

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

**TEMA:**

Estudio de la comunicación organizacional en una organización de educación superior de la ciudad de Guayaquil.

**AUTOR:**

Vergara Carbo Anggie Maribel

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en  
Psicología Organizacional**

**TUTOR:**

Psic. Cabezas Córdova, Belén Elizabeth

**Guayaquil, Ecuador**

23 febrero del 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Vergara Carbo Anggie Maribel, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Psicología Organizacional**.

**TUTORA**

f. \_\_\_\_\_  
**Psic. Cabezas Córdova, Belén Elizabeth**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_  
**Psic. Estacio Campoverde Mariana de Lourdes**

**Guayaquil, a los 23 del mes de febrero del año 2022**





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Vergara Carbo Anggie Maribel**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de la comunicación organizacional en una Organización de Educación Superior de la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 23 del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**

f. \_\_\_\_\_

**Vergara Carbo Anggie Maribel**



Guayaquil, 15 de febrero de 2022

## CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL INFORME DE PLAGIO

URKUND	
Documento	<a href="#">Estudio de la comunicación organizacional en una Organización de Educación Superior de la ciudad de Guayaquil.docx</a> (D127973398)
Presentado	2022-02-15 16:10 (-05:00)
Presentado por	anggie.vergara@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	belen.cabezas.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	VERGARA CARBO ANGGIE MARIBEL <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> 2% de estas 28 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

**Tema:** Estudio de la comunicación organizacional en una Organización de Educación Superior de la ciudad de Guayaquil.

### Estudiantes:

- Vergara Carbo Anggie Maribel

**Docente Tutor:** Psic. Belén Cabezas Córdova, Mgs.

---

**FIRMA**

## AGRADECIMIENTO

Mi mayor agradecimiento es para el Ser Supremo, que desde el inicio de la etapa universitaria puso en mi camino señales y personas extraordinarias que brindaron su apoyo para el inicio de ese proceso, regresar el tiempo recordando logra que por mi mejilla caigan lágrimas de felicidad al verme ahora aquí, escribiendo este apartado y ser consciente de cómo ha avanzado el tiempo, de cómo empecé y del como estoy y soy ahora mismo, en lo que me he convertido y en lo que me convertiré, porque el proceso no acaba sino que continua.

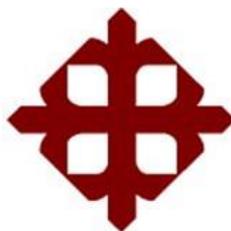
Mis padres, que desde el día que les converse mi anhelo por estudiar esta carrera me brindaron su apoyo, pero sobre todo me brindaron su compañía para ir en busca de mi carrera soñada, fueron días muy agotadores y agitados, en donde hubo personas que interferían y ponían en duda del porque estudiar esta carrera, ahora mismo tengo los conocimientos fundamentales para defenderla. Agradecerle a mi madre por su compañía en mis largos días de estudios, por consentirme en mis días agotadores, estar pendiente de mi proceso y mi progreso, estar atenta a mi llegada a casa, le debo tanto. Así mismo a mi padre, a quien admiro tanto, por sus enseñanzas diarias que me ha brindado y que al pasar los días lo sigue haciendo, por brindarme su apoyo para cumplir mi etapa universitaria, su preocupación diaria en mi proceso, pero sobre todo de lo aguerrido que es diariamente para sacarnos adelante y tratar que nada nos falte, a él también le debo tanto. Les agradezco por creer en mis capacidades.

Al gobierno nacional del año dos mil diecisiete que me brindó la oportunidad de ingresar a una prestigiosa universidad con un gran porcentaje de beca universitaria, que ha sido un gran beneficio en el ámbito económico, y que por mi esfuerzo y dedicación durante todo mi transcurso universitario la he seguido adquiriendo y conservando.

A mis profesores que durante todos los ciclos me brindaron sus conocimientos y vivencias profesionales, ha sido una experiencia magnífica. A mi tutora, Psic. Belén Cabezas, que me ha brindado su dedicación, tiempo y esfuerzo en cada reunión, por creer en mí.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo que ha sido realizado con dedicación y esfuerzo es dedicado a mis padres, para que sigan sintiéndose orgullosos de mis logros, por continuar creyendo en mí y brindarme su apoyo incondicional, que todo el esfuerzo que han invertido en mí de alguna manera se los devuelvo con los sueños que estoy logrando cumplir, aunque no se iguala a todo lo que me han brindado, que me alcance la vida para ratificarles un porcentaje significativo para cada uno de ellos.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

Psic. Sofía Viviana Saldarreaga, Mgs.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

Lcdo. Bonilla Morán, Luis Antonio, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

Psic. Galarza Colamarco Alexandra Patricia, Mgs.

OPONENTE

## ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO .....	VI
DEDICATORIA .....	VIII
ÍNDICE GENERAL .....	X
ÍNDICE DE TABLAS .....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XII
RESUMEN .....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO I: ANÁLISIS INSTITUCIONAL .....	3
1.1. Historia .....	3
1.2. Misión y Visión .....	3
1.3. Organigrama (Anexo 1) .....	4
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
2.1 Formulación Del Problema .....	4
2.2 Preguntas de investigación.....	4
2.3 Objetivos .....	4
2.3.1. Objetivo general .....	4
2.3.2 Objetivos específicos.....	5
2.4 Justificación .....	5
2.5 Viabilidad .....	5
3.1 .....	6
Comunicación.....	6
3.1.1. Proceso de la comunicación .....	6
3.2 Comunicación Organizacional .....	8
3.2.1 Definición .....	8
3.2.2 Importancia .....	8
3.2.3 Tipos.....	9
3.2.4. Flujos de Comunicación.....	11
3.3. Comunicación y Cultura Organizacional .....	12
3.3.1. Cultura Organizacional .....	12
3.3.2. Relaciones .....	13
3.4. Clima organizacional y Motivación en relación a la comunicación .....	13
3.4.1. Clima Organizacional .....	13
3.4.2. Motivación Organizacional .....	15

3.4.3. Comunicación y clima organizacional .....	17
CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO .....	22
4.1.    Enfoque metodológico .....	22
4.2.    Diseño de investigación.....	22
4.2. Tipo de investigación.....	23
4.2.1.    Investigación descriptiva .....	23
4.3.    Población y muestra .....	24
4.3.1.    Población.....	24
4.3.2.    Muestra .....	24
4.4.    Métodos y técnicas de investigación.....	25
4.4.1.    La encuesta.....	25
4.4.2.    La entrevista .....	29
CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS .....	31
5.1.    Análisis general de las encuestas aplicadas a los docentes de la carrera de Psicología .....	32
5.2.    Análisis específico de la encuesta de comunicación interna aplicada a los docentes de la carrera de Psicología .....	33
5.3.    Análisis específico de la encuesta de clima organizacional aplicada a los docentes de la carrera de Psicología .....	41
5.4.    Análisis de resultados obtenidos en la encuesta de comunicación organizacional interna y clima organizacional.....	49
5.5.    Análisis de resultados de las entrevistas .....	50
5.6.    Análisis de resultados de los instrumentos implementados: encuestas y entrevista .....	52
CONCLUSIONES.....	53
ESTRATEGIAS.....	55
RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS.....	57
Anexos .....	60

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género de las personas encuestadas.....	25
Tabla 2 Puntaje de calificación del cuestionario de comunicación interna .....	27
Tabla 3 Número de elementos y puntuaciones externas de las escalas del CLA .....	28
Tabla 4 Ejes según sus dimensiones e ítems del cuestionario de clima.....	29

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 El proceso de la comunicación. ....	7
Figura 2 Porcentaje por sexo de docentes de psicología.....	32
Figura 3 Porcentaje por edad de docentes de psicología .....	33
Figura 4 Porcentaje de la dimensión esencial .....	34
Figura 5 Porcentaje de la dimensión operativa .....	35
Figura 6 Porcentaje de la dimensión estratégica .....	36
Figura 7 Porcentaje de la dimensión valorativa .....	37
Figura 8 Porcentaje de la dimensión motivacional.....	38
Figura 9 Porcentaje de la dimensión de aprendizaje.....	39
Figura 10 Porcentaje de la dimensión de inteligencia .....	40
Figura 11 Porcentaje de la dimensión de organización .....	41
Figura 12 Porcentaje de la dimensión de innovación.....	42
Figura 13 Porcentaje de la dimensión de información.....	43
Figura 14 Porcentaje de la dimensión de condiciones .....	44
Figura 15 Porcentaje de la dimensión de implicación .....	45
Figura 16 : Porcentaje de la dimensión de autorrealización .....	46
Figura 17 Porcentaje de la dimensión de relaciones .....	47
Figura 18 Porcentaje de la dimensión de dirección.....	48

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación consiste en un estudio de la comunicación organizacional en una Institución de Educación Superior en Guayaquil, cuyo objetivo es diagnosticar el tipo de comunicación, identificar los factores de clima y con los resultados obtenidos lograr describir los factores de comunicación que inciden en el clima. Para su desarrollo se implementaron instrumentos como encuestas y entrevistas en el personal de la carrera de Psicología, siendo el tipo de investigación descriptiva. Para el logro de objetivos se realizó la implementación de la encuesta de comunicación por Formanchuk que tiene como objetivo la medición de la percepción la comunicación y la encuesta de clima por Corral y Pereña que consiste en la evaluación general del clima. Del mismo modo se desarrollan los conceptos de comunicación organizacional interna y el clima organizacional, ya que son variables relevantes para la creación y generación de la relación idónea con la Institución.

**Palabras Claves:** clima organizacional, docente, reconocimiento, motivación, comunicación interna, percepción.

## **ABSTRACT**

The present research work consists of a study of organizational communication in an institution of Higher Education in Guayaquil, whose objective is to diagnose the type of communication, identify the climate factors and with the results obtained to describe the communication factors that affect the climate. For its development, instruments such as surveys and interviews were implemented in the staff of the career of Psychology, being the type of descriptive research. To achieve the objectives, the implementation of the communication survey by Formanchuk was carried out, with the objective of measuring the perception of communication and the climate survey by Corral and Perena, which consists of the general assessment of the climate. Likewise, the concepts of internal organizational communication and the organizational climate are developed, since they are relevant variables for the creation and generation of the appropriate relationship with the Institution.

**Keywords:** organizational climate, teacher, recognition, motivation, internal communication, perception.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación se ha desarrollado de manera natural y sin esquematizaciones ya que lo ha considerado que es el intercambio de palabras al momento de querer comunicar algo. En la actualidad, con el desarrollo de investigaciones se ha evidenciado que para un óptimo proceso de comunicaciones se requiere la participación de un emisor y de un receptor, los cuales van a emitir y recibir información de un mensaje definido, con el tiempo se ha evidenciado que se necesita la implementación de más elementos para que el proceso sea completo y por ende se reciban retroalimentaciones si el caso es necesario.

En la comunicación interna los colaboradores son el público de interés, ya que se podrá ejecutar claridad en las tareas que deben elaborar y desarrollar para que así se sienta parte fundamental de la organización. Cuando una entidad cuenta con un proceso de comunicación bien definido, logra incrementar el compromiso que los colaboradores tienen con la organización, esto es debido a que se desarrollan en un clima laboral adecuado.

La investigación se ha desarrollado debido a que se pretende conocer los factores de comunicación interna que inciden en el clima laboral de los colaboradores, por ende, el aporte es proporcionar las herramientas para beneficio de la Institución en estos dos componentes.

En este trabajo se desarrollan cinco capítulos los cuales son: en el capítulo uno se encuentra ubicado el análisis institucional, en el capítulo dos se aborda el planteamiento de la problemática, en el capítulo tres se aborda lo referente al marco teórico correspondiente a la comunicación organizacional interna y al clima organizacional, en el capítulo cuatro se encontrará lo concerniente al marco metodológico y en el capítulo cinco se desarrolla el análisis de los instrumentos implementados, en este caso fueron

dos que son las encuestas y entrevistas, adicional se encontraran las estrategias, las conclusiones y las recomendaciones.

## **CAPÍTULO I: ANÁLISIS INSTITUCIONAL**

### **1.1.Historia**

El 6 de junio de 1963, es decir, a los 19 días de haberse expedido el Acuerdo Ejecutivo, se inició el primer período académico de clases con las siguientes Facultades: Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación y Ciencias Físicas y Matemáticas (Escuelas de Ingeniería Civil y Arquitectura). Los cursos fueron dictados en el edificio del colegio nocturno “20 de abril”, de los padres jesuitas, ubicado en la esquina de Eloy Alfaro 1955 y Manabí, de esta ciudad, en donde funcionó hasta 1966 en que se inauguró el edificio principal en el campus universitario, situado en el Km. 1,5 de la avenida Carlos Julio Arosemena Tola.

### **1.2.Misión y Visión**

La misión de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil es formar profesionales ética y socialmente responsables, conocedores de los fundamentos de la fe cristiana; capaces de interpretar críticamente el contexto social en el que se desenvuelven; de difundir los eventos de la realidad desde la organización y selección del saber e información global, y de contribuir como ciudadanos conscientes con la solución de los problemas del país y del continente.

Todo ello mediante la investigación, reflexión y desarrollo de la ciencia y la tecnología, relacionadas con la comunicación, la enseñanza y el comportamiento humano individual e institucional.

### **1.3.Organigrama (Anexo 1)**

## **CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1 Formulación Del Problema**

¿Cuáles son los factores de Comunicación Interna que inciden en el Clima Laboral en los colaboradores de la Facultad de Filosofía de una Entidad de Educación Superior en Guayaquil?

### **2.2 Preguntas de investigación**

¿Cuál es el tipo de comunicación que prevalece en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación?

¿Cuáles son los factores de clima organizacional que prevalecen en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación?

¿Cuáles son los factores de comunicación que inciden en el clima laboral de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación?

¿Qué estrategias podrían incidir positivamente en la comunicación interna de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación?

### **2.3 Objetivos**

#### **2.3.1. Objetivo general**

Describir los factores de comunicación interna que inciden en el desarrollo de un apropiado clima laboral mediante el levantamiento de información a partir de encuestas en los colaboradores de la Facultad de Filosofía de una Entidad de Educación Superior en Guayaquil.

### **2.3.2 Objetivos específicos**

- I. Diagnosticar el tipo de comunicación que prevalece en la Facultad.
- II. Identificar los factores de clima organizacional que prevalecen en la Facultad.
- III. Describir los factores de comunicación que inciden en el clima laboral de la Facultad.
- IV. Establecer estrategias que fortalezcan la comunicación interna de la Facultad.

### **2.4 Justificación**

La importancia de la realización de este proyecto, se basa en el desarrollo de una comunicación eficiente como proceso, buscando generar el vínculo idóneo con la organización.

El aporte que se quiere lograr es la de proporcionar herramientas para el beneficio de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, y que de algún modo se dé la posibilidad de replicar el estudio en otras facultades de la Institución.

El conocimiento que se proporcionará al culminar la investigación, brindará los instrumentos idóneos para una comunicación y un proceso tanto ágil como eficaz, por consiguiente, se alcanzará una óptima relación con el mundo externo a la organización.

### **2.5 Viabilidad**

La ejecución de la investigación se desarrollará con docentes de la carrera de Psicología, dicha investigación tendrá una duración de treinta minutos en la implementación de cada instrumento, por ende no tiene ningún costo para la organización, debido a que el recurso se administrara de manera online. Adicional el tema de comunicación y clima ya ha sido explorado por científicos e investigadores y el tiempo que ha sido asignado para su desarrollo es el óptimo y por ende si es posible

generarlo.

## **CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO**

### **3.1 Comunicación**

“La comunicación es el proceso que une a las personas para compartir sentimientos y conocimientos, y que comprende transacciones entre ellas”(Chiavenato, 2011, p.50), por lo que se puede evidenciar que es la forma de interrelación de unas con otras, ya que es de gran relevancia mantener relaciones humanas; en esta conexión se requiere de la integración de dos o más personas en donde se pueda evidenciar el rol del emisor y del receptor para un desarrollo óptimo en la comunicación.

El lenguaje es un mecanismo básico en la socialización de comunicación, al mismo tiempo es utilizado para expresarse o comunicar un contenido relacionado al pensamiento y el hablar formando una unidad inseparable. (Gómez, 2016)

El comunicarse es poderle brindar a una o más personas conocimientos o pensamientos, por ende, se basa en ejecutar intercambio de información entre una persona que cumple el rol de emisor, y otro que mantenga el rol de receptor; en donde la primera persona emitirá el mensaje y el segundo interpretará y producirá una respuesta en caso de ser necesario. Para que el proceso surja de manera idónea, se debe considerar elementos como el tono de voz que se utiliza en dicha interacción; implementar un lenguaje claro y conciso sería lo ideal; la mirada y el lenguaje corporal, ya que influyen en la percepción que tiene el otro.

