

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



**“COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JESÚS NAZARENO, AYACUCHO - 2015”**

Tesis presentada para optar el título profesional en Ciencias de la Comunicación

AUTOR: BACH. FERIA CALDERÓN JULIO ANTONIO

ASESOR: MG. BORIS ENRRIQUE PEÑA MORALES

AYACUCHO - PERÚ

2015

ÍNDICE

Resumen

Introducción

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema	11
1.2. Descripción del problema	11
1.3. Formulación del problema	12
1.4. Justificación y relevancia de la investigación	13
1.5. Objetivo General	13
1.5.1 Objetivos específicos	14
1.6. Hipótesis	14
1.7. Operacionalización de las variables	14

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	16
2.1.1. Antecedentes Internacionales	16
2.1.2. Antecedentes Nacionales	19
2.1.3 Antecedentes Locales	23
2.2. Teorías y enfoques	23
2.2.1 Teoría General de Sistemas	23
2.2.1.1 Concepto de Sistemas	24
2.2.1.2 Elementos sistémicos	24
2.2.1.3 La Comunicación organizacional como sistemas abiertos	25

2.2.1.4 Modelos de organización	25
2.2.1.4.1 Modelos de Katz y Kahn	26
2.2.2 Organizaciones	26
2.2.2.1 Características innovadoras de una organización	28
2.3 Marco conceptual	29
2.3.1 La comunicación	29
2.3.1.1 Proceso de la Comunicación	30
2.3.2. Comunicación organizacional	31
2.3.2.1 Cultura Organizacional	33
2.3.2.2 Comportamiento Organizacional	34
2.3.2.3 Estructura Organizacional	35
2.3.2.4 Flujos de Comunicación	38
2.3.2.4.1 Comunicación horizontal	38
2.3.2.4.2 Comunicación descendente	39
2.3.2.4.3 Comunicación ascendente	39
2.3.2.4.4 Comunicación oblicua	40
2.3.2.5 Tipos de comunicación organizacional	41
2.3.2.5.1 Comunicación interna	41
2.3.2.5.2 Comunicación externa	41
2.3.2.6 Canales de comunicación	42
2.3.2.6.1 Lenguaje escrito	42
2.3.2.6.1.1 Carta	42
2.3.2.6.1.2 Memorando	42
2.3.2.6.1.3 Cartelera	42
2.3.2.6.1.4 Revista	43

2.3.2.6.1.5 Periódico	43
2.3.2.6.1.6 Boletín	43
2.3.2.6.1.7 Teléfono	43
2.3.2.6.1.8 Correo electrónico	43
2.3.3 Calidad de Servicio	44
2.3.3.1 ¿Qué es calidad de servicio?	44
2.3.3.2 Componentes de la calidad en el servicio	44
2.3.3.2.1 Confiabilidad	46
2.3.3.2.2 Accesibilidad	46
2.3.3.2.3 Respuesta	46
2.3.3.2.4 Seguridad	46
2.3.3.2.5 Empatía	46
2.3.3.2.6 Tangibles	46
2.3.3.3 Calidad de servicio en las organizaciones	46
CAPÍTULO III	
3. Metodología de Investigación	49
3.1 Diseño de la investigación	49
3.2 Tipo de Investigación	49
3.3 Métodos de investigación	49
3.4 Población de estudio	49
3.5 Muestra	50
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
3.7 Procedimientos	50
CAPITULO IV	
4. Presentación de los resultados de investigación	52

CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES	66
BIBLIOGRAFÍA	67
ANEXOS	69

DEDICATORIA

A mi padre, Héctor Augusto Feria
Macizo, que durante mi vida es mi
ejemplo a seguir siendo la fuerza y mi
inspiración para poder terminar la
carrera profesional

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga por haberme formado profesionalmente.

Agradezco a la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno por haberme dado la oportunidad de poder realizar mi investigación dentro de ella, a todos los trabajadores que lo conforman, al público usuario por haberme facilitado información valiosa, a mis amigos y amigas que me han dado ánimos para seguir adelante, y también a mi asesor de tesis Mg. Boris Enrique Peña Morales, ya que fue quien me guió y me ayudó a darle un enfoque a mi investigación.

Finalmente, y sin afán de olvidar a alguien, doy espacio a todas y cada una de las personas que en mi camino he tenido el placer o tormento de haber conocido y que hoy, indudablemente, forman parte de lo que soy.

RESUMEN

La presente investigación fue realizada con la finalidad de caracterizar la Comunicación Organizacional y diagnosticar la Calidad del Servicio en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, así como determinar la proporción de usuarios satisfechos con la calidad de servicio y como el proceso de comunicación es usado como herramienta fundamental en la gestión de calidad de servicio en este tipo de organizaciones. La metodología que se usó es el hipotético deductivo. Se constató que el proceso de comunicación en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno fluye de manera efectiva, asimismo, se detectó que los empleados de la municipalidad tienen la voluntad e iniciativa de prestar buen servicio porque están conscientes de la importancia de ofrecer servicios de calidad, mas no cuentan con las herramientas técnicas necesarias para brindar satisfacción a los usuarios, por lo que se realizaron algunas recomendaciones que deben ser implantadas en aquellas municipalidades que están orientadas a aumentar y mantener usuarios satisfechos con el servicio.

INTRODUCCIÓN

Frente a actitudes negativas de los usuarios hacia la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno de Ayacucho, mediante quejas, comentarios, incomodidades personales, colectivas y otros, nace la idea de investigar sobre la relación de la comunicación y la calidad de servicio a los usuarios, con el fin de aportar a las carencias de evidencia empírica en las investigaciones sobre Comunicación Organizacional en la calidad de servicio que brinda la municipalidad.

La presente tesis tiene como finalidad identificar técnicamente las causas y efectos de los diferentes problemas que tiene la municipalidad como consecuencia del manejo de la comunicación, como herramienta fundamental en la gestión de la calidad de servicio dentro y fuera de la organización. Para ello, en primer lugar, se caracteriza la Comunicación Organizacional, luego se diagnostica la Calidad del Servicio, de tal manera que esto permita analizar la Comunicación Organizacional como herramienta para la gestión de la Calidad de Servicio y satisfacción al usuario en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno.

La hipótesis planteada, la Comunicación Organizacional tiene relación con la Calidad de Servicio de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, Ayacucho 2015, y de acuerdo a los resultados de la investigación esta relación entre comunicación organizacional y calidad de servicio no se relacionan de manera correcta, lo que ocasiona un 42% de usuarios insatisfechos por el servicio que brinda la municipalidad, por la falta de conocimiento de los trabajadores en la calidad de servicio y atención al usuario.

La metodología usada en la presente investigación es el Hipotético deductivo y el tipo de investigación es descriptiva correlacional, en el sentido que va más allá de la descripción de los conceptos o del establecimiento de relaciones entre conceptos, empleando la estrategia de investigación de campo, toda vez que los datos se tomaron directamente de la realidad.

El capítulo I, problema de investigación, contiene el planteamiento del problema, objeto de estudio, los objetivos generales y los específicos.

El Capítulo II, marco Teórico, consigna los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y enfoques con una explicación necesaria para la documentación del tema.

El Capítulo III, metodología de la investigación, se refiere a la metodología de investigación que se utilizó, los aspectos relacionados con el diseño, la selección de la muestra a utilizar y las técnicas e instrumentos para la recolección y análisis de los datos.

En el Capítulo IV, presentación de los resultados de la investigación, se presentan los resultados de la investigación. Finalmente, se consigna las conclusiones.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Planteamiento del problema

¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, Ayacucho 2015?

2.2 Descripción del problema

La Municipalidad de Jesús Nazareno tiene un total de 126 trabajadores (**Fuente:** Sub Gerencia de Desarrollo Humano de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno) que actualmente viene prestando diferentes servicios en las áreas de; Administración Tributaria, Desarrollo Urbano y Rural (estudios y obras, planeamiento y catastro), Servicios

Municipales (ornato y medio ambiente, seguridad ciudadana, registro civil y transporte) y Desarrollo Humano (promoción social, de la salud, DEMUNA, vaso de leche), sin embargo al observar a los usuarios se nota una expresión de insatisfacción por el servicio brindado. Existen varias posibles causas de dicha insatisfacción. Una de ellas puede ser el inadecuado servicio, personal no capacitado para determinada función, falta de personal para atención fluida, deficiente organización de la organización, entre otros. Teniendo en cuenta que, una adecuada comunicación y organización entre sus miembros podrían brindar calidad de servicio, planteo la siguiente interrogante: ¿Cómo influye la comunicación organizacional en la calidad del servicio de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno 2015? La presente investigación tiene por objetivo determinar los efectos de la relación comunicación organizacional con la calidad de servicio en la municipalidad de Jesús Nazareno.

2.3. Formulación del problema

¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la calidad del servicio de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno 2015?

2.4. Justificación y Relevancia de la investigación

La presente investigación tuvo como finalidad de caracterizar la Comunicación Organizacional y realizar un diagnóstico de la Calidad de Servicio en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, así como determinar los niveles de satisfacción con la calidad del servicio y si el proceso de Comunicación Organizacional es usado como herramienta fundamental en la gestión de calidad del servicio, en este tipo de organización.

En el marco organizacional existe personas, organizaciones y otros, que atraviesan diferentes problemas las que de alguna manera dificultan el logro de las metas propuestas por éstas, generando pérdidas en horas hombre, económicas y más que todo un atraso para cumplir con los objetivos propuestos.

Esta misma realidad se traslada a la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno y otras instituciones públicas; es por ello que nuestra investigación lo realizaremos en la municipalidad ya mencionada, básicamente teniendo dos variables: Comunicación Organizacional y Calidad de Servicio en la municipalidad de Jesús Nazareno – 2015. Esta investigación tiene el propósito de aportar diversas estrategias para coadyuvar a una mejor relación entre la población y la municipalidad; generar mayor actividad y relación en el respeto mutuo y el buen trato, crear ideas de desarrollo que partan de la población en su conjunto, que los beneficiarios conozcan sus derechos y deberes, además de reducir las barreras comunicacionales.

2.5. Objetivo General

Determinar y estudiar la relación comunicación organizacional en la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, Ayacucho, durante el año 2015

2.5.1 Objetivos Específicos

- Describir la relación comunicación organizacional en la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno Ayacucho durante el año 2015.
- Determinar los niveles de comunicación organizacional en la calidad de servicio de la municipalidad de Jesús Nazareno, Ayacucho durante el año 2015

2.6. Hipótesis

La comunicación organizacional tiene relación con la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, Ayacucho durante el año 2015.

