

**La implementación efectiva de medios de comunicación en las organizaciones
conlleva a que estas mejoren su competitividad**



AUTOR

María Paula Sánchez Rivera

Código del Estudiante: D0105893

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Administrador de Empresas

Director: Hugo Fernando Jaramillo Pérez

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

BOGOTÁ D.C., COLOMBIA

Septiembre de 2022

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Abstrac	4
Introducción.....	5
La implementación efectiva de medios de comunicación en las organizaciones conlleva a que estas mejoren su competitividad	6
¿Qué es la comunicación?.....	6
¿Qué es la comunicación organizacional?.....	7
Importancia de la comunicación organizacional	8
Clases de comunicación en las organizaciones.	8
Comunicación interna.....	9
Comunicación externa	10
La comunicación como promotor de las buenas relaciones humanas.....	12
Beneficios de la comunicación en las organizaciones.....	13
La comunicación en Emprendu Coworking.....	14
Encuesta aplicada equipo de trabajo de Emprendu Coworking	15
Determinación del tamaño de la muestra.....	16
Conclusiones	20
Referencias.....	20

Resumen

La comunicación ha sido un pilar fundamental para los seres humanos y en el mundo organizacional ha tomado relevancia en las últimas décadas debido a que se ha comprendido que una buena comunicación conlleva al logro de los objetivos organizacionales. Es así como todas las empresas han diseñado sistemas de comunicación efectivos que respondan a sus necesidades y los han incorporado como parte de su plan estratégico.

Para poder comprender el tema de comunicación organizacional, es necesario que se comprenda de manera clara el concepto de comunicación, de esta manera se podrá decidir el momento en que se transmite cualquier tipo de información entre el emisor y el receptor haciendo uso de un canal por el cual viaja el mensaje, dentro de las organizaciones la información se puede dar en todos los sentidos tanto ascendente, como descendente o de manera horizontal.

En este documento se recopila información la cual permite conocer los tipos de comunicación que tiene una organización mostrando las características de cada uno, de igual manera se nombran los beneficios que las organizaciones consiguen cuando administran de manera correcta su sistema de comunicación y esto se debe a que los directivos deben contar con una serie de competencias las cuales le permitirán transmitir la información y liderar los diferentes grupos en la organización.

Palabras clave: comunicación organizacional, gestión, competitividad, transmisión

Abstrac

Communication has been a fundamental pillar for human beings and in the organizational world it has become relevant in recent decades because it has been understood that good communication leads to the achievement of organizational objectives. This is how all companies have designed communication systems that have been incorporated into their strategic plan.

To understand the subject of organizational communication, it is necessary to clearly understand the concept of communication, in this way it will be possible to decide the moment in which any type of information is transmitted between the sender and the receiver using a channel by which the message travels, within organizations the information can be given in all directions, both ascending, descending or horizontally.

This document compiles information which allows knowing the types of communication that an organization has showing the characteristics of each one, in the same way the benefits that organizations achieve when they adequately manage their communication system are named and this is due to that managers must have a series of skills which will allow them to adequately transmit information and lead the different groups in the organization.

Keywords: organizational communication, management, competitiveness, transmission

Introducción

El objetivo de este escrito es mostrar la importancia que tiene la gestión de la comunicación en las organizaciones para el logro de los objetivos organizacionales realizando una revisión documental de diferentes artículos académicos en los que se evidencien resultados positivos y con los cuales se sustente la tesis que se busca defender en el ensayo.

Se plantea la siguiente pregunta ¿Cuál es el impacto que tiene la correcta administración de la comunicación en las empresas? Esta pregunta se resuelve mediante la indagación de fuentes secundarias confiables, en donde se analizan diferentes conceptos y puntos de vista en los cuales los autores brindan aportes precisos que permiten darle sustento a la tesis que se busca defender.

La comunicación es un proceso que distingue a la humanidad y está integrada en cada una de las actividades que realizan las personas es por esto que la comunicación se convierte en un ejercicio que facilita la convivencia de las civilizaciones, de igual manera en el entorno empresarial la comunicación es considerada como la base, esto permite que se desarrollen de manera eficiente y que exista una interacción en todos los niveles que la conforman y los diferentes grupos de interés que se encuentran en su entorno.