#### **3.1.1. Proceso de la comunicación**

Para que la comunicación se ejecute de manera apropiada, se precisa mediante la intervención de cinco elementos importantes, los cuales son:

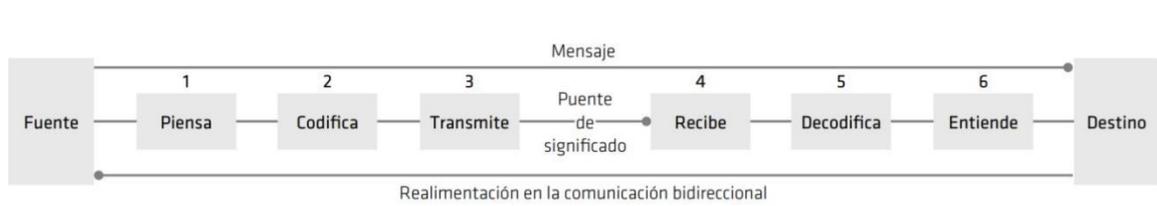
1. Fuente: Es la persona principal para ejecutar la comunicación, ya que es donde

se inicia el proceso para la transmisión de un mensaje, refiriéndose a quien envía un mensaje.

2. Codificación: Es donde se genera la vinculación entre la fuente y el canal, esto quiere decir que es donde se codifica el mensaje que ha sido emitido por la fuente.
3. Canal: Es el sistema que conecta la fuente con el destino, siendo el elemento clave para el proceso de comunicación, quiere decir que es el medio por donde se está enviando el mensaje.
4. Decodificador: Es la interpretación de lo que quiere dar a conocer la fuente, quiere decir es quien recibe el mensaje modificando de manera apropiada y apta para el destino.
5. Destino: Es donde se envía el mensaje (Fernández y Fernández, 2017).

“La comunicación es eficaz sólo cuando el destino, o destinatario, interpreta y comprende el mensaje. Esto significa que la comunicación es un proceso bidireccional que implica necesariamente la realimentación” (Chiavenato, 2011, p.51).

La retroalimentación se considera el último paso para un proceso efectivo de comunicación, debido a que se verifica y corrobora que el mensaje que ha sido recibido y entendido en su totalidad. En el proceso de comunicación la información que se obtiene es transformada en conocimiento, por ende es aumentado el intelecto de la persona que lo está recibiendo, permitiendo que tome decisiones y opte por soluciones.



**Figura 1 El proceso de la comunicación.**

por Chiavenato, p.52

Según lo mencionado, el proceso de comunicación logra intercambiar ideas, pensamientos, conocimientos entre una o con más personas. Esto debido a que todos los seres humanos tenemos la necesidad de comunicarnos y expresarnos para tener relaciones óptimas con el otro. Obteniendo información correspondiente al entorno y medioambiente en el cual se desarrolla dicha interacción.

## **3.2 Comunicación Organizacional**

### **3.2.1 Definición**

Una comunicación efectiva se basa en el propósito que plantea la organización para su crecimiento íntegro, ya que debe mantenerse alineado a la misión y visión que han sido definidas de manera previa.

El proceso de una comunicación organizacional está basado en sus relaciones internas como externas, ya que mientras sea efectiva los procesos van a fluir de manera idónea, la información que se maneja está alineada a los requerimientos que se mantienen en la organización, en sus colaboradores y en su público externo.

Guzmán (2012) expresa que “la comunicación empresarial se concibe estratégica, en la medida en que se sabe dónde se encuentra, y a dónde quiere llegar, para conseguir esto se debe tener una perspectiva entrenada, capaz de comprender y analizar aquello que rodea a la empresa, y a su vez, las situaciones por las que atraviesa” (p. 69).

### **3.2.2 Importancia**

La comunicación organizacional es un proceso de gran importancia para las organizaciones ya que es un subsistema que afecta de forma directa tanto a los integrantes de la organización como a la proyección que se da a los potenciales clientes de las empresas independientemente de las actividades a las que se dediquen, y un

manejo inadecuado de este subsistema puede repercutir de forma negativa en el vínculo que se pueda generar entre trabajador y organización, en la calidad y productividad del desarrollo de tareas de los colaboradores y en los beneficios a nivel monetario, desarrollo y ambiente que se pueda ofertar a los trabajadores provocando una falta de interés de crecimiento del personal dentro de la empresa por el desconocimiento generado.

La ejecución de estudios en la comunicación organizacional se mantiene en apogeo, ya que está afirma que las empresas al implementarla de manera constante adquieren crecimiento en su personal, por ende toman en cuenta el comportamiento, las políticas y metas que cada uno posee, manteniendo como referencia los lineamientos para aumentar el crecimiento de la empresa. Permanecer en comunicación en una organización es de gran relevancia, ya que de este modo se obtendrá el cumplimiento de los objetivos organizacionales de manera veraz. Es un medio el cual permite que su personal adquiera un mejoramiento continuo para que pueda enfrentar los desafíos y las necesidades que le puede proporcionar su entorno ya que este es cambiante.

### **3.2.3 Tipos**

La comunicación organizacional tiene dos grandes divisiones, las cuales son consideradas en virtud de la orientación a la cual la compañía busca direccionar el mensaje que desea expresar (Pinto, 2017), estas son:

- Comunicación externa
- Comunicación interna

#### **3.2.3.1 Comunicación Externa**

La comunicación externa impresiona en el desarrollo exterior, siendo el

responsable y generador de vinculaciones con el público de diferentes sectores, ya que es a partir de ese momento en donde surgirá el intercambio y levantamiento de una descripción corporativa.

En la comunicación externa se logra la coordinación entre los integrantes de una organización con los de su entorno, viéndose en funcionamiento el campo interorganizacional, esto quiere decir que una empresa no puede mantenerse aislada de su medio, por ende debe mantener conexión con las entidades con las que comparte intereses.

La comunicación externa está compuesta por todos los elementos externos a la organización que tienen algún grado de influencia en ella. Los miembros interpretan los mensajes del exterior para obtener información acerca de las condiciones que le rodean. La información recibida ayuda a identificar nuevas dificultades a la hora de realizar las actividades previstas. El entorno es también salida básica para los mensajes de los miembros de la organización. Los mensajes enviados proporcionan a los representantes de sus entornos información sobre las actividades realizadas. (Pinto, 2017, p.182)

### **3.2.3.2. Comunicación Interna**

La comunicación interna es una habilidad general que expresa un impacto de manera directa en los colaboradores de una organización, por medio de actividades pretende fomentar buenas relaciones con cada uno de los integrantes de la organización, ya que de este modo busca la contribución de sus colaboradores en las actividades cotidianas para el logro de metas y objetivos empresariales.

La comunicación interna que es dirigida al cliente interno, es decir al trabajador, ha logrado adquirir un alto protagonismo por las empresas, ya que está dada como respuesta a la necesidad de motivar al equipo de trabajo y así mismo retener a sus mejores colaboradores.

Estanyol, García y Lalueza (2016), afirman: La comunicación interna busca alinear los objetivos de los empleados con los de la organización. En la actualidad la sociedad de la información y de conocimiento, que maximiza la importancia del capital humano para las organizaciones, la comunicación

interna también asume un rol destacado a la hora de retener y fidelizar al personal contratado más valioso. (p. 98).

En una comunicación eficiente se utilizan diferentes medios para la óptima retroalimentación a los colaboradores tales como: manuales, ejecución de reuniones de trabajo, medios de comunicación verbal y escrito, equipos de trabajo, etc.

Uno de los autores como Formanchuk (2008), define a la comunicación interna como un grupo de actividades que son dirigidas por la organización, la cual tiene como objetivo fundamental el establecimiento entre y con los miembros, para esto va a requerir la utilización de medios que permitan la integración y motivación de sus integrantes para que puedan contribuir en lograr el objetivo que tiene establecido la organización.

Finalmente, gestionar la comunicación interna debe ser de manera intencional, ya que se puede efectuar un procedimiento de planificación previa, para el óptimo desarrollo de objetivos y la obtención de resultados concretos.

#### **3.2.4. Flujos de Comunicación**

Los flujos de comunicación hacen referencia a la dirección que tomarán los procesos organizacionales ya que es el recorrido que se mantendrá para la ejecución de una comunicación eficaz y precisa en donde se llevará un mensaje desde el emisor hasta el receptor, buscando que el objetivo previsto se cumpla de manera total.

El flujo mantiene una división en ascendentes, descendentes, horizontales y transversales, en donde va a intervenir el direccionamiento que se le quiere otorgar al mensaje:

- Descendentes: envío de información que fluye desde el mando más alto hasta los subordinados.

- Ascendentes: envío de información que es proporcionada desde los colaboradores hacia el mando más alto.
- Horizontal: reciprocidad de información que se ejecuta de manera lateral entre individuos o departamentos, debido a que su posición se localiza en el mismo nivel de autoridad en la organización.
- Transversal: intercambio de información a través de diferentes niveles de la estructura organizativa, no necesariamente de modo jerárquico ni escalonado, y facilita la interacción entre todos los miembros de la organización, permitiendo la rápida toma de decisiones así como la rápida detección y solución de los problemas. (Torres, 2012, citado por Oyarvide, Reyes y Montaña, 2017, p.302)

### **3.3. Comunicación y Cultura Organizacional**

#### **3.3.1. Cultura Organizacional**

La cultura organizacional es la manera en cómo los colaboradores que forman parte de una organización interactúan. Las normas que se desarrollan se enfocan en el comportamiento habitual de los individuos de la organización llevando a cabo la ejecución de los objetivos organizacionales. Para Schein la cultura organizacional son los valores y las normas a los grupos o individuos para el aumento de compromiso con la organización, estos aspectos están alineados a la filosofía de la empresa, transmitiendo de manera óptima los patrones básicos a los nuevos integrantes.

“Es el conjunto de hábitos y creencias establecido por medio de normas, valores, actitudes y expectativas que comparten todos los miembros de la organización. La cultura organizacional refleja la mentalidad predominante” (Chiavenato, 2011, p.72).

Se puede concretar, que la cultura organizacional permite la detección de

inconvenientes que pueden surgir en los grupos de trabajo, contribuye a la formación de equipos con ideas positivas, guiando a los colaboradores a un acorde funcionamiento en una entidad.

(Cameron y Quin, 2006, citado por Chuc,2018), hace manifiesto que, este modelo define cuatro tipos de cultura, a partir de dos dimensiones. La primera dimensión, estabilidad contra flexibilidad, hace referencia a si la organización considera más importante el orden y el control (estabilidad) o el dinamismo y la discrecionalidad (flexibilidad). La segunda dimensión plantea dos valores contrapuestos: que la empresa tenga una orientación interna o tenga una orientación externa. Combinando estos dos valores en competencia, el modelo distingue cuatro tipos de cultura: de clan, adhocracia, jerarquía y de mercado definidos en función de seis rasgos: las características dominantes de la organización, el estilo de liderazgo, la gestión de los empleados, el vínculo organizacional, el énfasis estratégico y el criterio de éxito.

### **3.3.2. Relaciones**

La comunicación que se debe manejar en una cultura organizacional debe ser persistente e íntegra, manejando canales de doble vía para que perdure la información con respecto a los cambios que se generen de manera presente o futura. Por ende, se podrá identificar el cómo, cuándo, dónde y quién transmitirá los valores culturales modernos a la organización.

“La comunicación organizacional con una orientación interna, fomenta la participación, y la apropiación de la cultura organizacional, como un sello diferencial en el que la organización plasma las creencias, valores, normas y artefactos” (Shein, 1985, citado por Pineda, 2019).

## **3.4. Clima organizacional y Motivación en relación a la comunicación**

### **3.4.1. Clima Organizacional**

El clima organizacional es la vinculación que posee con el ambiente interno de una organización, mantiene una relación profunda con el nivel de motivación que pueden presentar los trabajadores, ya que son características que pueden ser percibidas

por los colaboradores sobre su lugar de trabajo y por ende puede compararlas con otras entidades, manteniendo impacto en las actitudes y la motivación que pueden exteriorizar o generar un trabajador.

El clima organizacional guarda estrecha relación con el grado de motivación de sus integrantes. Cuando ésta es alta, el clima organizacional sube y se traduce en relaciones de satisfacción, ánimo, interés, colaboración, etcétera. Sin embargo, cuando la motivación entre los miembros es baja, ya sea por frustración o por barreras en la satisfacción de las necesidades, el clima organizacional tiende a bajar, y se caracteriza por estados de depresión, desinterés, apatía, insatisfacción, etc., y en casos extremos, por estados de agresividad, tumulto, inconformidad, etc., comunes en los enfrentamientos frontales con la organización (huelgas o manifestaciones, etc.). (Chiavenato, 2011, p.49).

En las entidades es de gran importancia poder conocer y medir el clima organizacional debido a que su impacto se verá reflejado en los resultados obtenidos, por consiguiente el estudio continuo contribuirá al mejoramiento de la empresa, ya que se logra identificar los elementos primordiales para el incremento en la calidad de vida laboral.

“Los estudios del clima se convierten en una tarea necesaria para entender cómo ven los empleados a la organización, determinar cuáles son los factores que influyen en ellos y comprender sus conductas” (García, Hernández, González y Polo, 2017, p.39). El planteamiento de estrategias beneficia al comportamiento en los seres humanos, ya que elevan la productividad, logran alcanzar calidad de vida en el ámbito laboral, mejoramiento en las relaciones laborales, en la comunicación y contribuyen al alcance de la eficiencia en la empresa.

La medición del clima organizacional se suele hacer mediante encuestas aplicadas a los trabajadores de una organización, o de algún área dentro de ella que se quiera medir. Aunque existen distintos instrumentos, metodologías y encuestas para medir el clima organizacional, casi todos coinciden en la necesidad de medir las propiedades o variables en dos partes: una, el clima organizacional existente en la actualidad, y otra, el clima organizacional como debería ser. La brecha entre ambas mediciones es de gran utilidad para diagnosticar problemas organizacionales, que pudieran ser posteriormente explorados y corregidos. (Iglesias y Sánchez, 2015)

García, Hernández, González y Polo (2017), hace énfasis que “en las organizaciones el factor humano juega un papel importante, por ello es fundamental que se mantenga un adecuado clima organizacional y a su vez conlleve a los empleados a sentirse satisfechos laboralmente” (p.37).

En un clima donde hay confianza los integrantes de un equipo eficaz mantendrán confianza unos con otros y por ende de manera igualitaria con sus líderes.

Para (Hellrieger y Slocun, 2009, citado por Manosalvas, Manosalvas y Quintero, 2015) define que, “el clima organizacional es un conjunto de atributos que pueden ser percibidos acerca de una organización particular y/o sus subsistemas, y que puede ser inducido por la forma en que la organización interactúa con sus miembros y su ambiente” (p.7).

En definitiva, el clima organizacional es un conjunto de percepciones que mantiene un colaborador de las estructuras y los procesos organizacionales que posee dicha empresa, del mismo modo, toma en consideración las características personales y las características organizacionales que tienen un efecto directo o indirecto en el comportamiento de las personas que están dentro de una empresa, en donde las variables como la satisfacción y la productividad se ve influenciado por variables del entorno y personales.

### **3.4.2. Motivación Organizacional**

La conducta humana se comprende en los factores que benefician y desarrollan la motivación en el entorno laboral. Por ende, los colaboradores de una entidad que se mantienen motivados se van a esforzar para lograr el cumplimiento de los objetivos que tiene fijados la empresa.

(Krech, Crutchfield y Ballachey, citado por Chiavenato, 2011), explican que

los actos del ser humano están guiados por su cognición —por lo que piensa, cree y prevé—. Pero al preguntarse el motivo por el que actúa de cierta forma, surge la cuestión de la motivación. La motivación funciona en términos de fuerzas activas e impulsoras que se traducen en palabras como deseo y recelo (temor, desconfianza y sospecha). La persona desea poder y estatus, teme la exclusión social y las amenazas a su autoestima. Además, la motivación busca una meta determinada, para cuyo alcance el ser humano gasta energía. (p.41)

La definición que brinda Chiavenato (2011) al concepto de motivación es interesante y concisa ya que guarda una estrecha relación con el clima organizacional, debido a que cuando la motivación es alta se ve reflejado en relaciones óptimas de satisfacción, ánimo, interés, colaboración, etc., sin embargo, cuando baja la motivación en los colaboradores se presentan insatisfacción, desinterés, inconformidad, etc.

