



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO

MAESTRIA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**EFFECTO DEL PROCESO
COMUNICACIONAL INTERNO ENTRE
GERENTES Y PERSONAL
ADMINISTRATIVO EN LA CALIDAD DE
VIDA LABORAL EN UNA
ORGANIZACION DE SERVICIOS
DEDICADA A LA ACTIVIDAD
INMOBILIARIA COMERCIAL Y
GERENCIA DE CENTROS**

Autor: Luis Eduardo Pandares Torres

C.I: V-17.398.595

Tutora: Jusagny Díaz

C.I: V-11.899.604

San Diego, Septiembre de 2019



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO

MAESTRIA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**EFFECTO DEL PROCESO COMUNICACIONAL INTERNO ENTRE
GERENTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA CALIDAD DE VIDA
LABORAL EN UNA ORGANIZACION DE SERVICIOS DEDICADA A LA
ACTIVIDAD INMOBILIARIA COMERCIAL Y GERENCIA DE CENTROS
COMERCIALES.**

Trabajo de Maestría presentado como uno de los requisitos para optar al título de
Magíster en Gerencia de la Comunicación Organizacional

Autor: Luis Eduardo Pandares Torres

C.I: V-17.398.595

Tutora: Jusagny Díaz

C.I: V-11.899.604

San Diego, Septiembre de 2019

DEDICATORIA

Había una vez un principito que habitaba un planeta apenas más grande que él y que tenía necesidad de un amigo...

Dedicado a ti.
Leonardo León Serna

RECONOCIMIENTO

Darte las gracias **DIOS** me parece poco, todo agradecimiento es mínimo en comparación con todo lo que me das.

VENEZUELA quiero que mi agradecimiento llegue a ti y a todos los que te habitan, mi esfuerzo es por construir junto a los que te amamos una tierra en la que con el pasar de los años la felicidad de todos aumente con tu progreso.

El futuro depende, en gran parte, de la **FAMILIA**, lleva consigo el porvenir mismo de la sociedad, su papel especialísimo es el de contribuir eficazmente a un futuro de paz. A la mía Mil gracias.

Lo que llevo de vida ha requerido sacrificios, voluntad y disciplina inigualable, vivencias y responsabilidades que enfrenté a pesar de todo percance. Pero los verdaderos pilares que sostuvieron con fuerza mi mirada hacia el horizonte, que secaron mis lágrimas y mi sudor, suplieron mi sed, alimentaron mi coraje, a mi Madre **ISAURA** y mi abuela **RUFINA** a ustedes también gracias.

A todos mis profesores y compañeros de la UJAP que de algún modo contribuyeron al logro de esta meta gracias. Muy especialmente los integrantes de esta **COHORTE VIII**, a la Prof. **INDIRA MEDRANO** y la Prof. **JUSAGNY DIAZ** quienes responsablemente me guiaron en el desarrollo de esta investigación.

A la directiva del grupo **MANTEX- METROPOLIS** en especial, Lcdo. Eddivan Lartiguez y Lcda. Saquilla Abdud a ustedes gracias principalmente por la confianza depositada en mí, y por la oportunidad de desarrollar este trabajo en sus instalaciones. A aquellos quienes desinteresadamente hicieron que esta investigación se materializara, gracias por tanto apoyo y dedicación.

A todos, gracias por contribuir con esta hermosa meta.

INDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	iii
RECOMENDACIONES	iv
ÍNDICE GENERAL	v
LISTA DE CUADROS	vii
LISTA DE GRAFICAS	viii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema	9
Formulación del Problema	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	10
Justificación de la Investigación	10
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	
Antecedentes de la Investigación	12
Bases Teóricas	21
Definición de Términos Básicos	40
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
Tipo de Investigación	42
Diseño de la Investigación	43
Unidad de Análisis	44

Población	44
Técnicas de Recolección de Datos	46
CAPITULO IV	
INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS	
Análisis de los resultados	49
CAPITULO V	
Conclusiones	81
Resultados	82
Referencias Bibliográficas	83

LISTA DE CUADROS

Cuadro N°1 Enfoques de La comunicación Organizacional. Fuente Guzmanr (2015).....	28
Cuadro N° 2 Categoría de Indicadores de Calidad de Vida Laboral Fuente Almudena(2002).....	34
Cuadro N°3. De las Operacionalización de Variables Fuente Autor (2019).....	39
Cuadro N°4. Distribución de la Población Fuente Autor (2019).....	45

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Edad	50
Grafica 2 Sexo	51
Grafica 3 Tiempo en la Organización	51
Grafica 4 Calificación del Cargo	52
Grafica 5 Conocimiento de la Misión de la Empresa	52
Grafica 6 Conocimiento de la Visión de la Empresa	53
Grafica 7 Responsabilidad de la Comunicación Interna	53
Grafica 8 Acceso a la Información Digital	54
Grafica 9 Verticalidad en la Información	54
Grafica 10 Horizontalidad de la Información	55
Grafica 11 Influencia de la comunicación Interna en el Compromiso de los Empleados	55
Grafica 12 Dirección de la Comunicación	56
Grafica13 Participación	57
Grafica 14 Canalizacion de Ideas	57
Grafica 15 Confianza en la Información	58
Grafica 16 Aceptacion de Sujerencias	58
Grafica 17 Uso de los Canales de Comunicación	59
Grafica 18 Nivel de Satisfacción con el uso de los Canales de Comunicación	59
Grafica19 Interés hacia los canales de comunicación - Mail corporativo	60
Grafica 20 Interes hacia los canales de comunicación - Encuentros cara a Cara	20
Grafica 21 Interes hacia los canales de comunicación - Carteleras	61
Grafica 22 Interes hacia los canales de comunicación - Reuniones de Equipo	61
Grafica 23 Interes hacia los canales de comunicación - Intranet	62
Grafica 24 Interes hacia los canales de comunicación - Periodicos y Revistas	62
Grafica25 Interes hacia los canales de comunicación - Celebraciones y eventos	63
Grafica 26 Interes hacia los canales de comunicación- Reuniones de Resultados	63

Grafica 27 Interés hacia los canales de comunicación - Buzon de sugerencias	64
Grafica 28 Necesidad de Nuevos Canales de Comunicación	64
Grafica 29 Espacios de Convivencia	65
Grafica 30 Espacios de descanso	65
Grafica 31 Salud en el Trabajo	66
Grafica 32 Prevención de Riesgos	66
Grafica 33 Aportes a la Organización	67
Grafica 34 Trabajo en equipo	68
Grafica 35 Expectativas Profesionales	68
Grafica 36 Desarrollo Creativo	69
Grafica 37 Oportunidad de Ascensos	69
Grafica 38 Estímulos	70
Grafica 39 Adiestramiento	70
Grafica 40 Satisfacción	71
Grafica 41 Satisfacción de Aspiraciones	71
Grafica 42 Identificación con la Organización	72
Grafica 43 Participación	72
Grafica 44 Reconocimiento del Otro	73
Grafica 45 Reconocimiento de Beneficios	74
Grafica 46 Reconocimiento de Sueldos y Salarios	74
Grafica 47 Equidad Sueldo - Responsabilidades	75
Grafica 48 Distribución de Sueldos	75
Grafica 49 Participación en la Toma de Decisiones	76
Grafica 50 Acatamiento de Normas	76
Grafica 51 Canalización del Conocimiento Técnico	77
Grafica 52 Influencia en la Organización de Procesos de Trabajo.	77
Grafica 53 Procesos de evaluación del Personal	78

Grafica 54 Reconocimiento de Superiores	79
Grafica 55 Orientación en las Actividades	79
Grafica 56 Conductas en el Trabajo	80



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO

MAESTRIA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

EFFECTO DEL PROCESO COMUNICACIONAL INTERNO ENTRE GERENTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA CALIDAD DE VIDA LABORAL EN UNA ORGANIZACION DE SERVICIOS DEDICADA A LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA COMERCIAL Y GERENCIA DE CENTROS COMERCIALES.

Autor: Pandares T. Luis E.

Tutor: Lcda. Jusagny Díaz

Fecha: Septiembre 2014

RESUMEN

La comunicación interna en la actualidad ha venido cobrando cada vez más importancia, por ser una herramienta estratégica que permite a través de la motivación no solo medir, si no también mejorar la calidad de vida en el trabajo, es así como surge la necesidad de relacionar el efecto de los procesos comunicacionales internos en la calidad de vida laboral de una organización de servicios dedicada a la actividad inmobiliaria comercial y gerencia de centros comerciales. Esta investigación se ubica bajo el paradigma positivista o empírico debido a que se plantea como principio la neutralidad valorativa no pretende manipular las variables, solamente se pretende observar las mismas tal y como se dan en su contexto natural para posteriormente poder analizarlas, es de tipo descriptiva. La población de esta investigación está conformada por el personal integrante de una empresa dedicada a la administración de centros comerciales entre los cuales destacan contralor, gerentes, y personal administrativo. La técnicas utilizada para recolectar los datos es la encuesta, técnica utilizada específicamente para establecer una relación entre el sujeto y el objeto de estudio.

Palabras Claves: calidad de vida, bienestar y satisfacción.



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO

MAESTRIA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

EFFECT OF INTERNAL COMMUNICATIONS PROCESS BETWEEN MANAGERS AND ADMINISTRATIVE STAFF IN THE QUALITY OF LIFE IN A LABOR ORGANIZATION DEDICATED TO THE ACTIVITY SERVICES PROPERTY MANAGEMENT COMMERCIAL AND SHOPPING CENTERS.

Author: Luis E. T. Pandares

Tutor: Atty. Jusagny Diaz

Date: September 2014

ABSTRACT

Internal communication today has been gaining increasing importance, as a strategic tool that allows through motivation not only measure, but also improve the quality of life at work, so as to relate the need arises the effect of internal communication processes in quality of work life of a service organization dedicated to the commercial real estate business and management of shopping centers. This research is located under the positivist or empirical paradigm because it is seen as the top value-neutrality is not intended to manipulate the variables, but it is intended to observe the same as given in their natural context to subsequently analyze them, it is descriptive . The population of this research consists of a staff member dedicated to managing shopping centers among which controller, managers and administrative staff. The techniques used to collect the data are the survey technique used specifically to establish a relationship between the subject and object of study.

