÓN

Tema de Investigación: La importancia de la Comunicación como herramienta para el fortalecimiento de la Cultura Organizacional. (estudio cualitativo en la empresa Econoluz, Guatemala 2,012).

Objetivo Específico: Identificar las técnicas de comunicación utilizadas en la empresa.

OBJETIVO OPERACIONAL	ACTIVIDADES	CONTENIDOS	ABORDAMIENTO/ TÉCNICA	INSTRUMENTOS	RECURSOS	TEMPORALIDAD
Recopilar información sobre las técnicas de comunicación que utilizan en la empresa.	1- Observar las diferentes formas de comunicación que utilizan en la empresa. 2. Aplicación de cuestionario de manera individual para conocer la opinión de los empleados referente a las técnicas que utilizan para comunicarse.	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación organizacional formal e informal Comunicación efectiva Técnicas de comunicación 	1. Observación temporal individual con los empleados, durante un lapso de una hora. 2. Llenado del cuestionario por parte de los trabajadores de la Empresa Econoluz	1. Hoja Base para la Recopilación de datos a observar de manera individual. 2. Cuestionario de 15 preguntas cerradas	Materiales: <ul style="list-style-type: none"> Cuestionarios Lapicero Hojas papel bond tamaño carta Salón Sillas Humanos <ul style="list-style-type: none"> Personal de la Empresa Econoluz Investigadores 	Viernes 07 de Septiembre de 2012

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
 PROGRAMA EXTRAORDINARIO OPCIONAL
 "ACTUALIZACIÓN E INCORPORACIÓN PROFESIONAL DE CARRERAS TÉCNICAS Y LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA"
 DOCTOR CÉSAR LAMBOUR LIZAMA DIRECTOR

Responsable de Proyecto Diseño de Documento
 Lic. Marco Antonio García Enríquez
 Coordinador Centro de Investigaciones – CIEP's –

Diseño de documento
 Licda. Astrid Montenegro

Licda. Roxana Palma
 Asesora

Maestro Edgar Celias
 Coordinador de Investigadores

Lic. José Salmayoa
 Coordinador de Ejercicio Profesional Supervisado

ANEXO 2

PLANIFICACIÓN

Tema de Investigación: La importancia de la Comunicación como herramienta para el fortalecimiento de la Cultura Organizacional. (estudio cualitativo en la empresa Econoluz, Guatemala 2,012).

Objetivo Específico: Describir la Efectividad de las técnicas de comunicación utilizadas en la empresa.

OBJETIVO OPERACIONAL	ACTIVIDADES	CONTENIDOS	ABORDAMIENTO/ TÉCNICA	INSTRUMENTO	RECURSOS	TEMPORALIDAD
A través del análisis de la tabla de cotejo del cuestionario y los datos obtenidos a través de la observación, se determinara si son adecuadas las técnicas de comunicación utilizadas en la empresa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunión del equipo investigador. 2. Vaciado y tabulación de la información obtenida. 3. Análisis y Comparación de los datos obtenidos, con las técnicas que utilizan y las técnicas adecuadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación organizacional formal e informal • Comunicación efectiva • Técnicas de comunicación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se asignara un lugar de reunión. 2. Unificando los datos obtenidos se realizara el cotejo en base al cotejo y a la guía de observación. 3. Representar Gráficamente los datos obtenidos y se comparara con los ideales a alcanzar por parte de la empresa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Equipo de Investigadores. 2. Tabla de Vaciado de observación y Cuestionario para tabular los datos. 3. Resultados obtenidos para realizar la comparación. 	Materiales: <ul style="list-style-type: none"> • Tabla Base de Observación. • Cuestionario • Laptop • Hojas papel bond tamaño carta • Salón • Sillas Humanos <ul style="list-style-type: none"> • Equipo de Investigadores 	Viernes 14 de Septiembre de 2012

ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
PROGRAMA EXTRAORDINARIO OPCIONAL
"ACTUALIZACIÓN E INCORPORACIÓN PROFESIONAL DE CARRERAS TÉCNICAS Y LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA"
DOCTOR CESAR LAMBOUR LIZAMA DIRECTOR
Responsable de Proyecto Diseño de Documento
Lic. Marco Antonio García Enriquez
Coordinador Centro de Investigaciones – CIEFs –

Diseño de documento
Licda. Astrid Montenegro
Asesores
Licda. Roxana Palma
Maestro Edgar Cajal
Coordinador de Postgrados
Lic. Josué Samayoa
Coordinador de Ejercicio Profesional Supervisado

ANEXO 3

PLANIFICACIÓN

Tema de Investigación: La importancia de la Comunicación como herramienta para el fortalecimiento de la Cultura Organizacional. (estudio cualitativo en la empresa Econoluz, Guatemala 2,012).

Objetivo Específico: Proponer nuevas Metodologías para mejorar la comunicación dentro de la empresa.

OBJETIVO OPERACIONAL	ACTIVIDADES	CONTENIDOS	ABORDAMIENTO/ TÉCNICA	INSTRUMENTO	RECURSOS	TEMPORALIDAD
Presentar los datos obtenidos sobre las técnicas de comunicación utilizadas en la empresa y la propuesta de nuevas metodologías.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunión con los Propietarios de la empresa. 2. Presentación Gráfica y Audiovisual de los datos obtenidos de la Observación y la Encuesta realizada en los empleados y las Recomendaciones del análisis realizado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación organizacional formal e informal • Comunicación efectiva • Técnicas de comunicación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se acordara con los propietarios de la empresa, el día y la hora para la presentación de los resultados obtenidos. 2. Exposición de los resultados obtenidos en el trabajo de investigación y las Recomendaciones y Conclusiones. 	Presentación en power point de la propuesta de la nuevas metodologías de comunicación para mejorarla dentro de la empresa Econoluz	Materiales: <ul style="list-style-type: none"> • Laptop • Cafonera • Lapicero • Hojas papel bond tamaño carta • Salón • Sillas Humanos <ul style="list-style-type: none"> • Personal de la Empresa Econoluz • investigadores 	Viernes 21de Septiembre de 2012

GUIA DE OBSERVACION

Nombre de la persona observada: _____

Puesto: _____

Fecha _____ hora de inicio: _____ hora de finalizar: _____

Breve descripción de la observación realizada:

1. Que medios de comunicación utilizan en la empresa (email, memorándum, documentos sencillos o de manera verbal)?
2. Tiene la habilidad necesaria para el manejo de dichos instrumentos?
3. Como es la forma de comunicarse entre el personal, abierta, cerrada o puntual?
4. La forma en que atiende una indicación o tarea a realizar por parte de su jefe o superior?
5. Como se observa el trabajador (interesado, motivado, contento, seguro, comprometido, responsable, trabaja en equipo, o todo lo contrario).
6. Existen momentos donde se abren espacios de comunicación entre los empleados?.
7. Como son esos espacios de comunicación entre los empleados (de respeto, colaboración, armonía, otros o lo contrario)
8. Se dan instrucciones claras sobre lo que se debe hacer en el trabajo?.

9. Cómo se expresa (lenguaje verbal y no verbal miradas, gestos y lenguaje qué utilizan, reacciones)?
10. Cómo se relacionan los trabajadores y comportan entre sí en su ambiente laboral?.
11. En la dinámica social se detectan jerarquías,
12. Se observan relaciones de poder (género, edad, etnia, ocupación, clase) y horizontalidad/interculturalidad (redes solidarias)?
13. Existe un vínculo amistoso en la comunicación entre el personal?
14. Existen Barreras de Comunicación en la empresa?
15. Afecta el nivel académico, para trasladar la información para realizar las tareas asignadas?

OBSERVACIONES:

CUESTIONARIO

DIRGIDO A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA ECONOLUZ SOBRE EL TEMA DE LA COMUNICACIÓN

Nombre de la persona: _____

Puesto: _____

Fecha _____ hora de inicio: _____ hora de finalizar: _____

Serie I:

Instrucciones: Coloque una X en la respuesta que usted considere adecuada a su punto de vista, respecto al tema de comunicación en la empresa.