El concepto de motivación —nivel individual— conduce al de clima organizacional —nivel de la organización—. Los seres humanos se adaptan todo el tiempo a una gran variedad de situaciones con objeto de satisfacer sus necesidades y mantener su equilibrio emocional. Eso se define como un estado de adaptación. Tal adaptación no sólo se refiere a la satisfacción de necesidades fisiológicas y de seguridad, sino también a las de pertenencia a un grupo social de estima y de autorrealización. La frustración de esas necesidades causa problemas de adaptación. Como la satisfacción de esas necesidades superiores depende en particular de las personas en posiciones de autoridad jerárquica, es importante para la administración comprender la naturaleza de la adaptación y desadaptación de las personas. (p.49)

Por su parte, Brunet (2011), hace manifiesto que el clima organizacional tiene relación directa con la satisfacción y el rendimiento de los colaboradores en una organización. Esto es debido a que la satisfacción del individuo dependerá de la percepción que tenga del clima de su lugar de trabajo, y de qué manera y en qué proporción se cumplen sus necesidades y perspectivas personales, influyendo en el desempeño laboral en gran manera. (p. 78-81)

Definitivamente, el desarrollo y ejecución de la motivación en los integrantes de una entidad es lograr generar de manera idónea un proceso de colaboración y de trabajo de manera conjunta, permitiendo que se expresen de manera libre y perciban

un clima de confianza y seguridad.

La motivación es el origen, fundamento y destino de cualquier actividad desarrollada por el ser humano; así como también es el motivo de la conducta de cada persona. No obstante, cabe señalar que los efectos de la motivación son momentáneos, pasajeros y reversibles; los cuales están limitados por el tiempo, fundamentalmente porque las necesidades y los intereses del individuo varían con frecuencia. (Franklin y Krieger, 2011, p.37)

### **3.4.3. Comunicación y clima organizacional**

La comunicación en una organización promueve un clima organizacional concreto, ya que, para Pintado, (2011) citado por López y Saboya, (2016) significa expresar con confianza lo que se piensa, se siente y se cree (valores). Respetar los derechos propios al mismo tiempo que se respetan los de los otros. (p. 46)

La comunicación interna pasa a ser una necesidad estratégica y una condición básica para que la organización o institución pueda afrontar con garantías su funcionamiento; ya que mejora la gestión de las organizaciones, potencia la calidad de los procesos productivos y favorece el clima de innovación. La imagen de las corporaciones depende, cada vez más, del trato que reciban sus empleados y de su vinculación con la sociedad en la que desarrollan su labor. Sin comunicación no hay crecimiento posible. (Álvarez, 2000)

La comunicación interna interviene en el clima laboral de la organización de manera positiva cuando se efectúa una comunicación tanto ascendente como descendente, en donde prevalece la confianza y respeto mutuo entre colaboradores y superiores. A los colaboradores se los debe empoderar y brindar la información relacionada a la organización como: la misión, visión, valores, metas, políticas, estrategias, etc., para que se sientan parte fundamental de la organización, mantengan el interés de contribuir y de recibir una retroalimentación.

El concepto de comunicación interna se ha rediseñado, pasando de un enfoque informativo, con misión y visión que buscaba la comprensión de la organización; hacia uno contributivo que resalta y reconoce la participación del trabajador en las decisiones, así como en la configuración de la organización y en la generación de valor. (Vizcaya, Mujica y Gásperi, 2017, p.41)

La comunicación interna pretende, entre otras líneas objetivas, vincular el trabajo individual y los objetivos organizacionales, transmitir la misión y los

valores de una organización, mantener vivo el estímulo y la motivación en la tarea diaria, mejorar la satisfacción personal y mejorar la productividad. (Vizcaya, Mujica y Gásperi, 2017,p. 42)

La comunicación interna para Formanchuk (2008), lo define como un fin y no como un medio, permitiendo que la realización de las cosas se alinee a las metas que mantiene la organización. También hace referencia a que “La Comunicación Interna debe ser valorada, gestionada, planificada, fortalecida, cuidada y aprovechada por todos los miembros de una organización y no sólo por un área o responsable de Comunicación Interna.”

La comunicación interna cumple un papel esencial en las organizaciones porque sin comunicación no hay organización, ni acción ni resultados. Si no hay comunicación no hay actividad organizada y por ende es imposible iniciar, continuar o finalizar cualquier tipo de proyecto. (Formanchuk, 2008)

La comunicación interna se considera esencial, ya que es una herramienta que favorece a la existencia de una organización permitiendo que sus colaboradores se integren y sepan realizar tareas en su totalidad. Formanchuk (2009), propone y presenta siete dimensiones para la comunicación interna, las cuales son:

1. Esencial
2. Operativa
3. Estratégica
4. Valorativa
5. Motivacional
6. Aprendizaje
7. Inteligencia

Describe a las dimensiones de la siguiente manera:

- 1. Esencial:** Es manifestado en toda la organización, debido a que la comunicación o diálogo permite la creación de una organización, por ende es el resultado de un compromiso conversacional,

**2. Operativa:** Es alcanzar los objetivos pautados, quiere decir que por medio de las acciones idóneas, se puede alcanzar que todos los colaboradores conozcan lo que tienen que realizar, el por qué están ahí y qué es lo que se espera de ellos, correspondiente a lo primordial, lo operativo, lo fundamental; por ende se debe comunicar lo siguiente:

- ***Para quién están trabajando:*** qué es la organización, cómo está integrada, qué lugar ocupa en la sociedad, en el mercado, etc.
- ***Dónde están trabajando:*** cuál es su lugar dentro de la estructura, a quién responden, cómo son los vínculos y las relaciones.
- ***Cuáles son las normas de trabajo:*** horarios, procedimientos, códigos, lugares, espacios, normativas, etc.
- ***Qué tienen que hacer hoy:*** información acerca de su puesto, su trabajo y sus actividades.
- ***Qué tienen que hacer mañana:*** todo lo que impacta, como los cambios de procedimiento, horarios, tareas o responsabilidades.

**3. Estratégica:** Es para que los colaboradores conozcan el objetivo que mantiene la organización y el porqué de cada cosa que realizan, para que de esta manera se sientan orientadas, comprometidas, respetadas, valoradas, motivadas, integradas al equipo con baja incertidumbre.

**4. Valorativa o Cultural:** Los valores y objetivos de la organización tienen que sintonizar con sus colaboradores que la integran, para que de esta manera se pueda obtener una conexión fuerte con su trabajo, logrando orgullo por la manera en que lo ejecutan. En la gestión se debe comunicar:

- Cómo se hacen las cosas en la organización.
- Cuál es la cultura, valores, normas, códigos, principios y ética.

- Qué está permitido y qué no.
  - Qué cosas se perdonan y cuáles no.
  - Qué es lo que está por encima de todo.
5. **Motivacional:** Se refiere a que los miembros de la organización deben obtener motivación a través de la comunicación en sus intereses personales.
  6. **Aprendizaje:** Es un espacio de comunicación que tienen los integrantes de una organización para la ejecución de retroalimentación sobre cómo están ejecutando su trabajo y recibir correcciones si fuese necesario.
  7. **Inteligencia:** Es lograr un diálogo con los miembros de la organización en donde puedan expresar nuevas ideas y sugerencias para el desarrollo y mejora en la organización. Formanchuk (2009)

La teoría de Blake y Mounton que fue de inspiración para el desarrollo de manera posterior de un cuestionario de clima organizacional determina que:

Desarrollaron un esquema gráfico del estilo del liderazgo en dos dimensiones. Propusieron una rejilla de liderazgo (en ocasiones denominada también cuadrícula o grid de liderazgo) con base en los estilos de “preocuparse por la gente” y “preocuparse por la tarea” que en esencia representan las dimensiones de la consideración y estructura de iniciación de la Ohio State, o de las dimensiones de Michigan de la orientación al empleado y la orientación a la tarea. (Robbins y Judge, 2009, p.309)

Esta manera de pensamiento busca combinar la preocupación por las personas y al mismo tiempo la producción en sus tareas, determinando que las características de este tipo favorecen en la fomentación del compromiso y la participación de cada uno de los miembros.

En la acción de promover un óptimo clima laboral, Corral y Pereña desarrollaron como determinar el clima laboral en una organización, el cual consiste en distinguirlos en dos ejes principales en la gestión empresarial y en las formas de dirigir tales como: orientación hacia la persona y orientación hacia los resultados, en

donde el objetivo principal es la evaluación de manera general de la Institución, describiendo los comportamientos o las conductas observables en el ámbito laboral.

Los ejes son los siguientes:

- 1. Empresa u organización:** dimensiones que dependen del funcionamiento y organización de la empresa. Sus dimensiones son:
  - a) Organización:** es la existencia de opiniones en el nivel organizado, referente a la organización, la claridad al momento de distribuir las funciones, el nivel de planificación en cada encargo, la disponibilidad o escasez de los medios para ejecutar tareas, etc.
  - b) Innovación:** grado de innovación, dinamismo y adaptación a las necesidades del mercado que se perciben en la organización.
  - c) Información:** opinión que los colaboradores tienen sobre el nivel de información que existe en la organización.
  - d) Condición:** condiciones de trabajo que afectan al nivel de satisfacción de los colaboradores.
  
- 2. Persona:** dimensiones que tienen relación con las actitudes y vivencias personales; satisfacción laboral. Sus dimensiones son:
  - a) Implicación:** percepción sobre el grado de intervención que las personas tienen en la organización.
  - b) Autorrealización:** oportunidades de crecimiento personal y desarrollo de capacidades.
  - c) Relaciones:** percepción del grado de satisfacción entre las relaciones personales.
  - d) Dirección:** satisfacción en la relación con superiores y directivos de la organización.

## **CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO**

### **4.1.Enfoque metodológico**

“El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos predefinir alguna fase” (Hernández, 2014, p.4).

En relación a lo antes mencionado, el enfoque cuantitativo procura medir de manera precisa las variables de estudio, ya que, se precede de investigaciones para el establecimiento de patrones de comportamiento de una población. Esto se logra mediante la descripción, explicación, comprobación y pronóstico de los fenómenos, a través de la recolección y análisis de datos que se le ejecuta a una muestra, permitiendo la generalización de resultados para una población.

### **4.2.Diseño de investigación**

Se entiende por diseño, al plan o la estrategia que se efectúa para la obtención de información, en donde se va a poder argumentar de acuerdo a lo planteado como problemática.

Al identificar el diseño de investigación se determina que:

En el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencias respecto de los lineamientos de la investigación (si es que no se tienen hipótesis).(Hernández, 2014, p.128)

El abordaje se ejecutará mediante el tipo de investigación no experimental en la subdivisión de diseño transeccional.

La investigación no experimental tiene como base la observación de fenómenos, en donde no se ejecutan manipulaciones en su entorno natural y por ende se analizarán situaciones existentes, esto se determina debido a que no se pueden modificar las

variables, ya que el investigador no posee control directo de estas.

Hernández (2014) expresa que:

La investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa, y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural. (p. 153)

En un diseño de investigación transeccional se lleva a cabo la recolección de datos en una sola situación, debido a que el propósito es describir las variables de estudio y poder analizar el alcance en una realidad única. De modo que, “pueden abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores; así como diferentes comunidades, situaciones o eventos” (Hernández, 2014, p.155).

## **4.2. Tipo de investigación**

La investigación científica establece varios tipos de abordaje, los cuales se agrupan según el objetivo que se quiere alcanzar, el desarrollo en su profundidad, la tipología de datos y el tiempo que se posee para realizar el estudio, por lo que el abordaje se realizará mediante una investigación descriptiva.

### **4.2.1. Investigación descriptiva**

Según la división del diseño transeccional se desarrollará una investigación descriptiva, ya que su objetivo es el análisis en la incidencia de las características de una o más variables en una población, por medio de estudios netamente descritos. “El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. (Hernández, 2014, p.155).

La selección del tipo de investigación corrobora el actual estado de comunicación que mantiene la Organización de Educación Superior en Guayaquil, por medio de la

recolección de datos con los instrumentos óptimos.

### **4.3.Población y muestra**

#### **4.3.1. Población**

Para Lind, Marchal y Wathen, citado por Flor, 2019: “La población es el conjunto de individuos u objetos, es decir, representa el conjunto total de elementos que se necesitan en el estudio, los cuales presentan características de un determinado fenómeno” (p. 245).

La investigación tiene como indicador a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, la cual consta de cuatro carreras que son las siguientes: Comunicación, Educación, Psicología Clínica y Psicología Organizacional, con una totalidad de 91 personas en su nómina, constituyéndose de 65 personas con el cargo de docentes y 26 personas en el área administrativa. Está integrado con personal de género femenino y masculino, el cual consta con un rango de edades entre 30 y 50 años de edad. Es oportuno mencionar, que la Institución cuenta con personal que cumple con ambas funciones, tanto en el cargo de docencia como el administrativo.

#### **4.3.2. Muestra**

La utilidad primordial de una muestra es que sea estadísticamente protagónico, quiere decir que busca la recolección de datos mediante una muestra, por ende el registro de los resultados obtenidos va a definir y generalizar la población. (Hernández, 2014, p.175).

Se realiza la categorización en una muestra probabilística, ya que son esenciales en una investigación transeccional descriptiva, así mismo en este tipo de muestra se define que:

Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis. (p.175)

En la entidad de estudio, se tomará como muestra al personal de las carreras de Psicología, dividida entre hombres y mujeres de diferentes edades, en el siguiente cuadro se verá de manera más detallada:

*Tabla 1*  
*Género de las personas encuestadas*

<b>PSICOLOGÍA</b>		
<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Rango de edad</i>
1	2	30 - 35
0	2	35 - 40
0	1	40 - 45
1	1	45 - 50
0	0	50 o más

Elaboración propia

#### **4.4.Métodos y técnicas de investigación**

Para el logro de resultados efectivos, se requiere la implementación de dos cuestionarios y una entrevista para medir la veracidad de los resultados, este procedimiento se desarrolla con una muestra de colaboradores de la carrera de Psicología de una Entidad de Educación Superior, con el propósito de adquirir resultados concisos y eficaces en relación a la comunicación interna y al clima organizacional. Las técnicas que utilizaremos serán dos y estas son: encuestas y entrevistas.

##### **4.4.1. La encuesta**

Los cuestionarios son utilizados en las encuestas, debido a que se utilizará un conjunto determinado de preguntas para la medición de variables (Hernández, 2014,

p.217).

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. (López y Fachelli, 2015, p.8)

Las encuestas a implementar en el personal de las carreras de Psicología de la organización son concernientes a comunicación organizacional interna y clima organizacional. El desarrollo de la encuesta de comunicación será la de Formanchuk, en cambio en clima organizacional se ejecutará la aplicación de la encuesta llamada CLA Cuestionario de Clima Laboral, ambos cuestionarios serán adaptados según la realidad actual de dicha entidad.

La encuesta de comunicación interna tiene como objetivo medir la percepción de la comunicación interna en una organización, la cual está conformada por 42 reactivos, clasificadas en 7 dimensiones y cada una de las dimensiones está constituida por 6 ítems respectivamente. Cuenta con una duración para su óptimo desarrollo de treinta minutos aproximadamente.

La escala de calificación del cuestionario de comunicación interna es la siguiente:

- 5: Totalmente de acuerdo
- 4: Parcialmente de acuerdo
- 3: Indiferente
- 2: Parcialmente en desacuerdo
- 1: Totalmente en desacuerdo

En el cuestionario se logra obtener un valor mínimo de 42 puntos y un valor máximo de 210 puntos. Estos valores mencionados se obtienen multiplicando la

cantidad total de ítems por el valor de la escala. Según el puntaje que se obtiene se determina lo siguiente:

*Tabla 2*  
*Puntaje de calificación del cuestionario de comunicación interna*

Nivel muy bueno en comunicación	178 - 210 puntos
Nivel bueno en comunicación	104 - 177 puntos
Nivel regular en comunicación	110 - 143 puntos
Nivel malo en comunicación	76 - 109 puntos
Nivel muy malo en comunicación	42 - 75 puntos

Elaboración propia

La encuesta de clima organizacional-CLA Cuestionario de Clima Laboral- que tiene como autores a Corral Sara y Pereña Jaime (inspirados en la teoría de Blake y Moun-ton 1981-1994), mantiene una procedencia del Departamento de I+D, TEA Ediciones, S.A. Este cuestionario evalúa el clima laboral de las organizaciones, el cual consiste en distinguirlos en dos ejes principales en la gestión empresarial y en las formas de dirigir tales como: orientación hacia la persona y orientación hacia los resultados. El objetivo del instrumento es evaluar el clima general de la Institución.