2.7. Operacionalización de Variables

2.7.1. Variables e indicadores

Variable Independiente: Comunicación Organizacional

Variable Dependiente: Calidad del Servicio

VARIABLES	INDICADORES
Comunicación Organizacional	Flujos de comunicación Canales de comunicación Tipos de comunicación
Calidad de servicio	Confiabilidad Accesibilidad Empatía Respuesta Tangibles

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1.- ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Beatriz Elena García Rosado, en su tesis “Diagnóstico de comunicación organizacional interna en las agencias de viajes de Bahías de Huatulco, Oaxaca, México 2011” de la Universidad del Mar, llega a la conclusión de que la comunicación interna de las agencias de viaje tienen información básica de la organización, pero no saben o dudan sobre temas específicos. Conocen parcialmente su organigrama y solo una minoría conocen sus antecedentes. Estos valores, características y atributos son imprescindibles para la formación de la identidad corporativa, es decir, la personalidad de la empresa. Al ser parcialmente conocida el sentido de pertenencia hacia la agencia afecta en el desempeño de cada empleado. Además la autora señala la importancia de un plan de comunicación

institucional enfocado únicamente a información institucional, es decir, aquellos datos generales que debían saber los trabajadores para conocer a la empresa.

Balazero Toro Byron David, en su investigación, “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive, Ecuador 2014” de la Universidad Técnica de Ambato, manifiesta que las falencias que presenta la comunicación organizacional interna repercute sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización. “La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad de la empresa San Miguel Drive, así como también en las actividades de los trabajadores”, esto quiere decir que la baja productividad podría darse por una inadecuada comunicación y coordinación dentro de la institución. Además menciona que en la Empresa San Miguel Drive no se está cumpliendo con las funciones de generar identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa, tampoco existe el fortalecimiento de las relaciones interpersonales entre los colaboradores, lo que hace que la comunicación organizacional no se lleve adecuadamente.

María Ángeles Vallejo, en su tesis “Comunicación organizacional y responsabilidad social: Diagnóstico e implementación de la responsabilidad social en la empresa INZATEX, Ecuador 2010” de la Universidad internacional de SEK, manifiesta que INZATEX es una empresa bien estructura, responsable y transparente; sin embargo, no demuestra esto ante sus consumidores. Por esto sugiere que la empresa genere innovación y mayor reconocimiento en la población, porque sus productos son socialmente responsables, pero que no es algo trascendental en ellos al momento de comprarlos, porque piden productos

responsables pero que no lo exigen; y el concepto de responsabilidad social se ignora y se desconoce. Por lo tanto, la autora resume su tesis en una propuesta empresarial, en la que no solo los principios de administración sean tomados en cuenta, si no que los de comunicación, también formen parte fundamental de una empresa bien manejada.

Otra investigación hecha por Stefany Alejandra Marroquín Pérez y Lorena Pérez Gutiérrez en su estudio sobre “El clima organizacional y su relación con el desempeño laboral en los trabajadores de Burger King 2012”, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, definen al clima organizacional como una cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan los miembros de la organización, y que influye, directamente, en su comportamiento.

Para Stephania Bermeo Paredes, en su tesis “Comunicación organizacional y relaciones públicas” Ecuador 2013, menciona que la empresa BLESS, empresa de calzado artesanal, no posee una estructura comunicacional definida, ni objetivos, estrategias, además los resultados muestran que la población desconocen el calzado ecuatoriano. Por lo tanto la autora le da importancia a la creación de una estructura comunicacional basada en la misión, visión y objetivos, en coherencia con sus valores institucionales. Crear identidad corporativa, y contribuir a la mejora de su imagen y reputación e ir cambiando la percepción de los públicos frente al calzado de manufactura local como una alternativa de calidad, novedosa y con un precio exequible. Muchas veces el precio no determina su inclinación a la acción de compra o a mantener un tipo de relación comercial con alguna institución. El buen trato, el mismo que sea personalizado; con el envío de muestras físicas

de ser posible, y una comunicación de doble vía, menciona Stephania Bermeo, crea lazos y fideliza a este grupo objetivo.

2.1.2.- ANTECEDENTES NACIONALES

Nelly Tuesta Calderón en su tesis “Autoevaluación de la calidad de la comunicación organizacional interna en la institución educativa “Santo Toribio de Mogrovejo” del distrito de Zaña-Chiclayo, 2010” de la Universidad: Santo Toribio de Mogrovejo, en su tesis, manifiesta que se deben mejorar varios aspectos de gestión de la comunicación organizacional interna, como por ejemplo, en la comunicación e información de los documentos de gestión, sobre los mecanismos efectivos de toma de decisiones, de información y de comunicación, establecidos y practicados por los actores educativos. También menciona que a pesar de las reuniones de trabajo en la institución educativa, aún falta mejorar en cuanto a su planificación, la forma como se dirige, el cumplimiento de los acuerdos y decisiones tomadas. Y en cuanto a los mecanismos de comunicación formal más utilizados en la institución vendría a ser el memorándum y paneles informativos, y como menos utilizados los correos electrónicos, el teléfono, los circulares y otros. Y en caso de la comunicación informal habría cierta incidencia los rumores.

Por lo que en las instituciones educativas como en toda organización, la comunicación juega un papel importante. La comunicación hace posible que la gente se organice, defina sus objetivos, comparta sus ideas, tome decisiones. Por lo tanto, sino existe buenas prácticas de comunicación, una organización está propenso a caer en deterioro.

Junny Tatiana Villugas Leonardo, en su tesis “Identidad corporativa y estrategias de comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Santa Anita - 2007” de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, concluye que la deficiente comunicación de la Identidad Corporativa de la Municipalidad Distrital de Santa Anita influyó de manera negativa en el comportamiento de su público interno, ya que el personal administrativo en su mayoría, se siente mínimamente identificado con su organización y que no tienen un sentimiento de pertenencia, también encontró un porcentaje alto que prefieren cambiar su trabajo actual por otro, que les puede permitir enriquecer sus conocimientos y que pueda desarrollarse como profesionales. Además menciona que mejorar la imagen de la organización es actuar desde el fondo del problema, que viene a ser la identidad corporativa; lograr la identidad del personal es trabajar el proceso de comunicación de identidad corporativa. Así mismo la construcción adecuada de la identidad corporativa se presenta como base para elaborar estrategias de comunicación interna “el personal administrativo en su mayoría reconocen la identidad corporativa de la MDSA, pero no significa necesariamente que se sientan identificados con la organización”.

Miguel Ángel Bracko Castillo, en su tesis “Determinación del tipo de cultura organizacional existente en el grupo empresarial PACESA de la ciudad de Chiclayo, 2008” de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo, menciona que la cultura organizacional es uno de los pilares fundamentales para apoyar a todas las organizaciones que quieren hacerse competitivas, teniendo en cuenta que la cultura organizacional es el conjunto de normas, hábitos y valores, que practican los individuos de una organización, y que hacen de esta su forma de comportamiento. También concluye que, en la empresa PACESA, existe una buena imagen interna de quienes laboran en la empresa,

debido a que sienten que hay una buena proyección exterior de la empresa para con la sociedad y para con sus trabajadores, por lo tanto el clima organizacional en la empresa es óptimo, esto debido a que las personas que laboran dentro de la empresa se encuentran satisfechos con el actuar de esta, esto quiere decir, que en toda organización se pretende alcanzar objetivos. Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro, es por eso que los trabajadores de la empresa PACESA, se sienten a gusto con los objetivos trazados por esta; en tanto que estos se están cumpliendo. Sean estos los objetivos organizacionales, como personales.

Chomba Sánchez Fiorella, en su tesis “Determinación de los niveles de comunicación vertical y horizontal en confecciones y bordados Oh! baby de la ciudad de Chiclayo, 2008” de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo, concluye que la empresa tiene una Buena Comunicación Vertical Ascendente y Descendente con sus trabajadores y viceversa, existiendo comprensión y un clima de trabajo bueno, y que además, en cuanto a la comunicación horizontal, entre trabajadores del mismo nivel de trabajo, también es buena ya que existe un entorno de amigos y apoyo mutuo para la coordinación de sus trabajos. Sin embargo, en su investigación menciona que existe una barrera física que impide que se dé una comunicación efectiva, que viene a ser el ruido de las máquinarias que emplean.

Las organizaciones de éxito son aquellas que le dan la verdadera importancia a las comunicaciones y la información, ya que ellas han comprendido que éstas contribuyen en gran parte a mejorar el ambiente comunicativo y el clima laboral, y que además hoy en día el administrador moderno debe estar en la búsqueda constante de mejorar las

comunicaciones internas con sus empleados para poder transmitir y obtener información sobre algunos conflictos que se puedan estar dando en la empresa y así mismo para mantener buenas relaciones humanas para el buen desempeño de un grupo.

Sr. Luis Humberto Roldán Arbieta, Sr. Jorge Luis Balbuena Lavado y Srta. Yanela Karin Muñoz Mezarina, en su tesis “Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños, 2010” de la Pontificia Universidad Católica Del Perú, menciona que la calidad de servicio es un concepto complejo que comprende tanto a los elementos tangibles como intangibles que perciben los consumidores al recibir un servicio. De igual manera, representa una de las variables más importantes en la formulación de las estrategias de marketing, la cual ayuda a mejorar la competitividad de la empresa. La lealtad es otro concepto complejo que permite conocer la intención o decisión que asume el consumidor ante el estímulo calidad de servicio, es así que los resultados de su investigación permitieron establecer que hay una fuerte relación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra. Los consumidores de los supermercados limeños mostraron una percepción favorable hacia la calidad de servicio recibida, así como altos niveles de lealtad, considerando la amplia oferta existente de este tipo de empresas.

Por lo tanto, si en una empresa existe calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra, dicha empresa tendrá una buena percepción hacia el público exterior, pero esto no quiere decir que la percepción del público hacia la empresa sea definitivo, puesto que los factores comunicacionales dentro de la empresa, también son imprescindibles.

2.1.3.- ANTECEDENTES LOCALES

Boris Enrique Peña Morales en su tesis “La Comunicación Interna en las Instituciones Públicas de Ayacucho 2013” de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, manifiesta la importancia de la comunicación interna que realizan los individuos que forman parte de las organizaciones, además de sus roles y sus relaciones, “la comunicación es el sistema nervioso de la organización, sin ella no es posible su funcionamiento”, siendo así la comunicación una herramienta indispensable para el buen funcionamiento de una organización. También menciona que en ciudades andinas como Ayacucho la competitividad, eficiencia, eficacia y adecuación a los nuevos escenarios son relativamente nuevas, los sistemas de comunicación interna y las prácticas comunicativas son susceptibles de deterioro, porque carecen de un sistema permanente de evaluación y mejoramiento. Por lo que en Ayacucho, las instituciones públicas y privadas tienen muchas dificultades para comunicarse adecuadamente entre los miembros que la conforman y con su entorno social.

2.2. TEORÍAS Y ENFOQUES

2.2.1.- TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS

Idalberto Chiavenato (1994:531), plantea que la teoría de sistemas no puede separar sus elementos, ya que la comprensión de un sistema se da solo cuando se realiza un estudio global, involucrando todas las interdependencias de sus partes. Entonces la Teoría General de sistemas se sustenta en tres premisas básicas:

1. Los sistemas existen dentro de los sistemas.
2. Los sistemas son abiertos
3. Las funciones de un sistema dependen de su estructura.