En la comunicación muchas empresas fallan, porque realmente no se están utilizando o implementando las herramientas necesarias, para divulgar información o dar a conocer a los empleados de la organización aspectos relacionados con su operación cotidiana. En ocasiones los jefes no se toman el trabajo de difundir diferentes tipos de comunicados o solamente lo informan a un grupo selecto, por tal razón hay empleados que sienten que sus jefes no interactúan con ellos o no los hacen parte de la empresa.

La implementación efectiva de medios de comunicación en las organizaciones conlleva a que estas mejoren su competitividad

¿Qué es la comunicación?

La comunicación es el pilar de las relaciones humanas, ya que mediante esta se transmite todo tipo de información y hace que la convivencia sea llevadera, de esta manera es importante que se cuente con un método claro que permita enviar y recibir los mensajes de manera eficaz y eficiente creando canales de comunicación para lograr los resultados que queremos y así mismo obtener diferentes beneficios.

La comunicación es considerada como la interacción social la cual se desarrolla entre un emisor y un receptor dentro de un contexto y el cual se utiliza un código lingüístico para llevar a cabo la transmisión de la información en el cual se incluye el mensaje. A esto se le considera un habilidad con la cual se logran expresar mediante el uso de palabras las intenciones. Van-der, C. (2005) en (Rodriguez , 2016)

Según (Galiano Carrión , 2016) define la comunicación como un proceso en el cual dos a más individuos cuentan con la habilidad de entenderse e intercambiar información. Para esto se requiere una interacción interpersonal para poder transmitir el mensaje, pero es necesario que este deba ser comprendido, asumido y contestado. De esta manera se puede concluir que la finalidad que tiene la comunicación es la de unir, vincular, compartir información entre las personas.

De acuerdo con (Watzlawick, Beavin & Jackson, 1971) en (Hinojosa Becerra , Calva Cabrera , & Ontaneda Vivanco, 2016). La Comunicación es una actividad que busca transferir información entre dos o más participantes, con el fin de enviar y recibir información mediante el uso de un sistema compuesto por signos y normas. La comunicación cuenta con unos elementos tales como la intención de comunicar, una composición, una codificación, la transmisión, la recepción, la decodificación y la interpretación del mensaje que debe realizar el receptor.

Existe amplitud en lo concerniente al concepto de comunicación y cada uno de estos conceptos tiene una similitud entre sí en donde se afirma que la finalidad es la de transmitir un mensaje y que se da entre dos o más personas y que el mensaje se envía mediante el uso de un sistema.

¿Qué es la comunicación organizacional?

La comunicación organizacional se entiende como el proceso que realizan los colaboradores de una empresa para la transmisión y recepción de mensajes la cual contienen información pertinente de la compañía, esta se trasmite mediante una variedad de medios, tales como los electrónicos haciendo usos de computadores, tabletas, WhatsApp, telegram, tableros, radios, uso de correos electrónicos o por medio del intranet, etc., esto se hace de manera interna, de esta manera la comunicación organizacional logra el desarrollo, la productividad y afianzar las relaciones tanto internas como externas con el objetivo de obtener un mejor desempeño del recurso humano. Es decir que en la comunicación organizacional recae la responsabilidad de que la compañía sea productiva y que el clima laboral se mantenga en condiciones favorables. De esta manera la comunicación se ha establecido como la herramienta fundamental para que las organizaciones sean eficientes y eficaces, ya que esta permite que orienten las acciones que ejecutan los equipos de trabajo en las diferentes áreas que comprenden la organización y que su finalidad es el cumplimiento de las metas y la misión de la empresa.

La comunicación organizacional consta de una serie de elementos que facilitan el entendimiento y la difusión de la información que tienen los diferentes niveles dentro de la empresa, de esta manera se hace posible que la información pueda ser enviada a los diferentes receptores y que busquen de esta manera el apoyo a los procesos, de igual manera con la comunicación se impulsa el trabajo en equipo, la confianza entre los colaboradores y la mejora continua.

Según Trelles, (2005) en la comunicación organizacional se tratan temas de la situación actual de la empresa como de la identidad que tiene la misma, es por esto

que se puede definir como el cumulo de los mensajes, procesos y los medios que están inmersos en la trasmisión de la información, pero esta no solo corresponde a los mensajes, sino que también se trasmite todo tipo de información en la que se involucra la organización.

De esta manera la comunicación organizacional se debe considerar como un proceso corporativo el cual facilita la divulgación de los diferentes mensajes que se intercambian entre cada uno de los involucrados con la organización los cuales van desde la alta dirección hasta los clientes.