El cuestionario de Clima se compone de 93 elementos, diferenciados en 8 escalas y definidas en dos grandes ejes, constituidos en frases cortas redactadas en positivo y negativo con la finalidad de dificultar una posible tendencia a contestar las preguntas en un sentido o en otro, las cuales describen los comportamientos o las conductas observables en el ámbito laboral. Cuenta con una duración para su óptimo desarrollo de media hora aproximadamente.

Se decidió añadir una dimensión más; debido a los resultados obtenidos de

aplicaciones experimentales que se habían ejecutado; denominada CLA, ya que representa una medida global del clima laboral, obteniéndose a partir de 35 ítems que demostraron ser los más representativos. Reflejando de manera idónea el clima general de la organización.

En el cuestionario se aceptan tres tipos de respuesta:

1. **SI:** cuando la frase se considera cierta
2. **?:** cuando se considera que la frase no es cierta ni falsa, o cuando no se pueda decidir.
3. **NO:** cuando la frase no se cumple en su puesto de trabajo.

Para efectuar la calificación de las escalas cada una de las tres opciones de respuesta recibe 0, 1 y 2 puntos respectivamente. En donde se puede obtener: como puntuación mínima 0 puntos y como puntuación máxima equivalente al número de elementos de la escala multiplicado por 2. En la tabla 3 se da a conocer el número de elementos de cada escala, la puntuación mínima y la puntuación máxima que puede obtenerse.

*Tabla 3*  
*Número de elementos y puntuaciones externas de las escalas del CLA*

<b>ESCALAS</b>	<b>NÚMERO DE ELEMENTOS</b>	<b>PUNTUACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PUNTUACIÓN MÁXIMA</b>
Organización	23	0	46
Innovación	22	0	44
Información	21	0	42
Condiciones	18	0	36
Implicación	17	0	34
Autorrealización	16	0	32
Relaciones	20	0	40
Dirección	33	0	66
CLA	35	0	70

Elaboración propia

A continuación, se presenta una tabla en donde se plantean los ítems que

corresponden a cada dimensión, por concerniente se relacionan a sus ejes: eje número

1: empresa o eje número 2: persona respectivamente:

**Tabla 4**  
*Ejes según sus dimensiones e ítems del cuestionario de clima*

EJES	DIMENSIONES	ITEMS	TIPO DE DATOS
1. Empresa	Organización	1, 2, 10, 16, 20, 34, 46, 49, 56, 60, 63, 65, 69, 73, 74, 80, 81, 87	Intervalo de respuesta. <b>SI</b>  <b>?</b>  <b>NO</b> (satisfacción, indecisión, insatisfacción)
	Innovación	28, 30, 38, 48, 52, 76, 88	
	Información	14, 42, 45, 54, 66, 83, 91	
	Condiciones	4, 7, 9, 21, 26, 33, 53, 62, 68, 70, 85, 86	
2. Persona	Implicación	3, 5, 6, 18, 22, 25, 29, 43, 50, 77, 78, 79, 82, 90	
	Autorrealización	17, 19, 44, 47, 59, 67, 92	
	Relaciones	8, 24, 32, 36, 40, 41, 58, 71, 72, 75, 84	
	Dirección	11, 12, 13, 15, 23, 27, 31, 35, 37, 39, 51, 55, 57, 61, 64, 89, 93	

Elaboración propia

#### 4.4.2. La entrevista

Según Hernández (2014), “las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, resulta una especie de filtro”. (p. 233)

La entrevista es una técnica que consiste en un contacto cara a cara con la persona, teniendo como propósito conocer sus opiniones acerca de algo. Se establece

como una conversación que adquiere un propósito de manera determinada, esto quiere decir que es diferente al desarrollo de una conversación común, debido a que es una herramienta técnica que se ajusta al procedimiento de un diálogo coloquial.

(Moule y Goodmanm, 2009 y Rogers y Bouey,2005, citado por Hernández, 2014, p.234) , mencionan las siguientes características:

- El principio y final de la entrevista se definen con claridad. De hecho, tal definición se integra en el cuestionario.
- El mismo instrumento se aplica a todos los participantes, en condiciones lo más similares posible (estandarización).
- Se busca que sea individual, sin la intrusión de otras personas que pueden opinar o alterar de alguna manera la entrevista.
- Es poco a nada anecdótica (aunque en algunos casos es recomendable que el entrevistador anote cuestiones fuera de lo común como ciertas reacciones y negativas a responder).
- La mayoría de las preguntas suelen ser cerradas, con mínimos elementos rebatibles, ampliaciones y sondeos.
- El entrevistador y el propio cuestionario controlan el ritmo y la dirección de la entrevista.
- El contexto social no es un elemento a considerar, lo es solamente el ambiental.
- El entrevistador procura que su patrón de comunicación sea similar (su lenguaje, instrucciones, etcétera).

La entrevista se va implementar a la Directora de la carrera de Psicología, a dos profesores; uno de cada carrera; los cuales serán escogidos de manera aleatoria según su trayectoria profesional. Los datos de las personas seleccionadas para la entrevista que ha sido desarrollada posterior a los resultados obtenidos en la encuesta, y

abordando las necesidades que se han podido identificar son: Directora de la Carrera de Psicología, Docente de la Carrera de Psicología Clínica y Docente de la Carrera de Psicología Organizacional.

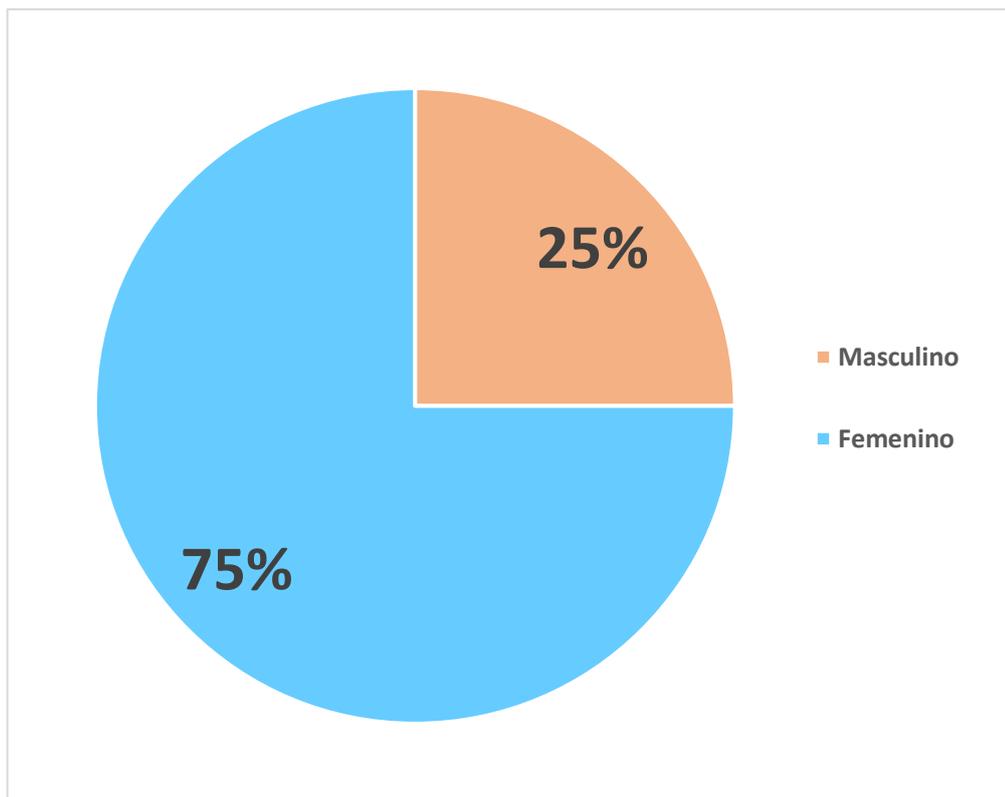
## **CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS TÉCNICAS**

## APLICADAS

### 5.1. Análisis general de las encuestas aplicadas a los docentes de la carrera de Psicología

A continuación, se describirán los resultados generales de las variables de comunicación y clima, adicional se planteará de manera porcentual el género y el rango de edades según las respuestas brindadas por los docentes de psicología.

#### Porcentaje por sexo de docentes de psicología – Encuesta de comunicación y clima

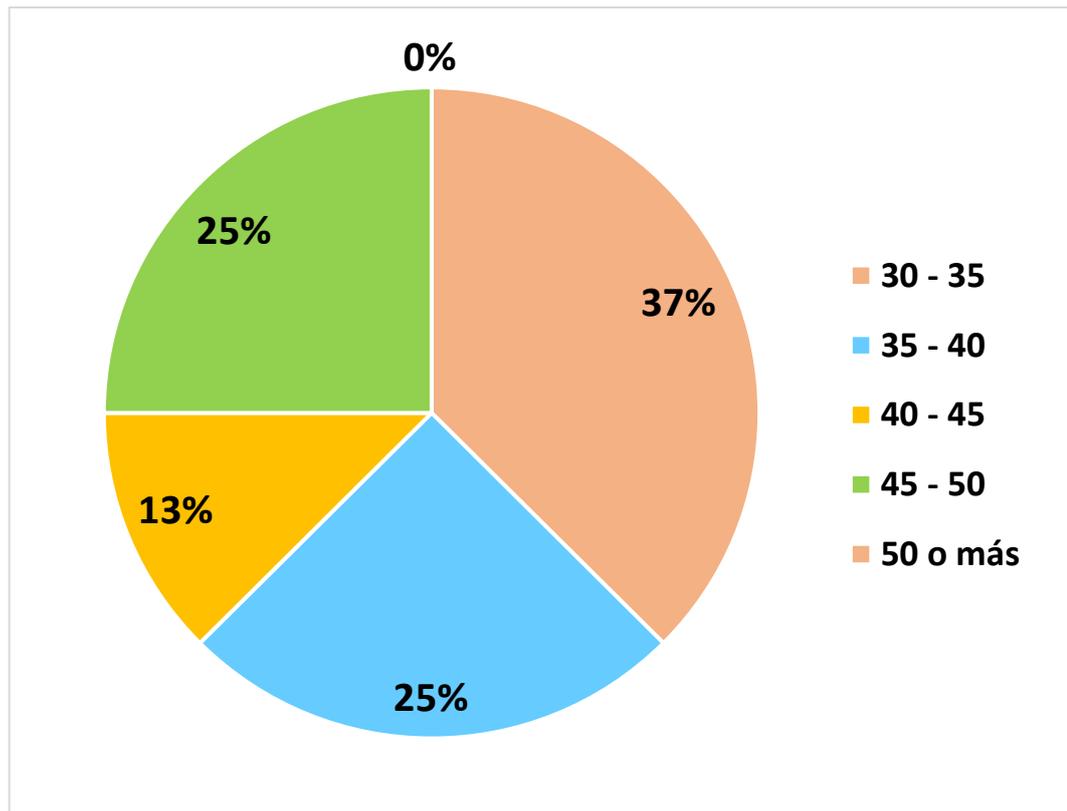


*Figura 2 Porcentaje por sexo de docentes de psicología*

En el gráfico 2 se puede observar la representación porcentual que se ha obtenido de los docentes de psicología, el 75% hace referencia al sexo femenino y el 25% al sexo masculino, obteniéndose dicho porcentaje de las dos encuestas administradas: la de comunicación y clima.

#### Porcentaje por edad de docentes de psicología – Encuesta de comunicación y

## clima



*Figura 3 Porcentaje por edad de docentes de psicología*

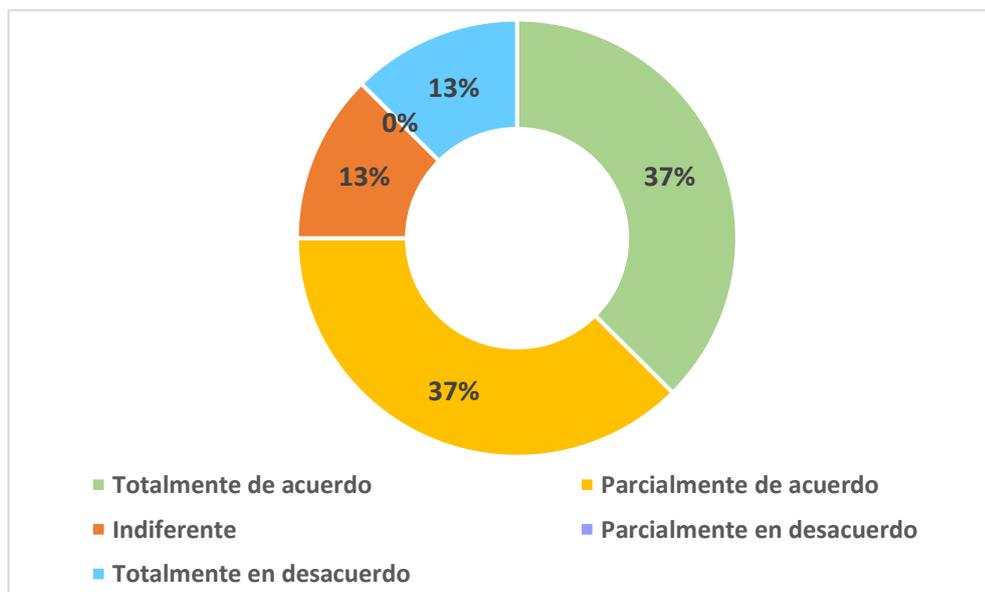
En el gráfico 3 se pueden visualizar los porcentajes obtenidos en relación al rango de edades a la que se relacionan los docentes, en el rango de edades de 30 a 35 años se obtuvo un 37%, en la edad entre 35 a 40 años se obtuvo un 25%, entre 40 a 45 años un 13%, en el rango de 45 a 50 años el 25% y se evidenció que de 50 años o más hay un 0% de docentes.

## **5.2. Análisis específico de la encuesta de comunicación interna aplicada a los docentes de la carrera de Psicología**

### **Análisis específico por dimensiones – Encuesta de Comunicación Interna**

A continuación, se presentará el análisis de cada una de las dimensiones de la encuesta de comunicación interna, la cual tiene como objetivo medir la percepción de la comunicación interna de los docentes de la carrera de psicología de la Facultad de

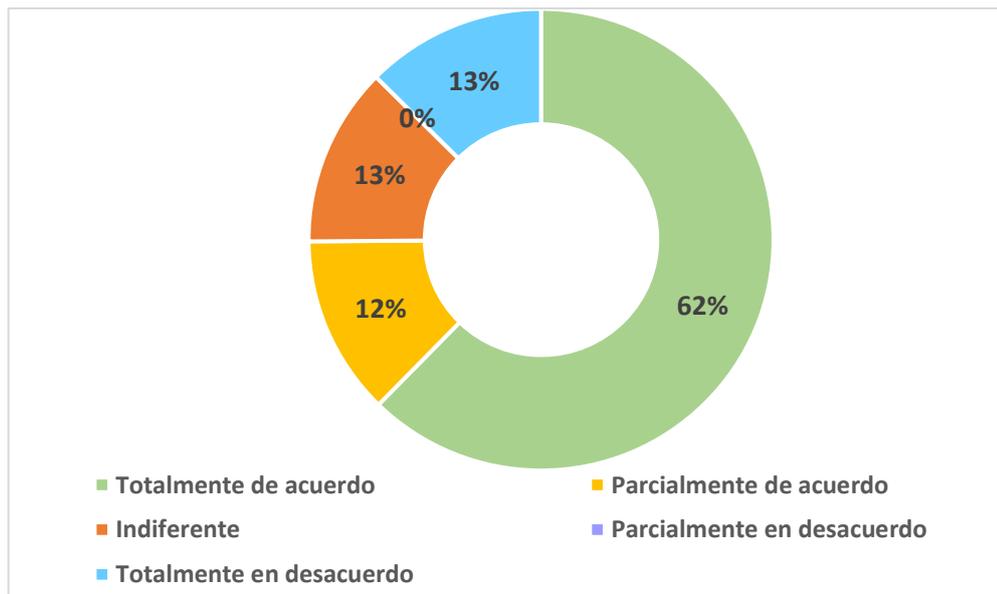
### Porcentajes de la Dimensión Esencial – Comunicación Interna



*Figura 4 Porcentaje de la dimensión esencial*

El gráfico 4 que corresponde a la primera dimensión de la encuesta de comunicación interna denominada esencial, expone los resultados de manera porcentual, brindando las siguientes valoraciones: un 37% de los docentes está totalmente de acuerdo que la comunicación que se desarrolla permite una comunicación esencial y por ende un compromiso conversacional, del mismo modo, se puede visualizar que el 37% de los encuestados respondieron que están parcialmente de acuerdo, el 13% de los docentes tuvo una respuesta indiferente a dicha dimensión y el 13% de los docentes manifiestan una respuesta que están totalmente en desacuerdo que la comunicación que se desarrolla en la facultad permita el dialogo.