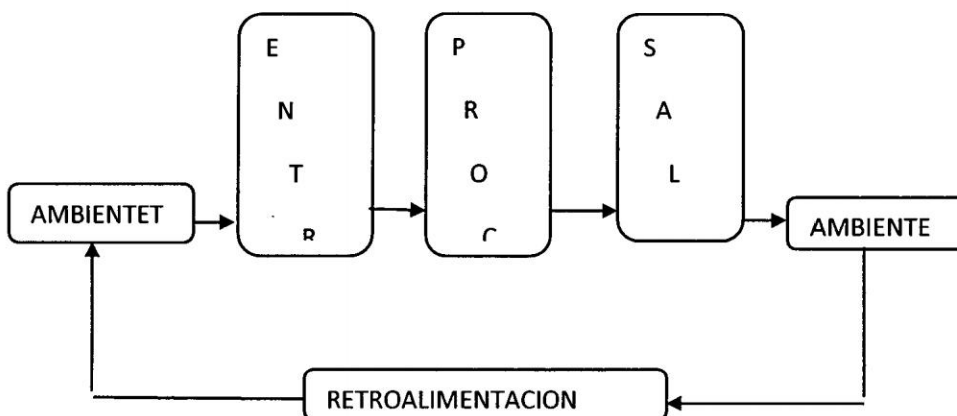
2.2.1.1.- Concepto de sistemas:

Hayre Mason (1976) define a la teoría de sistemas “Conjunto de diversos elementos que se encuentran inter relacionados y que se afectan mutuamente para formar una unidad”

El mismo autor señala algunas de las características de los sistemas y entre ellos plantea: **globalismo** que significa que todo sistema tiene naturaleza orgánica, **entropía** referida a la tendencia de los sistema al desgaste o desintegración, **homeostasis** es el equilibrio dinámico entre partes del sistema, **equifinalidad** se refiere al hecho que un sistema vivo a partir de distintas condiciones iniciales y por distintos caminos llega a un mismo estado final.

2.2.1.2.- Elementos sistémicos

El sistema se constituye por una serie de parámetros, los cuales son:



En el gráfico se observa:

- a) Entrada o insumo (input)
- b) Salida o producto (output)
- c) Procesamiento o transformador (throughput)
- d) Retroalimentación (feedback)
- e) Ambiente (environment)

2.2.1.3 La organización como sistema abierto

La empresa es un sistema creado por el hombre, la cual mantiene una interacción dinámica con su ambiente, sean clientes, proveedores, competidores, entidades sindicales u otros agentes externos, y además está integrado por diversas partes relacionadas entre sí, que trabajan en armonía con el propósito de alcanzar una serie de objetivos, tanto de la organización como de sus participantes. La organización debe verse como un todo constituido por muchos subsistemas que están en interacción dinámica entre sí.

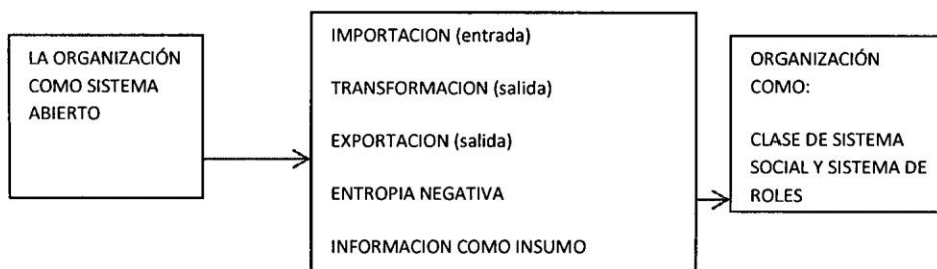
2.2.1.4 Modelos de organización

Modelo de Katz y Rosenz Welg

- Variables: acciones que pueden modificar el sistema y que existe en cualquier parte del sistema
- Parámetros: son cantidades que determinan el estado real del sistema (constantes)
- Componentes: son partes identificadas de dicho sistema

- Atributos: influyen en la operación del sistema en su velocidad, precisión y confiabilidad
- Estructura: conjunto de relaciones entre los componentes del sistema y el grado en el que los elementos funcionan para alcanzar la finalidad.

2.2.1.4.1 Modelo de Katz y Kahn



Katz y Kahn desarrollaron un modelo de organización más amplio y complejo a través de la aplicación de la teoría de los sistemas y la teoría de las organizaciones. Luego compararon las posibilidades de aplicación de las principales corrientes sociológicas y psicológicas en el análisis organizacional, proponiendo que la teoría de las organizaciones se libere de las restricciones y limitaciones de los enfoques anteriores y utilice la teoría general de los sistemas.

2.2.2 ORGANIZACIONES

Idalberto Chiavenato (1994: 463), define a la organización como “es la coordinación de diferentes actividades de contribuyentes individuales con la finalidad de efectuar transacciones planteadas con el ambiente”. Este concepto da noción tradicional de división

del trabajo al referirse a las diferentes actividades y a la coordinación existente en la organización y se refiere a las personas como contribuyentes a las organizaciones. Las contribuciones de cada persona a la organización varían enormemente en función no solamente de las diferencias individuales, sino también del sistema de recompensas y contribuciones para la organización.

Diferencias entre sistemas mecánicos y sistemas orgánicos

SISTEMAS MECANICOS	SISTEMAS ORGANICOS
<ul style="list-style-type: none"> * Énfasis es exclusivamente individual. * Relación del tipo autoridad-obediencia * Una rígida adhesión a la delegación y a la responsabilidad dividida. * División del trabajo y supervisión jerárquica, rígidos. * La toma de decisiones es centralizada. * La solución de conflictos por medio de represión, arbitramiento y/o hostilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> * El énfasis se hace en la relación inter e intra-grupal. * Confianza y creencia recíprocas. * Interdependencia y responsabilidad compartida. * Participación y responsabilidad multi-grupal. * Amplio compartir de responsabilidad y control. * Solución de conflictos a través de negociación o solución de problemas

Fuente: Idalberto Chiavenato (introducción a la Teoría General de la Administración 1994)

En el cuadro se diferencian las posiciones antagónicas entre sistemas mecánicos (tradicional) y orgánicos (enfoque del desarrollo organizacional). Los sistemas orgánicos permiten una concientización social de los participantes y vuelven las organizaciones colectivamente conscientes de sus destinos y de la orientación necesaria para dirigirse

mejor a ellas. Desarrollan una nueva concientización social de los participantes las organizaciones, los cuales al lado de su vivencia particular, de su pasado personal y de su auto concientización, definen el papel no solamente de ellos en relación a su organización, sino también, y principalmente el papel que ellos imaginan tenga la organización en relación al ambiente en el que se inscribe.

A partir de la teoría de sistemas, las organizaciones son abiertas que dependen de los elementos de entrada del mundo exterior, tales como materia prima, recursos humanos y capital, así como los elementos de salida al mundo exterior que satisfacen las necesidades de los usuarios a través de los diferentes servicios. Es aquí donde la calidad del servicio juega un papel importante, en la conexión con el exterior, dado que las organizaciones han estado evolucionando para lograr la calidad de los servicios en sus procesos y por ende en sus resultados o servicios, en la búsqueda de la excelencia organizativa.

2.2.2.1.- Características innovadoras de una organización

Teniendo en cuenta que cada organización es un sistema complejo y humano, con características propias, con su propia cultura y con un sistema de valores que determinan los sistemas de información y los procedimientos de trabajo y para que la organización desarrolle cambios positivos e innovadores debe tener las siguientes características:

- a) Adaptabilidad: es decir la capacidad de resolver problemas y de reaccionar de manera flexible a las exigencias mutables e inconstantes del medio ambiente. Para

ser adaptable la organización debe ser flexible, para poder adaptar e integrar nuevas actividades, además de ser receptiva y transparente a nuevas ideas, vengan ellas dentro de adentro como de afuera de la organización.

- b) Sentido de la identidad: o sea el conocimiento y la comprensión del pasado y del presente de la organización, como también la comprensión y comportamiento de los objetivos de la organización por todos sus participantes.
- c) Perspectiva exacta del medio ambiente; es decir un ser realista aliada a una capacidad de investigar, diagnosticar y comprender el medio ambiente.
- d) Integración entre los participantes: para que la organización se comporte de una manera orgánica.

2.3.- MARCO CONCEPTUAL

2.3.1.- LA COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una persona a otra. Durante años la comunicación se ha definido como el intercambio de sentimientos, opiniones, ideas y otros, que se transmiten mediante el habla, la escritura, los símbolos o señales.

Anteriormente la palabra comunicación se usaba corrientemente para designar problemas de relación entre la clase obrera y la clase directiva, entre los países y la población en general.

La comunicación es la base de la interacción de las relaciones de hombre a hombre, David K. Berlo (196:06), la comunicación como un proceso de interacción, se entiende como la participación entre dos o más personas tomando como instrumento la comunicación verbal y no verbal, cuya finalidad fundamental es intercambiar ideas, recibir órdenes y otros, que surgen como producto de la necesidad del hombre y de la sociedad, todo aquello a lo cual la gente logra dar un significado puede ser utilizado y lo es por la comunicación David K Berlo (1960: 01).

Para una buena comunicación es importante el Feedback, que se traduce por “retroalimentación”, donde se desarrolla el saber escuchar, procesar la información recibida y externar una respuesta a su entorno, esto puede llegar a ser positivo o negativo, para fortalecer más la comunicación para un buen entendimiento.

2.3.1.1.- El Proceso de Comunicación

El proceso se define como un fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo o tratamientos continuos. Heráclito señaló la importancia del concepto de proceso cuando afirmó que “un hombre no puede bañarse dos veces en el mismo río”, David K. Berlo (1969: 14) pues de una a otra vez han cambiado tanto el uno como el otro.

Para David K. Berlo (1969:119), en toda comunicación humana existe el proceso de comunicación mediante el cual este acto importante es efectivo, para el cual nos menciona que los componentes constantes son.

Fuente: La persona con ideas, intenciones, información y que tiene por objetivo el comunicarse.

Codificación: Es un proceso que convierte las ideas del comunicador en un conjunto sistemático de símbolos, en un idioma que exprese el objetivo que este persigue.

Mensaje: Es el resultado del proceso de codificación. Aquí se expresa el objetivo que persigue el comunicador y lo que espera comunicar a su destinatario.

Canal: Medio por el que se envía el mensaje de la fuente al receptor. Cabe destacar que los mensajes pueden representarse también de forma no oral, por medio de posturas corporales, expresiones del rostro y movimientos de manos y ojos.

Decodificador: Es necesario para que se complete el proceso de comunicación y para que el receptor interprete el mensaje. Los receptores interpretan (decodifican) el mensaje sobre la base de sus anteriores experiencias y marcos de referencia.

Receptor: Es la persona que recibe y decodifica el mensaje.