Keywords: quality of life, well-being and satisfaction

INTRODUCCION

La comunicación es inherente a la organización, y es que toda organización está conformada por un conjunto de personas que interaccionan intercambiando información, esta información debe fluir sin ningún obstáculo ya que es la forma de sacar mayor provecho a los datos que esta maneja. De manera que la comunicación en las organizaciones es vista de manera instrumental que sirve de soporte en todos los ámbitos de la misma, por tanto debe reconocerse como uno de los principales recursos estratégico en el ámbito organizacional. Cuando se afirma que la comunicación es un recurso estratégico se quiere decir que es un proceso vital e implícitamente que la función desempeñada por el mismo se dedica a manejar información por lo que debería ser mejor valorada, es necesario que las empresas comiencen a darse cuenta de que el verdadero objetivo de las tecnologías de la información debe ser el mejor aprovechamiento de la comunicación como recurso.

El personal de la empresa, los medios materiales y económicos son considerados recursos de la misma porque generan unos rendimientos, es decir, son productivos. Pero la comunicación también produce rendimientos ya que tiene la misión de informar, revelar alternativas, reduce incertidumbres y desvela soluciones entre otras cosas, su valor más valioso es que la comunicación maneja esa información que es vital para la toma de decisiones. De esta manera se reconoce no solo que es un recurso de toda la empresa y no sólo de la dirección que es la que en principio posee el poder dentro de la organización.

Hay una característica de la comunicación que le diferencian del resto de los recursos en la empresa: su intangibilidad, por lo que se hace muy difícil de manejar y gestionar, por lo que muchos gerentes y directores no le conceden la importancia que debieran por lo difícil que es medir y administrar su la eficacia de su rendimiento

El trabajador como un ser biopsicosocial está dotado de un organismo y una mentalidad compleja, de la cual depende de muchos aspectos, entre ellos valores, conciencia, personalidad, motivaciones, los cuales le permiten interrelacionarse con su entorno, por tanto se debe reconocer que es un ser humano durante las 24 horas interactuando con el medio ambiente, de los cuales trabaja generalmente 8 horas y pasa con su familia el resto es decir, 16 horas. La jornada laboral conforma un elemento importante de su medio ambiente, debido a que en el mismo además de realizar sus actividades laborales también se relaciona con otras personas. Este proceso de interacción es conocido como el medio ambiente laboral el cual está compuesto tanto por factores objetivos como subjetivos los cuales el hombre necesita satisfacer, de este microambiente laboral y de los componentes antes mencionados es que depende la calidad de vida laboral. Dicho en términos más sencillos la calidad de vida laboral es la manera como las personas viven la cotidianidad de su ambiente laboral, que entre sus condiciones físicas se encuentran el sitio físico de trabajado, las remuneraciones, la actividades realizadas, el sitio de trabajo y entre las condiciones subjetivas se encuentran aquellas que tienen que ver con el trabajador individualmente y su satisfacción o insatisfacción hacia su trabajo.

La calidad de vida laboral es un tema tan importante para el trabajador como indispensable para la empresa, debido a que contribuye a la mejora del clima organizacional, haciendo que la relación entre trabajadores fluya de una manera armoniosa y esto a su vez impulsa a la consecución de objetivos. Muchas empresas buscan la satisfacción de una amplia gama de necesidades personales, para que sus miembros desarrollen una sensación de ser útil, reconocido por los logros obtenidos y con oportunidades para mejorar sus habilidades y conocimientos, esto les permite crear una estructura para obtener mejores estándares de calidad en la actividad que se realiza, por tanto la calidad de vida laboral significa una teoría- practica que debe

tener en cuenta las habilidades y necesidades que tiene los trabajadores para mejorar el entorno sicosocial en el que se desarrolla el trabajo.

Un factor que promueve la calidad de vida en el trabajo es la comunicación interna debido a que principalmente ella busca la creación y el mantenimiento de las buenas relaciones entre los empleados, a través del uso de diferentes medios que permiten mantener informado al trabajador, integrados y motivados a contribuir con su trabajo al logro de objetivos y metas de la organización, por ello la comunicación interna permite la circulación de la comunicación de manera ascendente, descendente y lateral, que hace posible la integración de las personas para comprometerlos y movilizarlos a conseguir lo que la empresa busca. Otro de los fines perseguidos por la comunicación es la mejora de la imagen de la organización entre sus propios empleados, la cohesión laboral, el fomento de la cultura corporativa, la amortiguación de la rumorología, el abordaje de las situaciones de crisis, incentiva la innovación y la calidad del proceso productivo, todos estos factores determinantes de la calidad de vida laboral.

El objetivo principal de la investigación es Analizar el efecto de los procesos comunicacionales internos entre gerentes y personal administrativo en la calidad de vida laboral de una organización de servicios dedicada a la actividad inmobiliaria comercial y gerencia de centros comerciales el cual se lograra a través de un diagnóstico de los factores que impactan en los procesos comunicacionales entre los trabajadores, para luego determinar los factores comunicacionales influyentes en la calidad de vida laboral y finalmente poder establecer la relación entre los factores comunicacionales y la calidad de vida laboral.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación es el eje sobre el cual funciona toda organización, a través de ella se coordinan y controlan todas las actividades propuestas, generando un clima integrador de trabajo que a su vez impulsa a la organización al logro de los objetivos y metas planteadas. Existen dos tipos de comunicación la externa y la interna, siendo la primera la que permite a la empresa consolidar su imagen e interrelacionarse con los actores externos y la comunicación interna es la que día a día mueve a los integrantes de la empresa, siendo esta la que rige las relaciones dentro de los distintos departamentos, por tanto se le reconoce a la comunicación como un elemento estratégico clave en la gestión empresarial.

Un concepto de Organización (Chiavenato, citado en Wettel, 2000) establece que:

Las organizaciones son entonces, sistemas de actividades conscientemente coordinadas, llevadas a cabo por grupos de personas cuya cooperación recíproca es esencial para su supervivencia y dicha cooperación sólo es posible cuando los individuos que se interrelacionan son capaces de comunicarse y están dispuestos a actuar conjuntamente con el fin de alcanzar objetivos comunes. (p.7)

En la cita anterior se muestra la relación que existe entre una organización y la comunicación entre sus miembros señalando su nivel de importancia para coordinar actividades y conseguir objetivos, en la actualidad el entorno ha obligado a las organizaciones a replantear sus formas de administración, dándole relevancia y otorgándole una fuerza de visión global e integradora. La relación que existe entre

empleados y gerentes debe ser excelente, las barreras en la comunicación entre estos pueden provocar un mal ambiente de trabajo, que a su vez se traduce en una negativa imagen de la empresa, debido a que los trabajadores son los primeros actores que generan una imagen, esta dificultad en las relaciones dentro de los distintos departamentos de una empresa se puede traducir también en pérdidas de dinero que pudiesen ser resueltos o evitados a través de una comunicación fluida.

Las organizaciones entonces partiendo de esta relación, utilizan la comunicación como un recurso para lograr sus fines ya que les permite propagar conocimientos, ideas, actitudes, órdenes o simplemente mensajes y una de las características más interesantes de la comunicación es que puede ser accionada de acuerdo a los objetivos planteados.

A medida que va transcurriendo el tiempo se le ha otorgado mayor importancia a este recurso ampliando y desarrollando cada vez más su alcance, esto se ve reflejado a través de las diferentes teorías organizacionales que van desde aparición de las teorías clásicas en las que la comunicación se planteaba de manera vertical y en forma piramidal que van desde el gerente hasta los empleados, pasando luego por la teoría humanista la cual reduce los escalones de la jerarquía, se da un clima de apertura en la comunicación permitiendo a los niveles más bajos expresar sus ideas, luego se encuentra la teoría de sistemas en la cual se reconoce la organización como un sistema compuesto por subsistemas, se mezclan aspectos de la teoría clásica y la humanista reconociendo y dándole su importancia al sistema de comunicación permitiendo adaptarlo a cualquier tipo de organización.

De tal manera que en la actualidad con las presiones que ejerce el ambiente organizacional, la tan conocida era de la información la cual se enfrenta en la actualidad, las coyunturas económicas y el fenómeno de la globalización hacen que el gerente juega un rol importante dentro de lo que es el proceso comunicacional, por

tanto es necesario que esté dotado de la capacidad de gerenciar información, manejar las herramientas de la tecnología de la información así como la habilidad para manejar los conflictos convirtiéndolos a través de la promoción del dialogo en procesos de aprendizajes, dando cabida a la diversidad, el respeto y aceptando las visiones y opiniones diferentes de todos los actores que hacen vida dentro de la organización.

La gerencia en una organización posee un rol protagónico debido a que en este cargo descansa la responsabilidad de la planificación, dirección y control de las actividades, dirigiendo a los empleados hacia la consecución de los objetivos que la organización se plantea, esta definición ubica a la gerencia en la cima de la pirámide organizacional, entre las diferentes responsabilidades que posee la gerencia para este estudio es indispensable mencionar la comunicación y la motivación como factores vitales en todo proceso gerencial. Una gerencia efectiva en términos comunicacionales es aquella que sabe escuchar, sobre todo a aquellos que piensan distinto, captando diferentes puntos de vista a una situación, pero sobre todo evaluando la comprensión de los mensajes por parte de sus empleados. El manejo eficaz de la comunicación dentro de la organización potenciándola como agente motivador se verá reflejado en la calidad de vida en el trabajo de cada uno de los empleados. La calidad de vida laboral es la satisfacción que siente el hombre individuo con el rol que desempeña dentro de una organización, la misma está compuesta por factores claves que propician un entorno donde predomina la motivación el bienestar. Otro aspecto que interviene de manera muy significativa es la comunicación abierta que permita a los trabajadores desarrollar sus ideas, sentirse parte importante de la organización y desarrollar habilidades de cooperación entre la gerencia y ellos.

En el sector comercial especialmente en el área de centros comerciales existen empresas creadas con la finalidad de responder al vacío comercial y con la idea de

crear una propuesta innovadora a los carabobeños, las cuales buscan prestar un servicio con propuestas de calidad, que les permita liderar el mercado de la región.

Resultado paradójico observar como empleados de diferentes departamentos manifiestan una cantidad de síntomas que afectan su calidad de vida, que pudiesen estar relacionados con los procesos de comunicación interna entre ellos, resulta pertinente mencionar, que en primer lugar se observa una gerencia que está orientada a los resultados de los objetivos propuestos, eficiente pero tan comprometida con los resultados que es quien da instrucciones de lo que se debe hacer y cómo se debe hacer y cuando se debe hacer, haciendo más notable la verticalidad en la dirección de la comunicación.

