

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“El rumor como barrera comunicacional en el área laboral de una
empresa de telecomunicaciones”**

Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga

Guatemala, julio de 2019

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“El rumor como barrera comunicacional en el área laboral de una
empresa de telecomunicaciones”**

Trabajo de tesis presentado por

Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga

Previo a optar al título de

Licenciada en ciencias de la comunicación

Asesor de tesis

Lic. Fredy Eduardo Rodríguez Calderón

Guatemala, julio de 2019

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Director

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Representantes Estudiantiles

Anaité Machuca
Mario Barrientos

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

Lic. Fredy Eduardo Rodríguez Calderón (presidente)
M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas (revisor)
M.A. Oscar René Paniagua Carrera (revisor)
M.A. Otto Roberto Yela Fernández (examinador)
Licda. María Imelda González Esquité (examinador)
M.A. Sandra Carolina Rojas (suplente)



Guatemala 12 de enero de 2018
Dictamen aprobación 021-18
Comisión de Tesis

Estudiante
Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga,
Carné 1714 29478 0101
Registro académico 200613729
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Coordinación de Tesis en el inciso 1.21 del punto 1 del acta 001-2018 de sesión celebrada el 10 de enero de 2018 que literalmente dice:

1.21 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante: Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga, carné 1714 29478 0101, Registro académico 200613729, proyecto de tesis: EL RUMOR COMO BARRERA COMUNICACIONAL EN EL ÁREA LABORAL DE UNA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES. B) Nombrar como asesor (a) a: Lic. Fredy Eduardo Rodríguez Calderón.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del Normativo para la Realización de Tesis, que literalmente dice:

... "se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación." (lo subrayado es propio).

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Dra. Aracelly Kristanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AKMG/AnaJR





Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

021-18

Guatemala, 23 de julio de 2018
Comité Revisor
CT-Akmg 050-2018

Estudiante

*Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga,
Carné 1714 29478 0101
Registro académico 200613729
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12*

Estimado(a) estudiante

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que la Dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y esta comisión nombraron al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: "EL RUMOR COMO BARRERA COMUNICACIONAL EN EL ÁREA LABORAL DE UNA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES".

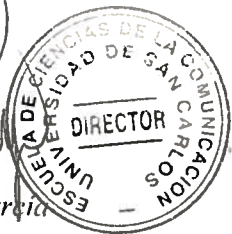
Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

<i>Lic. Freddy Eduardo Rodríguez Calderón</i>	<i>presidente(a)</i>
<i>M.A. Oscar René Paniagua Carrera</i>	<i>revisor (a)</i>
<i>M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas</i>	<i>revisor (a)</i>

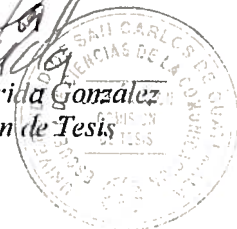
Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

*M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC*



*Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis*



*C.C. comité revisor
Archivo expediente
AM/SYMG/AlJr*

Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

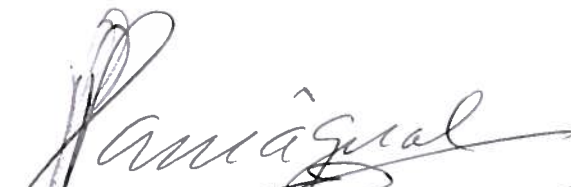
Guatemala, 29 de octubre de 2018

Doctora
Aracelly Mérida
Coordinadora
Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel
Ciudad Universitaria, zona 12.

Atentamente informamos a usted que la estudiante **Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga** con Carné número 1714294780101 y registro académico 200613729 ha realizado las correcciones y recomendaciones a su Tesis, cuyo título es: **"El rumor como barrera comunicacional en el área laboral de una empresa de telecomunicaciones"**

En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE** a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"Id y enseñad a todos"



M.A. Oscar René Parlagua Carrera
Miembro Comisión Revisora



M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas
Miembro Comisión Revisora



Lic. Fredy Eduardo Rodríguez Calderón
Presidente Comisión Revisora



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 19 de marzo de 2019
Tribunal Examinador de Tesis
CT-Akmg-No.020-19

Estudiante

*Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga,
Carne 1714 29478 0101
Registro académico 200613729
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12*

Estimado(a) estudiante

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: "EL RUMOR COMO BARRERA COMUNICACIONAL EN EL ÁREA LABORAL DE UNA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES", siendo ellos:


<i>Lic. Freddy Eduardo Rodríguez Calderón</i>	<i>presidente(a)</i>
<i>M.A. Oscar René Paniagua Carrera</i>	<i>revisor (a)</i>
<i>M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas</i>	<i>revisor (a)</i>
<i>Licda. María Imelda González Esquite</i>	<i>examinador (a)</i>
<i>M.A. Otto Roberto Yela Fernández</i>	<i>examinador (a)</i>
<i>M.A. Sandra Carolina Rojas Miranda</i>	<i>suplente</i>


La fecha de su examen privado se la estará confirmando la M.Sc. Claudia Molina, secretaria de la escuela a quien ya posee su correo electrónico y número de celular, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


*M.Sc. Sergio Vinicio Montoya García,
Director ECC*




*Dra. Aracelly Krisnide Mérida González,
Coordinadora Comisión de Tesis*



*c.c. Comité Examinador
Archivo expediente
AM/SI/MG/Ai Jr*



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 11 de julio de 2019
Orden de impresión/NR
CT-Akmg- No. 023-19

Licenciado (a)
Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga,
Carné 1714 29478 0101
Registro académico 200613729
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a):

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "El rumor como barrera comunicacional en el área laboral de una empresa de telecomunicaciones", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia archivo
AM SIMG aij



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt

Para efectos legales, el autor es el único responsable del contenido de este trabajo

Agradecimiento

A DIOS

Mi primer maestro. Quien a lo largo del camino siempre estuvo junto a mí y en esos días tormentosos me cobijó entre sus brazos, dándome así la fuerza para continuar. Gracias señor porque nunca dejaste de creer en mí.

A LA VIRGEN MARIA

Jamás se ha escuchado decir que ninguno de los que han acudido a ti implorando auxilio haya sido desamparado. Gracias por tu intercesión y por ser la luz que guía mi camino.

A MIS PADRES

Por estar en todo momento para mí sin importar horarios, porque han sido un gran ejemplo en nuestras vidas. Dos seres trabajadores que han dejado todo y han realizado múltiples sacrificios para poder darnos lo mejor a mi hermano y a mí. Gracias por motivarme a seguir adelante, por creer en mí y por ayudarme siempre, sin ustedes esto no hubiese sido posible.

A MI HIJA

El motor que alimenta mis días, mi fuente de inspiración, quien sigue mis pasos y me motiva a ser mejor cada día. Gracias por darme la fuerza para levantarme y poder continuar, porque todo lo que hago es por y para ti.

A MI FAMILIA

Por estar presente en cada momento de mi vida, gracias por extenderme siempre su mano. Hoy esta felicidad se empaña por el recuerdo de quien a partido, pero sé que desde el cielo cantas de alegría por mí, siempre estarás en mi corazón. Gracias por todo su cariño, mi amada familia.

Índice

Resumen	I
Introducción.....	v
Capítulo 1	17
Marco Conceptual	17
1.1 Título del tema.....	17
1.2 Antecedentes.....	17
1.3 Justificación	19
1.4 Planteamiento del problema	20
1.5 Alcances y límites del tema	22
1.5.1 Objeto de estudio	22
1.5.2 Ámbito Institucional	22
1.5.3 Ámbito Poblacional.....	22
1.5.4 Ámbito Temporal	22
1.5.5 Límites.....	22
Capítulo 2	23
Marco Teórico.....	23
2.1 La Comunicación.....	23
2.2 Comunicación alternativa	24
2.3 Comunicación para vivir en sociedad	25
2.4 La comunicación en el ámbito laboral	25
2.5 ¿Qué es la comunicación organizacional?	28

2.5.1 Como un proceso Social	28
2.5.2 Como una disciplina	28
2.5.3 Conjunto de técnicas y actividades	28
2.6 Problemas de la comunicación organizacional.....	29
2.7 Tipos de comunicación organizacional.....	30
2.7.1 Comunicación descendente	30
2.7.2 Comunicación Ascendente	31
2.7.3 Comunicación horizontal.....	32
2.8 Nuevas formas de comunicación.	34
2.8.1 Internet.....	34
2.8.2 Intranet.....	34
2.8.3 Correo electrónico.....	35
2.8.4 Generación de foros.....	35
2.8.5 El chat	35
2.9 Barreras de la Comunicación	35
2.10 Tipos de Barreras de Comunicación	36
2.10.1 Barreras Físicas	36
2.10.2 Barreras Fisiológicas.....	37
2.10.3 Barreras Psicológicas	37
2.10.4 Barrera Cultural.....	37
2.11 ¿Qué es el rumor?	38
2.12 Los actores.....	40
2.12.1 El instigador	41
2.12.2 El Intérprete.....	41
2.12.3 El líder de opinión	41
2.12.4 Los apóstoles	41
2.12.5 El recuperador.....	41

2.12.6 El oportunista	42
2.12.7 El flirteador	42
2.12.8 Los transmisores pasivos.....	42
2.12.9 Los resistentes	42
2.13 Problemas generados a causa del rumor	43
2.14 Rumores más comunes en el ámbito laboral	44
2.15 Medidas para superar las barreras en la comunicación	49
2.16 Ética	49
2.17 Ética Profesional	52
2.18 Ambiente Laboral	53
Capítulo 3.....	55
Marco Metodológico	55
3.1 Método de investigación.....	55
3.2 Objetivos de la investigación	55
3.2.1 Objetivo General	55
3.2.2 Objetivos Específicos.....	55
3.3 Técnica.....	56
3.3.1 Encuesta	56
3.3.2 Observación	56
3.4 Instrumento	56
3.5 Población.....	57
3.6 Análisis de datos	57
Capítulo 4.....	58
Análisis de resultados	58
4.1 Análisis de resultados de la encuesta	58

4.2 Análisis de Observación	73
4.3 Resumen Estadístico	74
Conclusiones.....	77
Recomendaciones.....	79
Referencias Bibliografía	80
E-grafías	84
Anexos	85

Índice de gráficas

¿Conoce el significado de la palabra rumor?.....	57
¿A su criterio el rumor es veraz?.....	58
¿El rumor puede influir en su desempeño laboral?.....	59
¿Cree que el ambiente laboral tenga efectos negativos a causa de los rumores?.....	60
¿En su área de trabajo, se comprueban los rumores antes de acusar a los involucrados?.....	61
¿Los rumores le han generado algún problema en su área de trabajo?.....	62
¿Considera que el rumor afecta su comunicación con otros compañeros?.....	63
¿Considera que el rumor es una forma de violencia?.....	64
¿Cree que el rumor sea una forma de manipular a las personas?.....	65
¿Cree que el rumor pueda ser la causa de un despido?.....	66
¿Cree que el rumor influya para tomar una decisión?.....	67
¿Los chismosos ocasionan conflictos y problemas con otras personas?.....	69
¿Cree que el rumor, la murmuración o las habladurías afecten la eficacia de un equipo de trabajo?.....	70

Resumen

Universidad	San Carlos de Guatemala
Unidad académica	Escuela de Ciencias de la Comunicación
Autora	Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga
Título	“El rumor como barrera comunicacional en el área laboral de una empresa de telecomunicaciones”
Problema Investigado	¿Es el rumor una barrera comunicacional en el área laboral de una empresa de telecomunicaciones?
Técnica	Para esta investigación se utilizó recopilación bibliográfica de libros, tesis, e-grafías. La encuesta para identificar los problemas que aquejaba a los participantes en relación al rumor y la observación auxiliar para la obtención de la mayor cantidad de información respecto al objeto de estudio, su entorno y su interacción comunicacional.
Instrumentos	Las herramientas que se utilizaron para recopilar y obtener información fueron: cuestionario, auxiliar para la obtención de información sobre la opinión de cada uno de los individuos, para complementar la investigación. Guía de observación para analizar el objeto de estudio, enlistando fechas y horas exactas de los eventos suscitados y fichas bibliográficas las cuales se utilizaron para registrar los datos obtenidos de fuentes bibliográficas.

Procedimiento

La investigación se realizó en dos fases, primero se procedió con la recopilación de información respecto al tema investigado, utilizando múltiples referencias bibliográficas que explican el porqué de cada uno de los temas que estructuran este proyecto. Segundo por medio la observación y de la participación de los empleados de la agencia, a través de la encuesta, mediante la cual se pudo evaluar la opinión de cada uno de ellos sobre el rumor, sus repercusiones, su incidencia en el rendimiento y clima laboral, para luego analizar los datos derivados de estas dos fases y exponer cómo el rumor, como una barrera de comunicación, afecta el área laboral de la empresa objeto de estudio.

La institución elegida fue una de las agencias que pertenece a una empresa de telecomunicaciones ubicada en la ciudad capital.

Resultados obtenidos y conclusiones

Cuando existe desestabilización en las relaciones entre compañeros a causa de una mala comunicación, se origina un ambiente laboral incómodo que impide alcanzar el objetivo empresarial y el desarrollo de un clima laboral saludable, este objetivo se ve aminorado a causa de conceptos equivocados que cada colaborador se ha formado de los demás, lo que interfiere con la ejecución del trabajo. En el presente trabajo se logró determinar cómo el rumor crea una barrera comunicacional entre los empleados y su repercusión en el desempeño laboral.

Según los datos obtenidos, se determina que, los rumores afectan en gran magnitud la comunicación interpersonal entre los colaboradores, el 100% de los encuestados indicó que su ambiente laboral tiene efectos negativos a causa de los rumores, ya sea por la creación de rumores o por la falta de comprobación de los mismos. El rumor se convierte entonces, en una barrera de comunicación que les impide tener la libertad de expresarse sin temor a ser víctimas de sus compañeros con los que laboran diariamente.

Los rumores generados en el ambiente laboral tienen fuerte repercusión entre la relación de compañeros, afectan el clima, este se torna en un ambiente de recelo y cautela, por ende, no se trabaja en equipo, ya que prefieren trabajar individualmente para evitar malos entendidos.

Al verse afectada la comunicación entre colaboradores de una misma área de trabajo, el malestar de convivir con las personas que fueron responsables de alguna llamada de atención hacia otro compañero o debido a la desconfianza creada entre compañeros a causa de los rumores, produce problemas a nivel institucional, ya que impacta en el rendimiento de los colaboradores, afecta el clima laboral y esto repercute sobre los resultados que se espera genere la agencia globalmente, un 70% de las personas encuestadas indicó que el rumor les ha generado problemas en su área de trabajo

El surgimiento de rumores se puede clasificar dentro de los diferentes tipos de barreras de comunicación, entre las cuales se pueden mencionar las barreras físicas, debido a la distancia entre emisor y receptor, es decir la lejanía entre los escritorios de cada colaborador, el mensaje no es escuchado correctamente, al no ser corroborado y ser esparcido según la interpretación propia del receptor, es donde se propicia el rumor. Asimismo, existen barreras psicológicas, ya que el mensaje es enviado, recibido e interpretado dependiendo el estado anímico del emisor o receptor y de la misma manera se va transmitiendo, pasando por los diversos temperamentos de cada trabajador que lo va recibiendo y a la vez divulgando.

El rumor crea estancamiento a una persona, esto será aún mayor en un grupo de personas que trabajan juntas, reduciendo el desempeño óptimo de una empresa, pues en el clima laboral no habrá apoyo mutuo y colaboración entre sí debido a que se dejan llevar por ideas preconcebidas de sus compañeros, lo cual mantiene un ambiente de hostilidad.

Introducción

La comunicación es la base fundamental en toda sociedad, es vital para la interacción entre seres humanos, sin ella los individuos no podrían dar a conocer sus necesidades y se dificultarían las relaciones interpersonales.

Ésta se ha visto cada vez más afectada debido a las barreras de la comunicación, sea en el área laboral, familiar o en cualquier grupo social; ya que estas crean obstáculos, que impiden la buena interacción entre el emisor y receptor durante el proceso comunicativo.

Una de las principales barreras que afectan a la comunicación, es el rumor, el cuál amenaza el entorno social con mensajes que, a pesar de no haber sido comprobada su veracidad, se van transmitiendo de persona a persona, distorsionando la información.

Este fenómeno se ha observado con mucha frecuencia en el área laboral de una de las varias agencias pertenecientes a una empresa de telecomunicaciones, en la que a diario interactúan 20 trabajadores, poniendo en riesgo la comunicación efectiva y veraz, debilitando además el buen clima laboral.

Fue necesario realizar la investigación sobre este fenómeno que se da cotidianamente en este lugar, para explicar cómo afectan en la comunicación, los rumores y las barreras comunicacionales que se crean debido a ellos.

El capítulo uno del presente trabajo presenta el marco conceptual; sobre el cual se fundamentan las fases subsiguientes de la investigación.