Cada elemento de comunicación cumple funciones importantes para que se realice una efectiva comunicación entre dos o más personas. Aparte de ello nos amplía que en un acto comunicativo no debe existir el ruido, las personas que se comunican deben de tener un grado mínimo de experiencia común; de la misma forma la actitud de preferencia es otra desventaja en cuanto a la buena comunicación.

2.3.2.- COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional es la comunicación aplicada a las organizaciones, y se da en todo tipo de ellas. Son todos los mensajes o información que se intercambian entre las personas que conforman la organización, tanto dentro de ella como en su entorno; está presente en cualquier proceso empresarial que involucra a los empleados. Dentro de una empresa es fundamental que los dirigentes posean una comunicación eficaz, porque las funciones de planificación, organización y control solo cobran forma mediante la comunicación organizacional.

El nacimiento y la consolidación de la comunicación organizacional durante las últimas tres décadas, como un campo de estudio y un área funcional de la empresa, es la mejor prueba de que la comunicación es de enorme importancia para las organizaciones (Andrade 2010: 120)

El estudio de la comunicación organizacional, ha sido una rama, convirtiéndose en tema de interés e investigación para los estudiosos de la comunicación.

Para Fernández Collado (2006) “La comunicación organizacional, es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre esta y los diferentes públicos que tienen su entorno” esto quiere decir que esta actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento organizacional en función de variables sociales, ello suponen que cada persona realiza un rol comunicativo.

La comunicación organizacional se lleva a cabo dentro de una empresa, que es “un grupo organizado, de duración más o menos larga, que generará un conjunto de bienes y servicios con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado mediante la contraprestación del precio” (Marín 1996: 1).

Idalberto Chiavenato (1994) las explica como “un sistema racional de cooperación” puesto que las personas que la constituyen están dispuestas a cooperar entre sí de manera racional e intencional para alcanzar los objetivos planteados en conjunto, mismo que no podrían ser alcanzados de forma individual. De aquí el valor de cada individuo al formar parte de una organización.

La comunicación en la empresa es la fuerza que une entre sí a las personas, a través de la cual pueden llegar a un punto de vista común, comprendiendo y cooperando para lograr los objetivos y fines organizacionales.

La comunicación organizacional planteada por Gerald Goldhaber (2001: 61) es “un flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes” pero también añade que es el estudio de este flujo de mensajes de las organizaciones.

Es decir, la comunicación organizacional no solo es el flujo de información, los mensajes o la imagen positiva sino también la discusión y solución de los problemas dentro de la empresa para tener un beneficio productivo.

Las comunicaciones en las organizaciones deben de suministrar información precisa con los tonos emocionales apropiados para todos los miembros que necesitan el contenido de las comunicaciones. La comunicación organizacional, es el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes.

2.3.2.1 Cultura organizacional

La cultura organizacional se encarga de ver como los miembros de la organización perciben las características de la cultura dentro de la organización, sin importar si a éstos les gusta o no. La cultura organizacional representa la apreciación común de los miembros de la organización. Es decir, son los valores, actitudes, cualidades que la organización posee; es lo que la organización tiene como base, para regirse y actuar como ente dentro y fuera de ella.

“La cultura organizacional se refiere a un sistema de significado compartido entre sus miembros y que distingue a una organización de las otras” Este sistema de significados compartidos, se identifica un grupo de características clave que la organización valora” (Robbins 1999: 595)

La cultura organizacional definida en la organización intensifica el compromiso de los colaboradores y el comportamiento del empleador. La misma les dice cómo hacer las cosas y lo que es importante a los miembros de la organización.

La cultura desempeña numerosas funciones dentro de la organización:

1. Tiene un papel de definición de fronteras; esto es, crea distinciones entre una organización y las demás.
2. Transmite un sentido de identidad a los miembros de una organización
3. La cultura facilita la generación de un compromiso con algo más grande que el interés personal de un individuo.
4. Incrementa la estabilidad del sistema social. La cultura es el pegamento social que ayuda a unir a la organizacional proporcionar los estándares apropiados de lo que deben hacer y decir los empleados.
5. La cultura sirve como un mecanismo de control y de sensatez que guía y moldea las actitudes y el comportamiento de los empleados” (Robbins 1999: 601)

2.3.2.2 COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

Estudia tres aspectos (individuo, grupo y estructura) en su comportamiento y disciplinas con el fin de hacer que las organizaciones trabajen de una mejor manera y sean más

eficientes. Tiene relación con las personas y con lo que hacen dentro de un organización y se observa como el comportamiento de ellos afecta o no a la organización.

Es un campo de estudio que investiga el impacto que los individuos, los grupos y la estructura tiene sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar tal conocimiento al mejoramiento de la eficacia de la organización (Robbins 1999: 7)

El comportamiento organizacional incluye “temas centrales de la motivación, el comportamiento del líder y poder, la comunicación interpersonal, la estructura de grupo y sus procesos , la actitud y desarrollo y la percepción, los procesos del cambio, el conflicto, el diseño de trabajo y la tensión en el trabajo” (Robbins 1999: 9)

Los valores son importantes para el comportamiento organizacional, ya que éstos constituyen las bases de las actitudes y también la principal influencia en el comportamiento de las personas. Dentro de la organización, comportamiento del individuo se da en base a sus valores y actitudes.

2.3.2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es como está dividida o conformada la organización, como son coordinadas sus tareas para los empleados dentro de ella teniendo en cuenta elementos claves al momento del diseñar una estructura.

Robbins Stephen (1999) define a la estructura organizacional en cómo se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas de trabajo. Existen seis elementos clave a los que necesitan enfocarse las organizaciones. Estos son:

1. Especialización del trabajo: o división del trabajo, sirve para describir el grado en el cual están divididas las tareas en trabajos separados en la organización. Esto quiere decir que en lugar que un individuo realice todo, se divida este en varios pasos, y que los trabajadores se especialicen en hacer parte de la actividad bien en lugar de hacerla toda.
2. Departamentalización: una vez dividido los puestos a través de la especialización del trabajo, se necesita agruparlos para poder coordinar las tareas. La base que se utiliza para agruparlos en los puestos es la departamentalización. Una de las formas más populares de agrupar las actividades es por medio de las funciones realizadas.
3. Cadena de mando: en una línea continua de autoridad que se extiende desde la cima de la organización hasta la última posición y define quién informa a quién. Contesta a preguntas de los empleados como: ¿a quién acudo si tengo un problema? y ¿ante quién soy responsable?
4. Tramo de control: es el número de niveles y gerentes que tiene una organización. Número de subordinados que un gerente puede dirigir eficaz y eficientemente.
5. Centralización y Descentralización: el término centralización se refiere al grado en que la toma de decisiones se concentra en un solo punto de la organización. El concepto influye solo autoridad formal, y a la descentralización en contraste, es la toma de decisiones que se delega a los empleados de bajo nivel.
6. Formalización: se refiere al grado en que están estandarizados los puestos dentro de la organización (Robbins 1999: 478)

Definiendo así estos conceptos que son elementales para la comprensión y que están envueltos con la comunicación organizacional, nos compete ver y entender como este tema es de gran interés para los gerentes. El saber llevar una comunicación

adecuada dentro de una organización siempre se enfrentan ante dilemas éticos, situaciones en las que se definen su conducta adecuada o no adecuada. Muchas de las veces se pueden dar dentro de la organización prácticas que no son éticas, es por eso que la comunicación organizacional es imprescindible dentro de una organización, ya que es la guía para el gerente, ayudándole a crear un clima ético para sus empleados, donde el trabajo se realice de una manera productiva y eficaz.

La actitud de una persona es la intención de comportarse de cierta manera hacia alguien o hacia algo, es por eso que hoy en día los gerentes de las organizaciones están interesando más en qué hacer para que las actitudes de los empleados mejoren dentro de la organización, con el fin de generar un ambiente laboral exitoso y sobre productivo.

Tener una comunicación adecuada en la organización, y hacer énfasis en la satisfacción del empleado en hacerle sentir parte importante de la entidad; generará al final la satisfacción propia de dicho empleado en el trabajo, que da como resultado de una gestión gerencial basada en la integridad; es decir, cumplir con lo que se dice y no que sea una manera de manipulación para los empleados, lo que a su vez provocará mayor eficiencia y productividad en la organización, el desenvolvimiento laboral de los empleados tienen mucho que ver con la actitud del individuo hacia su trabajo. Es importante conocer la compatibilidad entre la personalidad de un individuo y el puesto; esto generará a un empleado más satisfecho. Al momento en que éste se siente satisfecho en su trabajo, el empleado generará mayor desempeño en sus tareas asignadas.

2.3.2.4.- Flujos de comunicación

Fernández D. (2006: 93) señala que los flujos de comunicación, son tomados en cuenta a partir de la estructura comunicacional a nivel interno dentro de las organizaciones, y plantea cuatro formas: descendente, ascendente, diagonal y horizontal. Cada una de ellas obedece a la razón de ser; es decir la comunicación que se da a partir de las disposiciones de la gerencia, la participación de los colaboradores en las decisiones y el flujo de información entre las unidades de la organización respectivamente.

2.3.2.4.1.- Comunicación horizontal: la comunicación horizontal es aquella que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico. Pueden ser entre departamentos, grupos o individual, no hay presencia de autoridad y sirven para agilizar la estructura organizativa. Ese tipo de información se puede obtener a través de juntas, informes, asambleas, etc. Se da entre los empleados de un mismo nivel jerárquico.

Es una comunicación que tiene lugar entre los integrantes del mismo grupo de trabajo, entre miembros de grupo al mismo nivel, entre gerentes del mismo nivel o entre personas del mismo rango. Este tipo de comunicación surge por ahorrarse tiempo y facilitan la coordinación. En algunos casos, estas relaciones laterales están formalizadas, pero lo más habitual es que surjan informalmente como atajo en la jerarquía vertical y para hacer las actividades con libertad.

Se utiliza para:

- Coordinar las actividades de los distintos empleados o departamentos de la empresa.
- Resolver problemas de un departamento
- Tomar decisiones en las que tengan que intervenir varios departamentos

2.3.2.4.2.- Comunicación descendente: La comunicación descendente se ocupa de comunicar el orden establecido para el desarrollo de tareas, roles, entrenamiento, capacitación, directrices, políticas, etc. Su carácter principal se establece por la naturaleza de la organización, dar orden.

Es la que pasa de un nivel de un grupo u organización a nivel inferior. Este tipo de comunicación tiene como fin crear empatía y generar un clima de trabajo conjunto para encontrar la manera de resolver los problemas de la organización.

Su carácter principal se establece por la naturaleza de la organización, dar orden. No solamente desde el sentido imperativo de quien da una orden, si no desde el sentido de organizar y ordenar. Una de las principales funciones de la comunicación descendente es la de comunicar la cultura organizacional y las directrices de cómo cumplirlas.

Algunos de los medios de comunicación descendente son las conversaciones, juntas, mensajes en publicaciones de la organización, correo electrónico, videos, seminarios, cartas y manuales de políticas y procedimientos.