Importancia de la comunicación organizacional

La comunicación ha jugado un papel importante en todos los ámbitos de la humanidad y también dentro de las organizaciones, esta ha ido evolucionando de una manera positiva desde enfoques tales como el Humano y el Sistémico, lo cual la ha convertido como en la facilitadora y potenciadora de la gestión y competitividad de las organizaciones. Esto significa que la comunicación cuenta con dos ramificaciones que son la del componente interno y la del componente externo. (Pineda Henao, 2020), con el componente interno le permite a la empresa realizar una correcta gestión y apropiación de la cultura que tiene la organización esto se logra mediante la interacción de los colaboradores entorno a las diferentes actuaciones de la organización. Y el componente externo es lo referente a la comunicación que existe entre los diferentes actores que interactúan con la empresa tales como los clientes, asociaciones, gremios etc.

Clases de comunicación en las organizaciones.

En las organizaciones existen dos tipo de comunicación las cuales son de gran relevancia y que requieren bastante atención por parte de la alta gerencia.

Comunicación interna

La comunicación interna se considera una de las actividades fundamentales al interior de la organización ya que esta tiene como finalidad encaminar diferentes acciones que le dan forma a la empresa, entre las acciones que se ejecutan están la ejecución de diferentes tareas, la orientación de las conductas de los colaboradores o la construcción y fortalecimiento de la cultura organizacional. La comunicación al interior de la empresa puede presentarse de manera formal mediante el envío de emails o a través de comunicados que pueden ser publicados en carteleras de información, directivas impresas, actas de reuniones o haciendo uso de redes sociales como grupos de WhatsApp, o también de manera informal la cual se puede presentar mediante una llamada telefónica o impartiendo algún tipo de orden de forma personal, la importancia de hacer buen uso de todos estos canales de comunicación interna hacen que las empresas sean mucho más eficientes y al mismo tiempo rentables siempre y cuando los mensajes sean claros.

Según (Gordillo, 2015) la comunicación interna se comprende como un miembro integral de la política de comunicación, la cual forma parte del sistema organizacional y de los vínculos como una instancia complementaria de la política integral de comunicación, sustancial para el sistema organizacional y los vínculos profesionales que lo conforman. Tiene como objetivo integrar los diferentes miembros internos de la organización mediante la filosofía en donde se busca construir la identidad y el sentido de pertenencia. Paul Capriotti en (Gordillo, 2015) afirma que la Comunicación Interna está compuesta por la comunicación que llevan los colaboradores de la organización, esta se basa mediante programas de comunicación los cuales están conformados por la información y las personas que integran la organización, fundamentalmente por medio de programas de comunicación y transmisión internos. La comunicación interna tiene como objetivo la integración y la aceptación de los colaboradores con los objetivos de la organización. (Capriotti, 2013, p. 85)

Según Torres, 2012 en (Oyarvide Ramírez , Reyes Sarria, & Montaña Colorado, 2017) la comunicación interna es un conjunto de actividades ejecutadas por una organización que buscan la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre sus miembros mediante el uso de diferentes medios de comunicación para que estos estén informados y motivados para que con su trabajo contribuyan al logro de los objetivos organizacionales

Para (Muñiz González, 2017) describe La comunicación interna como la comunicación que es dirigida al cliente interno, el cual se refiere, al colaborador. Esta se da como respuesta a las necesidades que tienen las compañías para motivar a su personal y mantener a los mejores en un ambiente empresarial para enfrentar los cambios de manera rápida.

La comunicación interna debe tener un plan de comunicación bien estructurado donde se haya realizado un previo diagnóstico y seguido a esto se realiza la planificación para crear estrategias donde tengamos claro los recursos que vamos a utilizar, el organigrama de la organización y de qué forma vamos hacer seguimiento y evaluación para saber si está siendo eficaz o no.

Comunicación externa

La comunicación externa son la serie de mensajes que se crean al interior de la compañía y los cuales tienen como finalidad ser emitidos por la organización a todos los públicos como: clientes, proveedores, inversionistas por medio de folletos, vía email, anuncios en diferentes plataformas, marketing digital, Estos se encaminan a emitir una imagen positiva u ofrecer un bien o servicio, también busca fortalecer y mejorar la relación que la empresa tiene con los diferentes grupos de interés. La comunicación externa nace de la necesidad de buscar una interrelación con los diferentes públicos externos, es de resaltar que la comunicación externa de cualquier organización no solo depende del área o departamento que la maneja, sino de toda la organización es decir que cada área que comprende una empresa es responsable de la imagen que emite hacia el exterior, es así que cualquier miembro de una compañía

puede desarrollar funciones de comunicación externa y es aquí en donde se requiere concientizar a todo el personal de emitir la mejor imagen de la organización.