En el capítulo dos se presentan los fundamentos teóricos que hacen referencia a la comunicación y sus respectivas barreras, así como la descripción del rumor y sus consecuencias.

En el capítulo tres encontraremos el marco metodológico, en el cual se detallan los métodos y técnicas que fueron utilizados para analizar los datos recopilados y llegar a los resultados obtenidos durante el proceso de investigación.

En el capítulo cuatro se presenta el análisis de los resultados obtenidos a través de los instrumentos utilizados, mediante la interpretación de las gráficas que ilustran de mejor manera las estadísticas obtenidas.

Y por último se presenta la bibliografía que sirvió de apoyo para el desarrollo teórico del tema tratado, así como los anexos, entre los cuales se pueden mencionar principalmente: el cuestionario, que se utilizó para la recolección de datos y opiniones propias de los individuos que laboran para dicha empresa; la guía de observación, que permitió tomar registro de determinados hechos adicionales; y el código de ética sugerido para la empresa objeto de investigación.

Capítulo 1

Marco Conceptual

1.1 Título del tema

“El rumor como barrera comunicacional en el área laboral de una empresa de telecomunicaciones”.

1.2 Antecedentes

En la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, existen las siguientes tesis relacionadas con el tema objeto de estudio.

Los Ruidos de la comunicación en una agencia de publicidad de la autora Norma Elizabeth Coy Delgado, tiene como objetivo determinar la existencia de los ruidos de la comunicación dentro de los distintos departamentos de una agencia de publicidad y cómo estos afectan la productividad de los empleados, así como buscar posibles soluciones. El enfoque es mixto, cuantitativo porque a través de la encuesta y el cuestionario midió la opinión de los trabajadores de cada departamento y cualitativo porque utilizó la observación para recopilar las experiencias de cada individuo y los obstáculos a los que se enfrentan diariamente. La muestra abarcó 30 personas, 11 mujeres y 19 hombres. El instrumento utilizado fue la encuesta, la entrevista y la guía de observación. Sus principales conclusiones fueron: el bajo rendimiento del personal se debe a los rumores ya que las personas se enfocan más en el que dirán, que en ser productivos, el ruido que más afecta la relación dentro de los departamentos son los rumores ya que estos afectan física y psicológicamente ocasionando interferencias en el proceso de comunicación y afectando la productividad de los empleados.

En 2014 Isis Dinora Estefany Azurdia Landaverry elaboró la tesis, *Barreras comunicacionales en los grupos de trabajo de estudiantes de licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala*, tiene como objetivo establecer que los estudiantes de octavo y décimo semestre en la jornada vespertina de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, no están conscientes de las barreras comunicacionales que surgen en ellos cuando efectúan trabajos de grupo, determinar las barreras de comunicación que los estudiantes ignoran e intervienen en el mal funcionamiento del grupo al momento de realizar un trabajo. El tipo de investigación es descriptiva. La información fue documentada por medio de observación directa, documentos bibliográficos, encuestas a los estudiantes y coordinadores, así como también entrevistas a los docentes. La muestra fueron los estudiantes de licenciatura en la jornada vespertina de la Escuela de Ciencias de Comunicación en el octavo y décimo semestre, ya que son los semestres con más trabajos en investigaciones de campo. Los instrumentos utilizados fueron la encuesta, entrevista, observación directa y recopilación bibliográfica. Sus principales conclusiones son:

Que los estudiantes no están conscientes de que ellos son quienes generan las barreras de comunicación al trabajar en grupo y la barrera que más les afecta es la irresponsabilidad y el no escucharse como grupo.

La falta de conciencia de cada estudiante demuestra que su interrelación no es la correcta porque no comprenden el por qué trabajan en grupo. Para que los estudiantes mejoren deben aprender a comunicarse, eso significa entenderse y hacerse entender.

Las barreras más identificadas por los docentes fueron las físicas (celulares), psicológicas (sentimientos, crítica, rechazo) cada una de estas barreras tiene la consecuencia entre los estudiantes que trabajan en grupo, pero los estudiantes no saben qué son barreras, cuáles son, ni en qué afectan.

1.3 Justificación

El estudio de la comunicación tiene relación con otras disciplinas científicas, juega un papel muy importante dentro de cada una de ellas, ya que es de utilidad para su sostenimiento. El Derecho, la Psicología, la Antropología, la Sociología, incluso la Matemática y la Física, no pueden dejar a un lado las Ciencias de la Comunicación, pues sin ellas no podría ejecutarse su estudio, transmitir sus resultados, tampoco establecer los principios con los que han contribuido al conocimiento de la humanidad.

Cuando la comunicación se ve afectada por barreras o ruidos que van entorpeciendo la transparencia de los mensajes y alteran la comunicación, como en el caso de los rumores, se ve distorsionada la difusión del mensaje inicial. Por esto se hace necesaria su investigación y así determinar los problemas que pueden causar la mala práctica comunicacional.

Existen barreras en la comunicación que pueden perjudicar un ambiente sano en el área laboral de cualquier institución o entidad, el rumor es una de ellas, ya que suele ser generado para desprestigiar a uno o más individuos, sin comprobar que dicha información sea veraz y que ésta genere a su vez el rechazo por parte de los individuos que allí se relacionan, alterando su productividad y desempeño, debido a la mala interacción entre ellos.

Se propuso este tema de investigación para determinar si el rumor es una barrera para la comunicación y sus posibles formas de afectar en las relaciones interpersonales la práctica de ellos en el área laboral. Específicamente en una de las agencias que forma parte de una empresa de telecomunicaciones, en ésta se han creado demasiados rumores, que están provocando el distanciamiento entre colaboradores, así como la falta de unidad y trabajo en equipo. Los rumores, lejos de erradicarse se han expandido y cada vez son más los individuos que hacen uso de estos, sin tener el conocimiento de lo que pueden llegar a provocar. Se demuestran

las consecuencias que tiene la murmuración entre los colaboradores de la empresa y así se aporta con esta investigación, las propuestas necesarias para el mejoramiento del clima laboral a través de la comunicación asertiva, la productividad, el trabajo en equipo y la confianza entre compañeros.

1.4 Planteamiento del problema

La cultura heredó un sistema de creencias que instaló en su sociedad inseguridades, prejuicios, supersticiones y una comunicación cultural pasiva o agresiva, en extremos. Heredó también criterios rígidos de pensamiento, acompañados de descalificación, desaprobación y juicios sin valor que fueron perpetuando las barreras psicológicas de comunicación en una sociedad con miedos e inseguridades.

El ser humano ha cultivado y arraigado múltiples creencias mágico-religiosas; así como mitos, leyendas, supersticiones y rituales, dependiendo la cultura de cada pueblo a través de los tiempos; heredadas desde la tradición oral y transmitidas de generación en generación; mismas que han generado diversidad entre una cultura y otra, creando barreras; las creencias tienen un poder influyente muy poderoso en las personas, aunque difícilmente pueden ser comprobadas, se cree en ellas por su carácter mítico.

Han pasado los años y la vida ha evolucionado, sin embargo, la tendencia de continuos patrones, dogmas y paradigmas que propician el distanciamiento entre culturas y la mala comunicación dentro de ellas, está latente. La relatividad ha ganado espacios, porque es más sencillo seguir creyendo en algo, aunque no pueda confirmarse, que el investigar para enriquecer el pensamiento.

Esos mismos patrones son los ahora adoptados por la mayoría de los guatemaltecos en la cotidianidad de la vida, debido a que el acontecer nacional se ve afectado por un fenómeno que va distorsionando la verdad, el rumor. La población recibe cualquier tipo de información, sin corroborar la veracidad de ésta y a la vez continúa difundiéndola,

generando una completa distorsión en la comunicación entre individuos. Es más fácil dar por aceptado el mensaje que se recibe, que investigar sobre el surgimiento de éste para verificar su procedencia. Puede ser que el mensaje haya sido elaborado de buena fuente o que simplemente se haya creado una historia derivada de algo que se vio o se escuchó y éste se difundió. El propósito de la población debe ser el de, erradicar el fenómeno del rumor y renunciar a la divulgación de verdades a medias.

El ser humano percibe estímulos que a su vez provocan una reacción, el sujeto formula hipótesis derivadas del estímulo, confronta las características del estímulo que, a su vez, como resultado de esa confrontación, confirma o rechaza las hipótesis formuladas.

Desde todo un país, hasta el vecindario más pequeño, los prejuicios y murmuraciones han afectado la comunicación interpersonal, debido a ellos, se ha visto distanciamiento entre individuos para evitar ser víctima de especulaciones.

Se evita ser críticos en la información que se recibe y se divulga, los rumores han afectado gran parte de las relaciones entre cualquier individuo, sea cual sea el ámbito en el que se desarrolle, pudiendo ser en el trabajo, colonia, iglesia, etc.

Se ha observado en una empresa de telecomunicaciones el surgimiento de murmuraciones entre compañeros y esto ha afectado, no solo la comunicación entre ellos, sino el desarrollo de trabajo en equipo y consecuentemente la productividad de la compañía. Se ha formado una barrera entre ellos ya que evitan tener contacto entre sí para no verse envueltos o quedar atrapados en algún rumor.

Es contradictorio que, siendo una empresa dedicada a las comunicaciones, en su interior ésta sea poco ortodoxa, los trabajadores solo repiten lo que escuchan, sin ser conscientes del efecto contraproducente que puede causar en el clima laboral este tipo de prácticas, o si la información que reciben y divulgan es realmente verdadera.

Es evidente que un trabajador comparte más tiempo con los compañeros de trabajo que con su propia familia y es agotador para los trabajadores escuchar día con día, algún

rumor nuevo sobre un compañero, así como la vulnerabilidad a la que se está sometido, al laborar dentro de esta área. ¿Será el rumor una barrera comunicacional en el área laboral de una agencia de esta empresa de telecomunicaciones?

1.5 Alcances y límites del tema

1.5.1 Objeto de estudio

El objeto a estudiar fue la totalidad de los empleados que laboran para una de las agencias que forma parte de una empresa de telecomunicaciones.

1.5.2 Ámbito Institucional

El estudio se realizó en una de las agencias que pertenece a una empresa de telecomunicaciones ubicada en esta capital.

1.5.3 Ámbito Poblacional

Colaboradores de las dos jornadas, las cuales son: matutina y vespertina, del área de servicio al cliente y ventas.

1.5.4 Ámbito Temporal

La investigación se llevó a cabo en el mes de marzo del año 2018.

1.5.5 Límites

El estudio fue dirigido únicamente para una de las agencias de una empresa de telecomunicaciones, siendo está específicamente la agencia ubicada en la zona 12 de esta capital, tomando en cuenta la totalidad del personal que ahí labora.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1 La Comunicación

“Transmisión de señales a través de un código común al emisor y al receptor.” (RAE, 2016)

En otras definiciones encontradas en el diccionario, se tiene que la comunicación es una “actividad consciente de intercambio de información entre dos o más participantes, con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas”.

Esto quiere decir que para que exista comunicación, deben existir necesariamente dos o más sujetos o participantes, unos que transmitan y otros que reciban un mensaje. Para fines de este estudio se tomarán en cuenta personas, pues entre los animales también existe comunicación.

Para que se produzca la comunicación se requiere de varias etapas o pasos: el primer paso es la existencia de una intención o deseo de transmitir algo, ese algo es el mensaje. Posteriormente al transmitir el mensaje surge la necesidad de encontrar un código para que la persona que lo va a recibir pueda comprenderlo. Al llegar al receptor, el mensaje pasa por un proceso de decodificación, con el objetivo de poder interpretarlo y dar paso a una respuesta, dentro del proceso de comunicación a esto se le llama retroalimentación.

La comunicación es como lo dicen los autores Martin (2007), y Barbero (2002), un fenómeno que es usado por todos los seres humanos sin importar la raza, cultura o nivel socioeconómico, no importando la actividad que desarrollen o que rol desempeñen dentro de cualquier lugar, ya que es necesaria para poder lograr objetivos y lograr que la convivencia se desarrolle.

La comunicación es importante y vital para que se establezcan diferentes tipos de relaciones, como amistades, relaciones laborales, relaciones sentimentales, relaciones familiares o de cualquier otro tipo, las cuales son de influencia para los seres humanos que involucrados en dichas relaciones.

2.2 Comunicación alternativa

Los medios de difusión o comunicación masiva como la radio, la prensa, la televisión, la web, así como los medios alternativos en nuestra profesión como ATL, BTL, (medios publicitarios masivos y especializados) que son considerados como formas vendibles de emisión de mensajes con fines de lucro o sociabilización; se consideran medios de comunicación alternativa.

Se ofrece un punto de vista mucho más ambicioso con relación a la vitalización de mensajes a través de las redes sociales, contenidos altamente atractivos que movilizan la comunicación, vista desde el punto de dinámica comunicativa. La raza humana está siendo atraída por estos medios y es muy interesante ampliar toda la información que podamos a cerca de estos conductores comunicativos.

Pero también en este huracán comunicativo se hace evidente, los cambios en las formas de comunicación; existe una sociedad que exige calidad de contenidos, que requieren ser alimentados por fuentes informativas de alto nivel y estamos conscientes que existe la demanda constante por mensajes mucho más lucrativos y virales.

¿Ha cambiado la comunicación? Por supuesto que sí. ¿Por qué?, porque ahora se trata de factores diferentes a los que antes podían citarse como, por ejemplo: la economía, la publicidad, la sociabilización, la psicología, la antropología, la política, y así sucesivamente. Mientras que antes pareciera que todo radicaba en cambios de sonidos, formas gramaticales, estructuras de sintaxis, reglas ortográficas, por citar algunos, ahora sabemos que la comunicación también está cambiando, seguirá cambiando, y por ello es digna de objeto de estudio.

Es gracias a los factores de cambio que los comunicadores están inmersos en una actividad investigativa y de desorden de ideas, pero ansiando poder responder después de analizar todo el bagaje informativo reunido hasta la fecha.

2.3 Comunicación para vivir en sociedad

La investigación realizada ha permitido definir los conceptos de comunicación, indispensable para comprender por qué actúan los seres humanos de la forma que lo hacen.

La comunicación es, como dicen los autores Martin (2007) y Barbero (2002), un fenómeno usado por todos los seres humanos sin importar la raza, cultura o nivel socioeconómico, no importa qué actividad desarrollen o que rol desempeñen dentro de cualquier lugar ya que es necesaria para poder alcanzar objetivos y permitir la convivencia, ya que es una actividad que implica el intercambio de ideas con una intención.

Como consecuencia de la interacción de los miembros de determinado grupo, es comprensible que los mensajes emitidos no siempre logren el objetivo deseado; pues cada uno de estos miembros es un ser sensible que puede ser influenciado por diferentes factores tanto internos como externos; dando lugar, además de un ambiente de hostilidad entre los integrantes del grupo, a un estancamiento en el desarrollo de sus actividades, afectando sus diferentes áreas personales como por ejemplo, el ámbito laboral.

2.4 La comunicación en el ámbito laboral

En el campo laboral, es fundamental gozar de un sano ambiente que propicie desarrollo, colaboración, armonía, empatía; entre otras características necesarias para lograr un trabajo más eficiente, mucho más proactivo y profesional.

Algunas barreras comunicacionales entre los seres humanos que conviven en un ambiente laboral producen un fenómeno bastante interesante y es que mientras más

tiempo de convivencia se tiene, menos entendimiento existe entre los colaboradores (Castañedo, 2001).

El ser humano es muy complejo, su sistema de comunicación es cambiante, obedece a estímulos sensitivos que lo exponen todos los días a una dinámica diferente y ofrece un carácter que se ve afectado por muchos estímulos. El exceso de trabajo, la falta de concentración, la presión laboral, la exigencia comercial, así como la propia actividad personal de cada individuo, hace que en los espacios de trabajo no exista fluidez comunicativa.

Es un reto hacer que cada jornada laboral sea exitosa a través de la veracidad y fidelidad de los mensajes. (Berlo, 1960:85), para ello se recomienda aplicar tres estrategias de comunicación en el campo laboral:

1. Claridad en la emisión y recepción de los mensajes.
2. Coherencia y lógica en la planeación de los sistemas de trabajo.
3. Revisión constante de la información a través de sus canales informativos.

Es así como se pretende que exista mucho más fluidez y armonía en el ambiente laboral puesto que es necesario que cada colaborador se sienta cómodo y dueño de su propia dinámica comunicacional.

Ahora bien, también se sabe que existe evidencia de rumor o tergiversación de mensajes con intenciones subliminales de personas que lo dispersan a veces con intención directa o con desconocimiento del suceso. Para esas deficiencias es necesario crear estrategias de resolución de conflictos que pueden aplicarse para disipar estas incómodas, pero inevitables actitudes. Para ello se debe conocer de temas como disciplina asertiva, manejo de grupos, dinámicas de empatía, ética profesional, así como apoyo psicosocial de grupos. Se puede contar con el apoyo de profesionales de psicología, comunicación y antropología.