2.3.2.4.3.- Comunicación Ascendente: La comunicación ascendente es aquella que al contrario de la descendente se da desde los niveles jerárquicos más bajos de la organización hacia los niveles más altos. Este flujo de comunicación permite que los colaboradores

trabajen de manera proactiva en la toma de decisiones y participen constantemente en la creación e innovación de la organización. Desgraciadamente el flujo de la información en esta vía de transmisión no siempre llega a los niveles más altos de forma completa y objetiva, ya que conforme va ascendiendo la información los receptores van mediando el impacto del contenido sobre todo si se trata de informes o noticias negativas o no esperadas por la gerencia o la administración. Esto se presenta comúnmente en las organizaciones, cuando un operador no alcanza a cumplir las metas, o existen problemas que afectan directamente la productividad, o generan conflictos en la empresa; en estas situaciones que los encargados de estas áreas de trabajo por temor, conveniencia, o respeto a los niveles superiores de mando, no dan a conocer muchas veces datos reales de producción, financieros, o de desempeño.

Algunos de los ejemplos de este tipo de comunicación son los informes de desempeño, los buzones de sugerencias, encuestas de actitudes de los empleados, los procedimientos de quejas, las discusiones entre superiores y subordinados, etc.

2.3.2.4.4.- Comunicación Oblicua: Es la que se puede realizar entre el gerente de una organización y empleado de una sub gerencia que está prevista en la organización. Es la necesidad de la coordinación intergrupala, debidas a una urgencia por parte del emisor para conseguir una respuesta del receptor.

Es deseable que en toda organización existan canales formales e informales así el flujo de información estará dirigido en todas las direcciones y hacia todos los trabajadores.

2.3.2.5.- Tipos de comunicación organizacional

2.3.2.5.1.- Comunicación Interna: Los procesos comunicativos en el interior del sistema organizativo constituyen la comunicación interna, por medio de la comunicación se logra crear y mantener la cultura de la organización y conseguir la socialización de los miembros.

Para Fernández Collado (2006: 12) la comunicación interna “es el conjunto de actividades efectuados por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados” de esta manera pueden contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales, este tipo de comunicación es llevada a cabo por la interrelación que se desarrolla entre el personal de la institución. Dentro de la institución, el clima organizacional es el que refleja la calidad del entorno interno que mantienen sus miembros y que influye en su comportamiento.

2.3.2.5.2.- Comunicación Externa: Fernández Collado (2006: 12) “Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos; a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios” esto quiere decir que la comunicación externa permita a los miembros de la organización coordinar sus actividades con los de su entorno relevante, este entorno está compuesta por todos los elementos externos a la organización que tiene algún grado de influencia en ella.

2.3.2.6- CANALES DE COMUNICACION

Para Fernández Collado (2006: 191) “un canal de comunicación es el medio que se utiliza para transmitir un mensaje” esto quiere decir que el camino o instrumento por donde este viaja y conecta a la fuente con el receptor constituye un tipo de unidad llamado “Medio” por el que transporta unidades estructuradas que reciben el nombre de información.

2.3.2.6.1.- Lenguaje escrito

Es clara, precisa, completa y correcta; se califica como información de primera mano y se deja constancia. Por medio de ella las personas tienen la oportunidad de poder regresar a segmentos anteriores al mensaje, lo que permite una mejor comprensión en la información.

Esta puede darse a través de:

Carta: Es el medio más usado dentro de la organización para las personas ausentes, en la cual se comunica alguna cosa de interés personal o grupal.

Memorando: Es el medio más usado, que lleva como objetivo el recordar mensajes o información con referencia a instrucciones internas que los empleados deben realizar dentro de la organización.

Carteleras: Son calificadas como un factor clave en la organización, allí se suele manejar información a través de otros medios sobre actividades de motivación o mensajes de interés general para los empleados y directivos, algo muy importante para que éstas funcionen se debe tener en cuenta su ubicación; es decir la empresa establece sitios estratégicos por donde hay mayor flujo de personal.

Revista: Es una forma de comunicación tradicional más común y con mayor aceptación dentro de la empresa, en la cual se propicia la participación activa de todas las actividades, en aras de contribuir al fomento de la investigación y de acontecimientos afines a la comunicación; en las revistas se consigna la realidad de la organización.

Periódico: Envuelve un área de conocimientos especializados, en muchos casos el periódico es utilizado para ganar tiempo en el ámbito de la información.

Boletín: Es un medio de comunicación donde se maneja información especializada para los públicos internos y externos de la organización.

Teléfono: este aparato muchas veces facilita la comunicación dentro de una organización, puesto que el envío de mensajes se da de forma inmediata

Correo electrónico: mensajes enviados de una computadora a otra(s), incluso a la larga distancia (entre distintos países). A través de él se transmiten textos, imágenes, video y audio.

En las organizaciones las personas que trabajan en ellas disponen de diversos medios para establecer procesos de comunicación con otras personas, sean estas de la misma organización o de otras.

Según Fernández Collado, respecto a los medios ya citados menciona que se pueden utilizar en dos contextos:

- a) Para ejecutar conductas específicas de comunicación individuales (personales) o grupales

b) Para efectuar acciones sistemáticas de la dirección general, gerencia general, presidencia de la organización o equivalente; un área de la organización o está en su conjunto.

En el primer caso un miembro de la organización utiliza el medio para comunicarse con propósito personal específico o particular momentáneo de acuerdo a sus necesidades personales específicas.

En el segundo caso el medio es utilizado de manera sistémica, periódica y programada por un alto ejecutivo de un área de la organización para transmitir o recibir mensajes de miembros o grupos de la misma.

2.3.3.- CALIDAD DE SERVICIO

2.3.3.1.- ¿Qué es la calidad de servicio?

Para entender el concepto de calidad de servicio se deben conocer primero los conceptos de calidad, servicio y cliente por separado.

Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras

palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Profundizando en el tema servicios se observa que poseen las siguientes características:

Intangibilidad: los servicios no se pueden ver, sentir ni oler antes de comprarlos;

Inseparabilidad: la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros; **Variabilidad:**

la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en

dónde y cómo se proporcionan; **Carácter perecedero:** los servicios no se pueden

almacenar para su venta o su utilización posterior; y **Ausencia de propiedad:** los

compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte

tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la

propiedad.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la

importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre

tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del

negocio).

Tomando en cuenta estos tres conceptos la calidad de servicio consiste en cumplir con

las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus

necesidades.

2.3.3.2.- Componentes de la calidad en el servicio.

- **Confiabilidad.** La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.
- **Accesibilidad.** Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.
- **Respuesta.** Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido.
- **Seguridad.** Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.
- **Empatía.** Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente.
- **Tangibles.** Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente.

Para finalizar es importante identificar las expectativas de los usuarios en cuanto a la calidad de servicio, esta es más difícil de definir en comparación a la calidad en los productos. La calidad de servicio siempre variará, dependiendo de las circunstancias del problema y de la interacción entre el empleado y el cliente.

2.3.3.2.- Calidad de Servicio en las organizaciones.

La calidad de servicio juega un papel fundamental en las organizaciones que quieran fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo.

Una visión es una situación que vemos en nuestra mente. Se imaginan los resultados que se desean obtener a largo plazo en la organización.

En la actualidad, se puede observar que el atributo que contribuye a que una organización se posicione a largo plazo es la opinión de los usuarios sobre el servicio que reciben.

De esta manera, se hace obvio que la organización deberá satisfacer todas las necesidades y expectativas del usuario para que éste se forme una opinión positiva; eso es lo que se llama Calidad de Servicio.

Por lo tanto, para satisfacer dichas expectativas, que por otro lado son subjetivas, es necesario disponer de información adecuada sobre los usuarios, que contenga aspectos relacionados con sus necesidades y los atributos que se fijan para evaluar la calidad de un servicio.

Es importante destacar que cuando en una organización se plantea la visión tomando en cuenta la calidad del servicio que ofrece, debe, antes que nada, entender que un servicio se considera de calidad cuando logra su fin: satisfacer las necesidades de los usuarios, en el presente y en el futuro.

Cuando el usuario elige un servicio en el presente y lo encuentra satisfactorio, es decir, de calidad, la mayoría de las veces volverá a elegir tantas veces como lo precise en el transcurso de su vida, por lo que el tener una calidad de servicio en el presente influye en la visión que se forja de la organización en el futuro, sobre todo en el área de servicios, donde lo que se ofrece es un bien intangible, en consecuencia lo que influye es la idea que los usuarios tengan del servicio ofrecido.

Núñez (1997) escribió en su manual “Calidad del servicio e integración en equipos de trabajos” sobre como los empleados de una organización una vez teniendo obtenidos

los conocimientos necesarios podían dar un servicio de alta calidad y así incrementar la satisfacción del cliente, en función de mejorar la imagen de la empresa y la motivación del trabajo en equipo

CAPITULO III

3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Enfoque de la investigación: la investigación fue de carácter cuantitativo

3.1.2. Tipo de investigación: La investigación es de tipo descriptiva correlacional, en el sentido a que va más allá de la descripción de los conceptos o del establecimiento de relaciones entre conceptos.

3.1.3 Método de investigación: el método que guió nuestra investigación es el método Hipotético deductivo

3.1.5. Población y muestra:

3.1.5.1 Población: La población estuvo conformada por todos los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno que son 126 (Fuente: Sub Gerencia de Recursos Humanos) y más la población en general de un total de 10 000 personas (Fuente INEI) que acude a la municipalidad a realizar diversos trámites documentarios según su necesidad

3.1.5.2 Muestra: La muestra es probabilística para poblaciones finitas, cuya fórmula es:

Fórmula empleada	
$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$	$\text{donde: } n_0 = \mu^*(1-\mu)^* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$

3.1.5.6. Técnicas e Instrumentos

Las Técnicas e instrumentos que se usó para el recojo de la información fueron:

Técnicas	Instrumentos
Encuestas	Cuestionario
Test	Escala

3.1.5.7. Procedimientos

El método general que guió nuestra investigación es el hipotético deductivo y el método específico es el estadístico descriptivo, puesto que analizaremos datos cuantitativos producto de la recolección de datos a partir de técnicas cuantitativas como la encuesta y el test.

La población de estudio estuvo conformada por todos los trabajadores y usuarios de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno.

La muestra estuvo conformada por 451 unidades muestrales seleccionadas a partir de la presente fórmula estadística.

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_0 = P^*(1-P)^* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Para lo cual se divide en dos muestras:

La primera, en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno existen un total de 120 trabajadores en las diferentes áreas y aplicando la fórmula para la selección de la muestra, con un margen de error al 5% da como resultado un total 91 unidades muestrales dirigido a los trabajadores de las diferentes áreas de la municipalidad.

Segundo, para medir la calidad de servicio prestado por parte de la municipalidad a los usuarios, también se utilizó la misma fórmula con un margen de error al 5% haciendo un total de 365 test por desarrollarse a los usuarios que diariamente acuden a la entidad.

Estos dos instrumentos nos ayudaron a recoger información para entender con claridad nuestro objeto de estudio y nuestras variables de investigación.