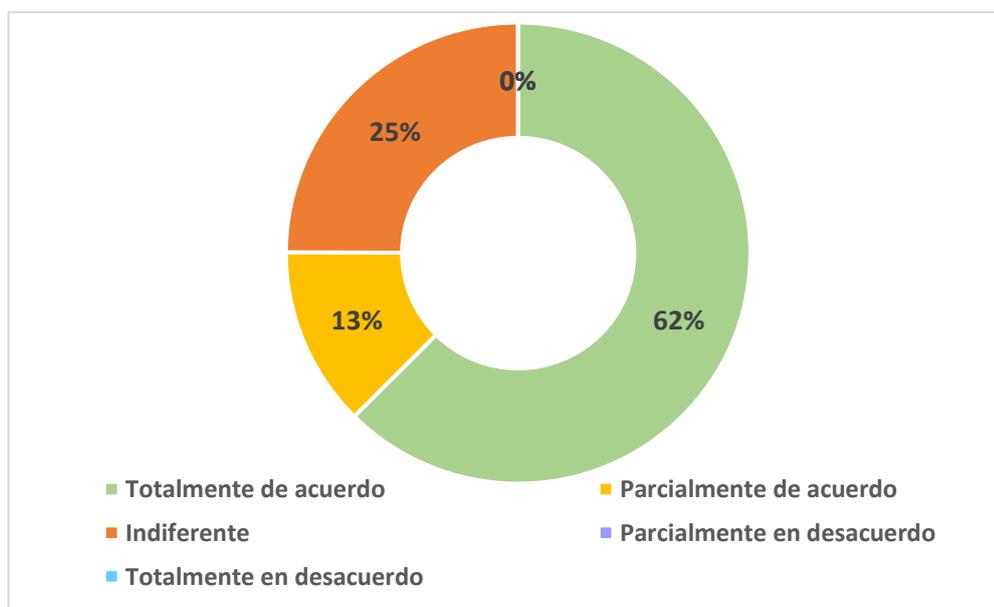
### Porcentajes de la Dimensión Operativa – Comunicación Interna



*Figura 5 Porcentaje de la dimensión operativa*

El gráfico 5 que representa la dimensión operativa refleja los siguientes resultados en porcentajes: un 62% de los docentes respondieron que están totalmente de acuerdo que mediante la realización de acciones idóneas logran alcanzar los objetivos que han sido pautados, el 12% de los encuestados reflejan que están parcialmente de acuerdo, adicionalmente, en un 13% se encuentran las respuestas indiferente y totalmente en desacuerdo con dicha dimensión, esto quiere decir que los docentes no conocen que es lo que la facultad se espera de ellos.

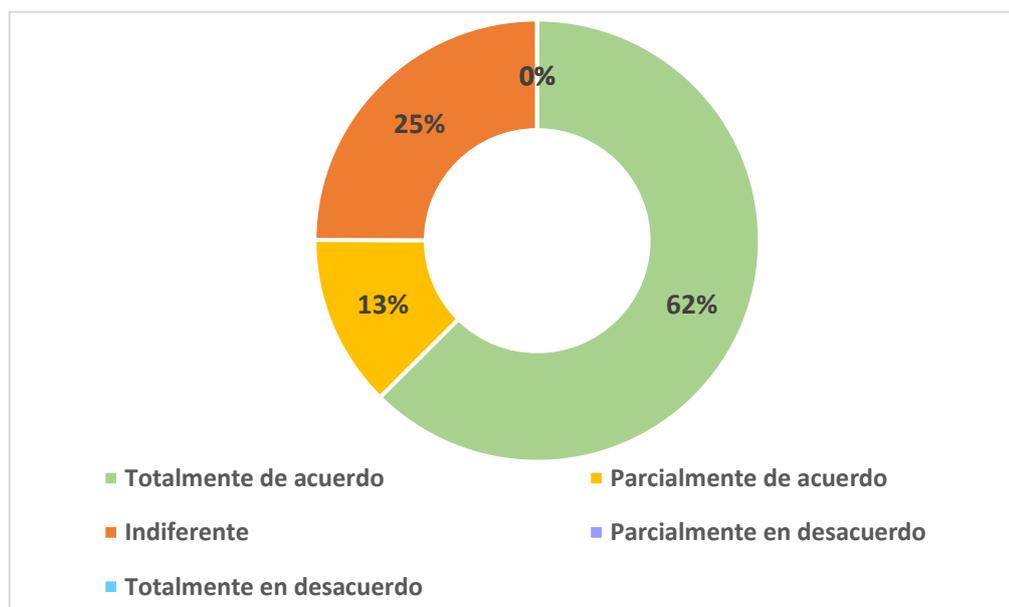
## Porcentajes de la Dimensión Estratégica – Comunicación Interna



*Figura 6 Porcentaje de la dimensión estratégica*

En el gráfico 6 se pueden visualizar los porcentajes correspondientes a la dimensión estratégica de la encuesta de comunicación interna, la cual consta de valores como lo son: un 62% de docentes está totalmente de acuerdo en relación a que han adquirido conocimientos en relación a los objetivos que mantiene la facultad y saben el porqué de cada tarea que realizan, adicional un 13% que respondió con la alternativa parcialmente de acuerdo y un 25% que está indiferente a dicha dimensión reflejando un considerable porcentaje de incertidumbre.

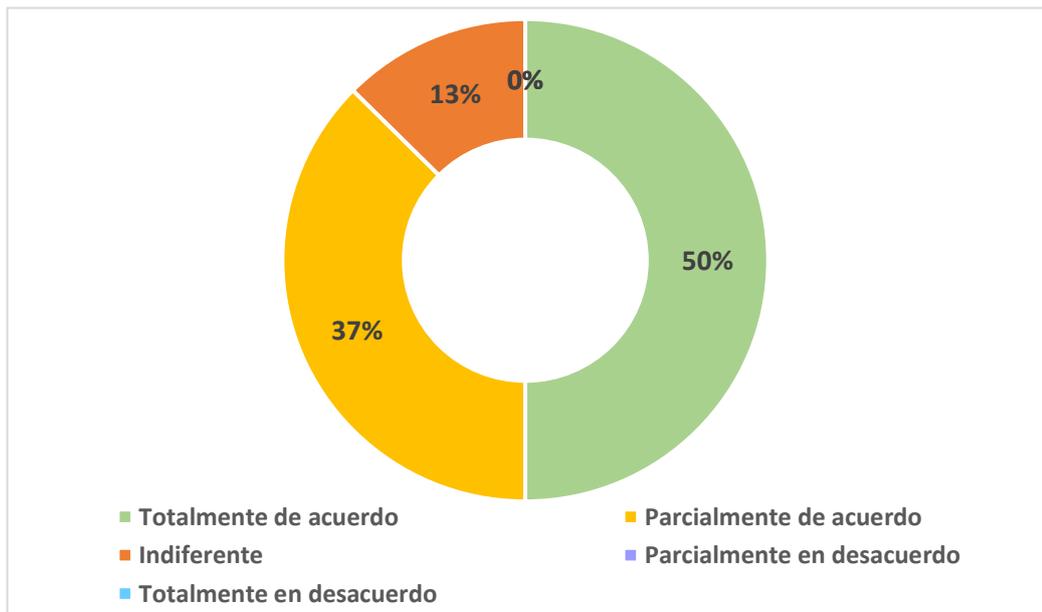
## Porcentajes de la Dimensión Valorativa – Comunicación Interna



*Figura 7 Porcentaje de la dimensión valorativa*

El gráfico 7 que corresponde a la cuarta dimensión de la encuesta de comunicación interna denominada valorativa, expone los resultados de manera porcentual, constando de las siguientes valoraciones: un 62% de los docentes está totalmente de acuerdo que por medio de los valores y objetivos institucionales se logra una fuerte conexión con el trabajo, adicional, el 13% de los docentes está parcialmente de acuerdo y el 25% de los docentes manifiestan una respuesta que están indiferente en referencia a la gestión de comunicación de la dimensión.

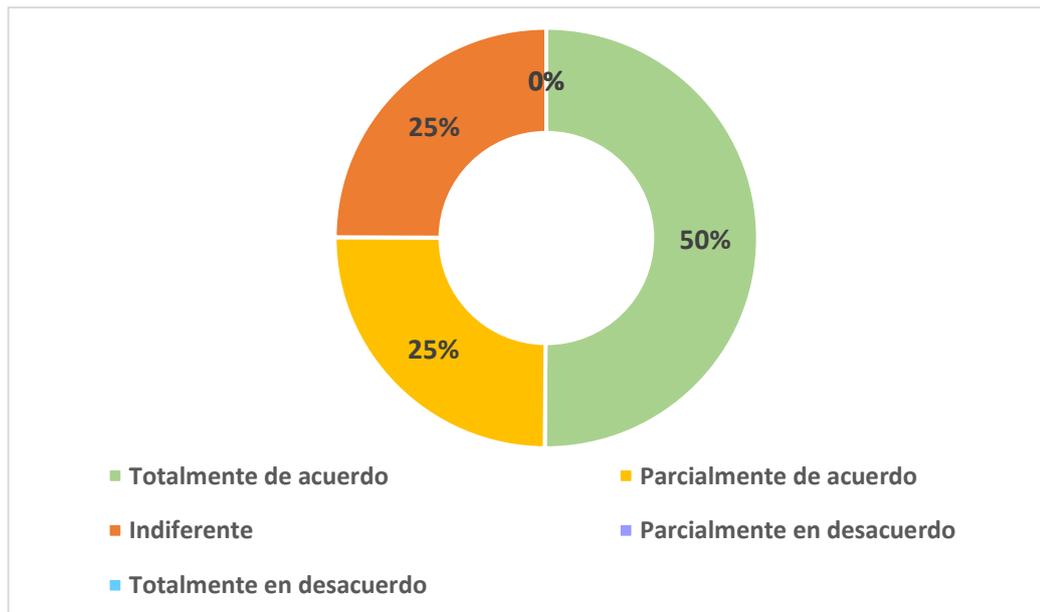
### Porcentajes de la Dimensión Motivacional – Comunicación Interna



*Figura 8 Porcentaje de la dimensión motivacional*

El gráfico 8 que representa la dimensión motivacional detalla los siguientes resultados en porcentajes: un 50% de los docentes respondieron que están totalmente de acuerdo que mediante la comunicación reciben motivación a sus intereses personales, el 37% de los encuestados respondieron que se encuentran parcialmente de acuerdo, el 13% que están indiferente con la dimensión.

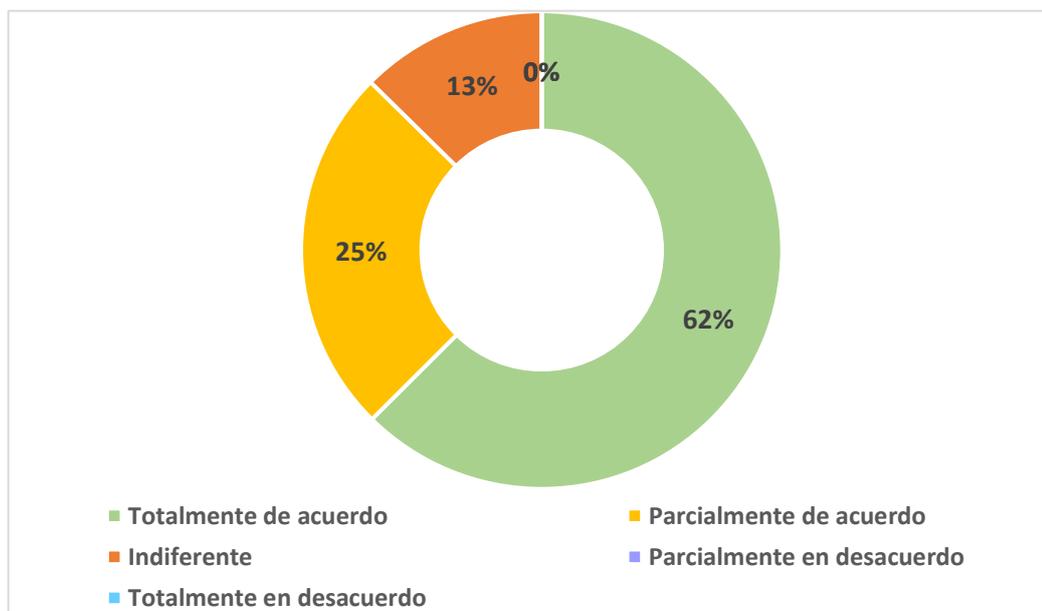
## Porcentajes de la Dimensión Aprendizaje – Comunicación Interna



*Figura 9 Porcentaje de la dimensión de aprendizaje*

En el gráfico 9 correspondiente a la dimensión de aprendizaje detalla de manera porcentual los resultados obtenidos siendo los siguientes: un 50% de los docentes está totalmente de acuerdo y considera que hay espacios para la ejecución de retroalimentaciones sobre la ejecución del trabajo que están realizando, así mismo, un 25% está parcialmente de acuerdo y un 25% demostró indiferencia a dicho aprendizaje.

## Porcentajes de la Dimensión Inteligencia – Comunicación Interna



*Figura 10 Porcentaje de la dimensión de inteligencia*

En la dimensión inteligencia se pueden visualizar los resultados de manera porcentual, los cuales se dividen de la siguiente manera: un 62% de los encuestados expresaron estar totalmente de acuerdo, lo cual hace referencia que entre los miembros se efectúa un dialogo en la exteriorización de nuevas ideas, un 25% estuvo parcialmente de acuerdo y un 13% manifestó indiferencia a la dimensión de inteligencia.

### 5.3. Análisis específico de la encuesta de clima organizacional aplicada a los docentes de la carrera de Psicología

#### Análisis específico por dimensiones – Encuesta de Clima

A continuación, se presentará el análisis de los dos ejes, abordando cada una de las dimensiones de la encuesta de clima, en donde se podrá visualizar mediante las dimensiones los comportamientos o las conductas observables en el ámbito laboral de los docentes de la carrera de psicología de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

#### Eje 1: Empresa

Las dimensiones que constituyen al eje #1 hacen referencia a la dependencia y a la estructuración de la entidad.