En muchas empresas se ha abierto un espacio para departamentos de comunicación social cuya función es detectar, prevenir y solventar problemas comunicativos en dichos ambientes. Ahora existe un espacio también para el profesional de la comunicación quien puede asesorar de manera exitosa dichos fenómenos sociales.

La intención de mejorar el ambiente laboral es producir un nivel más elevado de confort en sus integrantes, haciendo que exista una sana y proactiva forma de relacionarse con fines de crecimiento personal y laboral, pero esto solo se alcanzará cuando exista un apoyo profesional en cada proceso de integración comunicativa. No es conveniente iniciar el proceso de detección de problemas comunicativos y abandonar el proceso sin llegar a alcanzar el máximo desafío laboral y es sociabilizar armónicamente estos ambientes. (Albores, 2005).

Para ello es conveniente entonces dar el acompañamiento necesario a estos fenómenos que, si no se resuelven pueden llegar a contaminar los ambientes de manera negativa y hacer decaer a cualquier tipo de empresa.

En la actualidad existen muchos problemas psicosociales que emanan de ambientes laborales nocivos para el ser humano, el índice de enfermedades psicosomáticas, como el conocido estrés laboral, van dañando a la sociedad que se encuentra inmersa en problemas de salud físicos, debido a problemas de salud mental.

Es necesario también hablar de las conocidas casas-trabajo, que son oficinas en casa donde se mezclan obligaciones laborales con la dinámica familiar. Es interesante conocer esta combinación porque es allí donde hay más evidencia de problemas de comunicación, que en las oficinas o ambientes regulares de trabajo, por lo que es conveniente también otorgarle un momento de reflexión a esta variante.

2.5 ¿Qué es la comunicación organizacional?

Según Andrade en su libro Comunicación Organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica (2005) se puede comprender el concepto de comunicación organizacional de tres formas:

2.5.1 Como un proceso Social

Es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y sus diferentes públicos externos.

2.5.2 Como una disciplina

La comunicación organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre estas y su medio.

2.5.3 Conjunto de técnicas y actividades

Los conocimientos generados a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y la organización; y los diferentes públicos que tiene en su entorno.

“En esta acepción, podemos distinguir 2 categorías, dependiendo de los públicos a los que se dirige el esfuerzo comunicativo”. (Andrade, 2005, p.17).

- **Comunicación interna:** Conjunto de actividades efectuadas por la 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 un trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

- **Comunicación externa:** Conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus distintos públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. Abarca lo que en términos generales se le conoce como, relaciones públicas, como la publicidad.

2.6 Problemas de la comunicación organizacional

“La comunicación en la organización es fundamental para el desarrollo de la misma y su adecuación al entorno y a la globalización”. (Ansede, 2010)

En la comunicación humana, como la organizacional se parte de dos principales fundamentales:

- Todo acto de conducta es comunicación.
- En una situación interaccional es imposible no comunicar.

Según Ansede (2010) Conjugando la definición con el apartado anterior, señalamos algunas circunstancias que originan dificultades y distorsiones en las comunicaciones dentro del entramado de una organización.

1. Interpretación individual de los actos comunicativos
2. Distancia de la información semántica.
3. Interacción determinada dentro de un contexto.

Según G.M. Goldhaber (1979) no existen dos personas que tengan una mentalidad igual y por lo tanto la comunicación organizacional se desarrolla por medio de conexiones personales, caracterizados por una interpretación individual de los mensajes que se intercambian.

Es importante comprender que, son los individuos y no las palabras quienes determinan los significados, aún existen creencias en las organizaciones de que las comunicaciones

serán buenas siempre que el lenguaje sea claro y simple, pero esto resulta ser contradictorio sin nos basamos en que cada individuo comprende el mensaje a su manera.

Ansede (2010) “El binomio contexto-comunicación tiene una influencia decisiva para calificar la comunicación de un sujeto, pues si ésta no se adecua al contexto en que se da, con toda probabilidad la conducta de la persona será calificada como anómala (las manifestaciones de tal anomalía pueden abarcar desde una simple “metedura de pata” hasta acciones que conlleven a graves consecuencias para el sujeto, como un despido)”.

2.7 Tipos de comunicación organizacional

Según Pablo Ansede en su libro “La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento” (2010) se pueden enumerar los siguientes tipos de comunicación dentro de una organización:

2.7.1 Comunicación descendente

Es la comunicación que se da de superior a subordinado. Proporcionan datos referidos a características importantes de la empresa, en la mayoría de los casos esta comunicación se da por vías tecnológicas o difusiones de mensajes escritos, dejando de lado el contacto personal y la comunicación cara a cara.

Este tipo de comunicación presenta los siguientes problemas:

- **Sobrecarga informativa**

En ésta el empleado se ve hostigado por tanta información, que se ve en la necesidad de ser selectivo con la información que recibe, por lo tanto, la comunicación no es cien por ciento efectiva.

- **Falta de confianza**

Es el problema más frecuente en las organizaciones, se caracteriza por la falta de confianza en los superiores. Esto causa que la información recibida de éste, sea bloqueada, obstaculizada o retenida para que no llegue dicho mensaje.

- **Inoportunidad de la información**

Esto ocurre cuando se proporciona información poco agradable a los empleados, en un momento que no es apropiado para hacerlo. Como por ejemplo una baja de salarios, antes del convivio de fin de año.

Según Pablo Ansele (2010:8) “Los problemas más comunes que afectan a la comunicación descendente son:

- Confianza excesiva en la comunicación escrita y en las tecnologías como medios de transmisión informativa dentro de la empresa.
- Déficit en el número de interacciones cara a cara.
- Sobrecarga o insuficiencia informativa.
- Cantidad suficiente de mensajes, aunque calidad baja de sus contenidos.
- Bajo nivel de confianza en los superiores jerárquicos.
- Inoportunidad del mensaje.

2.7.2 Comunicación Ascendente

Esta comunicación va de subordinado a superior. Ayuda a la comprensión de la comunicación descendente, en ésta se puede verificar si realmente la información proporcionada ha llegado correctamente al empleado, ayuda a conocer su opinión y puntos de vista.

Los problemas que distorsionan este tipo de comunicación:

- **La cortina escalar**

Son las dificultades ya sea personales o jerárquicas de ciertos subordinados cuando deben dirigirse a sus superiores.

- **La filtración positiva de información**

Se da cuando el empleado envía mensajes a sus superiores para mejorar su posición y condiciones laborales, haciendo quedar mal a sus compañeros de trabajo al enviar información sobre ellos, como datos personales, errores dentro de la operación laboral o simplemente creando historias falsas de ellos.

2.7.3 Comunicación horizontal

Es el intercambio de mensajes entre individuos de la misma jerarquía dentro de la organización.

Los problemas más comunes dentro de este tipo de comunicación según Ansedo (2010: 9) son:

- **La rivalidad y desconfianza interpersonales**

“Hoy en día la competitividad es un rasgo de la personalidad potenciado, de forma explícita o implícita, en muchas organizaciones. Este hecho alienta la desconfianza y la rivalidad y fomenta que los sujetos tiendan a no compartir información. Muchas personas que poseen determinados datos los utilizan en beneficio propio como un instrumento para alcanzar prestigio y/o poder. A menudo esta manera de actuar incide negativamente en la consecución de los resultados globales que persigue la entidad”. (Ansedo, 2010:9)

“Otro factor que agrava aún más el problema: la rapidez que preside la dinámica organizacional, enfrentada a los entornos inestables de hoy en día, no favorece que los miembros de las empresas dispongan del tiempo necesario para conocerse a fondo y generar relaciones de confianza mutua. El panorama descrito, por cierto, no muy optimista, conlleva que la desconfianza, la rivalidad y en ocasiones, la agresividad más o

menos contenida sean cuestiones que con excesiva frecuencia bloquean la comunicación horizontal. Finalmente se ha descubierto en algunas organizaciones una práctica peculiar: el no estar al día en materia informativa es percibido como un motivo de pérdida del respeto de los compañeros, circunstancia que incita al sujeto "ignorante" a inventarse o distorsionar datos". (Ansedo, 2010:9)

- **La especialización funcional**

Según Ansedo (2010:11) "el carácter complejo de las organizaciones modernas obliga a dividir éstas en compartimentos funcionales, integrados por un personal altamente especializado. Esta especialización, que se expresa en la idea de "saber mucho de muy poco", tiene una contrapartida: los sujetos se enfrentan con notables dificultades para alcanzar una percepción globalizada de la realidad. Tal circunstancia afecta muy seriamente a la actividad comunicativa, pues los componentes de un área funcional suelen tener problemas para entender, en toda su dimensión, la realidad de otras áreas de trabajo, cuyos componentes, a su vez, no los comprenden a ellos. En consecuencia, las brechas en la comunicación del personal de departamentos distintos son un hecho cotidiano. Todo ello puede desencadenar continuas discusiones entre los miembros de estos departamentos, lógicamente dependiendo del perfil psicológico de los mismos, ya que cada uno se cree en posesión de la verdad absoluta, y como no entiende la realidad de los demás, intenta por todos los medios imponer sus criterios".

En suma, la solución de asuntos estrictamente laborales se ve obstaculizada por la intromisión de aspectos relacionales.

- **Ausencia de motivación**

"Salvo honrosas excepciones, los superiores jerárquicos no suelen estimular la práctica de la comunicación horizontal. Los directivos creen que poseyendo el dominio informativo se controla mejor la conducta de las bases y, por lo tanto, si aumenta la comunicación horizontal, su poder puede verse mermado. Otra cuestión totalmente distinta es la

ausencia total de control sobre las redes horizontales, pues si los cuadros medios de una organización tuvieran la posibilidad de comunicarse en cualquier momento, sobre cualquier temática y tomar decisiones a su libre albedrío, entonces las funciones de la jerarquía podrían verse afectadas de forma negativa. Esta afirmación resulta especialmente válida si la utilizamos para examinar los circuitos informativos de aquellas organizaciones que necesitan un control riguroso para alcanzar sus objetivos (organizaciones militares y policiales, hospitales, etc.)". Ansede (2010:11)

Cuando las organizaciones abusan de la comunicación horizontal aparece un exceso de mensajes que fluye en todas direcciones sin ningún tipo de filtro. La consecuencia es que el sistema sufre una sobrecarga de mensajes que interfiere en la eficacia organizativa.

2.8 Nuevas formas de comunicación.

En el entorno de una empresa se manejan distintas herramientas de comunicación, hoy en día las nuevas tecnologías han ido innovando en las distintas formas de comunicarse; dentro de una organización se pueden reconocer las siguientes tecnologías: Internet, intranet, correo electrónico, foros y listas de distribución.

2.8.1 Internet

“Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación”. (Real Academia Española [RAE], 2016).

Es una red de ordenadores conectados entre sí para compartir datos y recursos, esta conexión se realiza habitualmente a través de líneas telefónicas. En una organización internet está dirigido a la comunicación externa.

2.8.2 Intranet

“Red electrónica de información interna de una empresa o institución”. (RAE, 2016).

Son redes locales de computadoras conectadas entre sí y a las cuales sólo puede acceder el personal autorizado por la compañía, es solo uso interno.

2.8.3 Correo electrónico

“Sistema de transmisión de mensajes por computadora a través de redes informáticas”. (RAE, 2016).

Tiene la función de enviar y recibir mensajes a través de las redes de comunicación electrónica.

2.8.4 Generación de foros

“Reunión de personas competentes en determinada materia, que debaten ciertos asuntos ante un auditorio que a veces interviene en la discusión”. (RAE, 2016).

Es una herramienta comunicacional especialmente útil a la hora de facilitar tanto la comunicación horizontal como la informal en la organización, ya que a partir de los foros el personal puede compartir sus experiencias e intereses sobre todo tipo de temas, ya sea laboral o familiar.

2.8.5 El chat

“Permite que empleados geográficamente dispersos puedan participar de manera simultánea en actividades clave de la compañía. Es un chat que facilita diálogos bipartitos y múltiples”. (Ansedo, 2010:19)

El chat corporativo está bajo el control de la organización y del gerente de la empresa, quien puede estar al tanto de las actividades de sus colaboradores.

2.9 Barreras de la Comunicación

Los diversos libros, tesis, artículos, páginas web que han sido utilizados para la investigación del tema principal del presente documento, concuerdan en que, para poder

tener una comunicación efectiva, que envíe y reciba el mensaje de una manera correcta, sin distorsiones o ruidos y para que éste pueda ser interpretado claramente, se debe tener el conocimiento de que en todo ese proceso de comunicación, existen las barreras de la comunicación, las cuales se manifiestan de distintas formas.

Se ha comprendido que las barreras de comunicación son obstáculos que impiden el paso parcial o completo de un mensaje, dañando así la correcta comunicación y provocando la distorsión en la retroalimentación del mismo, Van-der y Hofstadt (2005:57).

La mayoría de las personas tienen barreras que les impiden establecer una buena interacción, Fonseca M. (2005) y si cada una de ellas analizara la forma en que se comunica, se evitarían muchos malentendidos y no se perdería el tiempo en discusiones innecesarias. Debido a esto, es de suma importancia conocer los diferentes tipos de barreras de la comunicación que existen, para poder de una manera más eficaz, erradicarlas y proporcionar una buena comunicación a nuestro receptor.

2.10 Tipos de Barreras de Comunicación

Según la estudiante Marina Cervantes en su tesis “La comunicación interpersonal en el proceso educativo” (1995), se pueden enumerar diferentes tipos de barreras de la comunicación, sin embargo, a continuación se enlistan las barreras más comunes y que se dan con frecuencia en el proceso de comunicación.

2.10.1 Barreras Físicas

Son transmitidas a través del medio ambiente e impiden la correcta comunicación, como bien es el caso de una mala iluminación, los ruidos externos, las distancias entre emisor y receptor, falla de los medios que se utilizan como canal para la trasmisión del mensaje, como pueden ser los teléfonos, micrófonos, televisores. Todos esos factores que se encuentran en el entorno y que contribuyen a la mala recepción del mensaje.

2.10.2 Barreras Fisiológicas

Con este tipo de barreras, las personas tienen dificultades físicas para poder expresar o recibir el mensaje; es decir, las personas con alguna discapacidad de la vista, habla, oído, etc. León A. (2005:38). En consecuencia, enfrentan un problema mayor a resolver, ya que las personas que formulan el mensaje o quienes lo reciben, no tienen la capacidad para poder codificarlo o decodificarlo correctamente.

Debido a que es una discapacidad con la que, en la mayoría de los casos se nace, estas personas no han tenido la oportunidad de enriquecer su lenguaje y desarrollar la habilidad para una adecuada formulación del mensaje, esta barrera va más allá de un simple problema de comunicación.

2.10.3 Barreras Psicológicas

Son factores mentales que impiden al individuo poder asimilar correctamente el mensaje. Van de la mano con los problemas emocionales que se puedan estar desarrollando en el momento de la comunicación. Se refiere a que, si mi sujeto está pasando por una etapa en la que se ve envuelto por algún problema que le desencadene tristeza; todo mensaje enviado o recibido, no tendrá el mismo significado para él, que para un sujeto que emocionalmente se encuentra estable.

2.10.4 Barrera Cultural

Se representa cuando existen diferencias entre el emisor y el receptor, ya sea por ideología, idioma, costumbres, colores de piel o diferencias sexuales.

Esta barrera es la que está ocasionando múltiples diferencias entre el ser humano alrededor del mundo. Si se ve a una persona con tradiciones diferentes, como: tipo de vestimenta, idioma, etc; simplemente se pone un alto a la comunicación, sin ni siquiera tratar de formular un mensaje o estar abierto a recibirlo; ya que las diferencias culturales son tan grandes que no hay interés en un sujeto de tener comunicación con el otro.

Se ven claramente los diferentes problemas a los que se somete la correcta comunicación día con día, el ser humano se enfrenta a un mundo lleno de barreras, y lejos de buscar mejorar la transmisión o recepción de mensajes, se va acomodando a la interpretación personal de éstos, sin importarle o siquiera darse la oportunidad de investigar o confirmar, si el mensaje fue correctamente elaborado o recibido. Azurdia I. (2014).

Se debe buscar la forma de quitar los obstáculos comunicacionales, para encontrar el entendimiento mutuo y así evitar malos entendidos, que conllevan a acciones desmedidamente crueles entre los seres humanos.

Así también, para evitar toda barrera hay que mejorar técnicas del habla y escucha, evitar ruidos e interferencias que puedan de un cierto modo distorsionar el mensaje.

2.11 ¿Qué es el rumor?

Para delimitar un poco más este extenso tema, se debe aclarar que según (RAE, 2016), el rumor es una voz que corre entre el público, ruido confuso de voces, o ruido vago, sordo y continuado. El rumor también se inicia con una información cuya veracidad está en duda, o no puede corroborarse. Es por ello que el emisor debe ser lo más claro y exacto posible al momento de transmitir un mensaje, para que el receptor entienda con facilidad el contenido del mismo.