185739

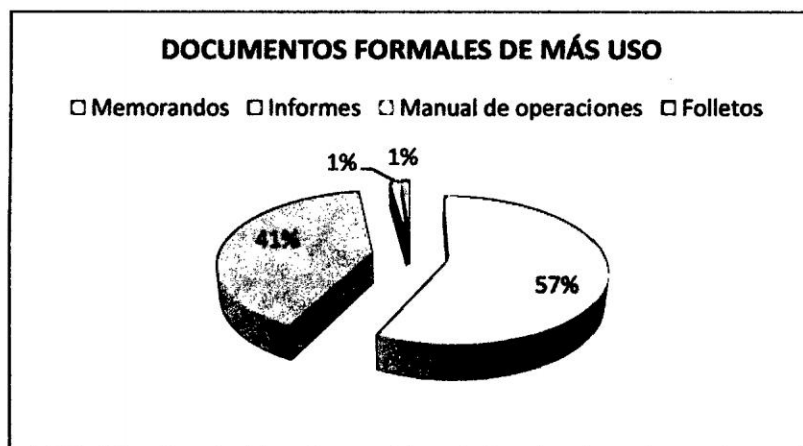
CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

A continuación se presenta los resultados y la discusión respectiva que fueron ordenados con arreglos a los objetivos específicos planteados

4.1. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Gráfico N° 01

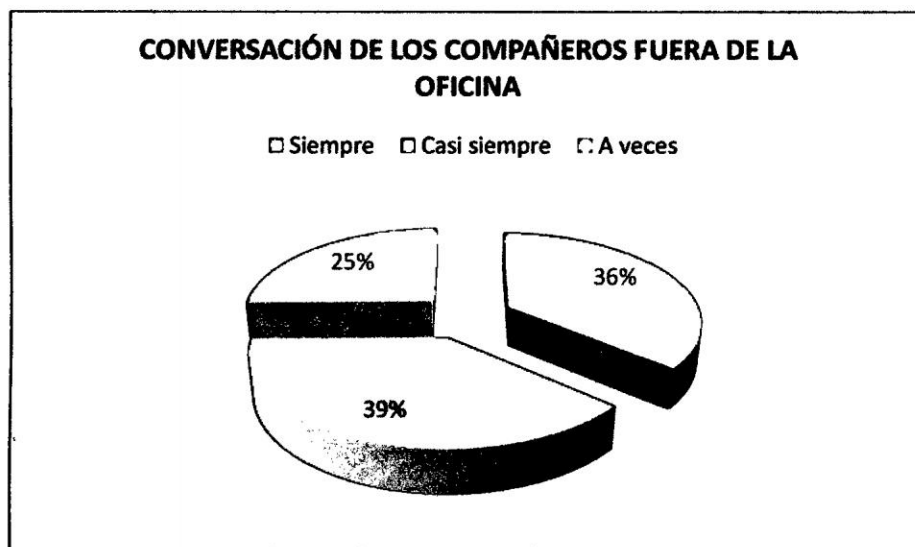


Elaboración: Propia
Fuente: Cuadro 01 (Ver anexo N° 03)

En el gráfico N° 01, apreciamos que el 57% de los trabajadores afirman que en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno se usa más el Memorando como documento formal de comunicación, mientras un 41% señala que usan más los Informes, solo un 1% hace referencia al Manual de Operaciones y otro 1% a los Folletos.

El uso constante de memorandos e informes como documentos formales de comunicación entre los trabajadores de una institución, muestra que la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno es una organización donde prevalece la jerarquía, que el flujo de comunicación es ascendente o descendente, de jefe a subordinado, viceversa.

Gráfico N° 02



Elaboración: Propia
Fuente: Cuadro 02 (Ver anexo N° 03)

En el gráfico N° 02 observamos que un 39% de los trabajadores casi siempre conversa con sus compañeros de labores fuera de horario de oficina, mientras un 36% considera que lo hace a veces y un 25%, lo hace siempre.

Para mantener un clima laboral positivo, es importante que los trabajadores de una institución mantengan cierto grado de familiaridad basado en la construcción de la amistad y confianza, en ese sentido, los resultados de la encuesta reafirman la existencia de un buen clima laboral.

Gráfico N° 03

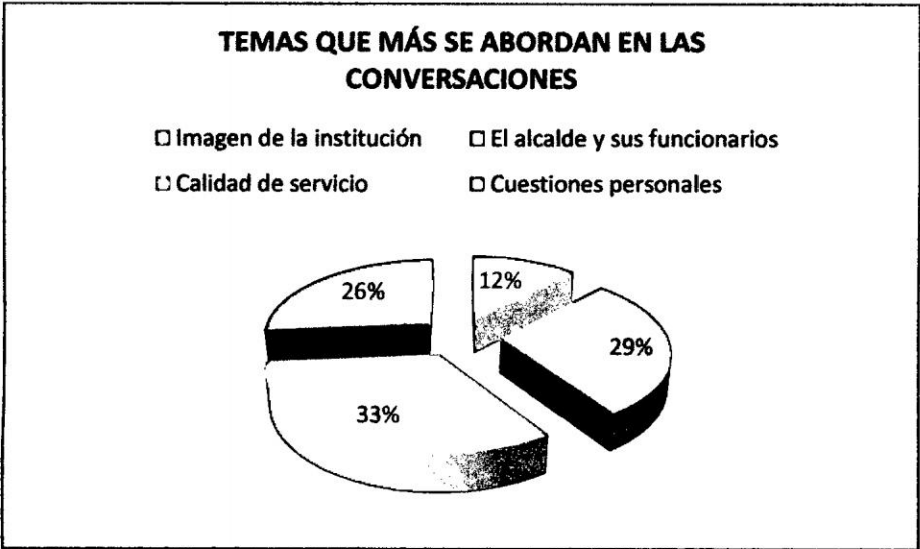


Elaboración: Propia
Fuente: Cuadro 03 (Ver anexo N° 03)

En el gráfico N° 03 apreciamos que un 39% de los empleados de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno mantienen una conversación informal a la hora del almuerzo, un 32% en reuniones y celebraciones, un 22% en la reunión del sindicato, un 7% en los pasadizos de la institución y nunca en el cafetín.

Las conversaciones fuera de la oficina son tipos de comunicación informal y recíproca, las cuales según la estadística anterior, se dan básicamente a la hora del almuerzo y en las reuniones y celebraciones, siendo estos espacios de mayor acercamiento entre los trabajadores.

Gráfico N° 04

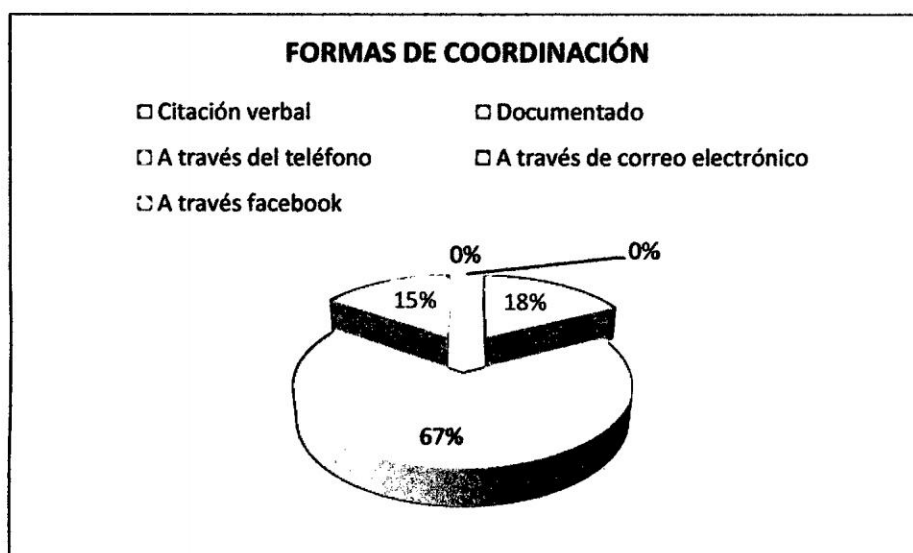


Elaboración: Propia
Fuente: Cuadro 04 (Ver anexo N° 03)

En sus conversaciones, un 33% de los trabajadores abordan el tema de calidad de servicio en la institución, un 29% sobre el alcalde y sus funcionarios, un 26% conversan sobre cuestiones personales y 12% sobre la imagen de la institución.

Que los trabajadores aborden el tema de calidad de servicios en sus conversaciones informales en su gran mayoría, es un indicador que el tema les interesa y que comparten información sobre los acontecimientos en el interior de la institución.

Gráfico N° 05



Elaboración: Propia
Fuente: Cuadro 05 (Ver anexo N° 03)

En el gráfico N° 05 se muestra que los trabajadores realizan coordinaciones para sus actividades de forma documentada en un 67%, un 18% lo realiza a través de citaciones verbales, un 15% a través del teléfono.

Los trabajadores le dan mayor importancia a las coordinaciones formales para la organización de un evento, en menor porcentaje de manera informal, la cual demuestra que asumen mayor responsabilidad cuando es documentado.

Gráfico N° 06

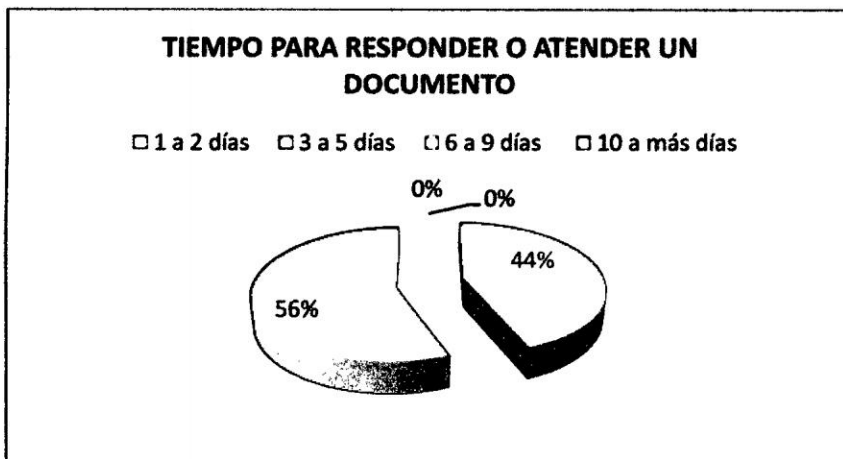


Elaboración: Propia
Fuente: Cuadro 06 (Ver anexo N° 03)

En el gráfico Número 06, los trabajadores manifiestan en un 100% que la atención inmediata a los documentos es una virtud suya.

Aunque la burocracia es uno de los problemas que más afecta a las instituciones públicas, los trabajadores indican que atienden de manera inmediata los documentos que se les presenta.

Gráfico N° 07



Elaboración: Propia
Fuente: Cuadro 07 (Ver anexo N° 01)

En el gráfico N° 07 observamos que un 56% de los trabajadores indican que responder un documento les lleva de 3 a 5 días, mientras un 44% señala que les lleva de 1 a 2 días.