Otro de los aspectos es la apatía en el trabajo, que se resumen en la disposición con la que se realizan las tareas, es notable que el trabajo tiene una relación de dependencia con el individuo que lo realiza, por tanto el estado de ánimo y la disposición con la que se realice, influirá en la calidad de su resultado, que también tiene mucho que ver con la creatividad debido a que la persona apática no siente deseo de realizar la actividad por tanto ese proceso creativo no se realiza con la suficiente disposición como para lograr la suficiente eficiencia requerida, cuando en el ambiente de trabajo se contagia de apatía no se permite el nacimiento de nuevas ideas y la colaboración comienza a desaparecer.

También hay que mencionar los conflictos entre compañeros de trabajo, aunque es normal que el conflicto esté presente en donde hay interrelación entre seres humanos, es necesario monitorear la resolución del mismo debido a que en el mismo momento en que aparece el conflicto se produce una ruptura del proceso comunicacional, la cooperación desaparece y el intercambio de información se retrasa y todo esto por supuesto que afecta los resultados de la actividad desarrollada. Otro punto no menos importante es la organización del trabajo, mientras no esté bien

definido que debe hacer cada quien y hasta donde puede hacer siempre van a haber confusiones que pueden generar rivalidad entre diferentes miembros de la organización por temor a perder el lugar que ocupan dentro de la misma o a hacerse menos importantes.

También es importante mencionar la existencia de los rumores como otro de los síntomas observados, debido a que el rumor está definido como una información que esta regada entre los integrantes de una organización y que no ha sido enviada a estos de forma oficial por parte de la directiva, lo que puede contribuir a generar un clima toxico o mal ambiente de trabajo, debido a que el trabajador no hace otra cosa que no sea pensar en lo que le fue dicho a escondidas, tratando de corroborarlo o de conseguir más información al respecto, esto también afecta directamente la confianza y crea barreras entre los gerentes y empleados haciendo que los empleados se comprometan cada vez menos con lo que hacen. El autor también quiere tomar en cuenta la cantidad inadecuada de información que en muchos casos es suministrada a los empleados o entre ellos lo que a veces pudiese crear la percepción que de no se sabe lo que se hace o para que se hace. El ocultar información para hacerse imprescindible en el trabajo en muchos de los casos tiene que ver con la inestabilidad laboral, en la mayoría de las ocasiones hace mucho daño al ambiente laboral.

También se plantea que la cultura de la organización influye directamente en la calidad de vida en el trabajo siendo esta el conjunto de experiencias, creencias y valores que comparten las personas que hacen vida dentro de la organización, la cual se manifiesta en las formas en las que la organización lleva a cabo sus actividades, la toma de decisiones, el desarrollo de nuevas ideas, otorgando fuerza al compromiso de los individuos por conseguir tanto los objetivos individuales como los de la organización. Además de ellos se evidencia el ausentismo laboral que según Chiavenato en el 2003 “Termino empleado para referirse a las faltas o inasistencias

de los empleados al trabajo. En sentido más amplio es la suma de los periodos en que, por cualquier motivo los empleados se retardan o no asisten al trabajo” (p. 203).

Partiendo de este contexto y tomando como base a la comunicación como un aspecto íntimamente relacionado a todos los procesos que se desarrollan dentro de una organización y que influye directamente en el nivel de la calidad de vida en el trabajo, el autor pretende relacionar a través de los diferentes indicadores la influencia que tiene la comunicación interna entre gerentes y empleados sobre el nivel de la calidad de vida de los empleados que hacen vida en esta organización, dando paso la formulación del siguiente problema de investigación.

1.1.1. Formulación del Problema

A pesar de los esfuerzos de la gerencia por mantener constante comunicación con los empleados de la organización seleccionada se han observado que existen obstáculos en el proceso de comunicación, el autor pretende determinar ¿cuál es el efecto que produce la comunicación interna entre el gerente y el personal administrativo en la calidad de vida del trabajo en una empresa de servicios dedicada a la actividad inmobiliaria, comercial y gerencia de centros comerciales?

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Objetivo General

Analizar el efecto de los procesos comunicacionales internos entre gerentes y personal administrativo en la calidad de vida laboral de una organización de servicios dedicada a la actividad inmobiliaria comercial y gerencia de centros comerciales.

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Diagnosticar los factores que impactan en los procesos comunicacionales entre los trabajadores.
2. Determinar los factores comunicacionales influyentes en la calidad de vida laboral.
3. Establecer la relación entre los factores comunicacionales y la calidad de vida laboral

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACION

Realizar una investigación sobre la calidad de vida laboral de los trabajadores de una empresa dedicada a la administración de Centros Comerciales resulta interesante debido a que se denomina como una de las empresas más importantes de la región que además actualmente se encuentra en un proceso de reestructuración de sus políticas administrativas y de talento humano.

Sin embargo, partiendo de que la calidad de vida laboral no solo depende de los indicadores económicos si no que existen otros indicadores afines a los logros individuales de los trabajadores y al ambiente de trabajo se hará interesante poder relacionarlos con los procesos comunicacionales que desarrolla la empresa.

Esta investigación estará cargada de un gran valor social puesto que conocer mejor la relación Calidad de vida laboral – Comunicación, contribuirá a la elevación de la calidad de vida de los empleados de la empresa y sus familias.

Para La Universidad José Antonio Páez esta investigación servirá de referencia, sobre la necesidad de reconocer la importancia de los procesos comunicacionales dentro de las organizaciones debido a la influencia que ejercen

sobre el nivel de bienestar e identificación con la organización de los empleados que la conforman.

Para el investigador el presente trabajo representa mas que un reto, el hecho de poder adentrarse en el campo de las ciencias humanas, y bajo esta optica analizar tópicos importantes relacionados a la calidad de vida laboral de los individuos que hacen vida dentro de una organización.

Por último esta investigación permitirá abrir una brecha para que se desarrollen trabajos posteriores, sirviendo como antecedentes para futuras investigaciones relacionadas a la línea de investigación sobre recepción y usos de la comunicación y que resalten la importancia de la calidad de vida laboral.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Todo trabajo de investigación debe partir necesariamente de un fundamento base, esto constituye un conjunto de estudios previos que refieran directa o indirectamente a la temática que se está abordando. Por esta razón a continuación se presentan una serie de investigaciones cuyos aportes son considerados por el autor como pertinente y de relevancia para el desarrollo de la presente investigación.

La principal investigación tomada como base para la elaboración del presente trabajo de grado fue la realizada por Blanc, M (2013) denominado “Radiografía De La Comunicación Interna En Argentina” un trabajo realizado entre IBarómetro una de las principales consultoras en investigación de mercado y opinión pública, en colaboración con BW Comunicación Interna una de las agencias del mercado Argentino y Latinoamericano, con la participación de 122 empresas las cuales respondieron sobre temas claves de la comunicación interna dando un marco de la actividad y de las principales tendencias del sector empresarial, trabajo realizado bajo la modalidad de campo de ámbito nacional con un diseño de muestra intencional sin control de cuotas, su universo se constituyo a los referentes de comunicación interna de las principales empresas de argentina, como instrumento de recolección de datos se elaboro un cuestionario dinámico de presuntas abiertas y cerradas con opciones de respuestas únicas y múltiples dependiendo de cada caso, el sistema de consulta fue on line.

Este trabajo permitió realizar una radiografía del manejo de la comunicación interna en las más importantes empresas en Argentina para ese año, permitiendo una visión integral de los diferentes aspectos que la conforman, el cual ve la comunicación interna como una herramienta para crecer partiendo de la premisa de observar donde estamos para luego saber a dónde queremos llegar. Como principal hallazgo se pudo evidenciar el hecho de que las empresas reconocen la importancia de una fluida relación con sus empleados cuando se tiene la intención de optimizar el logro de los objetivos, esto se demuestra al comprobar que más del 75% de las empresas encuestadas cuenta con un área dedicada a la comunicación interna y casi el 70% tiene al menos una o más personas dedicadas exclusivamente a tema de la comunicación interna en la organización. Las cinco dimensiones principalmente tocadas en esta investigación fueron ella anatomía de la empresa que permitió mostrar los aspectos más importantes que la conforman, el Área de Comunicación Interna que abarca principalmente la composición de esta área y los recursos destinados, luego la Gestión de la Comunicación Interna en donde se analizó el rol que plantea el área, por otro lado se desarrolló las Acciones, Canales y Temáticas desarrolladas por las diferentes empresas para así dar paso a la última de las cinco dimensiones como lo es el futuro de la comunicación interna analizado a través de las diferentes tendencias.

Como investigación previa considerada se presenta la realizada por Briceño D. (2012) como su trabajo de grado para optar al título de Magíster Scientiarum en Ciencias de la Comunicación. Mención Gerencia de la Comunicación en la Universidad del Zulia, Maracaibo Venezuela. Quien desarrolló la “Comunicación Organizacional en las Oficinas Regionales del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información”. Un trabajo que pretendía analizar la comunicación organizacional en las oficinas del Ministerio, investigación de tipo descriptiva bajo la modalidad de campo con un diseño no experimental y transaccional, para lo cual se

diseñó un instrumento que permitiera la recolección de datos para la variable comunicación organizacional. Como resultado se obtuvo que en el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información MINCI se maneja un híbrido en cuanto a la direccionalidad de la comunicación debido a la existencia de características presentes en las funciones diarias de los empleados que allí laboran, detectándose también barreras comunicacionales, la autora recomienda definir el sistema comunicacional que más convenga al organismo siendo de suma importancia el establecimiento de un tipo de comunicación específica por el cual se rijan los coordinadores, analistas comunicacionales y asistentes objetos de la investigación.