Con este breve resumen se describe la importancia que tiene la buena comunicación en cualquier ámbito en el que se desarrollen las actividades, no importando si es laboral, escolar, universitario, o en cualquier relación social; para evitar que el rumor tenga lugar y destruya la comunicación limpia y transparente.

Actualmente existe una barrera de comunicación muy usual llamada “el chisme” o “el rumor”. Para evitarla es necesario comunicarse de forma correcta, coherente, y así lograr un excelente desarrollo comunicacional.

En el ámbito laboral es necesario además, propiciar un acercamiento de los colaboradores y permitirles expresar los problemas que enfrentan; esto ayudara a la

administración de la compañía a mantener un ambiente cordial, además de un mejor control del personal y un conocimiento adecuado sobre cómo manejar las situaciones conflictivas, para que no se salgan de control y más bien sacar provecho de ellas.

Un conocimiento previo del perfil de personalidad de cada empleado le permitirá a la administración prever cualquier tipo de situaciones conflictivas. Adicionalmente, es necesario que quien esté a cargo, tenga la capacidad y profesionalismo para dirigirse a los demás, llegando a ser un verdadero líder que proporcione instrucciones claras y que promueva el orden y la disciplina.

Esta barrera de comunicación; el rumor, es un gran influyente en el desempeño de cualquier actividad, y puede afectar en la mayoría de las veces, de forma negativa el entorno, el ambiente y el desenvolvimiento de los involucrados. Muchas veces inicia con un cruce de palabras, entre un jefe y un subalterno, otras veces inicia con un comentario directo que lleva a una respuesta no precisamente de frente, sino, a terceras personas, que poco a poco pueden ir tergiversando la información.

Como también lo menciona en su obra, *Comunicación para el cambio social*, el autor Beltrán expresa “La comunicación está orientada a hacer uso de la misma de forma educativa, conduciendo a las personas a tomar los caminos correctos, implantando el deseo de superación en cada ciudadano, lo que al final pretende sacar a Guatemala de la crisis económica y cultural que atraviesa.” (Beltrán, 2005:32)

Lastimosamente en nuestra época es muy común que la mala comunicación prevalezca, incluso en nuestras familias. Una simple expresión, decir lo que se cree o piensa de algo o alguien, se puede convertir en el inicio a una larga e interminable lista de oraciones que pueden causar incluso una gran controversia.

En muchas ocasiones la información veraz llega a personas mal intencionadas que utilizan solo fragmentos de ésta, para transformarla según su conveniencia, con el objeto de beneficiarse o tomar ventaja de esta situación, sin embargo, esto puede causar problemas colaterales como la pérdida de amistades, relaciones familiares y laborales.

Es por esa y más razones que, tener una buena comunicación es esencial para el desenvolvimiento diario del ser humano, como lo afirmaba el escritor guatemalteco Carlos Interiano “La comunicación es el oxígeno de la sociedad, es el elemento a través del cual el hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico y en todos los órdenes de la vida”. (Interiano, 1995:1)

Desafortunadamente Guatemala es un país que día a día se enfrenta a olas de información sin argumentos ni evidencias, como señala Behar A. (1944), forma parte del ruido en la comunicación; los guatemaltecos deben ser lo suficientemente capaces de descifrar, interpretar, detectar, analizar y entender todo el contexto del mensaje, para no verse afectado por la mala información, y lo peor; no ser manipulados por la masas, que inician desde pasillos o corredores, hasta los noticieros más prestigiosos del país.

Es parte de la responsabilidad inculcar a las nuevas generaciones el deber que se tiene de hablar con la verdad, sin emitir juicios de valor, sino que, por el bien de la sociedad, aprendamos a expresarnos de manera coherente, apegados a la verdad, respetando la integridad de las personas, lo que a largo plazo será de beneficio para nosotros mismos.

Del ciudadano, del familiar, del universitario, de todos depende crear un ambiente sano, armonioso, y limpio de esa suciedad que alimenta la perversidad de muchos que genera enfrentamientos y muchas veces con resultados negativos y lamentables.

2.12 Los actores

“El rumor es una obra colectiva, producto de la participación de cada individuo. Sin embargo, en este proceso dinámico los papeles están cuidadosamente repartidos”. (Kapferer, 1989, p.121). Es importante conocer el papel que tiene cada individuo dentro de un grupo social.

2.12.1 El instigador

Es la persona cuya posición se ve amenazada por los cambios o situaciones que se viven dentro de su entorno, al verse en una situación poco ventajosa, distorsiona la información a su conveniencia y realiza una serie de preguntas instigadoras. (Kapferer, 1989).

2.12.2 El Intérprete

“Es aquel que responde a las interrogantes del instigador y propone una explicación coherente y convincente”. (Kapferer, 1989, p.123). Éste le coloca sentido a las preguntas para que parezcan reales, aunque en realidad no conozca su procedencia.

2.12.3 El líder de opinión

Es la persona que lidera al grupo, su opinión es de suma importancia para ellos. K Lewin llama a esta persona “el portero” (gatekeeper), puesto que de su juicio dependerá la penetración del rumor al grupo asegura Kapferer (1989).

2.12.4 Los apóstoles

Estas personas al sentirse plenamente identificadas con el rumor, se encargan de convencer a todo el grupo sobre lo que se dice. Son los seguidores del líder de opinión.

2.12.5 El recuperador

Según Kapferer (1989) estas personas tienen cierto interés de que el rumor se crea, aunque ellos no crean en él.

“En materia de rumores políticos, los recuperadores son legión” (Kapferer, 1989, p. 123).

2.12.6 El oportunista

Es la persona que saca ventaja de un rumor, para provocar alguna reacción sobre su destinatario, por ejemplo: cuando una madre quiere afirmar su autoridad moral, sobre algún hijo.

2.12.7 El flirteador

“Es la persona que no cree en el rumor, pero lo celebra y saborea con fruición. Juega con él mencionándolo entre sus conocidos, y le procura cierto placer suscitar ligeros trastornos en sus interlocutores.” (Kapferer, 1989, p.123).

Esta persona crea pánico entre los miembros del grupo y disfruta las reacciones que les causa, lo hace por diversión, utilizando a su conveniencia la comunicación, es una manera de violencia psicológica la que ejerce este personaje sobre lo demás.

2.12.8 Los transmisores pasivos

Son personas que no están convencidas del mensaje que se recibe, pero sí les crea cierta duda, ellos como coloquialmente se dice, no creen ni dejan de creer, tienen ciertas sospechas, sin embargo, no investigan sobre la veracidad del mismo y se dedican a propagarlas.

2.12.9 Los resistentes

Son las personas que están en contra del rumor, no lo celebran y tampoco lo esparcen, son los antirumores. (Kapferer, 1989)

Esto nos ayuda a identificar y darle un nombre a las personas que integran dentro de un grupo un papel significativo en la propagación y creación de rumores.

2.13 Problemas generados a causa del rumor

Según Tapia Tejada (2013:25), en su tesis doctoral “Un estudio dinámico sobre la difusión de rumores” el rumor posee tres mecanismos de distorsión:

1. Las dificultades de la percepción;
2. La conservación de la transmisión recibida; y
3. La reproducción de la información a transmitir.

Señalado lo anterior, es común entender que las personas sean selectivas con la información que reciben y que luego transmiten, sea ésta de interés particular para cada individuo, ocasionando la distorsión de la información. Si se toma en cuenta también, que la memoria es un factor importante para la emisión del mensaje de manera precisa y cómo esta puede verse afectada “por mecanismos como la autoafirmación del grupo o la fantasía” (Tapia Tejada; 2013, p.25).

Aunque algunos autores, como Nigel Nicholson citado en el artículo *El chisme y su función en la conversación*, afirman que el chisme hace a las personas psicológicamente más fuertes: “La gente chismea para crear una red social e incluirse a sí mismos en ese círculo. Para adjudicarse a sí mismos la ventaja de estar en el grupo correcto”. (Pietro Semoli, 2009, p.57).

El rumor, tiene características negativas en áreas laborales: hipotéticamente, la propagación de información alterada o una mentira sobre una situación y/o persona puede causar el despido injustificado de algún empleado protagonista del rumor o, incluso, la bancarrota de una empresa.

El rumor puede expandirse bajo ciertos factores en este ámbito, que pueden ser desde el interés laboral individual —sea este un mejor ingreso económico, una mejor posición en la jerarquía o favoritismo por parte de un superior— o la intención de perjudicar a un tercero por razones emocionales.

Al ser una situación controlada por un solo individuo en la mayoría de los casos, en un grupo social pequeño donde la confianza ha sido un punto importante en el desempeño del trabajo la verdad se ve comprometida.

Allport y Postman concluían: “no siempre sabemos si estamos escuchando la relación de un hecho real o de un engendro de la fantasía. Una noticia fechada, presentada a todos los lectores de un diario de reputación intachable, puede tomarse, por lo común, por prueba indudable” (1947:12).

Según el análisis de Zires (1995), los autores señalan que lo primero que deforma la información es la subjetividad, debido a la voluntad de manipular o de mentir, por una memoria corta y por necesidades emocionales ajenas.

El rumor se vuelve, también, una fuente de información y un método de averiguación; quien lo practica busca a través de éste obtener la mayor cantidad de datos de alguna situación o de una persona.

Se concluye que el rumor puede ocasionar múltiples problemas, que pueden ir desde el despido de un empleado hasta la caída económica cualquier empresa, además puede afectar psicológica y físicamente a las personas, poniendo en riesgo su integridad.

2.14 Rumores más comunes en el ámbito laboral

El rumor es el causante de diversidad de problemas, no solo a nivel personal y familiar sino también en el ámbito laboral, ocasionando roces que inciden negativamente en la forma en que los colaboradores de una empresa conducen sus relaciones interpersonales, dando como resultado enojos, incomodidades y hasta despidos.

Conforme el rumor va circulando, sea cierto o no, causa irritabilidad a las personas, asimismo un ambiente hostil, que se ve reflejado en su actitud y comportamiento en el lugar donde se desarrolla esta mala práctica de la comunicación

Dentro de una empresa es muy importante regular y controlar esta mala práctica de la comunicación por medio de evaluaciones del clima laboral, actualmente hay mucha información acerca del tema, que las empresas pueden tomar en consideración para controlar este factor, los colaboradores deben que sentirse cómodos para trabajar de manera eficiente y lograr desarrollarse de la mejor manera posible.

El desequilibrio que puede causar el rumor es un tema que debe ser tomado en cuenta por la administración de las empresas y darle seguimiento para tomar las medidas correctivas que sean necesarias, pues no solo está en juego la reputación de una persona sino la confidencialidad de cierta información que no puede estar siendo divulgada de pasillo en pasillo, pues a ésta escala, el rumor no solo afecta la reputación de una persona, sino también puede tener repercusiones económicas en las operaciones de las empresas, por el bajo nivel en el desempeño laboral de el o los colaboradores que se vean afectados por este fenómeno.

Actualmente es común escuchar rumores como, por ejemplo: “la secretaria “x” es pareja o anda con el jefe del departamento “y”, o bien “el jefe del departamento de recursos humanos es gay, etc.

Es frecuente, por ejemplo, que determinados empleados se comuniquen informalmente con los responsables del departamento de recursos humanos, dado que dicho departamento no ejerce una supervisión directa sobre éstos. Siempre que la dirección de recursos humanos esté en disposición de escuchar, encontrará una valiosa información que le proporcionara retroalimentación sobre aspectos muy diversos, como identificación de problemas laborales, políticas y procedimientos, calidad de las relaciones laborales, etc.

La dirección de recursos humanos debe demostrar no solo la capacidad para escuchar, sino también para guardar la confidencialidad y habilidad para averiguar qué hay de cierto en la información que recibe, en vista que el rumor es muy difícil de controlar, pues tiene

la facilidad para expandirse muy rápidamente y puede llegar a trascender los límites de la empresa.

También pueden elaborarse encuestas de actitudes, que constituyen formas sistemáticas de obtener información de los subordinados. Estas pueden hacerse a través de entrevistas o cuestionarios totalmente anónimos con el fin de evitar más roces.

La información que puede obtenerse de este método es muy variada, un ejemplo de ello según Fernández V. (2010:130) es recabar información sobre opiniones de condiciones laborales, sobre las características de la supervisión o sobre nuevos programas que vayan a implantarse en la empresa. A partir de esa información se puede determinar cómo los subordinados ven a los directivos o el grado de aceptación que llegará a tener un proyecto.

Existen informes que ponen de manifiesto que el hostigamiento psicológico en el trabajo conocido como “mobbing”, afecta a todos los ámbitos y sectores, si bien se encuentra generalmente ligado al sector del servicio, en el que las condiciones de precariedad e inseguridad en el trabajo son más latentes. Danza F. y Pérez J. (1998).

El acoso moral conduce a los trabajadores sometidos a él, a sufrir depresiones y dolencias físicas e incluso en ocasiones, puede llevarlos al suicidio. Por lo que a los rumores se les puede tipificar como acosos que pueden repercutir en gran manera. Fontana M. (2004:44).

La amenaza de la pérdida del empleo o la inseguridad en el mismo, alentada por el rumor empresarial o por el despido de otros trabajadores, cuyo efecto alarmante se acrecienta cuando se relaciona con amigos o compañeros de equipo, siembre sombras de pesimismo en el sujeto y puede hacerle caer en la depresión.

La falta de una comunicación suficiente con los compañeros o con los jefes es el origen más frecuente de una situación de aislamiento laboral. Un ambiente de trabajo dominado por el autoritarismo, la descalificación, la búsqueda o la falta de compañerismo, se

convierte en un lugar de desencuentro que hace difícil el mantenimiento de unas relaciones interpersonales armónicas y siembra por doquier el aislamiento a la sensación de soledad. Alonso F. (2011:142)

No se puede tener un control al cien por ciento las relaciones entre las personas que trabajan en una empresa (pues no se puede tener control sobre lo que piensan y sienten); se debe al menos tener una política abierta que permita que dichos trabajadores puedan acercarse sin ningún temor y tratar los problemas que están enfrentando, pues al dar solución a un problema se reduce notablemente las reacciones negativas o represalias que se ven en muchas entidades.

Es evidente que, al tener una correcta comunicación, incluyendo a todos los colaboradores de una organización; esta marchará de mejor manera, al cumplir todos sus procesos de forma eficiente, permitiendo el desarrollo no solo de la misma, sino de las personas que tengan relación con ella.

Como se ha tratado, dentro de las organizaciones es difícil evitar la comunicación informal, como es el caso de los rumores, no deberían darse pero no se pueden evitar en un cien por ciento, de acuerdo con Gibson y Donnelly (1999) "se estima que las organizaciones estadounidenses generan 33 millones de rumores al año, en este sentido se presentan las siguientes tipologías:

1. Castillos en el aire, situaciones de la empresa.
2. Conductas de cuñas, son las más dañinas y suelen difundir rumores como:

"Mary logró ascenso porque se acostó con el jefe", "Antonio tiene SIDA"

Este tipo de rumores son los que más perjudican la imagen de una persona. Los rumores se deben principalmente a intereses por parte de algunos trabajadores de generar nerviosismo y frustración, si un tema es insignificante o no reviste interés para una persona, esta no tiene una razón, para comunicar un rumor al respecto. En otras

palabras, se transmite la información que a las personas les sirva de entretenimiento, esto posiblemente debido a los patrones culturales en los que nos hemos desenvuelto desde nuestra más temprana infancia.

El rumor es información no verificada con un interés relevante para las personas activamente implicadas en su difusión. Los rumores tienden a cambiar conforme pasan de un individuo a otro, pero el mismo tiempo es habitual que pueda mantenerse su tema general.

Los rumores están sujetos a filtraciones, con lo cual se reducen a unos cuantos detalles fundamentales que se pueden recordar y comunicar al otro, por lo regular las personas eligen detalles de los rumores que se ajustan a sus propios intereses y visión del mundo. No obstante, también agregan nuevos detalles, lo cual con frecuencia empeora la historia, además de incluir sus propios sentimientos y razonamientos, a este proceso se le denomina tergiversación, lo cual de manera directa afecta los involucrados, (Fernández, E. 2010), y a largo plazo el desenvolvimiento de la empresa para la que laboran.

2.15 Medidas para superar las barreras en la comunicación

Alma León explica en su libro "*el desarrollo de la comunicación profesional*" las medidas para superar algunas de las barreras para que el proceso de comunicación se haga más efectivo entre los individuos que lo desarrollan:

Psicológicas	Ideológicas
Evitar los prejuicios.	Investigar previamente las características principales del interlocutor.
Tomar en cuenta los puntos de vista de la otra persona.	Manifestar respetuoso las ideas, creencias y costumbres de los demás.
Tratar de comprender las necesidades del interlocutor.	Considerar las reacciones del receptor para la formulación del mensaje.
Establecer la confianza mutua.	Evitar el empleo de palabras y expresiones que afecten negativamente al receptor.
Encontrar un campo de experiencia común.	
Sensibilizarse al mundo del receptor.	
Escoger el momento más apropiado.	
Escuchar con atención al interlocutor.	