Para (Pineda Henao, 2020) la comunicación externa, tiene como finalidad exponer la buena imagen organizacional para el público de interés entre los que se encuentran: clientes, medios de comunicación, asociaciones y gremios, etc. De igual manera Esteban Talaya, et, al (2008) definen la comunicación externa como la transferencia de información que tiene la organización y la cual es destinada a cualquier público interesado tales como proveedores, distribuidores o grupos de interés.

Fernández (2013) en (Vargas Cardenas, 2019) afirma que la comunicación externa consiste en los mensajes que se planean al interior de las organizaciones y que tiene el objetivo específico de emitir la mejor imagen hacia el exterior. De esta manera se puede afirmar que cada organización busca darle una explicación clara a la sociedad en donde le deje claro la razón de ser de la compañía, en donde se brinda información de la misión, la visión, objetivos, bienes o servicios que ofrece, para lograr con este objetivo las empresas hacen usos de diferentes medios de comunicación tales como las redes sociales, el marketing, medios audiovisuales como la radio, televisión, revistas, etc.

Es importante que toda organización que busca alcanzar una comunicación efectiva; diseñe planes de comunicación los cuales se requiere que sean claros, a su vez se debe ser preciso cual es el tipo de mensaje que se requiere transmitir y a que grupo de interés se desea que este llegue debido a que cada grupo es diferente, el objetivo principal es que toda la información que estemos transmitiendo de adentro hacia afuera sobre lo que estamos ofreciendo u informando tenga un impacto positivo ya que esto refleja la imagen la organización al generar valor y confianza

La comunicación como promotor de las buenas relaciones humanas

Al interior de las organizaciones se requiere que el clima organizacional cuente con cualidades que permitan la sana convivencia de los colaboradores, entre las características que debe haber se resaltan la armonía y el respeto entre la alta gerencia y cada empleado y también en donde se le reconozca la labor que desempeña cada colaborador, esto permite que todo el personal este motivado y con sentido de pertenencia, pero para llegar a este nivel es fundamental que exista una buena comunicación organizacional.

Como se ha dicho la comunicación organizacional le permite a las empresas lograr el alcance de los objetivos previstos, de esta manera la comunicación debe estar orientada a cubrir cada uno de los niveles de la empresa, es decir que vayan desde la Alta Gerencia hasta el colaborador de menor nivel, de esta manera se estará logrando que se mejore el desempeño de los individuos, ya que se están transmitiendo las directrices para el logro de los objetivos, esto permitirá que se comprendan de manera correcta las funciones que se deben cumplir en cada puesto de trabajo y de todas las áreas involucradas. (Rivera, Rojas, Ramírez, & Álvarez de Fernández, 2017, p. 33-34), la comunicación juega un papel importante en cada una de las organizaciones es por esto que se requiere que se le dé el uso adecuado enfocando siempre a que se obtenga la cooperación y consenso entre cada uno de los integrantes de la empresa.

Según (Ramos Reyes , Paredes Sandoval , Teran Andrade , & Lema Lliguicota , 2017) para que se logre el crecimiento y el éxito en las organizaciones es necesario que la comunicación sea dirigida a cada nivel esto permitirá que se mejore el desempeño y aumentará la satisfacción del colaborador en la labor que realiza, de esta manera se lograra que cada individuo comprenda de mejor manera la labor y se sientan más involucrados con el trabajo que desempeña. Moreno Espinoza, (2015) afirma que la comunicación es fundamental para la organización, en la dirección para lograr la cooperación la y aprobación de todos los colaboradores de la empresa en lo que respecta a los lineamientos establecidos por la alta dirección.

Beneficios de la comunicación en las organizaciones

Al tener una comunicación asertiva hacia nuestros empleados y personas involucradas en la organización va ser notorio la mejora en cuanto a competitividad, organización y alcance para la toma de decisiones y las acciones que se tengan que tomar de acuerdo a los resultados, esto nos ayuda a no tener reprocesos y haya más agilidad al momento de comunicar, resaltando la imagen de la empresa y cuál es su identidad, si un grupo humano está capacitado, informado, motivado el reconocimiento de la organización va ser positivo.