En este trabajo de investigación se define el tipo de comunicación organizacional que se desarrolla en la institución estudiada, este trabajo deja muchas pautas que podrán ser utilizadas en la presente investigación, sobre todo en la forma en la que se define el estilo de comunicación debido a que en la investigación que se está desarrollando es indispensable conocer componentes de la comunicación que se consideran vitales para luego poder relacionarlos con la calidad de vida en el trabajo, estos aspectos son la direccionalidad de la comunicación en la cual se define si es ascendente descendente o bidireccional la cual la autora considera es la más adecuada ya que permite la retroalimentación, el tipo de comunicación que puede ser horizontal, vertical o diagonal, en la investigación previa la autora concluye que es una mezcla entre horizontal y diagonal, y por último el estilo de comunicación que para el caso del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información MINCI se concluyó que es unidireccional aunque para el criterio de la autora debería de ser motivadora, de transferencia recíproca y de producción. También se toma en cuenta en la investigación seleccionada la descripción de los ruidos o rumores que interfieren de manera directa o indirecta sobre los mensajes que en muchos casos distorsionan o impiden que el mensaje llegue de la forma deseada por

la organización o sus directores y que se produzcan debido a la deficiencia en los procesos comunicacionales.

Otro trabajo relacionado al ámbito Gerencial de vital importancia que fue tomado en cuenta como investigación previa es el de Chávez L. (2012) “Gestión de la Información en las contralorías Estadales en Venezuela” trabajo de grado presentado para optar al título de Magister Scientiarum en Gerencia Publica en la Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela. Investigación que estableció como objetivo Principal analizar la gestión de la información en las contralorías estadales en Venezuela. Elaborado bajo la modalidad descriptiva con un diseño de campo habilitado por el uso de un cuestionario con escala de Likert con preguntas de selección múltiple y dicotómicas dirigidas a funcionarios de las contralorías, concluyendo que dentro de las contralorías estadales se cumple la gestión de la información con características inherentes a este contexto particular y determinadas por el ambiente en el que desarrolla, sus procesos básicos, la infraestructura que la soporta y las políticas que la orientan.

De esta investigación se toma la importancia de las personas en la organización debido a que juegan un papel sumamente significativo debido a que estas son las que preparan y ejecutan todas las actividades a través de las cuales se puede llegar al logro de objetivos, estas actividades conllevan un proceso informativo que va desde el momento en que se establecen los objetivos, el diseño de las estrategias, la ejecución de las mismas y posteriormente la evaluación de los resultados por tanto es necesario evaluar esos procesos informativos para maximizar las ventajas que este provee, existen actividades formativas en materia de comunicación con las cuales el personal se puede fortalecer aunque esto requiere de un entrenamiento que los dote de herramientas, este entrenamiento debería ser constante y plantearse planes estratégicos de gestión de información a corto mediano y largo plazo. El aporte más valioso que otorga esta investigación es proporcionar

conocimientos acerca del rol que debe tomar la gerencia en materia Comunicacional y más que el rol este trabajo muestra con acciones específicas cuáles son las actividades que esta debe desarrollar, una de las propuestas de interés que se halla en este trabajo es la de documentar y reglamentar los procesos informacionales sistematizando cada una de las actividades medulares en manuales de normas y procedimientos que permitirán definirlos de manera clara, transparente, precisa y argumenta que pueden servir a la hora de solucionar conflictos comunicacionales, aunque en este trabajo no se encontró la variable calidad de vida laboral ni se observó que se haya tomado en cuenta al menos alguno de sus indicadores, se considera de importancia debido a que dibuja un poco como debe ser la Gestión de la información.

Otro trabajo tomado como referencia es el de Mendoza Y. (2011) “Lineamientos Estratégicos para la Gestión del Talento Humano como Herramienta para una Gerencia Efectiva, en la administración Municipal en la Gran Valencia del Estado Carabobo” presentado para optar al título de Magister en Administración de empresas Mención Gerencia en la Universidad de Carabobo, Valencia Venezuela. El objetivo general que perseguía este trabajo era realizar una propuesta de lineamientos estratégicos para la gestión de talento humano como herramienta para lograr una gerencia efectiva en la administración pública municipal de la Gran Valencia estado Carabobo, la investigación se basó en una metodología de enfoque cuantitativo enmarcado en la observación de campo, utilizando como herramienta la aplicación de cuestionarios y guía de entrevistas realizadas a funcionarios públicos, esta información fue analizada para finalmente ofrecer una propuesta que permitiera mejorar el ambiente laboral y la calidad de vida de los trabajadores de la organización.

Esta investigación previa toma en cuenta lo que constituye una de los indicadores de la calidad de vida como lo es el ambiente laboral el cual constituyo el

fin de la propuesta presentada, resulta interesante que en este trabajo se aborda la dinámica que debe existir entre la gerencia y el personal, siendo la gerente quien toma un papel protagónico ya que es quien debe propiciar un ambiente integrador que genere la interacción de todo el personal a su cargo, por tanto se debe en primer lugar reconocer al personal como el talento clave para el logro de los objetivos planteados. El trabajo también habla del fortalecimiento de las competencias técnicas y conductuales de personal reconociendo entre las técnicas los conocimientos sobre normas generales, laborales y novedades informáticas y señala que las competencias conductuales, que son las que tomaran mayor relevancia en el estudio que se plantea el autor están, fomentar la buena comunicación entre las diferentes direcciones, generar un ambiente de entusiasmo y compromiso, reconocimientos de líderes y motivación al personal. Estas conductas son las que están relacionadas directamente con el indicador de la calidad de vida laboral.

También se considera un antecedente la investigación realizada por Meléndez M. (2011) denominada “Calidad de Vida de los trabajadores con Discapacidad en una Empresa del Sector Cauchero del Estado Carabobo” trabajo presentado para optar al título de Magister en administración del Trabajo y Relaciones Laborales de la Universidad de Carabobo, Valencia Venezuela. Este trabajo se planteó como objetivo general Diagnosticar la calidad de vida de los trabajadores con discapacidad de una empresa del sector cauchero del Estado Carabobo, un estudio de tipo exploratorio y de campo, empleando un cuestionario aplicado al total de la población de las personas con discapacidad que se encuentran en la institución, los resultados obtenidos permitieron determinar el nivel de la calidad de vida en función de los elementos escandinavos Tener, amar y ser, es alto y muy Alto de acuerdo a la escala levantada, así mismo el nivel de felicidad o satisfacción con la vida de la población objeto de la investigación resulto en los mismos niveles antes descritos.

La relevancia de este trabajo de investigación en relación a la investigación que se desarrolla actualmente radica en que se logra medir la calidad de vida de un individuo en este caso a través de indicadores basados en la conocida conceptualización escandinava basada en Tener, Amar y Ser que comprende aspectos como Salud, trabajo, seguridad, Educación, vivienda, familia, vida social, religión y voluntariado todo esto analizado desde el punto de vista objetivo y luego a través de afirmaciones tomadas del Cuestionario de felicidad de Oxford se mide la satisfacción con la vida y la felicidad del individuo. Para poder abordar el tema de calidad de vida laboral es necesario conocer primero de que está compuesta la calidad de vida del individuo y su forma de medirla, conociendo uno a uno sus indicadores que son lo que indican que se mide y cuanto mide, es por ello que a través del enfoque que se tomó en la investigación, permitirá conocer cómo se conforma la calidad de vida de los individuos que hacen vida en la organización y para luego abordar la calidad de vida en el trabajo. El autor reconoce que estudiar la calidad de vida es un proceso complejo debido a que hay que tener claro que elementos y tendencias se desean considerar y bajo cual visión se desea abordar, la autora hace una recomendación y es analizar en profundidad los resultados obtenidos en esta investigación para encontrar herramientas que se puedan convertir en una estrategia para mantener y mejorar los niveles de calidad de vida obtenidos. Aunque existen diferentes posturas teóricas para definir la calidad de vida esta representa una completa posición que no solo abarca la parte objetiva sino que también integra la parte subjetiva del ser humano.

Otro antecedente tomado en consideración es el realizado por Huerta, Pedraja, Contreras y Almodóvar (2011) “Calidad de vida laboral y su influencia sobre los resultados empresariales” Artículo publicado en la Revista de Ciencias Sociales de la Universidad del Zulia Maracaibo Venezuela, en la cual se perseguían dos objetivos, el primero realizar una revisión crítica sobre la calidad de vida laboral, bajo el

marco de la responsabilidad social corporativa y su influencia sobre los resultados empresariales y el segundo que pretendía contrastar los planteamientos anteriores para arrojar evidencia empírica al respecto, se utilizaron base de datos de la asociación chilena de seguridad y de la ficha estadística codificada Uniforme de Sociedades Anónimas para el periodo 2003-2006, se aplicaron técnicas de paneles de datos concluyendo que existe una relación positiva y significativa entre la calidad de vida laboral y los resultados empresariales además que la calidad de vida laboral influye en los resultados de la calidad de vida a nivel de sociedad.

Este representa para el autor una de las investigaciones más importantes encontrada debido a que mide la calidad de vida laboral, en ella aunque se le da un enfoque de responsabilidad social se define perfectamente lo que representa la calidad de vida en el trabajo, además de ello se le relaciona aunque desde un punto de vista descriptivo y crítico con el logro de los objetivos empresariales sirve de base para tener una idea sólida a cerca de lo que es la Calidad de Vida Laboral. Ahora bien, si se considera que contribuye enormemente al logro de resultados empresariales y se reconoce que los logros empresariales se traducen en satisfacción y bienestar para los miembros de la organización, entonces ya estamos reconociendo que existe una relación positiva ahora bien faltaría incluir el factor comunicación para poder encontrar los resultados del planteamiento que el autor se propone. En el trabajo se reconocen dos factores que se consideran importantes para medir la calidad de vida laboral como lo son la salud y la seguridad de los trabajadores y en base a estos comenzaron a analizar los indicadores de calidad de vida laboral abordados por Huerta y el resto de autores, también se encontró que el análisis de la calidad de vida es netamente objetivo es decir no se tomó en consideración los factores subjetivos que se relacionan con los trabajadores, de hecho es reconocido como una limitación. De esta manera concluyen las revisiones de investigaciones previas al desarrollo de la presente investigación, considerando estos trabajos previos

como una base intelectual sólida e indispensable para abordar el siguiente problema de investigación planteado.