#### Porcentajes de la Dimensión Organización – Clima Organizacional

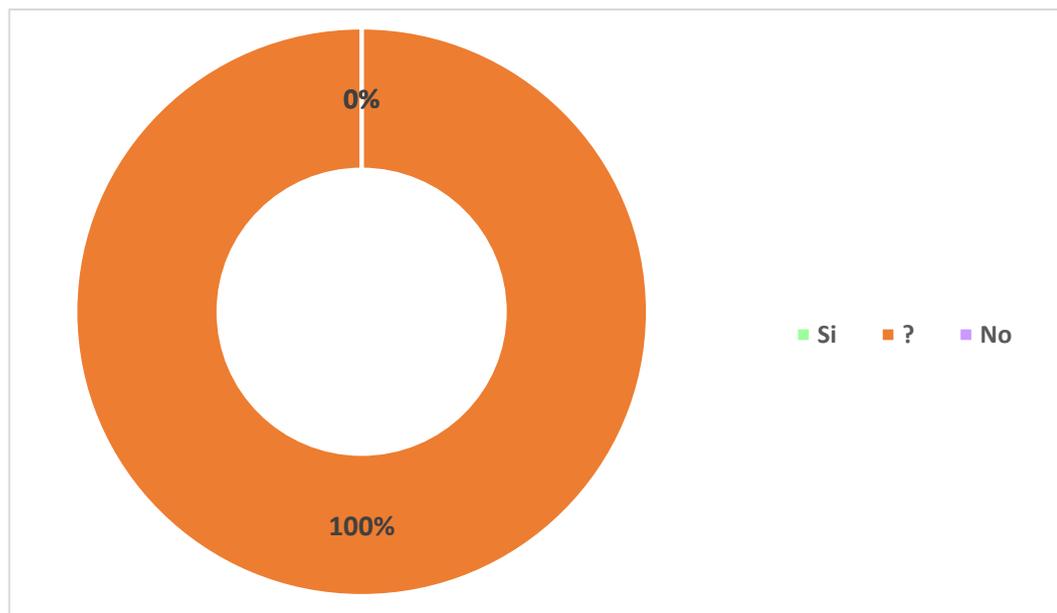
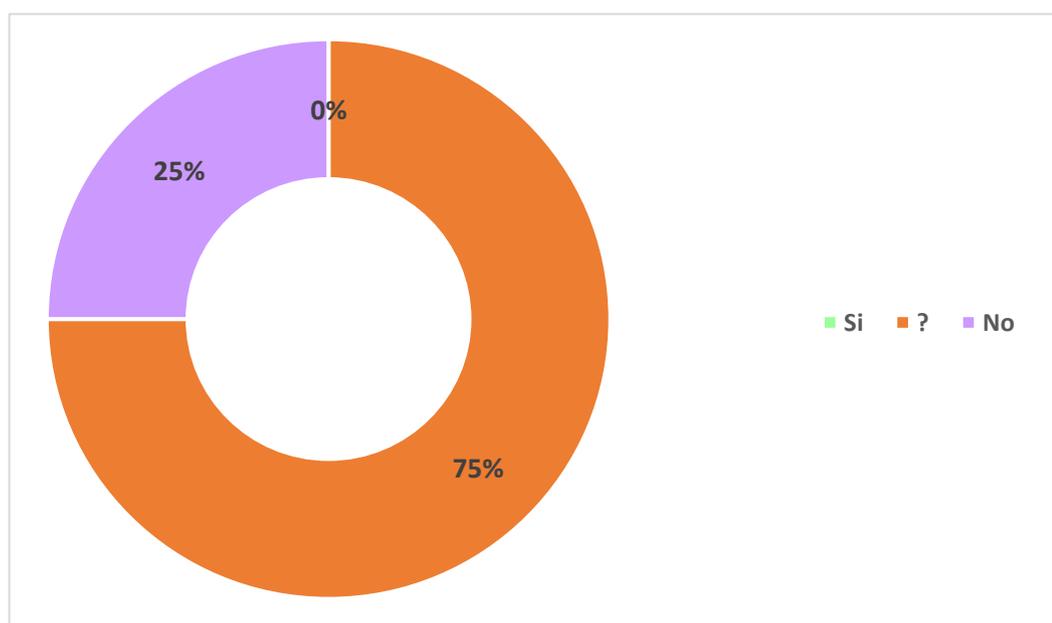


Figura 11 Porcentaje de la dimensión de organización

En la dimensión organización, que es la dimensión que corresponde al eje empresa, se puede visualizar de manera porcentual la siguiente clasificación: el 100% de los docentes considera que las frases que se encontraban en dicha dimensión podían ser verdaderas o falsas, por ende no pudieron decidir a una respuesta en concreto.

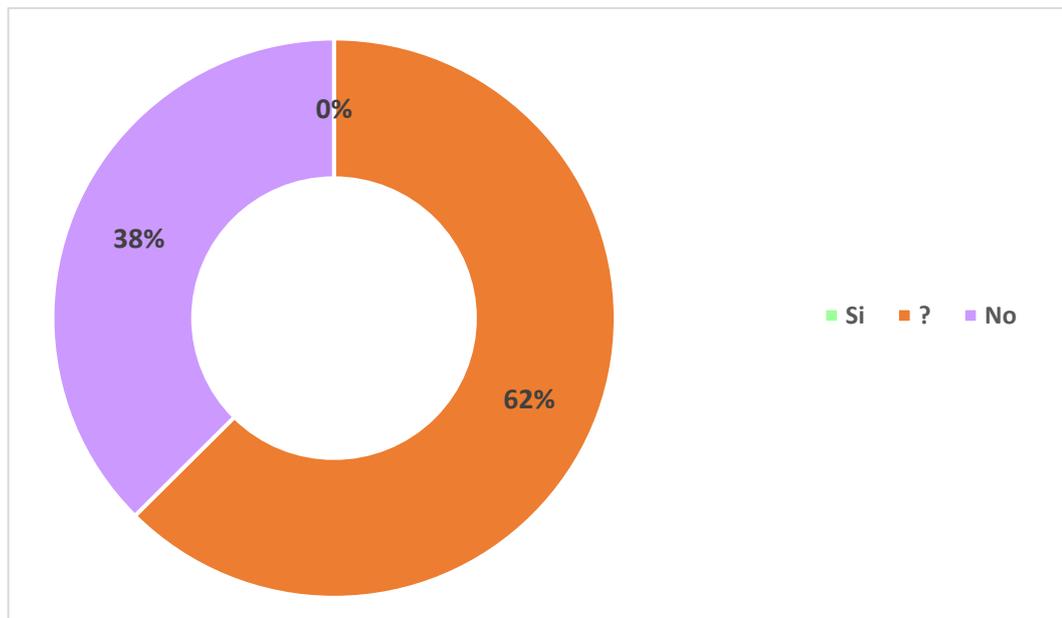
### Porcentajes de la Dimensión Innovación – Clima Organizacional



*Figura 12 Porcentaje de la dimensión de innovación*

En el grafico 12 que corresponde a la dimensión innovación se puede visualizar los resultados de manera porcentual, en donde un 25% de los encuestados proporcionó la respuesta NO en relación al conjunto de preguntas que se mencionaron y un 75% concluyo que las frases que se encontraban en dicha dimensión podían ser verdaderas o falsas y por ende no pudieron decidir a una respuesta en concreto.

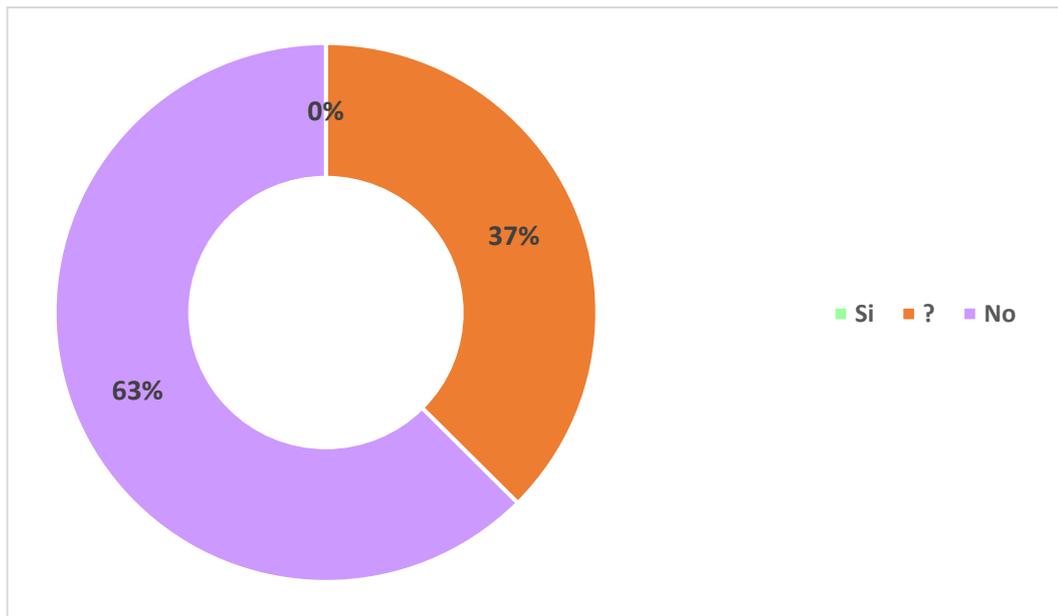
## Porcentajes de la Dimensión Información – Clima Organizacional



*Figura 13 Porcentaje de la dimensión de información*

En la dimensión información según el gráfico que se plantea, se indica los resultados de manera porcentual, un 38% de los docentes indicó como respuesta la alternativa NO y un 62% de los docentes considera que las frases que se encontraban en dicha dimensión podrían ser verdaderas o falsas y por ende no pudieron decidir a una respuesta en concreto.

### Porcentajes de la Dimensión Condiciones – Clima Organizacional



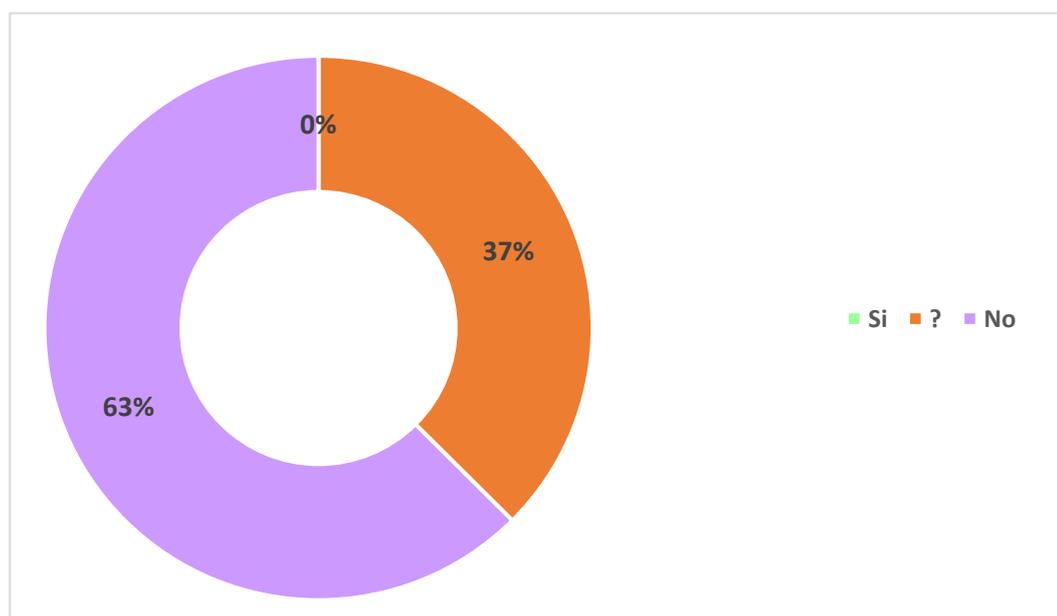
*Figura 14 Porcentaje de la dimensión de condiciones*

En el grafico 17 que corresponde a la dimensión condición se puede visualizar los resultados de manera porcentual, en donde un 37% de los encuestados brindo la respuesta de un signo de interrogación en donde se indica que las frases que se encontraban en dicha dimensión podían ser verdaderas o falsas y por ende no pudieron decidir a una respuesta en concreto y en un 63% la alternativa de respuesta NO por parte de los docentes de la entidad.

## Eje 2: Persona

Las dimensiones que constituyen al eje #2 hacen referencia a la relación con las actitudes y a las vivencias personales, motivación laboral, entre otros.

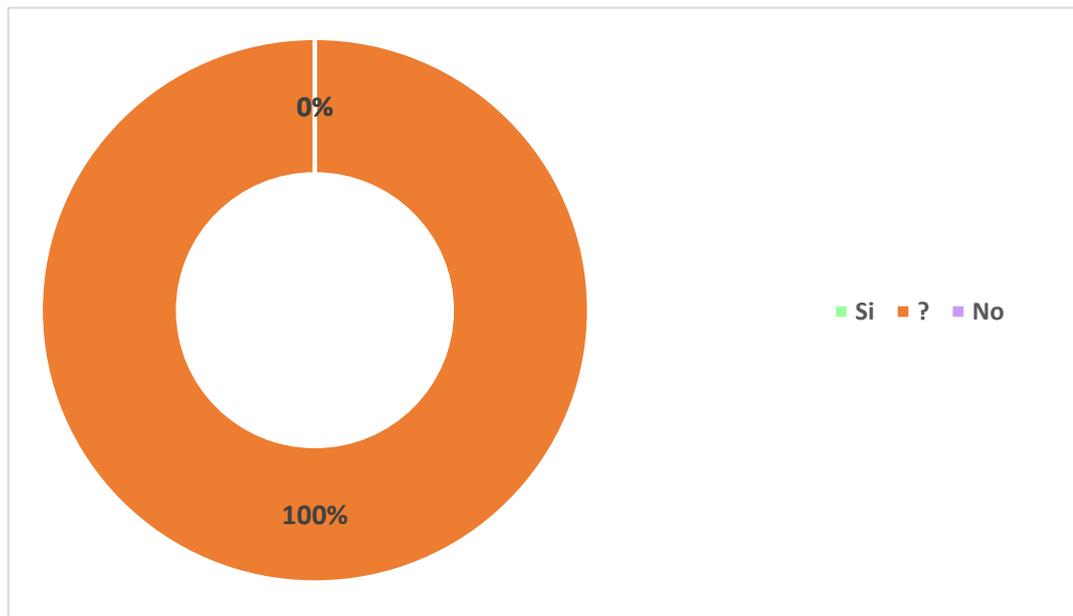
### Porcentajes de la Dimensión Implicación – Clima Organizacional



*Figura 15 Porcentaje de la dimensión de implicación*

En la dimensión implicación, que es la dimensión que corresponde al eje persona, se puede visualizar de manera porcentual la siguiente clasificación: el 37% de los docentes considera que las frases que se encontraban en dicha dimensión podían ser verdaderas o falsas, por ende, no pudieron decidir a una respuesta en concreto y un 63% eligió la alternativa NO en las preguntas correspondientes a dicho grupo.

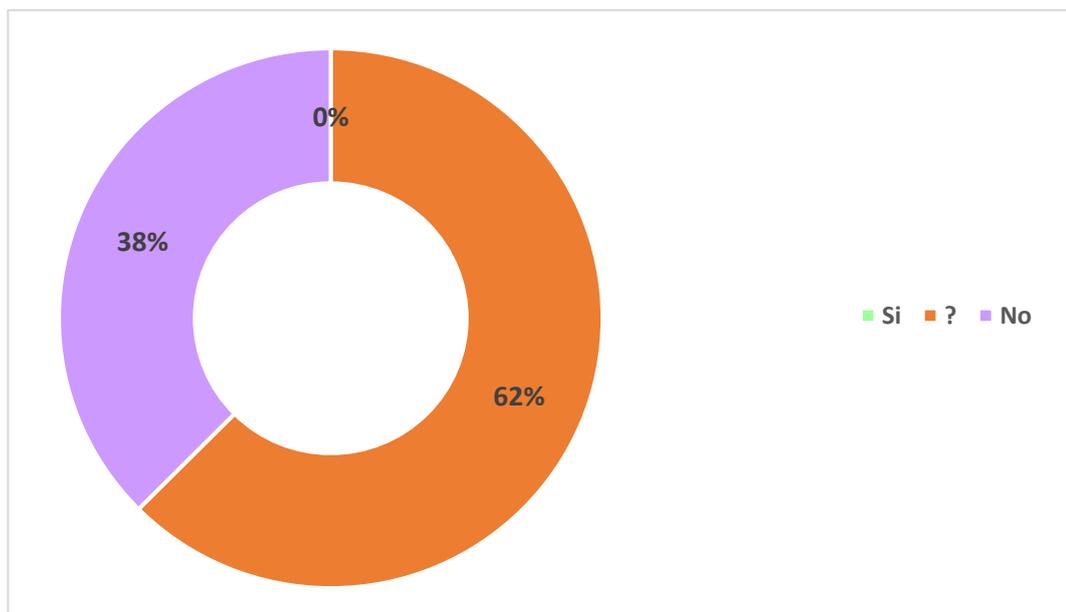
## Porcentajes de la Dimensión Autorrealización – Clima Organizacional



*Figura 16 : Porcentaje de la dimensión de autorrealización*

En el grafico 16 que corresponde a la dimensión autorrealización se puede visualizar los resultados de manera porcentual, en donde un 100% de los encuestados determino que las frases que se encontraban en dicha dimensión podían ser verdaderas o falsas y por ende no pudieron decidir a una respuesta en concreto.