Los resultados de la encuesta muestran que en un promedio de tres días un documento presentado será atendido o derivado, lo cual, contradice a lo que ellos creen tener la virtud de contestar de manera inmediata.

Gráfico N° 08



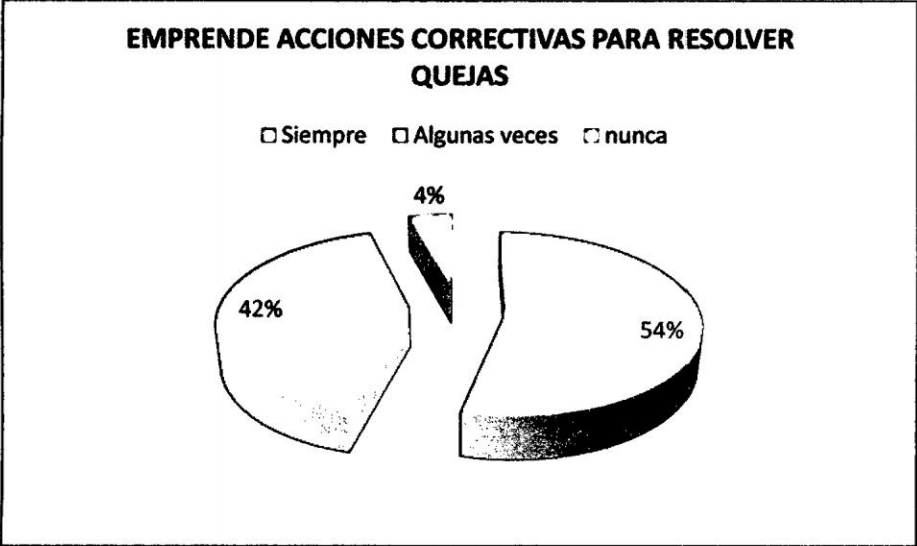
Elaboración: Propia
Fuente: Cuadro 08 (Ver anexo N° 03)

Un 71% de los trabajadores encuestados indican que toman importancia a las quejas de sus compañeros de trabajo, mientras un 29% dice no tomarle importancia.

Las quejas generalmente nacen de una incomodidad, en tanto deberían ser atendidas, de lo contrario puede generar renuncias o conflictos entre empleados. Por ello, conocedores de

este tema, los trabajadores de la municipalidad en su gran mayoría, dan importancia a las quejas de los compañeros.

Gráfico N° 09



Elaboración: Propia
Fuente: Cuadro 09 (Ver anexo N° 03)

El 54% de los trabajadores señalan que toman acciones correctivas de inmediato ante la queja de sus compañeros, un 42% dice que a veces lo hace, mientras un 4% no lo hace nunca.

Es resaltable que más de la mitad de los trabajadores tomen acciones correctivas de inmediato y otro porcentaje lo haga a veces, solo así se evita conflictos o riñas entre trabajadores.

Gráfico N° 10



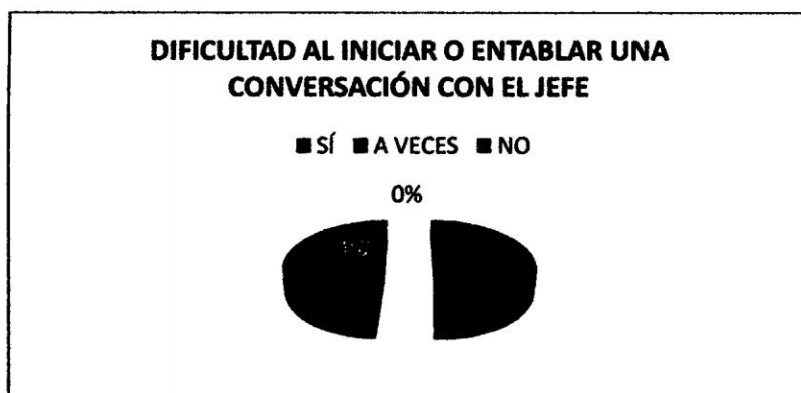
Elaboración: Propia

Fuente: Cuadro 10 (Ver anexo N° 03)

Un 66% de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno sostienen que la comunicación que mantienen con sus jefes inmediatos son muy formales, mientras un 34% dice no es muy formal.

Cuando la comunicación entre un jefe y su subordinado es muy formal, tiende a convertirse en burocrático, en perjuicio de la institución. Sería interesante impulsar la relación de reciprocidad.

Gráfico N° 11



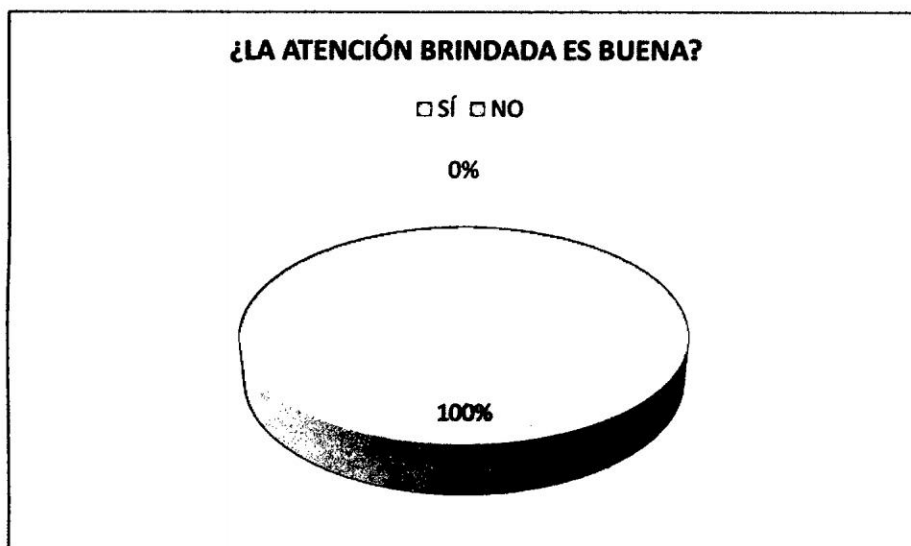
Elaboración: Propia

Fuente: Cuadro 11 (Ver anexo N° 03)

Un 51% de los trabajadores del distrito de Jesús Nazareno señalan que les es difícil entrar en conversación con sus jefes, mientras a un 49% no le es difícil.

Que un subordinado tenga temor de entrar en confianza para conversar o coordinar actividades con su inmediato superior es preocupante, porque esta situación tiende a mostrar que existe autoritarismo o algún tipo de barrera comunicacional.

Gráfico N° 12



Elaboración: Propia

Fuente: Cuadro 12 (Ver anexo N° 03)

El 100% de los trabajadores sostienen que el servicio que brindan es de calidad. Un resultado que muestra el interés que tienen por brindar un buen servicio, sin embargo debería ser fortalecido.

una debilidad de las gerencias, al no utilizar los flujos de mensajes para dar conocimiento a sus trabajadores y resaltarles la importancia que tiene la atención que se brinda sea de calidad. Los mensajes fluyen internamente con bastante grado de aceptabilidad, pero no están orientados hacia la calidad de servicio.

CONCLUSIONES

1. En la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, la comunicación organizacional no posee relación con la calidad de servicio que se presta dentro de la institución. Si bien es cierto, los trabajadores están orientados a brindar un buen servicio, sin embargo la falta de capacitación y conocimiento para desarrollar servicios de alta calidad al usuario es notable. Además, carecen de conocimientos específicos en las áreas, manteniendo una cultura orientada sólo hacia la prestación de servicios al cliente.
2. El flujo de comunicación en la municipalidad de Jesús Nazareno, no está enfocado con los criterios de alta calidad y satisfacción al cliente, basado en comunicaciones afectivas. Por lo tanto, la proporción de usuarios satisfechos con la calidad de los servicios y su relación en el proceso de comunicación fue apenas del 57%.
3. Desde el punto de vista del recurso humano se orientan a prestar servicios pero no han sido capacitados para desarrollar servicios de alta calidad al usuario. Además carecen de conocimientos específicos en esta área, manteniendo una cultura orientada solo hacia la prestación de servicios al usuario.
4. La principal forma de comunicación entre un subordinado y su inmediato superior es a través de documentos formales como el memorando (de manera descendente) y el informe (en forma ascendente), mostrando a la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno como una institución u organización clásica.
5. La comunicación informal entre los trabajadores básicamente se da fuera de horario de oficina, como la hora del almuerzo y celebraciones, donde en su gran mayoría

abordarían temas relacionados a la calidad de servicio y las autoridades y sus funcionarios.

RECOMENDACIONES

1. De acuerdo al comportamiento de los trabajadores de la municipalidad, los líderes de la municipalidad deben tomar conciencia de la necesidad de gestionar cursos de capacitación y desarrollo a los trabajadores que están encargados de la atención al usuario.
2. Dada la importancia para las organizaciones e instituciones, de mantener usuarios satisfechos, es necesario estudiar la posibilidad de desarrollar un conjunto total de criterios de ejecución que les permitan el manejo de los servicios de calidad al usuario basados en un proceso de comunicación eficiente.
3. Crear un programa de reconocimiento a los méritos, siendo este un fuerte y eficiente motor que empuja hacia adelante la organización.

BIBLIOGRAFÍA

Andrade H. (2010) *Comunicación Organizacional Interna, proceso, disciplina, técnica.*

Madrid, España: Gesbiblo S.L.

Bañazareo T.(2014) *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive.* Ecuador.

Berlo K. D. (1984). *El proceso de la comunicación.* Argentina. Editorial e inmobiliaria Florida.

Bermeo P. S. (2013) *Comunicación organizacional y relaciones pública.* Ecuador

Chiavenato I. (1994) *Introducción a la teoría General de la Administración.* Colombia. CV.

Fernández C.C.(2006), *La comunicación en las organizaciones.* México. Trillas.

García R. B. E. (2011) *Diagnostico comunicacional organizacional interna en las agencias de viajes de Bahías de Huatulco.* México

Goldhaber G. (2001) *Comunicación Organizacional.* México. Diana.

Horacio A.(2010) *Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica.* España. Gesbiblo S.L.

Laura C.G. (2008). *La comunicación Humana en el mundo contemporáneo.* México. CV

Lucas M. (1996). *La Comunicación en las empresas y en las organizaciones.* Colección Bosh Comunicación.

Marín. L. (1996) *La comunicación en la empresa y en las comunicaciones*. Boch
Comunicaciones

Morales P. B. (2013). *La Comunicación Interna en las Instituciones Públicas de Ayacucho*.
Ayacucho.

Robbins, S. P. (1999) *Comportamiento Organizacional*. Editorial Prentice Hall.