1- Considera importante la comunicación en su área de trabajo?

Si ___ No___

2- Existe buena comunicación entre su jefe inmediato y usted?

Si ___ No___ A veces _____

3- Existe buena comunicación entre sus compañeros de trabajo y usted?

Si ___ No___ A veces _____

4- Conoce cuales son sus funciones como empleado de la empresa?

Si ___ No___

5- Existen conflictos en el trabajo por desconocimiento de sus funciones?

Si ___ No___ A veces _____

6- Cuando su jefe, le indica que tiene que realizar una tareas laboral, es claro en indicarle lo que tiene que hacer?

Si ___ No___ A veces _____

7- Recibe normalmente las instrucciones de sus tareas a realizar por parte de su jefe o por parte de alguna otra persona?

Si ___ No___ A veces _____

8- Cuando usted tiene problemas, su jefe le ayuda a solucionarlos?

Si ____ No____ A veces_____

9- Considera que se utilizan los medios de comunicación adecuados, para transmitir la información?

Si ____ No____ A veces_____

10-Cree que es comprendido su mensaje cuando usted comunica alguna idea, sugerencia o estrategia?

Si ____ No____ A veces _____

Serie II:

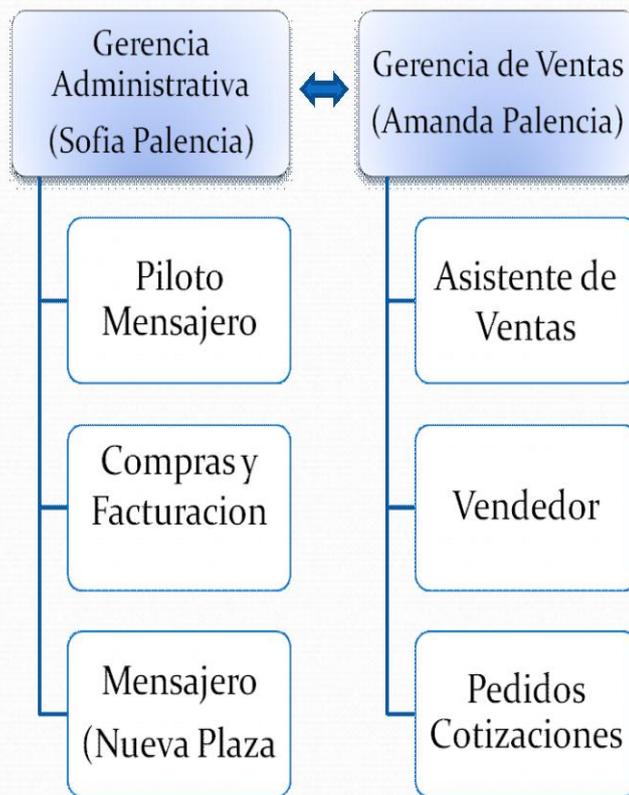
Instrucciones: Responda a las siguientes preguntas lo mas sincero posible para conocer su opinión con relación al tema de Comunicación?

11- Para poder realizar su trabajo de la mejor manera, que debería de mejora la empresa para tener una buena comunicación?

12-Que medios de comunicación, utiliza la empresa?

13-Cuando recibe la instrucción de una tarea a realizar, se la dan por escrito, por correo electrónico o simplemente de forma verbal?

NUEVO ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA ECONOLUZ, S.A.



RUTA DIARIA
PARA EL VENDEDOR
EGONOLUZ

FECHA: _____

No	Cliente	Dirección	Entrada	Salida	Observaciones	Sello
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

TAREAS DIARIAS
AREA ADMINISTRATIVA
ECONOLUZ

FECHA: _____

No	HORARIO A REALIZAR:	NOMBRE DE LA PERSONA O EMPRESA A VISITAR:	DIRECCION:	MOTIVO :	DOCUMENTOS:	OBSERVACIONES:
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						