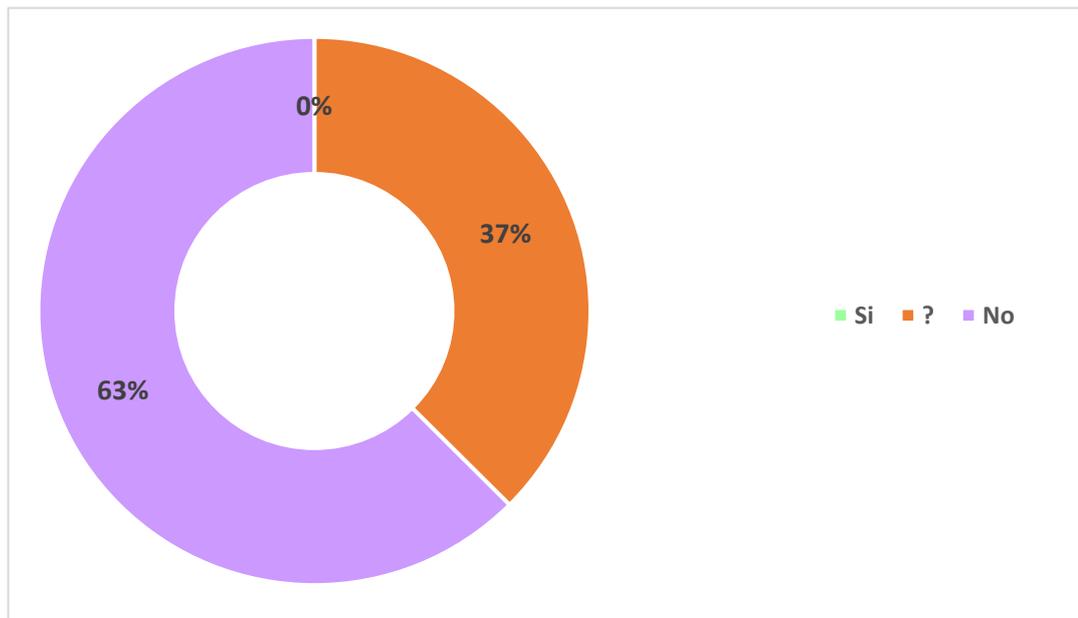
### Porcentajes de la Dimensión Relaciones – Clima Organizacional



*Figura 17 Porcentaje de la dimensión de relaciones*

En la dimensión relación según el grafico que se plantea, se indica los resultados de manera porcentual, un 38% de los docentes indicó como respuesta la alternativa NO y un 62% de los docentes considera que las frases que se encontraban en dicha dimensión podían ser verdaderas o falsas y por ende no pudieron decidir a una respuesta en concreto

## Porcentajes de la Dimensión Dirección – Clima Organizacional



*Figura 18 Porcentaje de la dimensión de dirección*

En el grafico 18 que corresponde a la dimensión condición se puede visualizar los resultados de manera porcentual, en donde un 37% de los encuestados brindo la respuesta de un signo de interrogación en donde se indica que las frases que se encontraban en dicha dimensión podían ser verdaderas o falsas y por ende no pudieron decidir a una respuesta en concreto y en un 63% la alternativa de respuesta NO por parte de los docentes de la entidad.

#### **5.4. Análisis de resultados obtenidos en la encuesta de comunicación organizacional interna y clima organizacional**

En relación a la administración de las encuestas de comunicación interna y clima organizacional se describe a continuación la interpretación de resultados de ambas encuestas en donde se considera lo siguiente:

Como se observa en los gráficos anteriores se describe que en las dimensiones: motivacional e inteligencia se encuentran los puntajes más altos en relación a la comunicación organizacional interna concerniente a las respuestas totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo; mientras que en las dimensiones: esencial, operativa, estratégica, valorativa y aprendizaje se encuentran los valores relacionados a las respuestas indiferente y totalmente en desacuerdo, lo que indica que se debe ejecutar un fortalecimiento en el diálogo entre toda la organización para que se logre alcanzar los objetivos pautados de manera idónea y por ende cada uno de los colaboradores conocerá que tarea deben realizar, sintiéndose orientados, comprometidos, valorados y motivados.

En los gráficos relacionados al clima organizacional que tiene las siguientes opciones de respuesta: Si; la frase se considera cierta, (?) cuando no se puede decidir entre verdadera o falsa y No; que hace referencia a una frase que no se cumple en su puesto de trabajo, se puede visualizar lo siguiente: en las dimensiones organización, innovación, información, autorrealización, relaciones se obtuvo como respuesta (?) que refleja indecisión, y en las dimensiones condiciones, implicación y dirección se obtuvieron respuestas negativas, lo que orienta a la ejecución y fortalecimiento en el funcionamiento y orden en la empresa, por ende en el grado de relación con las actitudes y vivencias que tienen los docentes en relación a la satisfacción laboral.

### 5.5. Análisis de resultados de las entrevistas

A continuación se realizará un análisis a las entrevistas implementadas a: la Directora de la carrera de Psicología, a dos docentes; uno de cada carrera, los cuales fueron escogidos de manera aleatoria según su trayectoria profesional. Se han escogido cinco preguntas del formato guía, teniendo en cuenta su transmisión de relevancia y mayor impacto en las respuestas.

<p><b>¿Cómo se siente en su entorno (con esta nueva dinámica) de trabajo?</b></p>	<p>Los profesionales manifestaron lo siguiente:</p> <p>Dos de ellos indicaron que es complejo, no estaban preparados para la virtualidad, aunque ya tenían las plataformas, también manifestaron que en la presencialidad poseen más recursos, por ende, tuvieron que adaptarse.</p> <p>El tercer profesional indico que ha sido muy bueno, ya que ha dado apertura a la innovación.</p>
<p><b>¿Cuál es su motivación principal para desarrollar su trabajo?</b></p>	<p>Las motivaciones que manifestaron los profesionales mantienen relación, obteniendo como respuesta lo siguiente:</p> <p>Se logra un mayor contacto con los estudiantes, vocación de servicio a la carrera, contribución con la formación de nuevos profesionales, aprendizaje y</p>

	enseñanza de manera continua.
<b>¿Considera que la comunicación es importante para su trabajo?</b>	<p>Los tres profesionales mantuvieron relación en sus respuestas, siendo las siguientes:</p> <p>Es fundamental, es una competencia, medio de aprendizaje, permite trascender las barreras de los espacios virtuales, aportando a la interacción.</p>
<b>¿Cómo usted percibe la comunicación entre docentes y autoridades?</b>	<p>Los profesionales manifestaron lo siguiente:</p> <p>Dos de ellos indicaron que: la comunicación según la estructura de la institución ha sido tradicional, es decir fluye de arriba hacia abajo y que debido a que la estructura tiene distintos niveles jerárquicos la información se distorsiona o la comunicación no llega de manera oportuna, función de intermediaria.</p> <p>En cambio el tercer profesional indico que percibe apertura en la comunicación con las autoridades.</p>

<p><b>¿Qué factores cree usted que podrían afectar su trabajo como docente?</b></p>	<p>Indicaron lo siguiente: en la actualidad con la virtualidad han adquirido una mayor carga laboral, es decir requiere de mayor esfuerzo, por ende una mayor sobrecarga de trabajo, más interacción con los estudiantes, limitaciones técnicas.</p>
---	--

## **5.6. Análisis de resultados de los instrumentos implementados: encuestas y entrevista**

La comunicación interna juega un rol muy importante, pues es uno de los parámetros de mayor incidencia y de influencia en el clima laboral, siendo este último el espacio que permite el desenvolvimiento de los colaboradores a plenitud para el desarrollo de sus funciones de manera eficiente.

El clima laboral debe buscar las mejores condiciones para que los colaboradores se desarrollen de mejor forma, mediante una comunicación interna que sea constante y fluida para generar mayor satisfacción, capacitaciones que fortalezcan conocimientos y que junto a incentivos permanentes permitan crear ese sentido de pertenencia que garantice la fidelización institucional.

En ambos instrumentos la ausencia de innovación, dinamismo y adaptación a las necesidades incide en la expresión y diálogo de nuevas ideas y sugerencias de desarrollo para mejora de la Institución.

## CONCLUSIONES

Por medio de los datos analizados en esta investigación se determina lo siguiente:

1. El tipo de comunicación que prevalece en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación es de tipo vertical-descendente debido a que se enfoca en las instrucciones del nivel directivo hacia los docentes, en ocasiones muy definidas se presenta una comunicación transversal entre docentes y autoridades, esto se desarrolla con mayor claridad en grupos de análisis sobre ciertos temas.
2. De acuerdo al análisis realizado mediante el instrumento CLA de clima se determina que los factores que más inciden en el clima organizacional de la facultad son: la autonomía, las relaciones interpersonales, los incentivos, la comunicación transparente y abierta, el liderazgo colaborativo y eficaz porque es el origen de comportamientos de los colaboradores que se ven reflejados en la organización y como consecuencia en el clima.
3. Mediante el análisis de los instrumentos aplicados se han determinado los factores de comunicación que inciden en el clima laboral que son los siguientes:
  - Se infiere que uno de los factores que inciden en la claridad de distribución de funciones, el grado de planificación en los trabajos y la disponibilidad de los medios para la ejecución óptima de tareas es la escasa socialización de los objetivos y la expectativa de los docentes en la ejecución de las mismas en relación a su labor.
  - Se establece fruto de la tabulación que la opinión de los docentes sobre los niveles de información existente es indeterminada.
  - Cabe recalcar que la percepción que mantienen los colaboradores en el

grado de intervención y las condiciones de trabajo interfieren en el nivel de satisfacción y se relaciona con el desarrollo de retroalimentaciones de manera oportuna hacia los colaboradores.

- En ambos instrumentos la ausencia de innovación, dinamismo y adaptación a las necesidades incide en la expresión y diálogo de nuevas ideas y sugerencias de desarrollo para mejora de la Institución.

## **ESTRATEGIAS**

En función al análisis de las conclusiones se proponen las siguientes estrategias en respuesta a cada uno de los niveles de comportamiento organizacional:

1. Actualizar el proceso y los canales de comunicación interna para facilitar el cumplimiento de los objetivos institucionales.
2. Prever decisiones alineadas a las nuevas demandas y situaciones que puedan suceder.
3. Desarrollar una comunicación dinámica que permita una respuesta inmediata y oportuna de parte de los receptores, en donde se perciba una comunicación bidireccional.
4. Realizar investigaciones a profundidad en comunicación organizacional interna para el fortalecimiento entre sus miembros y la gestión de un idóneo ambiente laboral.
5. Evaluación periódica de los niveles de satisfacción de los colaboradores de la Institución.
6. Ejecución de espacios de retroalimentación de manera periódica en relación a la evolución de las tareas que realiza cada colaborador.

## **RECOMENDACIONES**

1. Actualización de los manuales de funciones en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.
2. Socialización a los docentes en sus funciones a través de los manuales de cargos.
3. Realización de reuniones periódicas con todos los docentes de la Facultad para el abordaje y análisis de problemáticas que se presenten.
4. Investigaciones anuales de clima organizacional y comunicación organizacional interna.

## REFERENCIAS

- Álvarez, H. (2000). *Principios de Administración*. Córdoba, Argentina: Editorial Eudecor.
- Brunet, L. (2011). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones*. Trillas.
- Chiavenato, I. (2011). *El capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill.
- Chuc, F.(2018). *Aplicación de un modelo para determinar la cultura organizacional en un sistema educativo*. [Archivo PDF]. Recuperado de [https://instcamp.edu.mx/wp-content/uploads/2018/11/Ano2018No14\\_45\\_59.pdf](https://instcamp.edu.mx/wp-content/uploads/2018/11/Ano2018No14_45_59.pdf)
- Estanyol, E. y García, E. y Lalueza, F. (2016). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?*. Barcelona: Editorial UOC
- Fernández, D. Fernández, E. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. [Archivo PDF]. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=kAMoDwAAQBAJ&lpg=PR1&dq=Fern%C3%A1ndez%20y%20Fern%C3%A1ndez%2C%202017%20Para%20la%20realizaci%C3%B3n%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20de%20manera%20adecuada%20se%20requiere%20de%20cinco%20elementos%20que%20son%20de%20gran%20importancia%20ejecutar%20&lr&hl=es&pg=PR1#v=onepage&q&f=false>
- Flor, B. (2019). Población y muestra. *Pueblo Continente*, 30 (1), 245 - 246. Recuperado de <http://200.62.226.189/PuebloContinente/article/view/1269/1099>.
- Formanchuk, A. (2008). “*Comunicación Interna: siete dimensiones de intervención para aportar valor*”. Argentina. Disponible en: <http://www.sht.com.ar/archivo/temas/dimensiones.htm#Autor>
- Formanchuk, A. (2009). *Comunicación interna: 7 dimensiones de intervención para*

- aportar*. [Archivo PDF]. Recuperado de valor.  
<http://www.knowsquare.es/o2/item/articulo3760>
- Formanchuk, A. (2010). *Comunicación interna 2.0: Un desafío Cultural*. Recuperado de: <https://formanchuk.com/ebooks/>
- Franklin, E y Krieger, M. (2011). *Comportamiento organizacional. Enfoque para América Latina*. México: Pearson Educación.
- García, M., Hernández, T., González, E. y Polo, S. (2017). Asociación del Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral en Empresas de Servicios. *Revista Internacional de Administración & Finanzas*, 10 (1), (37-48). Recuperado de: <https://ssrn.com/abstract=2916923>
- Gómez, F. (2016). Comunicación. *Scielo*, 20(3). Recuperado de [http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-71382016000300002&script=sci\\_arttext](http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-71382016000300002&script=sci_arttext)
- Guzmán, V. (2012). *Comunicación organizacional*. [Archivo PDF]. Recuperado de [https://www.academia.edu/download/49550498/Guzman\\_2012.\\_Comunicacion\\_organizacional.pdf](https://www.academia.edu/download/49550498/Guzman_2012._Comunicacion_organizacional.pdf)
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Iglesias, A y Sánchez, Z. (2015). *Generalidades del clima organizacional*, 13(3). Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1727-897X2015000300002&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1727-897X2015000300002&script=sci_arttext&tlng=en)
- López, M y Saboya, N. (2016). *Revista de Investigación Universitaria*, 5(1). 44-51. Recuperado de <file:///C:/Users/user/Downloads/730-Texto%20del%20art%C3%ADculo-962-1-10-20180524.pdf>
- López, P y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. [Archivo PDF]. Recuperado de

[https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf)

Manosalvas, C , Manosalvas, L y Quintero, J. (2015). *El clima organizacional y la satisfacción laboral: Un análisis cuantitativo riguroso de su relación.*

Recuperado de:

<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/2650/2687>

Oyarvide, H., Reyes, E. y Montaña, M. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Revista Dominio de las Ciencias*, 3(4), 296-309. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6174479.pdf>

Pinto, A. (2017). La comunicación interna-externa como estrategia motivacional de las organizaciones. *Revista Didasc@lia*, 8(3). 179 - 186. Recuperado de [file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaComunicacionInternaexternaComoEstrategiaMotivaci-6662628%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaComunicacionInternaexternaComoEstrategiaMotivaci-6662628%20(1).pdf)

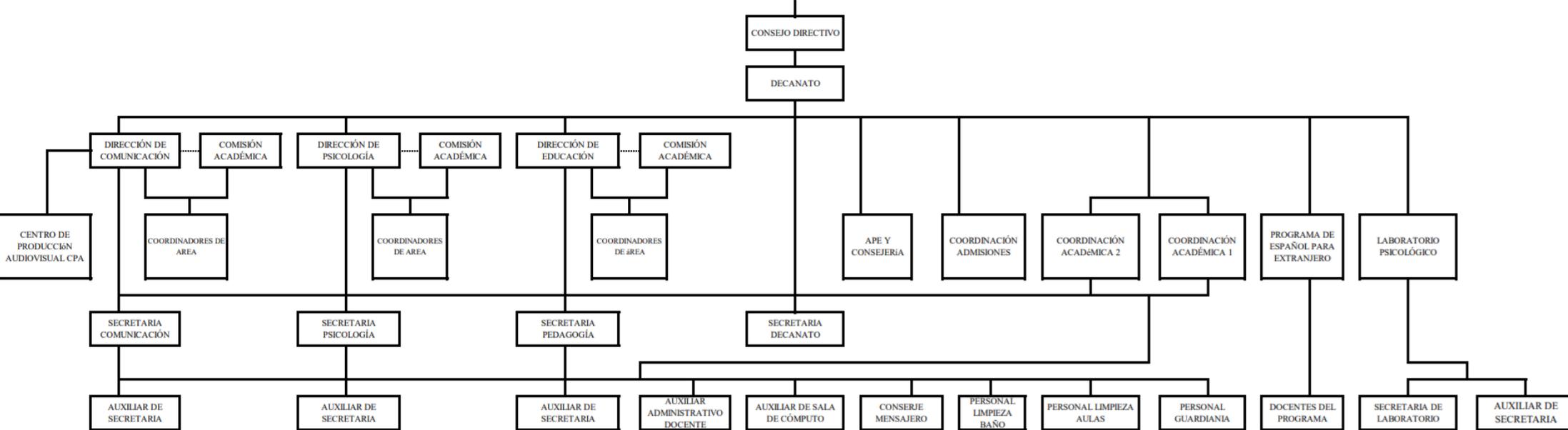
Robbins, S y Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Educación.