Dentro de los beneficios que trae una correcta administración de la comunicación para las organizaciones se encuentran los nombrados por Bermúdez Rus, (2015), entre estos se encuentran el sentido de pertenencia ya que al informar a todos los colaboradores sin importar su jerarquía o el nivel al que pertenezcan crea un vínculo entre empleados y la organización a esto se le conoce como estrategia de employerbranding, otro beneficio que se obtiene es que hay mayor transparencia y esto lo logra cuando el empleado siente que se le informa los diferentes acontecimientos que se presentan dentro de la organización y que reciben la información de una manera clara y directa y no por otros medios ajenos a la compañía, para los colaboradores este es un factor el cual valoran y para que se logre este objetivo se requiere que la organización le dé la importancia necesaria a la comunicación, pero para esto se requiere el fomento de valores los cuales deben promover que la comunicación sea clara y directa y lo que Borrini, A. (1997) llama "Empresa Transparente". Una mayor motivación es otro beneficio que obtienen las organizaciones, pero se logra mediante la transparencia en la comunicación, esto permite que haya un aumento en la motivación en los empleados y esto se refleja en que los recursos de las empresas se optimizan y se traduce en el incremento de la calidad y la reducción de los costos. (Robbins & Judge, 2009, p. 284) dice que la comunicación fomenta la motivación debido a que los empleados tienen claridad de las funciones que deben realizar, como las están ejecutando y cuáles son las labores que requieren mejorar.

De acuerdo con Amaris, (2021) la comunicación organizacional impacta de manera positiva a las empresas fortaleciendo la competitividad y se destacan los siguientes elementos: - Mayor compromiso y mejora de la productividad, se promueve el suministro de información clara, se incrementa la experiencia en los empleados, se mejora la imagen de la compañía, facilita la solución de los problemas mediante la integración del personal, se promueve la aceptación al cambio evitando traumatismos en el personal.

La comunicación organizacional es un integrante vital para la creación de ventajas competitivas, ya que mediante estas se crean diferentes procesos que permiten transmitir la información a los diferentes grupos dentro de la organización, esto permite que se optimicen el tiempo y los recursos mejorando la eficiencia en los diferentes procesos que se desarrollan en la empresa a su vez que se fortalece el compromiso del personal para la ejecución de estos. (Lindo Amaris, 2021)

De esta manera se puede inferir que la comunicación organizacional está involucrada de manera directa en factores de éxito de la empresa tales como la sostenibilidad, la competitividad y la producción.

La comunicación en Emprendu Coworking.

Cuando hay una buena comunicación organizacional se logra obtener un impacto positivo en el desempeño de los equipos de trabajo en las empresas, ya que esto les permite a los integrantes comprender de manera clara los diferentes lineamientos que son emitidos por el líder, dentro de estos lineamientos se encuentran los objetivos organizacionales y la manera en cómo estos se deben alcanzar y el tiempo en que se deben alcanzar.

Como experiencia obtenida durante el desempeño en la empresa Emprendu es coworking space, se realizó una herramienta tipo encuesta al equipo de trabajo de la organización con la cual se determinó los canales de comunicación que se utilizan, la percepción que tiene cada colaborador en el tema de la comunicación, los medios que

se usan para comunicarse y las posibles problemáticas que se presentan. La organización cuenta con 18 colaboradores lo cual nos ubica como una Pyme.

A continuación se hace una descripción de la organización

Emprendu es coworking space colombiano la cual se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá, es una Pyme la cual ofrece el servicio de alquiler de oficinas y espacios de trabajo para emprendedores de cualquier sector de la economía. Ofrecemos el servicio de oficinas privadas ubicadas en la zona empresarial del norte de la ciudad, en donde se ofrecen lugares amplios y totalmente amobladas y con independencia de las demás oficinas, también contamos con el servicio de oficinas abiertas o grupales, por último brindamos el servicio de oficinas virtuales en donde el cliente se le brinda una dirección comercial, se maneja la correspondencia, se asigna una línea telefónica y se alquila el lugar por un número de horas al mes que van desde las 30 hasta las 80 horas.

Entre nuestros clientes se encuentran emprendedores que están iniciando con su proyecto y que buscan un lugar en donde puedan desarrollarlo de manera amena, también contamos con clientes que se encuentran en sector jurídico y comercial los cuales buscan un lugar propicio para atender a sus clientes en un lugar acogedor. Queremos proyectar que EMPRENDU es una marca lujosa de coworking en donde se permite compartir un mismo espacio de trabajo en el cual se crean relaciones y oportunidades.