Tuesta C. N. (2010). *Autoevaluación de la calidad de la comunicación organizacional
interna en la institución educativa "Santo Toribio de Mogrovejo"*. Perú

Vallejo A. M. (2010) *Comunicación organizacional y responsabilidad social: Diagnóstico e
implementación de la responsabilidad social en la empresa INZATEX*. Ecuador

ANEXOS

ANEXO Nº 01

MATRIZ DEL PROYECTO

TITULO: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO DEL MUNICIPIO DISTRITAL JESUS NAZARENO, AYACUCHO 2015

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA						
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la calidad del servicio del Municipio distrital Jesús Nazareno, provincia de Huamanga, Ayacucho, 2015?</p>	<p>Objetivo general Determinar y estudiar la relación comunicación organizacional en la calidad de servicio del Municipio distrital de Jesús Nazareno, Ayacucho, durante el año 2015</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>1. Determinar la relación entre comunicación organizacional en la calidad de servicio del Municipio distrital de Jesús Nazareno, Ayacucho, durante el año 2015</p> <p>2. Describir la relación comunicación organizacional en la calidad de servicio del Municipio distrital de Jesús Nazareno, Ayacucho, durante el año 2015</p>	<p>Hipótesis general La comunicación organizacional tiene relación con la calidad de servicio del Municipio distrital de Jesús Nazareno, provincia de Huamanga, Ayacucho, 2015</p>	<p>Variable independiente: Comunicación Organizacional</p> <ul style="list-style-type: none"> INDICADORES Flujos de comunicación Canales de comunicación Tipos de comunicación <p>Variable dependiente: Calidad del Servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> INDICADORES Confiabilidad Accesibilidad Respuesta. Empatía Tangibles 	<p>ENFOQUE DE INVESTIGACION Cuantitativo</p> <p>TIPO DE INVESTIGACION Descriptivo correlacional</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACION No experimental</p> <div data-bbox="1541 679 1724 838" data-label="Diagram"> </div> <p>M = muestra r = correlación V1 , V2, = variables</p> <p>POBLACION: Trabajadores de la Municipalidad Público usuario</p> <p>MUESTRA: Probabilístico</p> <p>MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS</p> <table border="1" data-bbox="1541 1262 1901 1362"> <thead> <tr> <th>TECNICA</th> <th>INSTRUMENTO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Encuesta</td> <td>Cuestionario</td> </tr> <tr> <td>Test</td> <td>Escala</td> </tr> </tbody> </table>	TECNICA	INSTRUMENTO	Encuesta	Cuestionario	Test	Escala
TECNICA	INSTRUMENTO									
Encuesta	Cuestionario									
Test	Escala									

ANEXO 02

Instrumentos de recolección de datos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
Escuela de Formación Profesional Ciencias de la Comunicación
TESTS DE LIKERT



Señor/Señora

El presente cuestionario corresponde al estudio denominado "Comunicación organizacional y la calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, 2015" y solicito su apoyo para que contestes algunas preguntas que no te llevará mucho tiempo.

Marque con una X la respuesta que usted crea conveniente, la misma que será anónima y confidencial. Será utilizada sólo para fines de estudio de investigación.

1. El personal administrativo de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno maltrata a los usuarios.
 1. Muy de acuerdo
 2. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 4. En desacuerdo
 5. Muy desacuerdo
2. El personal administrativo de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno no se muestra confiable.
 1. Muy de acuerdo
 2. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 4. En desacuerdo
 5. Muy desacuerdo
3. Los servicios que presta la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno son generalmente buenos.
 5. Muy de acuerdo
 4. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 1. Muy desacuerdo
4. La Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno informa oportunamente sobre los servicios que brinda.
 5. Muy de acuerdo
 4. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 1. Muy desacuerdo

5. El carro recolector de residuos sólidos de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno cumple con su labor de manera eficiente.
 5. Muy de acuerdo
 4. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 1. Muy desacuerdo
6. El trámite documentario en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno es muy lento.
 1. Muy de acuerdo
 2. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 4. En desacuerdo
 5. Muy desacuerdo
7. El personal administrativo de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno no trata bien a los usuarios por desconocimiento de Relaciones Humanas.
 1. Muy de acuerdo
 2. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 4. En desacuerdo
 5. Muy desacuerdo
8. La infraestructura de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno no es adecuada para brindar un servicio eficiente.
 1. Muy de acuerdo
 2. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 4. En desacuerdo
 5. Muy desacuerdo
9. El personal administrativo siempre está predispuesto para atender a los usuarios.
 5. Muy de acuerdo
 4. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 1. Muy desacuerdo
10. El personal administrativo se caracteriza por demostrar seguridad en sus acciones.
 5. Muy de acuerdo
 4. De acuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 1. Muy desacuerdo

GRACIAS.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

Señor/Señora

El presente cuestionario corresponde al estudio denominado "Comunicación Organizacional y la calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, 2015" y solicito su apoyo para que contestes algunas preguntas que no te llevará mucho tiempo.

Marque con una X la respuesta que usted crea conveniente, la misma que será anónima y confidencial. Será utilizada sólo para fines de estudio de investigación.

Anticipadamente gracias por su colaboración.

I PARTE

1. ¿Qué tipo de documentos formales se usan más en tu institución para comunicar? (Puede marcar más de uno)
 - a) Memorandos
 - b) Informes
 - c) Manual de operaciones
 - d) Folletos
 - e) Otro.....
2. ¿Conversa usted con sus compañeros de trabajo fuera de su oficina?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Nunca
3. ¿En qué espacios se da la conversación?
 - a) Pasadizos de la institución
 - b) En el cafetín
 - c) En hora del almuerzo
 - d) Reuniones de celebraciones
 - e) Reunión de sindicato
4. ¿Cuál es el tema que más aborda en dichas conversaciones?
 - a) Imagen de la institución
 - b) El alcalde y sus funcionarios
 - c) Calidad de servicio
 - d) Cuestiones personales
 - e) Otros
Especifique.....

5. Para el desarrollo de un evento ¿Cuál de las siguientes formas de coordinación tiene mayor valor para usted?
 - a) Citación verbal
 - b) Documentado
 - c) A través del teléfono
 - d) A través de correo electrónico
 - e) A través facebook

6. ¿La atención inmediata a los documentos es una virtud suya?
 - a) Si
 - b) No
 - c) ¿Porqué?.....

7. ¿Cuánto tiempo como máximo le lleva responder o atender un documento?
 - a) 1 a 2 días
 - b) 3 a 5 días
 - c) 6 a 9 días
 - d) 10 a más días
 - e) Otros.....

8. ¿Le da importancia a las quejas de sus compañeros de trabajo?
 - a) Si
 - b) No
 - c) ¿Porqué?.....

9. ¿Toma acciones correctivas para resolver las quejas?
 - a) Siempre
 - b) Algunas veces
 - c) nunca

10. ¿Considera usted que la comunicación con su inmediato superior es muy formal?
 - a) Si
 - b) No
 - Porqué.....

11. ¿Le es difícil entrar en conversación con su inmediato superior?
 - a) Si
 - b) A veces
 - c) No

12. ¿Considera que la atención que brinda es de calidad?
 - a) Si
 - b) No
 - Porqué.....

GRACIAS

ANEXO 03

1. ¿Qué tipo de documentos formales se usan más en tu institución para comunicar?
(Puede marcar más de uno?)

Cuadro N° 01

DOCUMENTOS FORMALES DE MÁS USO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Memorandos	52	57%	57%
Informes	37	41%	98%
Manual de operaciones	1	1%	99%
Folletos	1	1%	100%
Otros	0	0	
TOTAL	91	100%	

Fuente: Propia

2. ¿Conversa usted con sus compañeros de trabajo fuera de su oficina?

Cuadro N° 02

CONVERSACIÓN CON LOS COMPAÑEROS FUERA DE OFICINA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Siempre	33	36%	36%
Casi siempre	35	39%	75%
A veces	23	25%	100%
Nunca	0	0%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Fuente: Propia

3. ¿En qué espacios se da la conversación?

Cuadro N° 03

ESPACIOS DE CONVERSACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Pazadisos de la institución	06	7%	7%
En el cafetín	0	0%	7%
En hora del almuerzo	36	39%	46%
Reuniones de celebraciones	29	32%	78%
Reunión de sindicato	20	22%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Fuente: Propia

4. ¿Cuál es el tema que más aborda en dichas conversaciones?

Cuadro N° 04

TEMAS DE QUE MÁS SE ABORDAN EN LAS CONVERSACIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Imagen de la institución	11	12%	12%
El alcalde y sus funcionarios	26	29%	41%
Calidad de servicio	30	33%	53%
Cuestiones personales	24	26%	74%
Otros	0	0%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Fuente: Propia

5. Para el desarrollo de un evento ¿Cuál de las siguientes formas de coordinación tiene mayor valor para usted?

Cuadro N° 05

FORMAS DE COORDINACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Citación verbal	16	18%	18%
Documentado	61	67%	85%
A través del teléfono	14	15%	100%
A través de correo electrónico	0	0%	100%
A través facebook	0	0%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Elaboración: Propia

6. ¿La atención inmediata a los documentos es una virtud suya?

Cuadro N° 06

¿ES UNA VIRTUD DE UD. LA ATENCIÓN INMEDIATA A LOS DOCUMENTOS?	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
SÍ	91	100%	100%
NO	0	0%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Elaboración: Propia

7. ¿Cuánto tiempo como máximo le lleva responder o atender un documento?

Cuadro N° 07

TIEMPO PARA RESPONDER O ATENDER UN DOCUMENTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
1 a 2 días	40	44%	44%
3 a 5 días	51	56%	100%
6 a 9 días	0	0%	100%
10 a más días	0	0%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Elaboración: Propia

8. ¿Le da importancia a las quejas de sus compañeros de trabajo?

Cuadro N° 08

¿LE IMPORTAN LAS QUEJAS DE LOS COMPAÑEROS DE TRABAJO?	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
SÍ	65	71%	71%
NO	26	29%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Elaboración: Propia

9. ¿Toma acciones correctivas para resolver las quejas?

Cuadro N° 09

FRECUENCIA DE ACCIONES CORRECTIVAS PARA RESOLVER QUEJAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Siempre	49	54%	54%
Algunas veces	38	42%	96%
nunca	4	4%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Elaboración: Propia

10. ¿Considera usted que la comunicación con su inmediato superior es muy formal?

Cuadro N° 10

¿LA COMUNICACIÓN ES FORMAL CON SU SUPERIOR?	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
SÍ	60	66%	66%
NO	31	34%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Elaboración: Propia

11. ¿Le es difícil entrar en conversación con su inmediato superior?

Cuadro N° 11

DIFICULTAD AL INICIAR O ENTABLAR UNA CONVERSACIÓN CON EL JEFE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
SÍ	0	0%	0%
A VECES	46	51%	51%
NO	45	49%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Elaboración: Propia

12. ¿Considera que la atención que brinda es de calidad?

Cuadro N° 12

¿LA ATENCIÓN BRINDADA ES BUENA?	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
SÍ	91	100%	100%
NO	0	0%	100%
TOTAL	91	100%	100%

Elaboración: Propia

TEST DE LIKET

GRÁFICO 13