Fuente: León, A. (2005). Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional [Figura].

2.16 Ética

La ética tiene como objeto de estudio la "moral", a pesar de que etimológicamente tenga un concepto semejante en sus raíces griegas y latinas. Del griego *ethikós*, que viene de *ethos* para significar costumbre, hábito; y del latín *moralis*—"relativo a las costumbres"—, derivado de *mos*, *moris*: "uso, costumbre".

Para Aristóteles (384^a. C.–322^a. C.), la ética era la ciencia práctica que versa sobre la naturaleza y el objeto de la acción humana. Se ocupa de las virtudes morales que no son innatas, ya que se adquieren mediante la práctica y se pierde por falta de ésta. Decía:

“Lo que hace de alguien una buena persona es el estado habitual de su alma, es decir, el estado de su carácter”.

Epicuro (341^a. C.–270a. C.) afirmaba que “era la búsqueda de la felicidad concebida como la eliminación del dolor” y Bertrand Russel, ganador del Premio Nobel de Literatura en 1950, decía que “son principios generales que ayudan a determinar las reglas de conducta”.

Se hace evidente que la ética ocupa un lugar preponderante en el desarrollo del pensamiento filosófico, formando parte de uno de los tres brazos que dan lugar al estudio de todas las cosas, por lo que no se pueden concebir ideas completas o estudiar los que haceres humanos sin el estudio de la ética como parte de la axiología, como parte de la conducta individual o grupal (Torres; 2014:9).

La moral, por otro lado, sería la norma de vida de los individuos que se basa en la práctica de las buenas costumbres de cada pueblo. La moral aborda el estudio de la normatividad (leyes, reglas, preceptos, deberes, etc.) desde su aparición, permanencia, decadencia y reforma.

Dice Dider Julia que: *“generalmente nos planteamos el problema de la moral desde el momento en que reflexionamos sobre nuestra vida y sobre el sentido que deseamos darle. Que el problema tiene dos soluciones generales; de acuerdo con la primera, el fin supremo del hombre es la felicidad (epicureísmo, utilitarismo ingles); de acuerdo con la segunda, la meta más elevada del hombre es la virtud o práctica del deber (estoicismo, moral de Kant)”.* (Torres: 2014:15).

Entonces, mientras que la moral es la “conciencia social” (esa que rige las interacciones y lo que se considera “bueno” o “malo”) y se practica y modifica la vida propia, la ética se encarga del estudio de la moral desde un punto más “objetivo” (no juzga lo que es bueno ni lo que es malo, ni impone un determinado sistema moral), en donde es el resultado de

la necesidad real y la racionalidad y busca la universalidad, ésta se rige por el régimen económico y social de cada pueblo— esta depende de su entorno y la cultura.

La moral no sólo se presenta como sistema de normas o valores, sino, también, como una peculiar característica del perfil espiritual de las personas, de la ideología y de la psicología de una clase, de un pueblo. La conducta objetiva buena y justa es moral, la injusta y mala es inmoral. Para los idealistas, la moral es absolutamente independiente de las condiciones materiales de la vida de las personas. Para los marxistas, ésta la define en condiciones históricas concretas. A medida que las formas de orden social y económico evolucionan, las normas morales también.

- **Normas**

1. Disposición, regla, precepto legal o reglamentario (norma jurídica).
2. Comportamiento conforme a uso, contrato o práctica.
3. En el ámbito moral, medida o regla de los actos humanos, idea a la cual se deben adecuar los actos del hombre para que se dirijan al bien moral.

—Real Academia Española (RAE, 2016).

El vocablo norma proviene del latín *norma-ae* que en su acepción más general significa regla que se debe seguir, una exigencia sentida de la conciencia. Esto concluye dos tipos de normas según la relación del humano con el mundo real:

1. **El de la naturaleza:** también se les conoce como reglas técnicas y son las reglas de la conducta que postulan lo que tiene que hacerse para alcanzar fines determinados en orden a la naturaleza. Estos pueden ser: la espiritualidad, la supervivencia, convivencia y reproducción de la especie.
2. **El de la sociedad:** Ley positiva, es la razón humana en cuanto se aplica al gobierno de todos los pueblos en la Tierra, y las leyes políticas y civiles de cada

nación no deben ser otra cosa, sino que casos particulares en que se aplica la misma razón humana. Estos son: derechos humanos, derechos políticos, estados políticos y derecho civil.

- **Categorías de Normas**

1. Normas Morales: Son reglas de conducta que conllevan un deber ser, cuya finalidad es encontrar la convivencia entre los individuos y se basa en el respeto.
2. Normas Sociales: Para la convivencia del humano en grupo o comunidad, siendo su finalidad regular, formal y externamente, la convivencia del individuo. Estas cambian según sea la cultura y origen.
3. Normas Religiosas: Son principios que los individuos consideran emitidos por Dios o derivados de lo divino o sobrenatural.
4. Normas Jurídicas: Emitidos por el Estado, generalmente por el poder legislativo.

2.17 Ética Profesional

La ética profesional, también llamada Deontología, es un conjunto de normas y valores que mejoran y regulan un ambiente laboral y las actividades profesionales. Ésta es fundamental para cualquier persona en cualquier ejercicio profesional u oficio, ya que les permite un curso de acción en un marco limitado y predeterminado, eliminando o disminuyendo cualquier posibilidad de error o mala práctica profesional.

Su función principal es la de crear responsabilidad en cada trabajador y se fundamenta en la racionalidad de las personas; haciendo su objetivo el trabajo en equipo y el bien común, y dejando de lado los beneficios individuales. La ética profesional se maneja a través de códigos legales regulados por las empresas o el Estado, que se maneja con tres principios:

- Principio de beneficencia: Esta se refiere a que el trabajador no sólo debe ser moralmente correcto o tener buenas intenciones, sino que debe realizar acciones eficaces.
- Principio de autonomía: Esta se refiere a que como un profesional la persona debe entender que las personas a las que ofrece sus servicios son sujetos de derechos y, por lo tanto, capaz de tomar decisiones.
- Principio de justicia: Esta se refiere que en la práctica cada persona en el ejercicio profesional debe cumplir con su deber y con “lo que le toca” para que la organización funcione y existía armonía.

2.18 Ambiente Laboral

El ambiente laboral es un factor importante en un grupo de trabajo. Desde la perspectiva de una empresa, puede definirse como la suma de elementos que influyen en el clima organizacional, la productividad y el desempeño de los trabajadores. Es la “personalidad” de la empresa.

Es un componente multidimensional de elementos que pueden descomponerse en términos de estructuras organizacionales, tamaño de la organización, modos de comunicación, estilos de liderazgos de la dirección, entre otras cosas. Es todo lo que no se ve y lo que se ve. Las organizaciones, como sistemas complejos, interactúan con fuerzas externas. Un sistema abierto tiende a un estado de equilibrio con el entorno mediante un intercambio continuo de materiales, datos y energía.

“El entorno engloba todo aquello ajeno a la empresa como organización. Se trata, por tanto, de un concepto que incluye la totalidad de fuerzas externas que puedan influir en algún aspecto de la actividad organizacional. Según Downey y Slocum (1982; p.195), “el entorno organizacional es un conjunto de personas, grupos y organizaciones con las

cuales la organización tiene relaciones de intercambio y es dependiente para su viabilidad". (Fuentes y Cordón; 2011;95)

Un ambiente laboral positivo (aquel donde se alienta a cada trabajador y se reconoce su esfuerzo, y la buena comunicación es vital) genera mejores resultados que uno negativo y tóxico, donde predomina la competencia improductiva y la mala comunicación y malos entendidos abundan.

Buena comunicación, respeto, compromiso, ambiente agradable y un sentimiento de satisfacción son algunos de los muchos factores que puntualizan un clima laboral favorable, una alta productividad y un alto rendimiento. El ambiente laboral determina las relaciones sociales en un grupo de trabajo, pero a su vez son las relaciones sociales las que definen el ambiente laboral.

Características del ambiente laboral:

- El ambiente laboral es permanente, quiere decir que se mantiene en cada área en diferentes grados.
- Los comportamientos de los trabajadores se modifican por el ambiente de una empresa.
- Ejerce compromiso e identificación con la empresa.
- Afecta los propios comportamientos y actitudes de cada trabajador.
- El ambiente laboral valida el recurso humano como lo más importante.

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Método de investigación.

Se utilizó el método de inducción completa, partiendo de casos particulares para llegar a conocimientos generales.

Su enfoque fue mixto, cuantitativo ya que se utilizó la descripción de la opinión de los trabajadores por medio del cuestionario y cualitativa basada en la observación de la comunicación e interacción de dichos empleados dentro del área laboral de una de las agencias de telecomunicaciones.

El alcance de la investigación fue descriptiva, no experimental, transeccional. No experimental porque se trabajó sobre la variable opinión crítica de los trabajadores de una de las agencias que forma parte de una empresa de telecomunicaciones. Descriptivo ya que se describió el objeto de estudio y transeccional porque se realizó la investigación en un período de tiempo determinado (primera semana de marzo).

3.2 Objetivos de la investigación

3.2.1 Objetivo General

Determinar si el rumor y su esparcimiento afectan la dinámica interpersonal entre los colaboradores de una agencia, que pertenece a una empresa de telecomunicaciones.

3.2.2 Objetivos Específicos

1. Señalar las repercusiones de la formulación de rumores.

2. Exponer los problemas que puede generar a nivel institucional el surgimiento de rumores.
3. Identificar las barreras de comunicación que se generan entre trabajadores debido al surgimiento de rumores.

3.3 Técnica

3.3.1 Encuesta

“Método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (Buendía, Colás, Hernández 1998, p.120). Se utilizó para identificar los problemas que aquejan a los participantes, con relación al rumor.

3.3.2 Observación

“Implica adentrarnos en profundidad a situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones”. (Hernández, Fernández, Baptista 2006, p.587). Se utilizó para obtener la mayor cantidad de información respecto al objeto de estudio, su entorno y su interacción comunicacional.

3.4 Instrumento

Cuestionario, instrumento básico de la encuesta, auxiliar para la obtención de información sobre la opinión de cada una de las personas entrevistadas, para complementar la investigación.

Adicionalmente, se utilizó la guía de observación para detectar y asimilar información con una visión global de los hechos objeto de estudio, enlistando fechas y horas exactas de los eventos acaecidos.

Fichas bibliográficas, para registrar datos resumidos de las diferentes fuentes bibliográficas, que sirvieron de apoyo en la investigación realizada.

3.5 Población

Se tomó como población la totalidad del personal (20 personas) que labora en la agencia ubicada en la ciudad capital, que pertenece a una empresa de telecomunicaciones, los trabajadores se encuentran entre las edades de 22 y 55 años.

3.6 Análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de los datos recolectados se utilizó la hoja de cálculo Excel, básicamente para la tabulación de los mismos y la creación de gráficas para ilustrar los datos relacionados, de manera que se facilite la comprensión y explicación de los porcentajes y diferencias entre los resultados obtenidos dentro de las variables.

Se hizo uso de la distribución de frecuencias, para ordenar los datos recolectados y determinar los resultados en porcentajes, presentándolos en histogramas y gráficas circulares.

Se utilizaron las medidas de tendencia central y de varianza para llegar a los resultados de la escala de actitudes del tipo Likert.

Capítulo 4

Análisis de resultados

4.1 Análisis de resultados de la encuesta

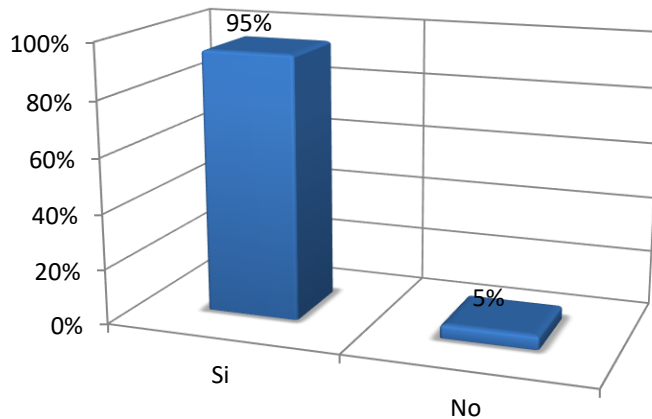
Las encuestas fueron realizadas en una de las varias agencias pertenecientes a una empresa de telecomunicaciones, en la que se seleccionó a todos los empleados que ahí laboran, siendo un total de 20 personas entre hombres y mujeres cuyas edades oscilan entre los 22 y 55 años. Derivado de las encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados:

¿Conoce el significado de la palabra rumor?

Cuadro 1

Respuesta	Total	%
Si	19	95
No	1	5
Total encuestados	20	100

Gráfica 1



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

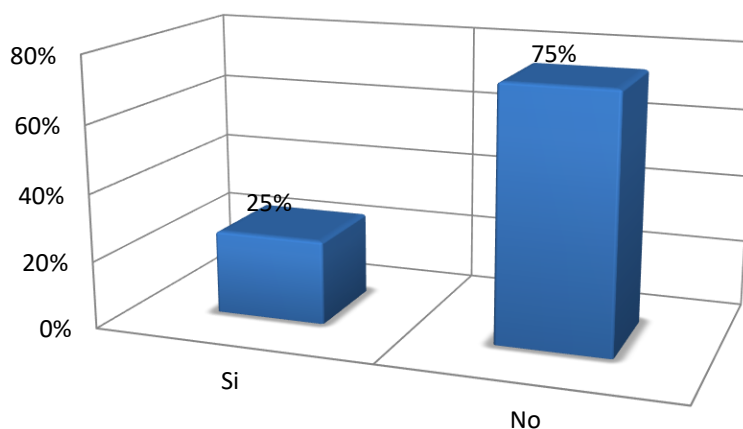
El 95% de las personas manifiestan que tienen conocimiento sobre el significado de la palabra rumor, sin embargo, el otro 5% indicó que no conoce el significado de esa palabra, verbalmente manifestaron que sí han escuchado la palabra, pero carecen de un conocimiento explícito sobre la misma. Con esto se puede determinar que, en su mayoría la población tiene el conocimiento de lo que significa el rumor, lo conocen y posiblemente se han visto involucrados en más de algún rumor.

¿A su criterio el rumor es veraz?

Cuadro 2

Respuesta	Total	%
Si	5	25
No	15	75
Total encuestados	20	100

Gráfica 2



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

El 25 % de los encuestados indicó que el rumor es veraz, sin embargo, el otro 75% asegura que no lo es. Con esto se pudo evidenciar que el conocimiento de lo que significa la palabra rumor, en este lugar de trabajo es únicamente superficial, si se comparan los

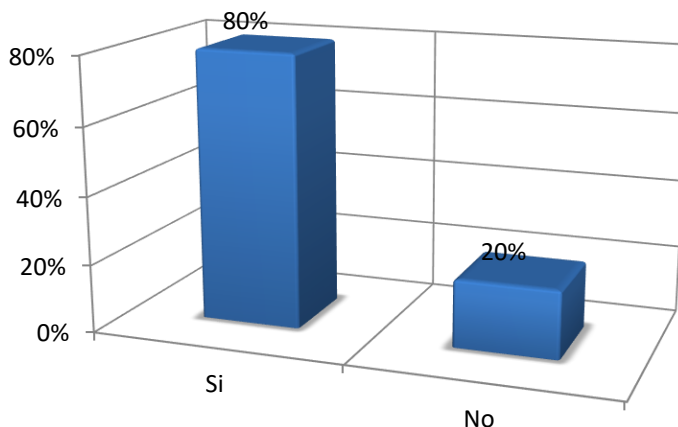
datos obtenidos en esta pregunta contra los datos de la pregunta anterior y estos a la vez contra el significado del rumor enunciado en esta tesis, ya que la gran mayoría tiene la seguridad de que el rumor no puede tener veracidad.

¿El rumor puede influir en su desempeño laboral?

Cuadro 3

Respuesta	Total	%
Si	16	80
No	4	20
Total encuestados	20	100

Gráfica 3



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

El 80% de los encuestados indicó que el rumor puede influir en su desempeño laboral y el 20% indicó que no. Verbalmente expusieron que al momento de verse involucrados en algún tipo de rumor o trabajar bajo este ambiente, no podían realizar sus labores con comodidad debido a que se sentían observados todo el tiempo y no querían ser víctimas de algún portador de rumores.