Para finalizar uno de los autores considerados en la presente investigación es Planas L. (2010) quien plantea “Comunicación Interna y Opinión Ética de los Empleados de Soluciones del futuro Caracas, 2010” trabajo de investigación con el cual opto al título de Magister en Comunicación Social: Opción Comunicación Organizacional, de la Universidad Católica Andrés Bello en Caracas, Venezuela. Estudio que tenía como objetivo general, establecer el tipo de relación entre la comunicación interna y la opinión ética de los trabajadores, una investigación de tipo cualitativa etnográfica de modalidad fenomenológica situada en un nivel descriptivo, se seleccionó una muestra entre el personal de la empresa al cual se le aplicó un cuestionario mixto de nueve preguntas relacionado con dos variables básicas como lo son la comunicación interna y la definición de ética. Se concluyó con una argumentación considerada de vital importancia que establece que la comunicación interna en la organización está relacionada directamente con la opinión ética, tanto así que una depende de la otra, aunque de dicha investigación también debe resaltarse que se reconoce que en la organización se hace necesario que la comunicación interna sea comprendida como un todo, la cual debe ser confiable, coherente y congruente hacia sus empleados.

Esto se interpreta como que se reconoce a la comunicación interna como la base de todas las actividades que desarrolla la organización la cual debe ser clara, fácil de entender y concisa de manera que genere en el trabajador una sensación de confiabilidad y coherencia, explicado en otras palabras lo que se le dice al empleados debe representar lo que se quiere hacer en la empresa de esta manera el trabajador se sentirá más seguro de la actividad que va a realizar y del rol que ocupa dentro de la organización. En el estudio también se reconoce la presencia de medios de comunicación formal e informal otorgándole importancia a través de lo que se

trasmite a través de los medios informales ya que facilitan la divulgación de la información, en este caso de investigación facilita la divulgación de los valores éticos.

2.2. BASES TEÓRICAS

Comunicación Organizacional

Toda investigación requiere de una base teórica que proporcione un conocimiento básico que sirva de punto de partida, es por ello que a continuación se presenta una revisión de los diferentes autores y las teorías que nos aportan, comenzando con la definición de organización que según Aramburu y Rivera (2010) es “Un grupo humano, que comparte unos medios o recursos financieros, técnicos y humanos en la realización de una acción coordinada para la consecución de unos fines u objetivos comunes. Estos dos últimos constituyen los aspectos definitorios básicos de toda organización”. (p.15) Con esto se entiende que la organización se da por la unión de tres factores fundamentales de los cuales dos son lo que tiene mayor influencia en la definición de las organizaciones los cuales son las personas y las actividades que realizan. Otra definición de organización nos aporta Chiavenato (2000)

Las organizaciones son entonces, sistemas de actividades conscientemente coordinadas, llevadas a cabo por grupos de personas cuya cooperación recíproca es esencial para su supervivencia y dicha cooperación solo es posible cuando los individuos que se interrelacionan son capaces de comunicarse y están dispuestos a actuar conjuntamente con el fin de alcanzar objetivos comunes. (p.7)

En este segundo concepto se identifican claramente los dos elementos de la primera definición, entonces se pueden unificar ambos conceptos diciendo que los elementos indispensables para que exista una organización son, primero las personas, estas con la capacidad de comunicarse entre sí, expresar ideas, mensajes y opiniones,

la segunda es que están dispuestas a trabajar sistematizadamente de una manera coordinada para que se dé el tercer elemento que es la búsqueda de un fin común, esto no es más que los objetivos que se plantea cualquier organización.

Con el transcurrir del tiempo y la evolución del pensamiento científico la teoría de las organizaciones han pasado por diferentes etapas las cuales se encuentran documentadas de la siguiente manera.

La teoría Científica en el año 1900. Según Rivas (2009) “Taylor escribió dos trabajos fundamentales: Administración de Talleres (Shop Management), y su obra más conocida: Principios fundamentales de la administración Científica (Principles of scientific Management)”(p.13) en ambos trabajos Taylor sugería la elaboración de un sistema de trabajo basado en principios como el desarrollo de una ciencia de medición del trabajo, un proceso de selección, entrenamiento y desarrollo de los trabajadores, esfuerzo cooperativo y responsabilidades compartidas entre el trabajador y el administrador.

La teoría funcional que nace en el año 1929 aparece un pensador llamado Henry Fayol Según Rivas (2009) “Que transformaría el pensamiento administrativo con la idea de que toda organización estaba basada en cinco funciones básicas: Seguridad, Productividad, contabilidad, comercialización y administración” (p.13).

Por nombrar otras teorías se encuentra, La teoría burocrática que nace con Weber en 1924 que busca adecuar los medios a los objetivos pretendidos. Hasta que nace lo que se conoce como la teoría humanista la cual Surge como una respuesta al enfoque clásico. En la misma se percibe el esfuerzo por lograr la participación de los trabajadores de niveles bajos en la toma de decisiones dentro de las organizaciones para lograr su desarrollo y autorrealización, de manera que se puede observar como esa distribución del trabajo que en las teorías clásicas era en forma piramidal

comienza a mutar dándole ahora importancia en la toma de decisiones a los trabajadores del nivel más bajo.

Finalmente aparece la muy conocida era de la información o del conocimiento en 1990 y se mantiene hoy en la actualidad la cual está caracterizada por cambios muy rápidos y la tecnología pasa a jugar un papel protagónico tal y como es descrito por Chiavenato (2000) “La tecnología permitió adelantos imprevistos y convirtió el mundo en una aldea global, la información viaja de un lugar a otro del planeta en milésimas de segundos” (p.12) esto hizo que se le dé más importancia a los procesos que a los órganos que las conforman y nace la necesidad de estudiar las tareas en vez de los cargos debido a que las funciones se definen y redefinen en cualquier momento y constantemente, ahora y como lo menciona también Chiavenato (2000)

El recurso más importante ya no es el capital financiero, si no el conocimiento. Aunque el dinero continúa siendo importante, el más importante es el conocimiento, sobretodo como utilizarlo y aplicarlo rentablemente.... La administración de recursos humanos dio un paso a un nuevo enfoque: la administración de personas, puesto que estas dejaron de ser simples recursos (humanos) organizacionales y pasaron a ser vistas como seres dotados de inteligencia, conocimientos, habilidades, personalidad, aspiraciones, percepciones, Etc. (p.13)

De esta manera al darle mayor relevancia al potencial humano por consiguiente surge la necesidad de estudiar la comunicación, a la que se le conoce como la era de las comunicaciones , resumida de la siguiente forma por Wettel (2000) “Es una denominación que surge de las grandes transformaciones y magnitud de alcance de la comunicación. No podemos dejar de comunicarnos en la era de la comunicación. Ni imaginar una acción directiva sin dirección o una comunicación sin dirección”. Con este enunciado la autora quiere decir que es imposible permanecer incomunicados hoy en día dentro de una organización.

La comunicación representa la figura central para esta investigación y por ello se parte desde la definición de este proceso el cual se considera como la base del

funcionamiento de las sociedades humanas, que consiste en el intercambio de información entre dos o más individuos. Antes de abordar el concepto de comunicación organizacional es indispensable definir lo que es la comunicación tal y como lo refleja Wettel (2000) “Se puede deducir que el hombre manifiesta su conducta en función de lo que piensa, siente e interactúa, y que la comunicación es un fenómeno que surge de lo más profundo de la naturaleza humana.” (p.2) con esta definición se reconoce que la comunicación está presente en todos los procesos en los que el hombre está involucrado, y es a su vez una expresión del ser humano por transmitir mensajes que le permitirán interrelacionarse con otros seres y autodefinirse a sí mismo.

A lo largo de la historia la comunicación ha sido estudiada desde el punto de vista organizacional, y es desde la segunda mitad del siglo XX, luego de la segunda guerra mundial hacia los años 50 cuando se le da un carácter científico al tema de la comunicación dentro de las organizaciones, a partir de allí u junto con la humanización del trabajo se le ha venido otorgando cada vez mayor importancia a lo que hoy se entiende como comunicación organizacional que según La Porte (2005)

Es aquella realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que se desarrolla su actividad. Tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona. Adquiriendo notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

De este autor se extrae que la comunicación organizacional es un proceso organizado de alguna manera fue estructurado, el cual cuenta con un objetivo que siempre va a ser transmitir un mensaje, ese mensaje a su vez trasmite una imagen por tanto se reconoce que en las organización la comunicación debe tener un sentido y estar siempre orientada a conseguir un fin.

Una segunda definición de Comunicación Organizacional que para el autor se considera la más completa es:

...Aquella que dentro de un sistema económico, político, social o cultural se da la tarea de rescatar la contribución activa de todas las personas que lo integran operativa y tangencialmente y busca abrir espacios para la discusión de los problemas de la empresa o institución esforzándose por lograr soluciones colectivas que benefician al sistema y lo hacen más productivo. (Rebeil y Nosnik, citado en Rebeil 2006 p.43)

Esta representa la definición más completa debido a que expresa también el sentido que tiene comunicarnos dentro de una organización, deja ver que la necesidad de llevar a cabo estrategias que enriquezca a la comunicación es motivada a la búsqueda de un beneficio y una productividad justificando de esta manera por qué debe ser estudiado y analizado estratégicamente. De manera que ya se puede reconocer actores, medios, formas de comunicación.

Finalmente como complemento de la teoría seleccionada referente a comunicación organizacional se presentan tres perspectivas diferentes según lo planteado por Andrade en su libro Comunicación Organizacional Interna, en donde se plantea un primer enfoque que lo define como un proceso social resumido de la siguiente manera: “Es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre esta y sus diferentes públicos externos”. (Andrade, 2005, p.15)

Esta representa la definición más genérica de lo que significa la comunicación en las organizaciones en ella se evidencia la presencia de los aspectos fundamentales del proceso comunicativo como lo son los mensajes y los integrantes de este proceso. También ve la comunicación desde el enfoque de una disciplina definido de la siguiente forma “Es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre

estas y su medio.” (Andrade 2005 p.16) en este enfoque comienza a verse la comunicación como un método el cual requiere ser estudiado e investigado no solo para producir conocimientos sino también para estos conocimientos ser aplicados en las organizaciones. El tercer enfoque planteado por este autor en su libro es como un conjunto de técnicas y actividades el cual se define como “Los conocimientos desarrollados en la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros que tienen en su entorno” (Andrade 2005 p.16) en este enfoque se ve la comunicación dividida según a quien va dirigido el mensaje, por tanto según esta definición el factor que prevalece son los individuos a los que se les va a transmitir un mensaje por ello se plantea que la comunicación que es una estrategia que tiene la finalidad de enviar un mensaje y puede ser Externa o interna.