Encuesta aplicada equipo de trabajo de Emprendu Coworking

La encuesta fue realizada a todo el equipo de Emprendu que son 18 empleados, este cuenta con dos sedes en Bogotá en el sector de chapinero uno está ubicado en la carrera 13 #90-17 y el otro esta en la carrera 13 #83-19, las personas entrevistadas fueron gerentes de cada sede, comerciales, contador, operativos, auxiliar administrativo y recepcionistas, es una empresa pequeña, es un emprendimiento colombiano que fue creado en el año 2018 el 15 de octubre por dos

amigos Rafel Forero y Camilo Espinosa, quienes hoy en día son inversionistas dedicados al sector hotelero y de coworking.

Tabla 1 Preguntas encuesta

ENCUESTA
1. ¿Maneja algún canal de comunicación en su empresa?
2. ¿Cree que la comunicación es un pilar importante en su organización?
3. ¿Cuenta con las herramientas de comunicación para la realización de sus actividades en la empresa?
4. ¿Cómo es la comunicación con sus superiores?
5. ¿Cómo es la comunicación con sus compañeros?
Elaboración propia.

Determinación del tamaño de la muestra

La población está formada por un total de 18 empleados y sobre los cuales se tiene interés de obtener resultados acerca de cómo es la comunicación en la organización.

La muestra se establece de manera aleatoria simple y para determinar su tamaño, según (Aguilar Barojas, 2005), se puede calcular aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

Z= Parámetro estadístico nivel de confianza

e= Error de estimación máximo aceptado

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q= Probabilidad de que no ocurra el evento

Parámetro	Valor
N	18
Z	1,960
P	50,00%
Q	50,00%
e	3,00%

$$n = \frac{18 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * (35 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 17,72$$

De esta manera aplicaremos la encuesta a 18 empleados los cuales laboran en la compañía.

Resultados

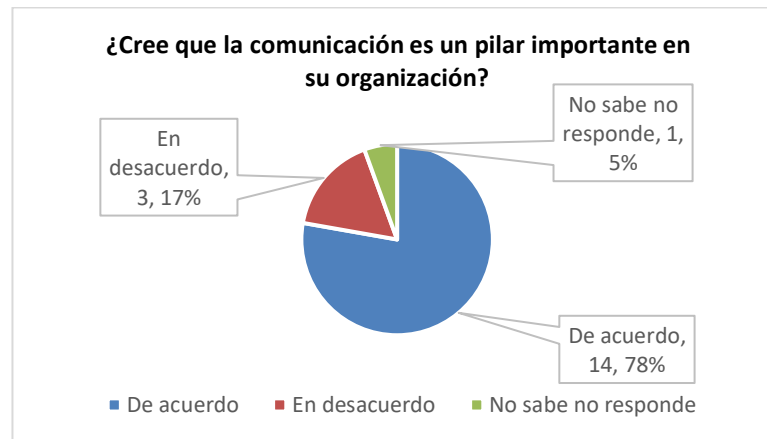
La encuesta fue aplicada a todo el personal que conforma la organización lo cual arroja los siguientes resultados.

1. ¿Maneja algún canal de comunicación en su organización?



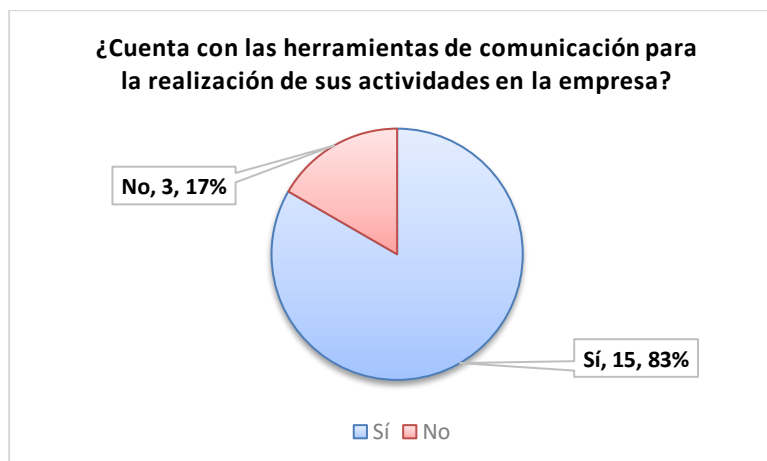
En la primera pregunta se puede evidenciar que el 94% de los colaboradores si manejan un canal de comunicación lo que permite afirmar que la empresa brinda los medios necesarios para la comunicación dentro de la misma.