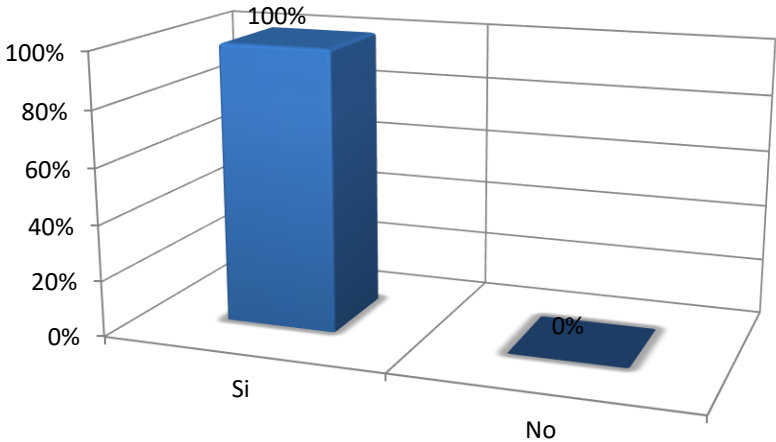
Estos porcentajes, evidencian que el rumor puede afectar significativamente el desempeño de las personas en un ámbito laboral, ya que puede generar bajo desempeño, así como tendencias a cometer errores, tratando de evitar ser víctimas de esta clase de información, sea fundamentada o no.

¿Cree que el ambiente laboral tenga efectos negativos a causa de los rumores?

Cuadro 4

Respuesta	Total	%
Si	20	100
No	0	0
Total encuestados	20	100

Gráfica 4



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

El 100% de los encuestados indicó que el ambiente laboral tiene efectos negativos a causa de los rumores, manifestaron que en su mayoría tienen muy poca comunicación entre sí, pues la información que reciben casi siempre es distorsionada o mal

interpretada, adicional a ello no hay confianza en cuanto a exponer alguna opinión, ya que la información no se traslada según el mensaje original.

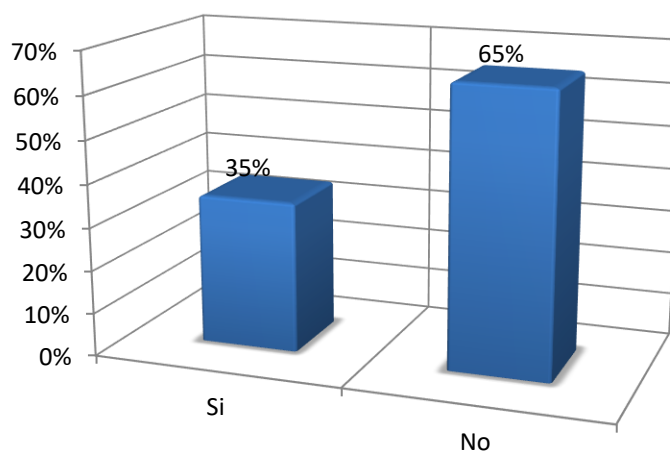
Este dato es alarmante, toda la población asegura que el ambiente laboral está siendo altamente perjudicado por los rumores, no sienten libertad para expresarse por temor a los rumores, esto crea en los trabajadores un efecto negativo, pues existe incomodidad en su ambiente laboral, incidiendo negativamente en su desempeño así como para lograr un buen trabajo en equipo.

¿En su área de trabajo, se comprueban los rumores antes de acusar a los involucrados?

Cuadro 5

Respuesta	Total	%
Si	7	35
No	13	65
Total encuestados	20	100

Gráfica 5



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

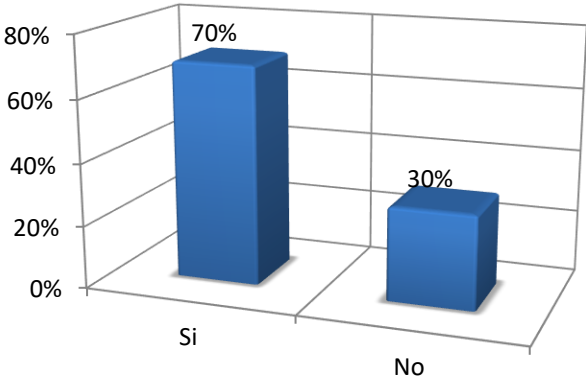
El 65% de los encuestados indicó que en su área de trabajo no se comprueban los rumores antes de acusar a los involucrados y el 35% indicó que sí se comprueban. Manifestaron que primero se toman medidas disciplinarias y posteriormente se investiga qué ocurrió, no se verifica si es cierta la información que se recibe de primera mano. Esto genera descontento y sentimiento de falta de apoyo en el personal, pues no se sienten respaldados y esto consecuentemente afecta su desempeño laboral. Lo correcto debería ser primero verificar si toda información recibida tiene fundamento antes de tomar medidas.

¿Los rumores le han generado algún problema en su área de trabajo?

Cuadro 6

Respuesta	Total	%
Si	14	70
No	6	30
Total encuestados	20	100

Gráfica 6



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

El 70% de las personas encuestadas indicó que el rumor les ha generado algún problema en su área de trabajo y un 30% indicó que no han tenido problemas debido a esto. Manifestaron verbalmente que han tenido problemas debido a que la información es mal interpreta y cuanto se traslada a la persona interesada, esta a su vez no confirma la información recibida, esto crea conflicto y rechazo entre compañeros, creando divisionismo.

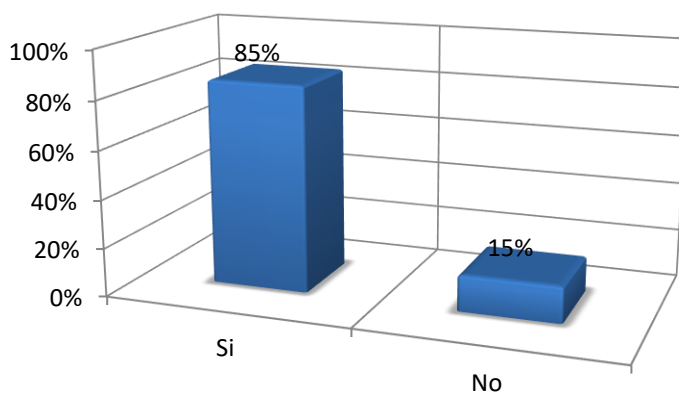
Con este resultado se determina que existe un gran déficit de comunicación asertiva, existe una barrera de comunicación debido a que el mensaje no se recibe de manera correcta y, el feedback del mismo es nulo o deficiente, y en ocasiones para evitar malos entendidos se limita la comunicación.

¿Considera que el rumor afecta su comunicación con otros compañeros?

Cuadro 7

Respuesta	Total	%
Si	17	85
No	3	15
Total encuestados	20	100

Gráfica 7



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

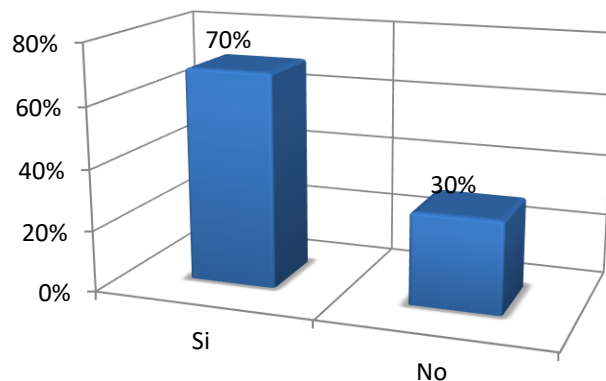
El 85% indicó que el rumor afecta la comunicación entre compañeros y el 15% indicó que no. Si el total de la población es de 20 personas, esto significa que 17 personas consideran que el rumor está afectando la comunicación entre compañeros, este dato comprueba que no existe buena comunicación en el área laboral y que ésta se ve perjudicada por los rumores, que han causado distanciamiento por lo que el acto de comunicación se ve disminuido a únicamente información, ya que se carece de retroalimentación por parte del receptor, debido a que no existe la confianza de trasladar un mensaje sin el temor a que este sea mal interpretado o que al pasar de boca en boca sea distorsionado, y al final no llegue el mensaje original al receptor.

¿Considera que el rumor es una forma de violencia?

Cuadro 8

Respuesta	Total	%
Si	14	70
No	6	30
Total encuestados	20	100

Gráfica 8



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

El 70% encuestado indicó que el rumor es una forma de violencia, en cuanto el otro 30% indicó que no es una forma de violencia.

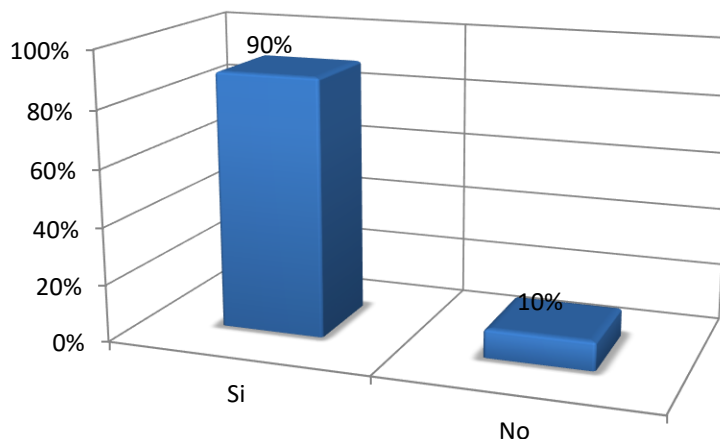
Con este resultado se puede observar que en su mayoría coinciden en que el rumor es una forma de violencia ya sea verbal, psicológica o de privacidad, porque genera mal humor, falta de interés en el área laboral, desunión entre compañeros y ambiente de temor.

¿Cree que el rumor sea una forma de manipular a las personas?

Cuadro 9

Respuesta	Total	%
Si	18	90
No	2	10
Total encuestados	20	100

Gráfica 9



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

El 90% de los encuestados indicó que el rumor es una forma de manipular a las personas y el 10% manifestó que no es una forma de manipulación. Con estos datos se puede observar que en su mayoría han tenido contacto con el rumor, han visto los efectos que

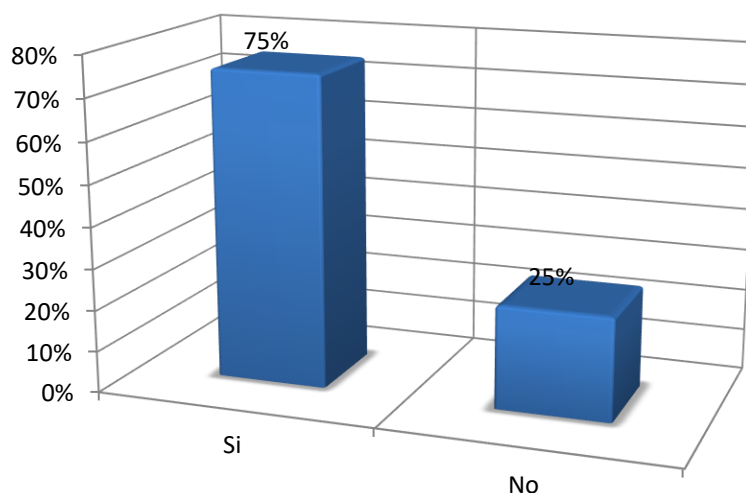
éste puede llevar a su área de trabajo y que hay quienes lo han utilizado para manipular la situación o a las personas según su conveniencia, para fines individuales y no en pro del trabajo y del buen clima laboral.

¿Cree que el rumor pueda ser la causa de un despido?

Cuadro 10

Respuesta	Total	%
Si	15	75
No	5	25
Total encuestados	20	100

Gráfica 10



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

El 75% de las personas indicó que el rumor puede llegar a ser la causa de un despido, debido a que, como se mencionó con anterioridad, la información no se confirma antes de acusar a algún involucrado y estos mismos rumores se trasladan a altos mandos, los que a su vez en lugar de consultar con las personas involucradas, toman como verdadera la información recibida por otras personas. Indicaron que esto les genera un clima laboral

inestable, ya que no pueden confiar que la información se verificara antes de tomar una decisión y esto puede generar un despido. El otro 25% de los encuestados indican que no hay ninguna causa por la cual el rumor pueda llevar a un despido y que aunque no han tenido algún inconveniente con rumores, confían en que la información será verificada antes de cualquier acción.

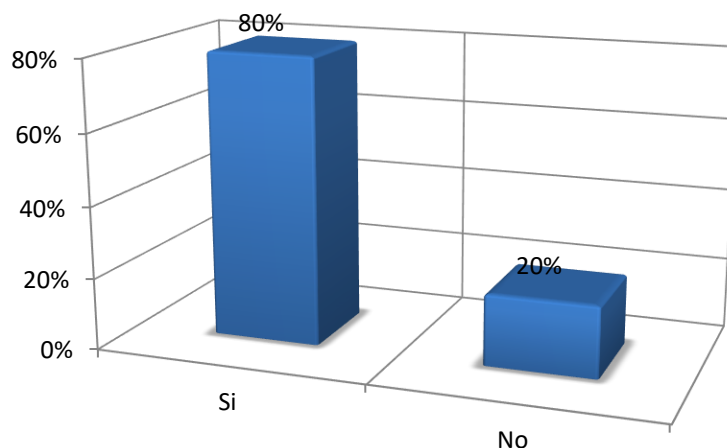
Se observa en estos resultados, que el personal labora con temor a verse envuelto en alguna acusación que no sea comprobada con antelación e incluso se puede interpretar, según lo expuesto, que ya han tenido inconvenientes con sus jefes, debido a rumores y debido a esto aseguran que el mismo puede ser la causa de un despido

¿Cree que el rumor influya para tomar una decisión?

Cuadro 11

Respuesta	Total	%
Si	16	80
No	4	20
Total encuestados	20	100

Gráfica 11



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

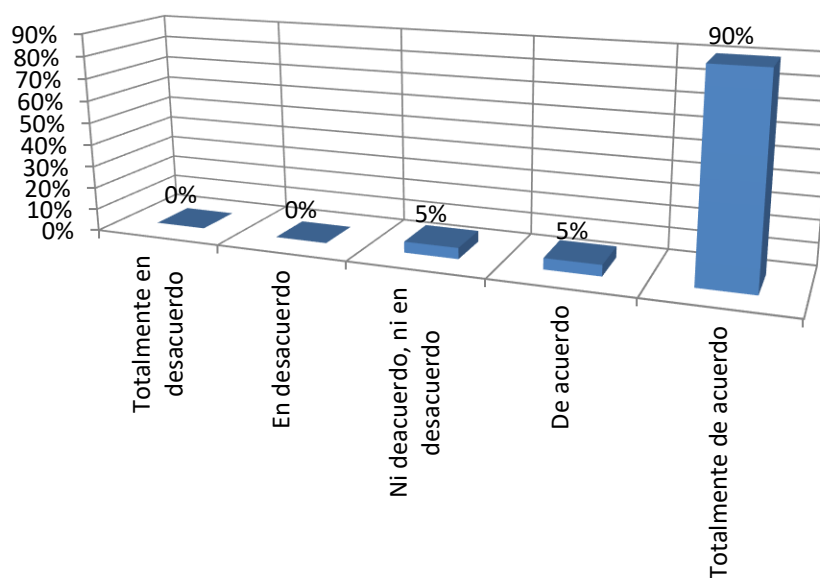
El 80% de la población indicó que, debido a que en la información que se recibe independientemente del cargo que se desempeñe, el rumor no es comprobado antes de tomarlo como veraz, éste sí puede influir en la toma de decisiones, el 20% indicó que no creen que un rumor pueda influir sobre una toma de una decisión, al analizar estos datos, que por un mínimo rango de diferencia coinciden con la pregunta anterior en porcentajes, la probabilidad de que las mismas personas que indicaron que no han tenido algún inconveniente con rumores, sean las mismas que contestaron que el rumor no es influyente en una decisión, es bastante alta.

¿Los chismosos ocasionan conflictos y problemas con otras personas?