La comunicación Externa es aquella que se dirige entre ellos se pueden encontrar proveedores, clientes, medios de comunicación, público en general, Institutos educacionales, Entes gubernamentales, está conformada por todas aquellas personas o instituciones que no tienen relación directa con la organización. Se encuentra definida en Guzmán (2012) como “Conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (Accionistas, Proveedores, Clientes, Distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.) encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable.” (p.71). es necesario aclarar que este tipo de comunicación aunque no forma parte del presente trabajo de investigación el autor considero su inclusión en el marco teórico como una referencia que contribuirá a el conocimiento complementario necesario para abordar este tema.

Esta comunicación trata de crear básicamente buenas relaciones entre los miembros de la organización se basa en diferentes medios y tiene como finalidad principal mantener as los individuos integrados, motivados e informados y siempre

su norte son la realización de los objetivos organizacionales. Una definición señala que “La comunicación interna está orientada al público interno es decir al grupo de personas que conforman una institución y que se vinculan directamente con esta.” (Guzmán, 2012, p.72). Debido a que la comunicación interna es uno de los ejes centrales de esta investigación se presentaran otras definiciones que permitan obtener los diferentes puntos de vista a los que han llegado los autores que han escrito sobre esta.

La comunicación interna busca articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización, esto con el fin de permitir el alineamiento de los esfuerzos realizados por los trabajadores de una manera coordinada, otro aspecto que promueve la comunicación interna es facilitar la relación entre la empresa y las personas que la integran, a través de la cual se transmiten los valores organizacionales.

La comunicación interna Según Andrade (1991)

Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación, que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (p.32)

Por tanto se pueden enumerar lo que son las tres funciones más importantes de la comunicación en las cuales se estará indagando en la presente investigación como lo son:

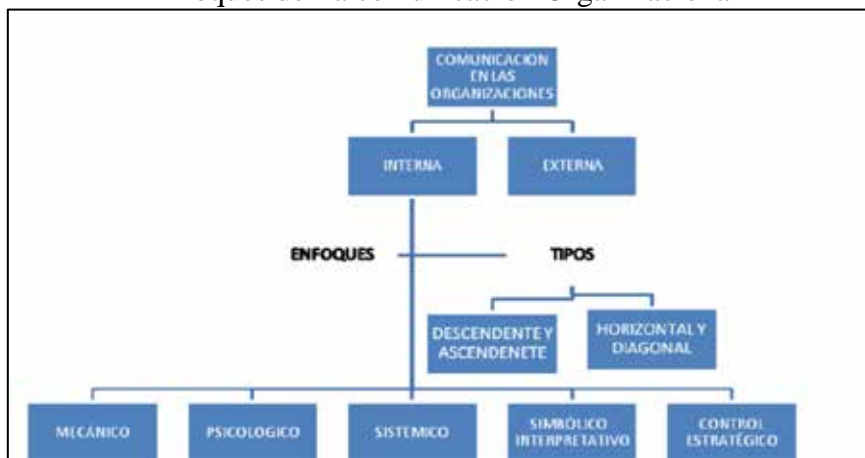
- La implicación del personal con la organización. Consiste en mantener las relaciones entre el individuo y la organización garantizando que se cumplan las expectativas de la misma, la premisa es garantizar las expectativas de la empresa y que esta repercuta significativamente en la mejora de las expectativas individuales.

- El cambio de actitudes. En la actualidad de hace necesario motivado por todos los rápidos cambio que la sociedad ha experimentado y la incorporación de nuevas tecnologías, este cambio de actitudes implica desarmar antiguos paradigmas, ideas o procesos. Anteriormente el enfoque de la comunicación era muy tradicional y hubo que dar para a un enfoque más flexible.
- La mejora de la productividad. El hecho de transmitir información estratégica, clara fluida y a tiempo a un personal identificado con la cultura de la organización se traduce en una mejora de la productividad.

Como se podrá observar en el siguiente cuadro existen diversos enfoques planteados para comprender el proceso comunicativo que se produce en el interior de las organizaciones, esto debido a lo complejo que puede llegar a ser una organización; en este sentido, si alguno de los componentes de la comunicación interna presenta alguna falla inmediatamente afecta el proceso comunicacional entero.

Cuadro Nro.01

Enfoques de La comunicación Organizacional



Fuente: Guzmán 2015

El enfoque bajo el cual se va a abordar la comunicación interna en la presente investigación busca orientar a la comprensión y perfeccionamiento de los procesos que existen dentro de las organizaciones, el cual conduce al intercambio de información.

La comunicación interna desde el enfoque sistémico aborda diferentes postulados tomados de la teoría general de los sistemas (1950) partiendo de la teoría Matemática de la información cuyos percusores fueron Shannon y Weaver en 1948 y de la Psicología de las Organizaciones planteada por Kazt y Kahn en 1966. Siempre bajo el área de las ciencias administrativas desarrolladas en la década de los 60.

El enfoque sistémico se distingue de cualquier otro enfoque ser un modelo que postula la importancia de la comunicación en el funcionamiento de la organización, esta vez concebida como un sistema. De esta manera que la comunicación está compuesta de subsistemas en interrelación, donde son tan importantes las partes que los componen, como la relación que estas partes establecen entre sí. Según Guzmán. (2012) “El sistema, así concebido, mantiene vínculos con el entorno y va adaptándose a través de un doble proceso de entropía/homeostasis, que permite ir redefiniendo la situación de equilibrio deseado.” (p.66)

En la cita anterior se puede observar la visión sistémica que presenta la comunicación dentro de las organizaciones a través del cual se pueden desarrollar técnicas para el análisis de diferentes estructuras organizacionales y relaciones comunicativas consecuentes que muestra una mirada más amplia acerca de los procesos comunicativos incluyendo hasta aspectos culturales.

En este sentido Bártoli (Citado en Guzmán 2012) “afirma que hay que tener en cuenta las múltiples diversidades existentes e integrar en los modos de

comunicación y organización posibilidades de incertidumbre, informalidad y cambio.” (p.66) todo esto para flexibilizar los procesos comunicacionales que permitan establecer y manejar dentro del modelo sistémico se tipos más específicos o sub modelos de análisis que puedan generar aportes particulares que incidan en alguna medida en modificaciones en la concepción de las organizaciones y de la comunicación vinculada a ella.

Luego de analizar los postulados emitidos por los diferentes autores citados en esta investigación el autor de la misma se permitió elaborar su propio concepto que define la comunicación interna de la siguiente manera:

“La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier entorno u organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus actores, a través del uso de diferentes medios y estilos de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, otorgándole una direccionalidad que permita contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.”

Calidad de Vida Laboral

A calidad de vida es una de las aspiraciones que la humanidad ha buscado desde hace mucho tiempo, el termino calidad de vida no es muy antiguo en realidad nace en 1975 y fue tomando relevancia a lo largo de los años ochenta hasta nuestros días. Aunque el concepto como tal puede abordar diferentes concepciones, según sea el área de interés se encontró la definición de (Solomon citado en Tovar y González 2006) “Cubre todos los aspectos de la vida, tal y como son experimentados por los individuos, ya que comprende tanto la satisfacción material de las necesidades como los aspectos relacionados al desarrollo personal, la autorrealización y un ecosistema equilibrado.” (p.23). Según esta definición la calidad de vida cubre los aspectos

tanto económicos conocidos también como aspectos objetivos, como psicológicos y emocionales de la humanidad que son aquellos que también se conocen como subjetivos y su nivel de satisfacción que está directamente relacionado con el incremento permanente de las condiciones de vida.

En los últimos años ha incrementado la promoción de estilos de vida saludables, es precisamente en la búsqueda de esos estilos de vida que se comienza a plantear lo que hoy se conoce como calidad de vida laboral, concepto que aunque ya existía desde finales de la década de los 60 y que en los años 70 hubo interés por parte de algunas compañías por implementar en sus plantas condiciones que permitieran mejorar el desempeño y la satisfacción del empleado con sus actividades diarias. Por tanto la calidad de vida en el entorno del trabajo tiene por finalidad conseguir mejorar la calidad de vida mediante los logros organizacionales, este concepto nació en la Psicología según Gamarra y Ros (2010)

Fue introducido en la Psicología de las organizaciones por Gellerman en 1960, y posteriormente los trabajos de Halpin y Croft (1963) sobre las organizaciones escolares aunque en sus raíces se hunden en los estudios sobre los estilos directivos que hicieron primero Lewin y colaboradores (1939) y luego más directamente Litwin y Stringer (1968). El modelo teórico más predominante insiste en la calidad de vida laboral como el resultado de la percepción de los sujetos de las características que tiene la empresa y la organización y como tal un producto individual o grupal. (p.10)

De esta manera, aparece por primera vez el término que define el estudio de las percepciones acerca del trabajo por los individuos que integran las organizaciones, Saul W. Gellerman en su texto *People, Problems, and Profits: The Uses of Psychology in Management* (Gente, Problemas y Beneficios: los usos de la psicología en la dirección), en el cual la definía como el clima laboral. Aunque la concepción más aceptada y compartida la ubica como la percepción de los individuos a cerca de las características que tiene la empresa. Otro concepto que ofrece la encuesta de

calidad de vida en el trabajo del Ministerio del Trabajo y asuntos sociales de España (citada también en Gamarra y Ros, 2010)

Las situaciones que rodean el puesto de trabajo, están compuestas por determinadas circunstancias que van desde las relaciones de los trabajadores con sus compañeros de trabajo, o con los responsables jerárquicos, el esfuerzo empleado en el trabajo diario y las condiciones de trabajo, hasta la percepción subjetiva de tales circunstancias según el grupo de referencia con el que el trabajador se compara. (...) El conjunto de circunstancias laborales confluyen para determinar diferentes niveles de satisfacción que hacen que los ocupados consultados se posicionen en una situación de bienestar o malestar respecto a su actividad productiva cotidiana. (p.10)

Esta definición es un poco más amplia y aplicable en nuestros días ya que de ella se extrae que existen factores objetivos y subjetivos, que plantean que la misma depende si es vista desde el enfoque de los empleados o desde el enfoque de la organización por tanto se debe afirmar que el concepto de calidad de vida laboral es multidisciplinario o está compuesto de una cantidad de factores que dependen del enfoque sobre el cual se valla a estudiar. Un tercer concepto es el que aporta Martin (2005) “ha llegado a ser una disciplina muy completa y desarrollada, cuyo campo de estudio es muy amplio y diversificada: características del trabajo, satisfacción laboral, estrés laboral, enriquecimiento del trabajo, características de las organizaciones, condiciones de trabajo, desarrollo personal, clima organizacional...” (p.15). Uno de los motivos de esta diversificación es los diferentes intereses que van desde Empresariales, académicos, sociales, individuales por tanto abordar este tema puede significar hablar de muchas realidades en algunos casos encontradas.