2. ¿cree que la comunicación es un pilar importante en su organización?



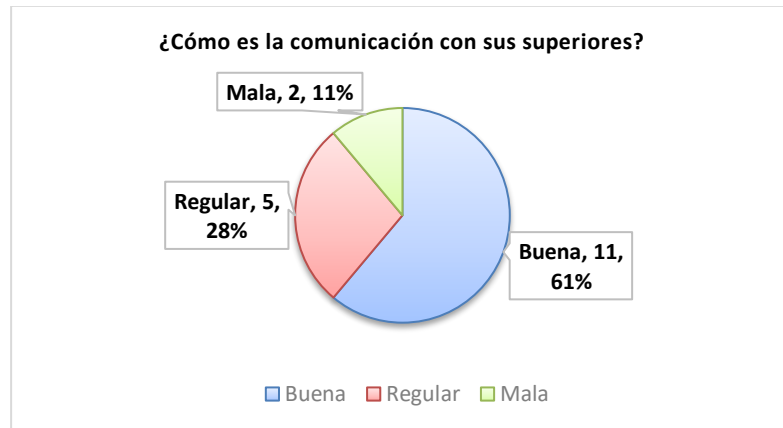
En la segunda pregunta se muestra que para el 78% por ciento del personal esta de acuerdo que la comunicación es importante para la empresa de esta manera se muestra que la comunicación es manejada de manera eficiente, existe un 17% que está en desacuerdo de que la comunicación no es importante para la organización y existe un 5% el cual no sabe no responde.

3. ¿Cuenta con las herramientas de comunicación para la realización de sus actividades en la empresa?



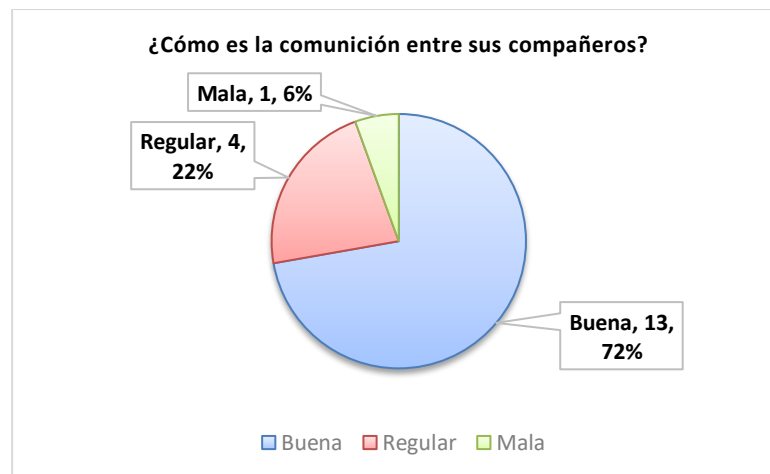
En la tercera pregunta se muestran los mismo resultados que en la anterior y se observa que el 83% de los colaboradores cuenta con las herramientas necesarias para desarrollar sus actividades de comunicación durante el día.

4. ¿Cómo es la comunicación con sus superiores?



En la pregunta número 4 se evidencia que el 61% de los colaboradores encuestados aseguran que la comunicación es buena con sus superiores mostrando que hay una correcta administración.

5. ¿Cómo es la comunicación entre sus compañeros?



En la pregunta 5 el resultado es positivo ya que el 72% de los colaboradores aseguran que la comunicación con sus compañeros es buena, mostrando que el ambiente laboral es óptimo para el desempeño de sus funciones

Conclusiones

Durante el desarrollo del ensayo se logró evidenciar que la organización analizada presenta un porcentaje aceptable en cuanto a la administración de la comunicación, aunque el resultado porcentual en la preguntas no logra llegar a un 90% o más, si se puede inferir que la comunicación a nivel interna es buena lo que permite establecer que el impacto que tiene la correcta administración de la comunicación en una organización es positivo lo cual le permite a la compañía alcanzar las metas establecidas por la dirección.

Para las organizaciones es necesario contar con personal que cuente con competencias que abarquen todo el ámbito laboral en el que puedan desempeñarse y una de estas competencias está enmarcada en lo que corresponde a las comunicaciones y de esta manera es necesario que el personal que sea destinado a ocupar cualquier puesto de trabajo sepa como establecer comunicación en todas las direcciones, ya que la información se puede transmitir de manera multidimensional.