Cuadro 12

Respuesta	Total	%
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	5
De acuerdo	1	6
Totalmente de acuerdo	18	90
Total de encuestados	20	100

Gráfica 12



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

A los encuestados se les hizo la interrogante sobre si, las personas a las que burdamente se les llama chismosas, ocasionan conflictos y problemas con otras personas en su entorno. Un 5% manifestó que no están seguros sobre si estas personas causen algún tipo de problema con otros compañeros, otro 5% indicó que efectivamente este tipo de

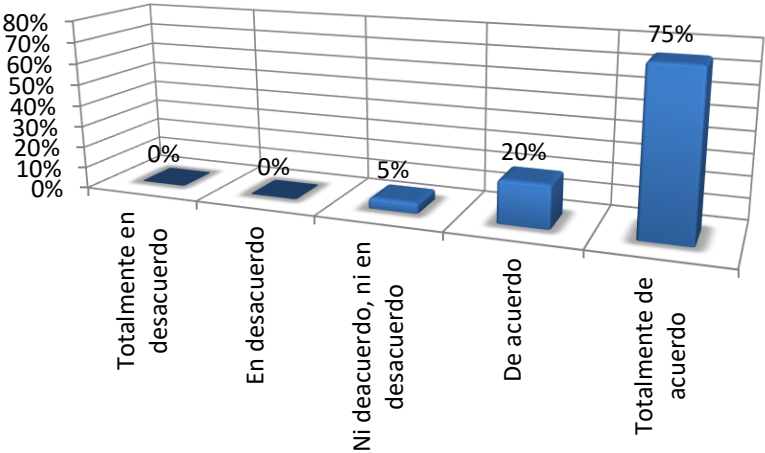
personas han ocasionado conflictos entre compañeros, afectando su relación de trabajo y un 90% manifestó que están totalmente de acuerdo en que los chismosos causan serios problemas entre compañeros. Verbalmente indicaron que en su área laboral se han tenido varios inconvenientes por este tipo de prácticas y los lazos entre compañeros se han ido quebrando, así como la buena comunicación, creando una barrera y limitándose a interactuar solo lo necesario.

¿Cree que el rumor, la murmuración o las habladurías afecten la eficacia de un equipo de trabajo?

Cuadro 13

Respuesta	Total	%
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	5
De acuerdo	1	6
Totalmente en de acuerdo	18	90
Total de encuestados	20	100

Gráfica 13



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo realizada a los colaboradores en marzo 2018

Un 5% respondió que no creen que las murmuraciones o habladurías afecten la eficiencia de su equipo de trabajo, un 20% indicó que estas prácticas afectan la eficiencia de su equipo de trabajo, ya que algunos compañeros se enfocan más sobre lo que están haciendo sus otros compañeros, que en sus propias tareas. Un 75% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo sobre lo mucho que ha afectado al grupo de trabajo las habladurías, murmuraciones y rumores; el ambiente de trabajo se ha vuelto muy tenso, el trabajo en equipo se ha ido dañando cada vez más, ya que en su entorno es muy frecuente hacer murmuraciones sobre compañeros y para evitar ser víctimas de alguna habladuría, cada quien se dedica a trabajar individualmente, afectando su rendimiento como equipo de trabajo.

4.2 Análisis de Observación

Según los datos obtenidos de acuerdo a la observación realizada en el mes de marzo de 2018 en una de las varias agencias pertenecientes a una empresa de telecomunicaciones se obtuvieron los siguientes resultados:

El ambiente laboral, el trabajo en equipo, la confianza, la interacción entre compañeros, se encuentra altamente deteriorada debido a los rumores. En su mayoría prefieren trabajar individualmente, que formar equipo con algún compañero, debido a que toda acción realizada, todo mensaje comunicado, es tergiversado y distorsionado, esto crea molestia y conflicto entre compañeros; su convivencia ya no es placentera, viéndose afectado el clima y el desempeño laboral.

Entre los empleados existe una gran ausencia de comunicación, la información recibida no es comprobada, provocando que esta información no se convierta en un mensaje por la falta de retroalimentación.

Dentro de esta agencia se observó la carencia de ética y profesionalismo entre colaboradores que tienen una misma posición, así como entre jefes y subordinados, lo que repercute en el desempeño de las labores diarias del grupo de trabajo.

La atención hacia los clientes de la misma manera se ve afectada ya que cualquier equivocación puede ser motivo de generación de rumores o por el malestar generado a causa de algún conflicto surgido durante el periodo laboral.

4.3 Resumen Estadístico

Según los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas en el mes de marzo del año 2018, y luego de analizar los datos, se estableció que: del total de empleados de una de la agencias perteneciente a una empresa de telecomunicaciones, el 95% está consciente sobre el significado de la palabra rumor, sin embargo se ha determinado que si bien, tienen una noción sobre a qué se refiere esta palabra, su conocimiento está alejado de su verdadero significado (es una información cuya veracidad está en duda o no puede corroborarse, puede tener o no fundamento) el otro 5% conocen la palabra, la han escuchado en alguna parte, sin embargo, tienen poco o ningún conocimiento sobre su significado. Para el 25% de los encuestados el rumor es veraz y para el 75% el rumor es falso, es algo que se inventa y no tiene ningún fundamento.

Un 80% de las personas encuestadas manifestó que el rumor puede influir en su desempeño laboral, debido a la incomodidad que se siente al estar en un ambiente donde se observa cada movimiento realizado, y el 20% indicó que el rumor no influye para nada en su desempeño laboral. Sin embargo, el 100% de los encuestados indicó que su ambiente laboral tiene efectos negativos a causa de los rumores, ya sea por la generación de rumores o por la falta de comprobación de los mismos, ya que un 35% indicó que antes de acusar a los involucrados o víctimas de un rumor, la información es comprobada, pero un 65% indicó lo contrario, argumentan que la información presentada por un rumor no es comprobada y se acusa o se amonesta a los involucrados.

Así mismo un 70% de las personas indicó que el rumor les ha generado problemas en su área de trabajo, ya que toda acción o mensaje transmitido es tergiversado y deformado. Y aunque solo un 30% indicó que no han tenido problemas en su área laboral a consecuencia de algún rumor, cuando se les preguntó si el rumor afectaba su comunicación con otros compañeros, un 85% indicó que sí y sólo un 15% indicó que no, esto da como resultado un grave problema de comunicación dentro de la agencia. Para

el 70% de los empleados el rumor es una forma de violencia de tipo psicológica y afecta su comunicación interpersonal y para el 30% restante el rumor no les representa una forma de violencia.

Sin embargo, el 90% de las personas cree que el rumor es una forma de manipular a las personas, es utilizado para manejar las distintas situaciones que se den dentro del área laboral, y el 10% indica que el rumor no es una especie de manipulación. Pero el 75% de los encuestados manifestó que el rumor puede ser la causa de un despido, debido a la información no comprobada tomada como cierta y un 25% manifestó que el rumor no podría ser la causa de un despido, pues tienen la confianza de que se comprobaría cualquier información recibida, antes de tomar acciones, esto confirma que no se han visto involucrados en algún rumor y no están seguros sobre lo que ocurriría.

Para un 80% de las personas encuestadas el rumor puede influir en la toma de decisiones debido a la información no es corroborada; sin embargo, un 20% indicó que éste no es influyente a la hora de tomar alguna decisión. Como lo indicó un 90% de los encuestados al estar totalmente de acuerdo de que las personas, burdamente, llamadas chismosas ocasionan conflictos y problemas con otras personas, ya que toman una información y al transmitirla la van distorsionando, o divulgan información confidencial a la cual le alteran su contenido, un 5% estuvo de acuerdo sobre que este tipo de personas ocasionaban una serie de problemas entre compañeros, sin embargo un 5% no estuvo de acuerdo, ni en desacuerdo sobre si estas personas creaban conflictos y problemas con otras personas.

Así mismo un 5% respondió que no estaban ni de acuerdo, ni en desacuerdo sobre que los rumores, las murmuraciones o habladurías afectaran la eficacia de un equipo de trabajo, un 20% estuvo de acuerdo en que si creían que estos factores afectaban la eficacia de un equipo de trabajo y un 75% estuvo totalmente de acuerdo en que la eficacia de un equipo se veía muy afectada por las murmuraciones, las habladurías y rumores, los cuales a la vez afectan el trabajo en equipo y el clima donde se labora.

Por lo tanto, se concluye que, para los trabajadores de una de las agencias de una empresa de telecomunicaciones, según los resultados obtenidos y mostrados en las gráficas, el rumor es una barrera de comunicación, ya que impide el paso parcial o completo del mensaje, dañando la correcta comunicación y provocando la distorsión de la retroalimentación y esto impide establecer una buena interacción entre los colaboradores.

Conclusiones

1. Según los datos obtenidos se determinó que, los rumores afectan en gran magnitud la comunicación interpersonal de los colaboradores, debido a que estos están convencidos de que cuando se genera un mensaje, al ir trasladándolo de boca en boca y ser esparcido, éste se irá distorsionando y alejándose cada vez más del mensaje original. Esto genera problemas como desconfianza, aislamiento y poca comunicación entre compañeros. El rumor se convierte entonces en una barrera de comunicación que les impide tener la libertad de expresarse sin temor a ser víctimas de sus compañeros con los que laboran diariamente.
2. Los rumores generados en el ambiente laboral tienen fuerte repercusión entre la relación de compañeros, afectan el clima laboral, éste se torna en un ambiente hostil, por ende, no trabajan en equipo, ya que prefieren trabajar individualmente para evitar malentendidos. Los colaboradores trabajan con inseguridad por la falta de verificación, por parte de sus superiores, sobre la información que reciben, antes de tomar medidas contra los involucrados.
3. Al verse afectada la comunicación entre colaboradores de una misma área de trabajo, el malestar de convivir con las personas que fueron responsables de alguna llamada de atención hacia otro compañero o debido a la desconfianza creada entre compañeros a causa de los rumores, produce problemas a nivel institucional e impacta en el rendimiento de los colaboradores, afecta el clima laboral y esto repercute sobre los resultados que se espera genere la agencia globalmente, ya que no existe un equipo que se dirija hacia la misma meta, si no varias unidades en caminos diferentes, que al final generan diversos resultados, mas no los esperados para alcanzar los objetivos generales de la compañía.
4. El rumor socava las relaciones humanas, ya que genera conflictos y molestias entre compañeros, debido al infundio que vulnera la dignidad de la persona, su

buen nombre y su credibilidad. El rumor es una barrera de comunicación psicológica, que genera conflictos, afecta el estado de ánimo, el comportamiento de los colaboradores y produce miedos.

Recomendaciones

1. Capacitar en comunicación asertiva e inteligencia emocional a todo el personal, pues es imprescindible que tengan las herramientas de comunicación adecuadas que permitan interactuar sin ninguna clase de barreras, para el bienestar y comodidad de los propios colaboradores y sus relaciones interpersonales. La empresa contará con socios satisfechos que trabajen por el bienestar institucional.
2. Que la empresa capacite a todos los colaboradores que tienen personal a su cargo, para que tengan la capacidad de abordar y resolver las problemáticas de sus dirigidos, de forma imparcial y profesional buscando mejorar la comunicación ascendente y horizontal. De esta manera se podrán erradicadas las prácticas incorrectas de resolución de problemas, pondrán de manifiesto ante los empleados un mejor manejo de las situaciones conflictivas y generarán en ellos mayor confianza y estabilidad; los jefes y mandos medios ganarán credibilidad. Los empleados tendrán confianza de acercarse para resolver sus problemas.
3. Implementar un código de ética, con el fin de establecer reglas puntuales que permitan generar un ambiente laboral armónico y sanas relaciones interpersonales para todos los empleados. De esta manera los colaboradores aprenderán la forma adecuada de conducirse y actuar, beneficiando el ambiente laboral.
Debido a la importancia del código de ética, en los anexos de este trabajo se incluye una propuesta para su implementación.
4. Que la empresa desarrolle un programa que capacite a los colaboradores sobre el código de ética y la integridad, necesarios para el desarrollo de un clima laboral exitoso y una comunicación libre de barreras, principalmente los rumores que como hemos visto, inciden negativamente en el área laboral de las empresas.

Referencias Bibliografía

1. Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica*. España: Editorial Gesbiblo, S.L.
2. Ansedo, P. (2010) *La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento*. España: Escuela Universitaria de Relaciones laborales, Universidad Da Coruña.
3. Alborés, P. (2005). *Comunicaciones Interpersonales: Como obtener óptimos resultados profesionales, gracias a una comunicación eficaz*. España: Editorial Ideas Propias
4. Allport, G.W. y Postman, L. (1947). *The Psychology of Rumor*. Henry Holt, New York. Edición citada: (1973). *La psicología del rumor*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Psique.
5. Alonso, F. (2011). *¿Por qué trabajamos? el trabajo entre el estrés y la felicidad*. España: Ediciones Díaz Santos.
6. Azurdia I. (2014). *Barreras comunicacionales en los grupos de trabajo de estudiantes de licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
7. Barbero, M. (2002). *La teoría de la comunicación*. México.
8. Behar, A. (1994). *El Ruido y su control*. México: Editorial Trillas.
9. Beltrán, L. (2005). *Comunicación para el cambio social*. España: Kadmos.
10. Berlo, D.K. (1960). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: Editorial El Ateneo.

11. Buendía, Colás, Hernández (1998). *Métodos de investigación en psicopedagogía. España: respecto a la primera edición en español, por McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U: Editora Cristina Casado Lumbreras.*
12. Bunge, M. (1980). *Epistemología: curso de actualización.* Barcelona: Ariel.
13. Bunge, M. *La ciencia: su método y su filosofía.* Buenos Aires.
14. Bunge, M. (1975). *Teoría y realidad.* Barcelona: Ariel.
15. Castanedo, C. (2001) *Terapia de Gestalt, enfoque centrado en el aquí y ahora.* España: Herder editorial
16. Cervantes M. (1995). *La comunicación interpersonal en el proceso educativo.* Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
17. Coy, N. (2009). *Los Ruidos de Comunicación en una Agencia de Publicidad.* Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
18. Danza F. y Pérez J. (1988). *El hostigamiento psicológico en el trabajo: mobbing.* España: INSH.
19. De Saussure, F. (1976). *Curso de lingüística general (Sexta Edición ed.).* Buenos Aires: Editorial Losada.
20. Eco, U. (1965). *La estructura ausente.* Lumen, Barcelona.
21. Fernández, V. (2010). *Derechos humanos y relaciones laborales.* España: Netbiblo. S. L.
22. Fernández, E. (2010). *Administración de empresas, un enfoque interdisciplinar.* España: Editorial Paraninfo.

23. Fonseca M. (2005). *Comunicación Oral Fundamentos y práctica Estratégica*. México: 2da edición.
24. Fontana M. F. (2004). *Formación y orientación laboral*. Madrid, España: Editorial Akal.
25. Galindo, J. & Karam, T. (2009). *Sociología y Comunicología: Historias y Posibilidades*. Universidad Católica de Salta, Argentina.
26. Gibson y Donnelly (2001). *Comportamiento organizacional*. Editorial Mc Graw Hill, Mexico.
27. Goldhaber, G.M. (1974). *Organizational Communication*. Dubuque, Iowa: WC Brown. Edición Citada: (1984). *Comunicación Organizacional*, Ciudad de México: Editorial Diana.
28. Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mc. Graw Hill 4ta edición. México.
29. Hill, M. G. (2001). *Teoría de la comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: Interamericana de España.
30. Interiano, C. (1987). *Semiología y Comunicación*. Guatemala: Estudiantil Fénix, Universidad de San Carlos de Guatemala.
31. Kapferer, J. (1989). *Rumores, El medio de difusión más antiguo del mundo*. Emecé Editores, Buenos Aires, Argentina.
32. León A. (2005). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México: Limusa.

33. Martín Serrano, M. (2007). *Evolución e historia en el desarrollo de la comunicación humana*.
34. PedroniChautemps, A. M. (junio 1995). *Un acercamiento didáctico a la semiología*. Guatemala.
35. Pietrosevoli, L. *El chisme y su función en la conversación*. Venezuela: Universidad de los Andes. (2009) ResearchGate.net Archivo en PDF. Enero, 2009.
36. Sebeok, T. A. (1987). *El método de la investigación* (Colección Paidós Comunicación, Nº 30 ed.). (L. Güell, Trad.) Barcelona: Paidós.
37. Serrano, M. (2007). *Evolución e historia en el desarrollo de la comunicación humana*. España: Mc Graw Hill Interamericana de España.
38. Tapia, E. (2013). *Un estudio dinámico sobre la difusión de rumores*. Barcelona, España: Universidad autónoma de Barcelona.
39. Torres, Z. (2014) *Introducción a la ética*. México. Primer Edición EBOOK.
40. Valdetaro, S. (2015) *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. Santa Fé, Argentina.
41. Van-der C. y Hofstadt, R. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación*. España: Ediciones Díaz de Santos, 2º Edición.
42. Zires, M. (1995). *La dimensión cultural del rumor. De lo verdadero a los diferentes regímenes de verosimilitud*. México: DECS, Universidad de Guadalajara.

E-grafías

1. Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. 2016, de Asociación de Academias de la Lengua Española Sitio web: <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>
2. Fuentes, M y Cordón, E. (2011) *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. Madrid. Ediciones Pirámides. Recuperado de: https://kupdf.net/download/fundamentos-de-direccion-y-administracion-de-empresaspdf_59f98bebe2b6f57f706a60ec_pdf

Anexos



CUESTIONARIO 1

El presente cuestionario pretende realizar un estudio para determinar cómo afecta en la dinámica interpersonal entre colaboradores de una empresa de telecomunicaciones, el esparcimiento de rumores, el impacto que puede tener en el área de trabajo y sus repercusiones en el buen desempeño de los empleados.

Se solita su ayuda para que conteste algunas preguntas que no tomarán mucho de su tiempo.

Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis profesional, pero nunca se comunicarán los datos individuales.

Conteste este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay respuestas correctas, ni incorrectas.

Muchas gracias por su colaboración.

Instrucciones:

Conteste las siguientes preguntas, marcando con una “X” la casilla que a su criterio mejor responda a la interrogante. Al hacerlo piense en lo que sucede la mayoría de las veces en su trabajo.

1. ¿Conoce el significado de la palabra rumor?

Sí	No
----	----

2. ¿A su criterio el rumor es veraz?

Sí	No
----	----

3. ¿Un rumor puede influir en su desempeño laboral?

Sí	No
----	----

4. ¿Cree que el ambiente laboral tenga efectos negativos a causa de los rumores?

Sí	No
----	----

5. ¿En su área de trabajo, se comprueban los rumores antes de acusar a los involucrados?

Sí	No
----	----

6. ¿Los rumores le han generado algún problema en su área de trabajo? Sí No

7. ¿Considera que el rumor afecta su comunicación con otros compañeros? Sí No

8. ¿Piensa que el rumor es una forma de violencia? Sí No

9. ¿Cree que el rumor sea una forma de manipular a las personas? Sí No

10. ¿Cree que el rumor sea la causa de un despido? Sí No

11. ¿Cree que el rumor influya para tomar una decisión? Sí No

Del 0 al 5, siendo 0 totalmente en desacuerdo y el 5 totalmente de acuerdo, conteste que piensa de las siguientes afirmaciones:

12. ¿Los chismosos ocasionan conflictos y problemas con otras personas? 0 1 2 3 4 5

13. ¿Cree que el chisme, la murmuración o las habladurías afecten la eficacia de un equipo de trabajo? 1 2 3 4 5

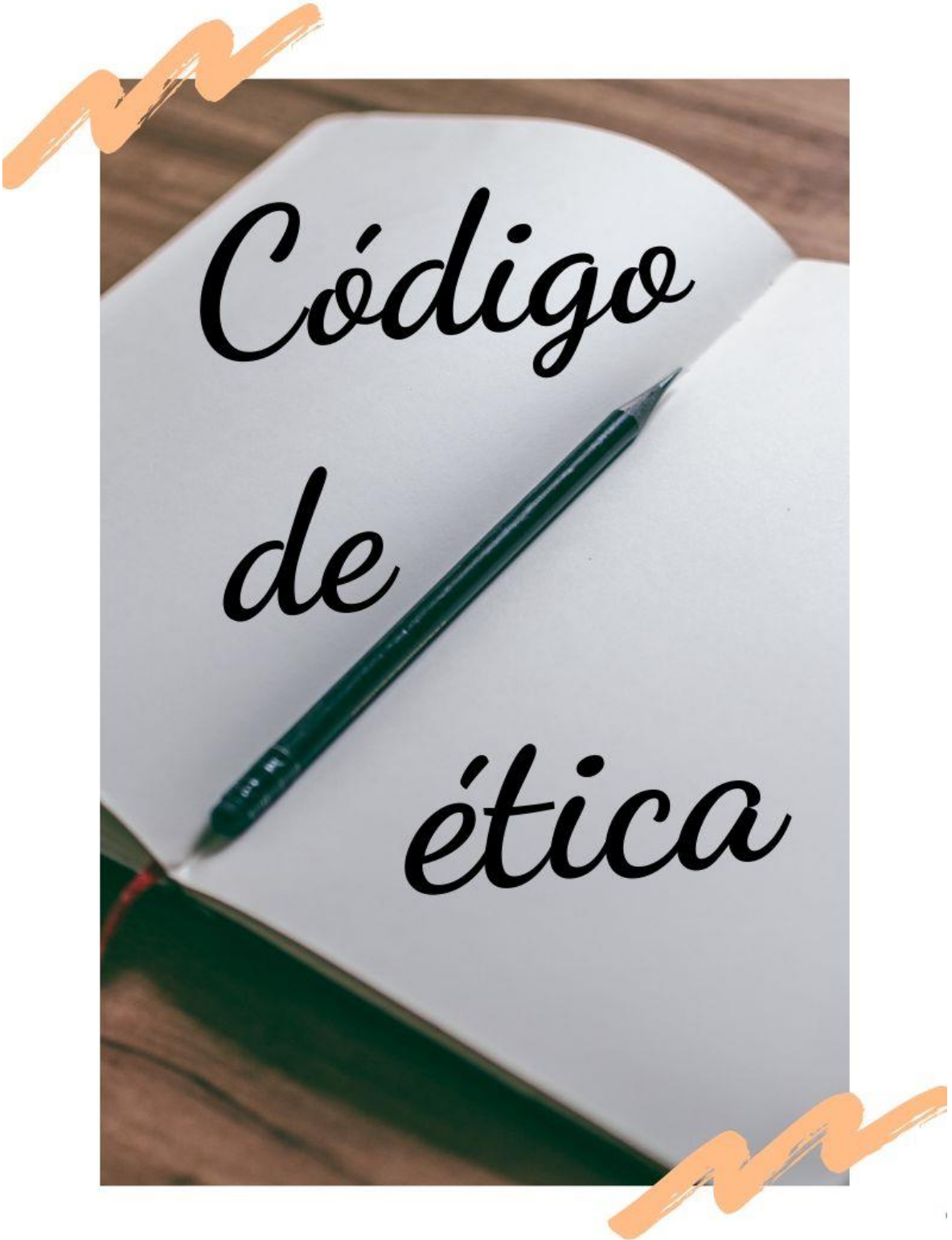
Guía de observación

Observador:	Katherine Verónica Rodríguez Maradiaga
Periodo de observación:	Marzo de 2018
Objeto de estudio:	Trabajadores de una agencia de telecomunicaciones

Fecha	Hora	Suceso	Observación
01/03/2018	09:30	Ingreso turno matutino	En la apertura de la agencia, se observó que entre los colaboradores pocos se dan los buenos días y otros no corresponden al saludo.
01/03/2018	09:40	Reunión Matutina	Los colaboradores se reúnen para recibir información relevante, durante la reunión solo el jefe habló y los colaboradores se distraían con facilidad o conversaban entre ellos.
01/03/2018	11:00	Atención al cliente	Se observó que un colaborador hablaba en voz muy baja con un cliente y el compañero del escritorio a su derecha, prestaba mucha atención a lo que hacía y decía.
03/03/2018	11:30	Ingreso turno vespertino	De igual manera que en la mañana, este grupo no saluda a los demás compañeros al ingresar.
03/03/2018	11:40	Reunión Vespertina	Están reunidos en un mismo lugar, pero cada persona está viendo su teléfono móvil, supervisor aún no llega para reunión.
09/03/2018	11:55	Reunión Vespertina	Los colaboradores se reúnen para recibir información relevante, pero supervisor llega corriendo y no se lleva a cabo la reunión, se nota el descontento de los colaboradores en su rostro.


10/03/2018	13:00	Tiempo de almuerzo	Durante su periodo de almuerzo se observa, que algunos colaboradores salen a almorzar y no regresan al comedor. De los colaboradores que comieron en el comedor de la agencia, dos de ellos estuvieron viendo su teléfono móvil, otros dos tenían colocados audífonos. Una colaboradora comentaba con otra sobre el comportamiento de una compañera.
12/03/2018	15:00	Discusión	Se escuchó discusión entre el supervisor y dos colaboradores acerca de cierta información que recibió. Se nota la molestia de los colaboradores.
12/03/2018	15:30	Llamada de atención	Jefe de agencia lleva una hoja en sus manos y solicita a cada uno por separado que firme una llamada de atención.
16/03/2018	15:00	Referencias	Se escuchan murmuraciones entre colaboradores, indicando que los están llamando para solicitar referencias sobre otro colaborador. Uno de ellos indica que estará a la espera de esa llamada para hablar mal sobre la persona de la cual están solicitando referencias.
19/03/2018	7:00	Reunión General	Realizan reunión en donde participan todos los colaboradores, al ingresar solo ciertas personas se saludan a los demás. Se observa que varios se apartan del grupo, otras personas dejan sillas de por medio.
21/03/2018	15:00	Discusión	Dos colaboradores discuten porque uno de ellos tiene conocimiento de que la otra persona está hablando sobre un supuesto amorío entre este colaborador y otro, uno de ellos termina la discusión llorando y se va.

23/03/2018	14:00	Almuerzo	Ese día la compañía estaba realizando encuestas sobre el desempeño del jefe, al momento del almuerzo se escuchó a varios colaboradores hablar al respecto, dentro de ellos destacó un colaborador que les indicaba expusieran todo lo malo del jefe, que se desahogaran.
26/07/2018	11:00	Tiempo muerto	El lugar se quedó sin clientes por un tiempo prolongado, durante ese tiempo los colaboradores no tuvieron ningún tipo de comunicación entre ellos, cada quien estaba en su lugar viendo su computadora o su teléfono móvil.



Índice



-
- 1** ¿Por qué tenemos un código de ética?
 - 2** Valores y principios
 - 3** ¿Cómo debo actuar?
 - 4** ¿Por qué debo cumplir con este código?
 - 5** No discriminación
 - 6** Comunicación
 - 7** Trato a los Clientes
 - 8** Me comprometo
- 

Código de ética



¿Por qué tenemos un código de ética?

Este código nos otorga los lineamientos que nos rigen dentro de la corporación, con el objetivo de crear un ambiente de respeto, armonía y sobre todo para conducirnos conforme a los valores que permitan a la empresa alcanzar sus objetivos organizacionales. Sabemos que es necesario

respetar y vivir los valores y principios para crear ambientes de trabajo agradables y sobre todo para consolidar una cultura de ética y profesionalismo. Es imposible anticipar todas las situaciones que puedan surgir en nuestra labor diaria, sin embargo se espera que todo colaborador se conduzca dentro de los principios morales esenciales, cuidando el buen desempeño de la organización y la imagen empresarial que se ha formado a lo largo de estos años.

Valores y principios

SON LAS CUALIDADES QUE NOS DISTINGUEN Y NOS ORIENTAN COMO CORPORACIÓN.

RESPECTO

Valoramos a nuestros colaboradores, clientes, proveedores y demás socios. Aceptamos las distintas culturas, razas, costumbres y formas de pensamiento. No toleramos ninguna forma de discriminación en contra de ninguna persona.



HONESTIDAD

Debemos actuar con honestidad e integridad siempre, esto genera seguridad en toda relación, ya sea entre colaborador, proveedores y otros socios. Esto genera respeto hacia nuestra organización y nos permite alcanzar el éxito.

DESARROLLO HUMANO

Estamos convencidos del gran potencial de nuestros colaboradores, apoyamos su crecimiento personal y profesional. Apoyando y promoviendo los Derechos Humanos en todo lo que realizamos.



Valores y principios

SON LAS CUALIDADES QUE NOS DISTINGUEN Y NOS ORIENTAN COMO CORPORACIÓN.

OPTIMISMO

La actitud positiva es primordial para enfrentar las adversidades que se presentan dentro de las labores y es clave para la solución de problemas. Valoramos esta buena práctica dentro de la corporación.



TOLERANCIA

Respetamos las opiniones, ideas o actitudes de cada colaborador aunque las mismas no coincidan con las nuestras, siempre y cuando estas no afecten el buen desempeño laboral.

COLABORACIÓN

Nuestra actividad se rige en participar de esfuerzos colectivos sin tener en cuenta el beneficio personal e individual, sino el beneficio para todos los integrantes de un grupo.

COMPASIÓN

Somos conscientes del sufrimiento ajeno, evitamos juzgar duramente las faltas ajenas, considerando las limitaciones y debilidades que llevaron a cometerlas.

¿Cómo debo actuar?

Nuestro código de ética contiene los valores de la empresa, por lo que todo colaborador debe tomar en cuenta estos valores y hacerlos suyos.

Como miembro de nuestra compañía, es importante que estos lineamientos sean cumplidos, de esto depende el éxito de nuestra empresa. Este código establece la responsabilidad que conlleva el formar parte esta gran compañía.



¿Por qué debo cumplir con este código?

Creemos fuertemente que la imagen y reputación de la compañía es lo más importante, en conjunto con los productos y servicios que impulsamos.

El incumplimiento de las reglas establecidas en este código, puede llegar a dañar todo aquello que se ha logrado construir debido a los buenos valores y principios que desde siempre ha inculcado esta compañía.



NO DISCRIMINACIÓN

Como compañía tratamos a cada persona con respeto y dignidad. Nuestros buenos resultados son fruto del trabajo en equipo y de la inclusión de diferentes formas de pensamiento.

Vivimos en un mundo pluricultural y multilingüe, creemos que estas diferencias son enriquecedoras y aportan diversos puntos de vista para el desarrollo de la corporación y para la resolución de conflictos.

Nuestro compromiso:

- No permitir ningún tipo de discriminación, si no apoyar la sana convivencia y el respeto dentro del área laboral, apoyando el trabajo en equipo.
- Promover la inclusión dentro del área de trabajo, sin discriminación por motivos de raza, color, nacionalidad, sexo, religión, edad, discapacidad o embarazo, entre otras. Se debe tratar a cada persona con respeto y diplomacia.
- Esta prohibida toda clase de acoso, burla, violencia física o emocional, intimidación, amenazas, críticas o cualquier acto que atente contra la dignidad de una persona o que altere la igualdad del trato en el lugar de trabajo.
- Cualquier ascenso, promoción u oportunidad que se presente que pueda beneficiar a alguno de los colaboradores, será tomado en cuenta únicamente de acuerdo a su desempeño laboral.
- Realizar acciones en contra de aquellos que no respeten los valores y los derechos humanos o contra todo aquel que practique cualquier tipo de discriminación dentro del área laboral.



COMUNICACIÓN

Creemos que una buena comunicación es esencial dentro de la compañía, para que la misma funcione y se desarrolle adecuadamente, mejorando la competitividad.

Estamos convencidos que la falta de comunicación dentro de la empresa conlleva consecuencias negativas de gran relevancia, por esto promovemos la comunicación asertiva y positiva en las diferentes áreas laborales.

Nuestro compromiso:

- Fomentar las actividades en grupo que permitan crear lazos de confianza y afiancen la comunicación entre los colaboradores, para lograr la integración de todos los miembros.
- Promover la buena práctica de la comunicación, utilizándola especialmente para expandir conocimientos, crear desarrollo, así como para compartir información que mejore el rendimiento del área de trabajo.
- Comunicar de manera clara y objetiva nuestro punto de vista o nuestros deseos con honestidad y respeto, sin menoscabar u ofender a otro, sus ideas u opiniones.
- Creemos que la formulación de rumores es una mala práctica de la comunicación, por eso nos comprometemos a accionar en contra de toda persona que formule, comunique o que se sorprenda realizando esta práctica, para evitar que se dañe la dignidad de las personas o se desequilibre la labor diaria, así como la estabilidad de la empresa.
- Resolver con ética y profesionalismo cualquier conflicto generado a causa de los rumores, comprobando siempre la información recibida antes de accionar en contra de cualquier involucrado, evitando así llamadas de atención injustificadas.





TRATO A LOS CLIENTES

El crecimiento y mantenimiento de esta compañía, se debe a nuestros clientes.

Buscamos su satisfacción y preferencia, por lo que es indispensable el trato amable, respetuoso y atento.

Nuestro compromiso:

- Ofrecer una actitud de servicio, trato justo y por ningún motivo tener actos discriminatorios en contra de nuestros clientes.
- Ser transparentes con la información proporcionada a nuestros clientes, aclarando todo término o condición de los productos y servicios que contrate.
- Confidencialidad ante el manejo de información personal de nuestros clientes, evitando compartirla con otros colaboradores o personas ajenas a la compañía.
- Generar acciones en contra de cualquier colaborador que incumpla con la confidencialidad necesaria para el resguardo de la información de nuestros clientes.
- Brindar altos niveles de calidad en la atención a nuestros clientes, resolviendo toda duda que exponga.
- No recibir ningún tipo de remuneración, obsequio u otro tipo de pago, ya que esto puede conllevar algún tipo de soborno, que comprometa al colaborador para proporcionar información sobre nuestros clientes.



Me comprometo

Este código contiene todas las normas necesarias para desempeñar una buena labor dentro del área laboral. Al formar parte de nuestra empresa, nuestros colaboradores se comprometen a acatar todas las normas descritas, permitiendo el perfecto desarrollo de un ambiente laboral de calidad, formar estrechas relaciones interpersonales y fomentar el trabajo en equipo.

Sabemos que no se pueden prevenir todas las situaciones, sin embargo tu participación es valiosa, si ves alguna anomalía, comportamiento inadecuado o deseas comunicarnos alguna sugerencia que ayude a complementar este Código, no dudes en comunicarte con nosotros.



Para cualquier comentario o denuncia puedes comunicarte al correo: ética@comercial.com

La empresa mantendrá la confidencialidad de los denunciantes.