En el contexto de la realidad venezolana, ha venido mostrando la necesidad de comenzar a diagnosticar las diferentes situaciones que se generan en el entorno laboral, económico y social que pudiesen llegar a producir inseguridades se trasladan a las personas que trabajan, generando malestar e insatisfacción que inciden de manera directa o indirecta, no sólo en el resultado de las actividades en el trabajo sino

también en el comportamiento de los individuos que hacen vida en la organización, al ver disminuidos sus grados de satisfacción a los que aspiran quienes concurren día a día a sus lugares de trabajo. Lo que hace necesario categorizar la Calidad de vida Laboral en condiciones objetivas y subjetivas que se generan en los ambientes de trabajo. En este sentido Espinoza (2012) aporta:

Dicho en términos simples es la manera cómo las personas viven la cotidianidad en su ambiente laboral. Involucra desde la situación laboral objetiva, es decir, las condiciones de trabajo en un sentido amplio, tanto las condiciones físicas como las contractuales y remuneraciones hasta las relaciones sociales que se dan tanto entre los trabajadores, como entre éstos y la parte empresarial. También las actitudes y los valores de los sujetos y las percepciones de satisfacción o insatisfacción que derivan de esta conjunción de factores. (p.10)

La calidad de vida en el trabajo se mide a través de indicadores, estos indicadores son aquellos que muestran el nivel o la forma en la que el trabajador satisface un conjunto combinado de necesidades, pueden ser agrupados según el enfoque que se desee conocer, existen muchos elementos que pueden influir de una manera más directa que otros en la calidad de vida en el trabajo, como las condiciones de seguridad industrial, los estándares de calidad y productividad y las condiciones medioambientales de trabajo. Según algunos autores, existe un elemento que generará un impacto, y al que debe ponerse atención, será la definición y utilización de herramientas para inducir un desarrollo personal del trabajador, el cual sin duda incrementará su calidad de vida.

Según Almudena (2002) “El interés por delimitar de forma operativa el significado de la CVL ha generado un abundante repertorio de estudios e investigaciones cuyo cometido ha sido el de tratar de identificar posibles variables que afectarían la vida en el trabajo.” (p.831)

La calidad de vida laboral se nos presenta, pues, como un constructo árido de definir y de operacionalizar por su complejidad y riqueza de dimensiones que traspasan los límites del contexto laboral, en general, y del organizacional en particular.

La descripción de la naturaleza multidimensional de la calidad de vida laboral ha sido uno de los temas de estudio más recurrentes sobre el que se ha venido investigando desde el ámbito académico y científico.

Cuadro Nro.02

Categoría de Indicadores de Calidad de Vida Laboral

Indicadores individuales	<ul style="list-style-type: none"> - Satisfacción laboral - Expectativas, motivación - Actitudes y valores hacia el trabajo - Implicación, compromiso, centralidad del trabajo - Calidad de vida laboral percibida
Medio ambiente de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Condiciones de trabajo - Diseño ergonómico - Seguridad e higiene - Nuevas tecnologías - Análisis de puestos - Características y contenido del trabajo
Organización	<ul style="list-style-type: none"> - Organización del trabajo, efectividad y productividad - Organigrama, estructura y funcionamiento - Cultura y cambio organizacional - Participación y toma de decisiones - Factores psicosociales - Aspectos sociales, comunicación, clima laboral
Entorno sociolaboral	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida, salud y bienestar de los trabajadores - Condiciones de vida, prejubilación, estilo de vida - Variables sociodemográficas - Factores socio-económicos: políticas de empleo, seguridad y estabilidad laboral - Prevención de riesgos laborales

Almudena (2002)

Sin embargo, todo análisis de calidad de vida en el trabajo, de la misma manera que tienen sus beneficios, también tienen algunas limitaciones. La más importante es sin lugar a dudas, una cultura empresarial que no logra visualizar las ventajas tanto éticas como económicas de mejorar los factores objetivos y subjetivos que permitirían ambientes laborales de mejor calidad.

Tomando como base el concepto que le otorga el Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales del Reino de España a la calidad de vida y verificando a otros autores también citados en la presente investigación, el autor presenta la siguiente definición de calidad de vida en el trabajo:

“Son todas las situaciones que rodean el puesto de trabajo, compuestas por determinadas circunstancias que van desde las relaciones entre los trabajadores, así como la integración social en el trabajo de la organización, el esfuerzo empleado en el trabajo diario que se traducen en oportunidades para desarrollo y crecimiento continuo de capacidades tanto humanas como técnicas, hasta la percepción subjetiva de tales circunstancias según el grupo de referencia con el que el trabajador se compara en relación con el respeto y reconocimiento de los derechos laborales, así como la relación entre el trabajo y la vida familiar”

Por otro lado el sistema de indicadores utilizado en la presente investigación está basado en el cuadro de indicadores presentado por Espinoza en el 2002 en su trabajo de investigación titulado *Calidad de Vida en el Trabajo: Percepción de los trabajadores* desarrollado en el departamento de estudios de la dirección del Trabajo del gobierno de Chile. En donde se detallan el siguiente conjunto de indicadores:

Nivel de remuneraciones: suficiencia en los ingresos para mantener un estándar social aceptable para vivir.

Condiciones de seguridad y bienestar en el trabajo: condiciones de trabajo que minimicen el riesgo de enfermedades y accidentalidad La seguridad en el trabajo conforma aspectos como seguridad, higiene, aspectos ergonómicos, nuevas tecnologías y siniestralidad en el caso de Venezuela están regidos por la Ley Organiza de prevención, condiciones y Medio ambiente de Trabajo. Dentro de este indicador tenemos Salud y ambiente físico en el lugar de trabajo definido por OMS como la Promoción de la salud en el lugar de trabajo, incluye políticas y actividades en los lugares de trabajo favoreciendo la productividad y competitividad de las empresas contribuyendo al desarrollo económico y social. Para el autor de la presente investigación aquí la comunicación juega un papel importante ya que permite la divulgación de las políticas actividades en materia de seguridad laboral. Además de ello garanticen al trabajador la satisfacción por el trabajo que realizan día a día. Según Locke (Citado en Salgado J. 2002) “Es una respuesta emocional positiva al puesto que resulta de la evaluación de si el puesto cumple o permite cumplir los valores laborales del individuo” (p.330). Se define entonces como un estado emocional del individuo en donde se manifiesta una experiencia laboral que guarda relación con la actitud hacia el trabajo y como está predispuesto el trabajador a que se comporte de cierta manera. La comunicación es uno de los factores que más incide en la satisfacción laboral debido a que se reconoce como esencial debido a que es transversal a la satisfacción ya que la comunicación incentiva la motivación según lo demostrado en el trabajo de Bustamante (2012)

Oportunidades para desarrollar las capacidades humanas: Se incluye en esta categoría la autonomía, el uso de múltiples habilidades más que la aplicación repetitiva de una sola.

Oportunidades de crecimiento continuo y seguridad: oportunidades de ascenso, y seguridad en el empleo.

Integración social en el trabajo de la organización: igualdad, no discriminación, movilidad social.

Balance entre trabajo y vida familiar: que los requerimientos de trabajo no interfieran con el tiempo familiar, y que las oportunidades de ascenso no requieran frecuentemente de cambios geográficos.

Relevancia social y vida laboral: incluye las condiciones de medio ambiente de trabajo este es el más extenso de los indicadores motivado a que agrupa las variables relacionadas al sistema de trabajo, políticas, métodos, cultura, gerencia y estrategias organizacionales. Dentro de este indicador los aspectos que cobran mayor relevancia son, la cultura y la participación de los trabajadores, también el reconocimiento de la responsabilidad social de la empresa en cómo son comercializados los productos, disposición de desechos, y tratos por parte de los empleados.

Respeto y reconocimiento de los derechos laborales: esta dimensión ha sido agregada por los autores de este informe, y se aplica a países en los cuales estos derechos se incumplen o están escasamente ejercidos y/o garantizados.

Protección social (salud y previsión): esta dimensión se aplica a países donde los niveles de protección social son débiles o están ligados directamente con la calidad del empleo

Sistema de Variables

A continuación se presenta el cuadro de Operacionalización de variables, que es el que permite descomponer una definición conceptual hasta convertirla en indicadores que procuran determinar el comportamiento del objeto o el fenómeno sociodemográfico. Por tanto estas variables convertidas en indicadores

representan aquellos rasgos que pueden ser observados y permiten esa confrontación con la realidad.

Ubicado ya desde una visión empírica se puede decir que según Bueno (2003) “La definición operacional implica la desmembración de los aspectos diferenciables del concepto, atendiendo fundamentalmente a dos niveles de generalidad diferente.”(p.63)

Cuadro Nro. 03

Operacionalización de las Variables

Objetivo General: Relacionar el efecto que producen los procesos comunicacionales internos entre gerentes y personal administrativo en la calidad de vida del trabajo en de una empresa de servicios dedicada a la actividad inmobiliaria comercial y gerencia de centros comerciales.