Referencias

- Aguilar Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Revista Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338. Recuperado el 5 de octubre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
- Bermúdez Rus, C. (2015). La Comunicación Interna en las organizaciones. *MÁSTER UNIVERSITARIO EN RR.HH ICADE BUSINESS SCHOOL*. Barcelona.

Obtenido de

<https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/7425/4/TFM000339.pdf>

Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa* (4 ed.).

Barcelona: Ariel . Obtenido de http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf

Esteban Talaya, Á., Saco Vázquez, M., Reinares Lara, E. M., Olarte Pascua, C.,

Narros González, M. J., & García de Madariaga Miranda, J. (2008). *Principios de marketing* (3 ed.). Madrid: ESIC. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=86V4nK6j0vIC&printsec=frontcover&source=gbv_vpt_read#v=onepage&q&f=false

Galiano Carrión , R. (2016). *La Comunicación: Importancia, necesidad y*

procedimiento metodológico. Recuperado el 8 de agosto de 2022, de

Universidad de Jaen:

https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/923/7/TFG_GalianoCarrion%2CRaul.pdf

Gordillo, A. M. (2015). El valor agregado de la comunicación al interior de las

organizaciones. *RAZÓN Y PALABRA* °(90), 16. Obtenido de

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N90/Varia/31_Gordillo_V90.pdf

Hinojosa Becerra , M., Calva Cabrera , K. D., & Ontaneda Vivanco, L. J. (2016).

Contenidos básicos sobre la comunicación social. Recuperado el 8 de agosto de 2022, de

https://www.researchgate.net/publication/298786957_Un_concepto_basico_como_la_Comunicacion

Lindo Amaris, R. L. (2021). *LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO*

FACTOR DECISIVO PARA EL ÉXITO DE LOS EQUIPOS DE TRABAJO Y DE LA MISMA ORGANIZACIÓN. Obtenido de

https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/38860/LindoAmarisRayLindinho2021_Ensayo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Moreno Espinoza, L. Á. (2015). Comunicación Efectiva para el Logro de una Visión Compartida. *Culcyt//Comunicación*, 5-19. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3238707.pdf>.
- Muñiz González, R. (2017). *Marketing en el siglo XXI* (5ta ed.). CEF. Recuperado el 3 de octubre de 2021, de http://pdfi.cef.es/marketing_en_el_siglo_xx1_freemium/files/assets/common/downloads/publication.pdf
- Muñoz Muñoz, S. Y. (2021). *Plan Estratégico de Comunicación Externa para la empresa TNCC Express*. Recuperado el 6 de octubre de 2021, de <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/50212/PLANES~1.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Oyarvide Ramírez , H., Reyes Sarria, E., & Montaña Colorado, M. (octubre de 2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Revista Dominio de las Ciencias*, 3(4), 296-309. Recuperado el 3 de octubre de 2021, de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mKh7pWg3tJwJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6174479.pdf&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=co>
- Peiró, J. M., & Bresó, I. (2018). La comunicación en las organizaciones: Una aproximación desde el modelo de análisis multifacético para la gestión y la intervención organizacional (modelo Amigo). *Revista Persona*(15), 41-70. Recuperado el 23 de junio de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=147125259003>
- Pineda Henao, A. E. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista Gestión, Organizaciones y Negocios*, 7(1), 9-25. doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.182>

Ramos Reyes , W. D., Paredes Sandoval , M., Teran Andrade , P. E., & Lema Lliguicota , L. F. (2017). *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL* (Primera ed.). Guayaquil: Grupo Compás . Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/501/3/comunicaci%C3%B3n%20organizacional.pdf>

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Comportamiento organizacional* (Decimotercera ed.). México: Pearson. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf

Rodriguez , A. Y. (2016). *LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES*. Recuperado el 8 de agosto de 2022, de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14976/RODRIGUEZ%20MORALESANGELA%20YOJANA2016.pdf?sequence=1>

Vargas Cardenas, Y. V. (2019). *RELACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA COMO HERRAMIENTA DE RELACIONES PÚBLICAS CON LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA LIDERMAN, LIMA, AÑO 2018*. Recuperado el octubre de 2022, de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9cQpTQZADIEJ:https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5558/VARGAS_C_Y.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&cd=18&hl=es-419&ct=clnk&gl=co