Vizcaya, T., Mujica, M y Gásperi, R. (2017). La comunicación interna y el clima organizacional en la gestión de las Instituciones Sanitarias. *Revista Venezolana de Salud Pública*, 5 (1), 39-44. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6570435.pdf>

## **Anexos**

**Anexo 1: Organigrama actualizado de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación**

**ORGANIGRAMA ACTUALIZADO DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**



## CUESTIONARIO SOBRE COMUNICACIÓN

### ORGANIZACIONAL INTERNA DE FORMANCHUCK (2008)

<b>CONSIDERACIONES GENERALES:</b>
Esta encuesta forma parte de una investigación con fines académicos sobre la comunicación en la Institución y su respuesta son anónimas y se mantendrá de manera confidencial, brindándole un marco seguro de opinión en donde se sentirá cómodo al momento de expresarse.
<b>INSTRUCCIONES:</b>
Lea detenidamente el listado de preguntas y seleccione la alternativa que considere pertinente según su apreciación. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas y contestarlas con sinceridad podría ayudar al desarrollo de la Institución.
<p>1 = Totalmente en desacuerdo</p> <p>2 = Parcialmente en desacuerdo</p> <p>3 = Indiferente</p> <p>4 = Parcialmente de acuerdo</p> <p>5 = Totalmente de acuerdo</p>

N.º	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA	1	2	3	4	5
<b>ESENCIAL</b>						
1	La comunicación entre las autoridades universitarias y los docentes es sincera.					
2	La comunicación entre docentes es sincera					
3	Las autoridades universitarias siempre están abiertas al diálogo.					
4	Los docentes siempre están abiertos al diálogo					
5	Las autoridades universitarias tienen adecuada capacidad de negociación con los docentes.					
6	Los docentes tienen adecuada capacidad de negociación con las autoridades universitarias.					

<b>OPERATIVA</b>						
7	Las autoridades universitarias se relacionan con los docentes oportunamente.					
8	Las autoridades universitarias saben en qué momento conversar con los docentes .					
9	Los docentes se relacionan con las autoridades universitarias oportunamente.					
10	Los docentes saben en qué momento conversar con las autoridades universitarias.					
11	Los docentes se relacionan entre sí oportunamente.					
12	Los docentes saben en qué momento conversar con su gremio.					
<b>ESTRATÉGICA</b>						
13	Las autoridades universitarias saludan a los docentes con un apretón de manos.					
14	Las autoridades universitarias miran fijamente a los ojos de los docentes.					
15	Las autoridades universitarias saben escuchar.					
16	Los docentes se saludan con amabilidad.					
17	Los docentes saben escucharse entre ellos.					
18	Los docentes saben escuchar a las autoridades universitarias.					
<b>VALORATIVA</b>						
19	Las autoridades universitarias son ejemplo de honestidad.					
20	Las autoridades universitarias son ejemplo de responsabilidad.					
21	Las autoridades universitarias son ejemplo de puntualidad.					
22	Los docentes son ejemplo de honestidad.					
23	Los docentes son ejemplo de responsabilidad.					
24	Los docentes son ejemplo de puntualidad.					
<b>MOTIVACIONAL</b>						
25	Las autoridades universitarias motivan a los docentes para capacitarse.					
26	Las autoridades universitarias motivan a los docentes para realizar publicaciones..					
27	Las autoridades universitarias motivan a los docentes para mejorar su desempeño.					
28	Los docentes se motivan entre sí para capacitarse.					

29	Los docentes se motivan entre sí para realizar publicaciones.						
30	Los docentes se motivan entre sí para mejorar su desempeño.						
<b>APRENDIZAJE</b>							
31	Las autoridades universitarias tienen en cuenta la opinión de los docentes						
32	Los docentes son aceptados por su grupo de trabajo, independientemente de su posición política.						
33	Los docentes integran grupos para defender intereses individuales.						
34	Predominan los intereses de grupo más que el bienestar común de los docentes						
35	El grupo de trabajo valora los aportes de los docentes.						
36	Las autoridades universitarias tienen en cuenta la opinión de los docentes						
<b>INTELIGENCIA</b>							
37	Las autoridades universitarias resuelven los problemas de manera apropiada.						
38	Los docentes resuelven sus problemas de manera apropiada.						
39	Las autoridades universitarias reconocen los logros de los docentes						
40	Los docentes reconocen los logros de sus colegas.						
41	Las autoridades universitarias reconocen cuando los docentes tienen la razón.						
42	Los docentes reconocen cuando los docentes tienen la razón.						

### Anexo 3: Formato de encuesta de Clima

#### CUESTIONARIO CLA

<b>CONSIDERACIONES GENERALES:</b>
Esta encuesta forma parte de una investigación con fines académicos sobre la comunicación en la Institución y su respuesta son anónimas y se mantendrá de manera confidencial, brindándole un marco seguro de opinión en donde se sentirá cómodo al momento de expresarse.
<b>INSTRUCCIONES:</b>
Lea detenidamente el listado de preguntas y seleccione la alternativa que considere pertinente según su apreciación. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas y contestarlas con sinceridad podría ayudar al desarrollo de la Institución.  <p style="text-align: center;"><b>SI:</b> cuando la frase se considera cierta</p> <p style="text-align: center;"><b>?:</b> cuando se considera que la frase no es cierta ni falsa, o cuando no se pueda decidir.</p> <p style="text-align: center;"><b>NO:</b> cuando la frase no se cumple en su puesto de trabajo.</p>

1. Mi trabajo está claramente definido.
2. La organización reconoce y premia los esfuerzos realizados.
3. En general se siente tratado como si fuera un número.
4. Mi lugar de trabajo se ha quedado viejo e inadecuado.
5. La iniciativa en mi trabajo es casi nula.
6. La promoción suele estar ligada a la antigüedad y al servilismo.
7. El ambiente es bastante frío e impersonal.
8. Cuando se necesita recibir apoyo, es fácil encontrar voluntarios.
9. Dispongo del mobiliario y equipos adecuados para desarrollar mi función.
10. Con frecuencia se toman decisiones sin tener en cuenta las consecuencias que pueden tener sobre el trabajo en curso.
11. Los jefes fomentan la formación de sus subordinados.

12. Es difícil que te den oportunidades de formación.
13. Se valora positivamente que los empleados aporten nuevas ideas y sugerencias.
14. Es muy difícil saber dónde encontrar las informaciones.
15. En mi trabajo se estimula la aportación de ideas y sugerencias.
16. El trabajo se realiza eficazmente y cumpliendo los plazos establecidos.
17. Haber trabajado en mi organización es una buena referencia en mi currículum.
18. En mi servicio cada uno va a la suya.
19. Mi trabajo me ha producido muchas satisfacciones personales.
20. Estamos apegados a muchas tradiciones rígidas y anticuadas.
21. Los salarios en mi organización son más bajos que en otras entidades similares.
22. En general, se estimula la aportación de ideas nuevas.
23. Los jefes se aprovechan de su posición para actuar de forma dictatorial.
24. Las personas se expresan libre y espontáneamente, sin temor.
25. En mi trabajo la norma es: "Más vale lo malo conocido que lo bueno por conocer".
26. Las condiciones materiales de trabajo son bastante buenas.
27. Los jefes suelen ser intransigentes ante pequeños errores.
28. Solemos probar nuevas soluciones y métodos, aunque no siempre salgan bien.
29. Mi trabajo es rutinario y aburrido.
30. Se fomenta la formación como medio de abrir las mentes y facilitar los cambios.
31. Los jefes se despreocupan de los intereses de las personas.
32. La gente se esfuerza por ayudar a las nuevas personas que entran a trabajar.
33. A pesar de las dificultades, es difícil encontrar condiciones de trabajo mucho mejores en otro lugar.
34. Solemos recibir órdenes contradictorias de diferentes personas.
35. Los jefes evitan introducir cambios, aunque se vea que son necesarios.
36. Con tal de progresar, las personas se ponen zancadillas unas a otras.
37. La información descendente consiste casi exclusivamente en dar órdenes.
38. En general, disponemos de los medios necesarios para hacer bien nuestro trabajo.
39. Los jefes suelen explicar los motivos de las decisiones e instrucciones.
40. Se fomenta que las relaciones entre departamentos sean buenas.
41. En mi departamento hay un ambiente muy tenso.
42. Suele ser fácil obtener informaciones precisas y fiables.
43. En general, me siento apoyado por mis jefes.
44. He aprendido mucho en mi puesto de trabajo.
45. Las informaciones disponibles son incompletas y llegan tarde.
46. Cuando tengo dudas en mi trabajo, suelo saber a quién debo consultar.
47. Mis objetivos y mi ritmo de trabajo se fijan sin mi participación.
48. Se estimula la cooperación y el trabajo en grupo como medio de facilitar el cambio.
49. Los objetivos de la organización y los resultados sólo los conocen los jefes.
50. Me siento implicado en el éxito de mi empresa u organización.

51. Los jefes se preocupan mucho más de sus intereses que de la marcha del trabajo.
52. Los métodos de trabajo son bastante anticuados.
53. La gente está esperando que llegue el final de la jornada para salir corriendo.
54. Sólo unos pocos tienen toda la información.
55. Los directivos gozan de ventajas y privilegios injustificados.
56. Los trabajos suelen estar bien planificados con antelación.
57. Los jefes suelen estar disponibles cuando se les necesita.
58. Intentamos apoyar y ayudar a las personas nuevas para que se integren.
59. Es posible progresar sin tener que cambiar de empresa u organización.
60. El trabajo está tan desorganizado que es necesario hacer esfuerzos excesivos para llevarlo a cabo.
61. Creo que mis superiores me darían una mano si lo necesitase.
62. Disponemos de ventajas sociales bastante satisfactorias.
63. Se me deja bastante libertad para organizar mi trabajo, siempre que lo haga bien y a tiempo.
64. Los jefes suelen estar bien informados e informan a sus empleados.
65. Tengo claras mis funciones y mis límites de actuación.
66. Los departamentos tienen escaso conocimiento de lo que hacen otros departamentos.
67. Mi trabajo me permite tomar iniciativas.
68. Las remuneraciones se basan más en las relaciones personales que en los méritos y los resultados.
69. La burocracia y la pesadez de la organización perjudican el desarrollo de los trabajos.
70. En general, la gente trabaja con bastante desgana.
71. Cuando tengo algún problema en mi trabajo, suele haber personas dispuestas a ayudarme.
72. La información más rápida y fiable es "radio macuto".
73. En general se toman decisiones eficaces y con prontitud.
74. Mi organización tiene fama de ser poco dinámica.
75. Existen rivalidades personales muy fuertes
76. Nuestros sistemas informáticos son antiguos y poco eficaces.
77. La información necesaria para el trabajo circula con fluidez.
78. Se suele consultar al personal antes de tomar decisiones que afectan a las personas.
79. Los empleados suelen esforzarse en su trabajo.
80. Se hacen muchos trabajos inútiles o innecesarios.
81. Mi organización es bastante dinámica y abierta.
82. Muchos creen que en su trabajo no se les trata como adultos.
83. Suelo tener toda la información que necesito para poder hacer bien mi trabajo.

- 84.** Es fácil mantener conversaciones personales con compañeros y superiores.
- 85.** En mi trabajo hago cosas bastante variadas e interesantes.
- 86.** Me interesan más las actividades de ocio que las que realizo en mi trabajo.
- 87.** Es frecuente que se produzcan problemas por faltas de calidad.
- 88.** Sabemos adaptarnos eficazmente a los cambios del entorno.
- 89.** En general, los jefes están dispuestos a escuchar a sus subordinados.
- 90.** La gente se despreocupa de los resultados generales de la organización.
- 91.** Se hacen esfuerzos importantes para mejorar los niveles de información y comunicación.
- 92.** Se estimula a las personas para que asuman riesgos razonables al intentar progresar.
- 93.** Los jefes se ocupan más de que se respeten las apariencias que de alcanzar los objetivos.

#### Anexo 4: Formato guía de entrevista



### Entrevista de Comunicación y Clima Organizacional

<b>Fecha</b>	
<b>Cargo</b>	
<b>Área</b>	
<b>Tiempo en el cargo</b>	

**Estoy elaborando una investigación que servirá para la elaboración de mi proyecto de titulación. Las personas seleccionadas fueron elegidas al azar, por tanto, las opiniones de todos los entrevistados serán incluidas de manera general. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.**

1. ¿Cómo describe el lugar de trabajo de los docentes? ¿Cómo se siente en su entorno (con esta nueva dinámica) de trabajo?
2. ¿Cuál es su motivación principal para desarrollar su trabajo?
3. ¿Considera que la comunicación es importante para su trabajo?
4. Mencione 3 aspectos que más le agradan de trabajar en la Institución
5. ¿Conoce los medios de comunicación que maneja la Institución?
6. ¿Cómo usted percibe la comunicación entre docentes y autoridades?
7. ¿Qué herramientas brindan a los docentes para su crecimiento profesional?
8. ¿Qué estrategias usted propondría para mejorar la comunicación?
9. ¿El cumplimiento de su trabajo depende del trabajo que realiza otro colaborador?

- 10.** ¿De qué manera realizan retroalimentación dentro de su equipo de trabajo?
- 11.** ¿Existen reconocimientos a los logros profesionales?
- 12.** ¿Qué factores cree usted que podrían afectar su trabajo como docente?
- 13.** ¿Cuándo las autoridades toman la decisión de realizar cambios? ¿Piden la opinión de los docentes?

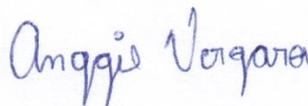
## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vergara Carbo, Anggie Maribel**, con C.C: # 0931757884 autor/a del trabajo de titulación: **Estudio de la comunicación organizacional en una Organización de Educación Superior de la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Licenciada en Psicología Organizacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 23 de febrero del 2022**



F. \_\_\_\_\_  
**Vergara Carbo Anggie Maribel**  
**C.C.:0931757884**

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Estudio de la comunicación organizacional en una organización de educación superior de la ciudad de Guayaquil.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Anggie Maribel Vergara Carbo		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Belén Elizabeth Cabezas Córdova		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
<b>CARRERA:</b>	Psicología Organizacional		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Psicología Organizacional		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	23 de febrero de 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	69
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comunicación interna, motivación, clima organizacional		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	clima organizacional, psicólogo, reconocimiento, motivación, comunicación interna, percepción.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>	<p>El presente trabajo de investigación consiste en un estudio de la comunicación organizacional en una Institución de Educación Superior en Guayaquil, cuyo objetivo es diagnosticar el tipo de comunicación, identificar los factores de clima y con los resultados obtenidos lograr describir los factores de comunicación que inciden en el clima. Para su desarrollo se implementaron instrumentos como encuestas y entrevistas en el personal de la carrera de Psicología, siendo el tipo de investigación descriptiva. Para el logro de objetivos se realizó la implementación de la encuesta de comunicación por Formanchuk que tiene como objetivo la medición de la percepción la comunicación y la encuesta de clima por Corral y Pereña que consiste en la evaluación general del clima. Del mismo modo se desarrollan los conceptos de comunicación organizacional interna y el clima organizacional, ya que son variables relevantes para la creación y generación de la relación idónea con la Institución.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-996369313	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:anggiemaribel16@gmail.com">anggiemaribel16@gmail.com</a> <a href="mailto:anggie.vergara@cu.ucsq.edu.ec">anggie.vergara@cu.ucsq.edu.ec</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Carrillo Saldarreaga Sofía Viviana, Mgs.		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2209210 ext. 1413 - 1419		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:sofia.carrillo@cu.ucsq.edu.ec">sofia.carrillo@cu.ucsq.edu.ec</a>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			