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Items
Comunicación Interna	La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier entorno u organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus actores, a través del uso de diferentes medios y estilos de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, otorgándole una direccionalidad que permita contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.	Fuentes (Actores)	Edad	Item 1
			Sexo	Item 2
			Tiempo en la Organización	Item 3
			Calificación del Cargo	Item 4
		Entorno (Empresa)	Conocimiento Mision	Item 5
			Conocimiento Vision	Item 6
			Responsabilidad de comunicar	Item 7
			Acceso a información digital	Item 8
		Gestión comunicacional (Direccionalidad)	Verticalidad de la Información	Item 13
			Horizontalidad de la comunicación	Item 15
			Influencia en los Empleados	Item 17
		Estilos comunicacionales	Dirección de la Comunicación	Item 29
			Participación	Item 18
			Canalización de ideas	Item 20
			Confianza en la Información	Item 22
Medios de Comunicación (canales)	Aceptación de Sugerencias	Item 24		
	Uso del canal de Comunicación	Item 9		
	Nivel de Satisfacción del Canal de Comunicación	Item 10		
	Interés en el Canal de Comunicación	Item 11		
Calidad de Vida Laboral	Son todas las situaciones que rodean el puesto de trabajo, compuestas por determinadas circunstancias que van desde las relaciones entre los trabajadores, así como la integración social en el trabajo de la organización, el esfuerzo empleado en el trabajo diario que se traducen en oportunidades para desarrollo y crecimiento continuo de capacidades tanto humanas como técnicas, hasta la percepción subjetiva de tales circunstancias según el grupo de referencia con el que el trabajador se compara en relación con el respeto y reconocimiento de los derechos laborales, así como la relación entre el trabajo y la vida familiar.	Condiciones de Bienestar físico en el trabajo	Espacios de Convivencia	Item 25
			Espacios de descanso	Item 14
			Salud en el Trabajo	Item 23
			Prevención de riesgos	Item 27
		Oportunidades para desarrollar las capacidades humanas	Aportes a la Organización	Item 28
			Trabajo en Equipo	Item 21
			Expectativas Profesionales	Item 16
			Desarrollo Creativo	Item 30
		Oportunidades de crecimiento continuo	Oportunidad de Ascensos	Item 19
			Estímulos	Item 26
			Adiestramiento	Item 31
			Satisfacción	Item 32
		Integración social en el trabajo de la organización	Satisfacción de Aspiraciones	Item 35
			Identificación con la Empresa	Item 37
			Participación	Item 43
Reconocimiento del otro	Item 39			
Nivel de remuneraciones	Reconocimiento de Beneficios	Item 40		
	Reconocimiento de Sueldos y Salarios	Item 33		
	Equidad Sueldo - Responsabilidades	Item 42		
	Distribución de sueldos	Item 44		
Relevancia social en la vida laboral	Participación en la Toma de Decisiones	Item 45		
	Acatamiento de Normas	Item 47		
	Canalización del Conocimiento Técnico	Item 34		
	Influencia en la Organización de procesos de trabajo	Item 41		
Reconocimiento de los derechos laborales	Procesos de Evaluación al Personal	Item 48		
	Reconocimiento de Superiores	Item 38		
	Orientación en las actividades	Item 36		
	Conductas en el Trabajo	Item 46		

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Clima Organizacional: Es el nombre dado al ambiente generado por las emociones de los miembros de un grupo u organización, el cual está relacionado con la motivación de los empleados.

Estrategia: Es un conjunto de compromisos y acciones, integrados y coordinados, diseñados para explotar las competencias centrales y lograr una ventaja competitiva.

Gestión: Conjunto de diligencias que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un producto determinado. Se asume como dirección y gobierno, las actividades para hacer que las cosas funcionen, con capacidad para generar procesos de transformación de la realidad.

Motivación: Es definida actualmente dentro del ámbito laboral como un proceso que activa, orienta, dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados.

Talento Humano: Es el aumento en la capacidad de producción del trabajo alcanzada en las mejoras de las capacidades de los trabajadores. Se refiere al conocimiento práctico, las habilidades adquiridas y las capacidades aprendidas de un individuo que lo hacen potencialmente productivo.

Management Corporativo: Desarrollo de la cultura organizacional o corporativa trabajando mapas mentales de la organización alineada a su plan.

Medios Digitales: Son aquellos formatos a través de los cuales se puede crear, observar y transformar la información

Acciones comunicacionales: Desarrollo de actividades relacionadas con los medios comunicacionales.

Fuentes informales de Información: Se conforma en torno a las relaciones sociales de los miembros, y surge siempre que un miembro siente la necesidad de comunicarse con otro sin que exista ningún canal formal para ello, o si los que existen son inadecuados, es decir, son las interacciones que conforman relaciones no reguladas por la comunicación formal. Este tipo de comunicación aparece donde la comunicación formal es insuficiente para las necesidades emocionales y de información de los miembros de la organización. Estas redes ayudan a mantener relaciones sociales ajenas a las relaciones estipuladas en las normas.

La comunicación informal se produce de manera espontánea y no obedece a patrones de comportamiento establecidos por la organización, es reconocida como una forma básica de conocimiento del otro, de incorporar información de carácter situacional (quién es, qué hace)

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

En este capítulo se presentaran los procesos de investigación que implica el cumplimiento de pasos para la obtención de los resultados de este estudio. Inicialmente se planteara el enfoque, el propósito y alcance de la investigación, para luego plantear el diseño que abarca la población y la muestra, posteriormente las técnicas e instrumentos de recolección de datos, su validez y tratamiento estadístico o procesamiento.

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se ubica bajo el paradigma positivista o empírico debido a que se plantea como principio la neutralidad valorativa, lo que quiere decir que el investigador se ubicara en una posición neutral. De acuerdo con el propósito la presente investigación se cataloga como de tipo descriptiva debido a que abarca la descripción e interpretación real de la naturaleza del problema planteado. En este sentido indica Hernández, Fernández y Baptista (2010) “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (p. 80) de manera que se pretende medir y recoger información de manera conjunta de las dos variables que se manejan como lo son la comunicación y la calidad de vida en el trabajo.

Otra definición es la que aporta Fideas (2006) afirma que:

La investigación de tipo descriptiva consiste en la caracterización del hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de

investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos. (p. 24).

De manera que Fidias coincide con Hernández en cuanto a que las características del universo son identificadas señalando sus formas de conducta y estableciendo comportamientos concretos de manera que permitan comprobar la relación que existe entre las variables.

3.1.1. Diseño de la investigación

Una vez definido el alcance de la investigación se presenta la definición del diseño de la investigación aplicado al contexto particular del presente estudio. Este estudio no pretende manipular las variables, solamente se pretende observar las mismas tal y como se dan en su contexto natural para posteriormente poder analizarlas, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) el diseño no experimental es definido de la siguiente forma:

En un estudio no experimental no se genera ninguna situación, si no que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables no independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene el control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas, porque ya sucedieron al igual que sus efectos. (p.149)

El diseño de la investigación se define como de campo, es decir la misma será realizada en las oficinas de gestión administrativa de una empresa dedicada a la administración de centros comerciales ubicada en la ciudad de Valencia, Estado Carabobo, Venezuela

Las investigaciones de campo según Sabino (1992)

Se basan en informaciones o datos primarios, obtenidos directamente de la realidad. Su innegable valor reside en que a través de ellos el investigador puede cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han conseguido sus datos, haciendo posible su revisión o modificación en el caso de que surjan dudas o respecto a su calidad. (p.76)

Definitivamente esta característica dota a la presente investigación de un nivel mayor de confianza para la información obtenida debido a que se da directamente en el sitio donde se encuentra el objeto de estudio, lo que otorga un conocimiento más acentuado del problema para poder manejar los datos con mayor seguridad, esto evita la manipulación de datos que alteren las condiciones existentes. También Fidias (2012) la define como:

“Aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones.” (p.31)

3.2. POBLACIÓN

Según Selltiz (Citado en Hernández, Fernández y Baptista. 2010) “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.” (p.174).

Para Fidias (2006) “Asegura que la población objetivo es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de investigación.” (p.81)

Sobre la base de las definiciones sobre población planteadas se establece que la población de esta investigación está conformada por el personal integrante de una

empresa dedicada a la administración de centros comerciales ubicada en la ciudad de Valencia, Estado Carabobo, Venezuela compuesta por 18 sujetos entre los cuales destacan contralor, gerentes, y personal administrativa, la población presenta las siguientes características, son provenientes del estado Aragua y Carabobo, tienen grado de instrucción de universitarios, técnicos y educación básica completa, edades comprendidas entre los 23 y 55 años, de cualquier nacionalidad. Queda definido que la población es finita debido a que se conoce la totalidad de los sujetos en consecuencia no se amerita la determinación de la muestra ni un proceso de muestreo, razón por la cual se asumirá la totalidad de la misma. La distribución de la población se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro Nro. 04
Distribución de la Población

Departamentos	Contralor	Gerente	Jefes	Analistas	Asistente	Cajera	Recepcionista
Contraloría	1	0	0	0	0	0	0
Gerencia General	0	1	0	0	0	0	0
Compras	0	0	0	2	0	0	0
Cuentas por Pagar	0	0	0	3	0	0	0
Contabilidad	0	0	0	4	0	0	0
Cartera Secundaria	0	0	0	1	0	0	0
Condominios	0	0	0	1	0	0	0
Recepción	0	0	0	0	0	0	1
Cobranzas	0	0	1	0	2	0	0
Caja	0	0	0	0	0	1	0
Empleados	1	1	1	11	2	1	1
Total Población	18						

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas o instrumentos de recolección de datos están referidas a los procedimientos o estrategias que fueron utilizadas para la realización de la presente investigación. Según lo define Sabino (1992), “las técnicas de recolección de datos son la implementación instrumental del diseño escogido. Ambos elementos se sintetizan en la confección de determinados instrumentos de recolección de datos”. (p.44) de manera que del diseño de la investigación y del problema planteado en la misma pueden usarse diferentes tipos de técnicas e instrumentos, por su parte Balestrini (1997) “Son un conjunto de técnicas que permitirán cumplir con el paradigma científico, vinculados a el carácter específico de las diferentes etapas de este proceso investigativo y especialmente referidos al momento teórico y al momento metodológico de la investigación”. (p.145)

Esta investigación usara como técnica de recolección de datos la encuesta, técnica utilizada específicamente para establecer una relación entre e el sujeto y el objeto de estudio, para Bueno (2003)

La encuesta es uno de los métodos que permite obtener información sobre los fenómenos y procesos, que no puede ser adquirida a partir de la observación directa ni de los distintos documentos existentes. Una encuesta planificada y realizada de manera metódicamente correcta facilita el análisis de muchos hechos y situaciones sociales, de ahí el peso tan grande en las investigaciones sociales. (p.70)

Las encuestas constituyen entonces los instrumentos de recolección de información más utilizados para este tipo de investigación y se basa en la aplicación de un instrumento de recolección de información muy cuidadosamente diseñado denominado cuestionario, cuya finalidad es obtener de una manera ordenada y sistematizada la información de la población que es objeto de este estudio. Los cuestionarios según Sampieri (1997) “consiste en un conjunto de preguntas respecto

a una o más variables a medir”. (p.323) a esto se le puede añadir lo que en relación a las ventajas del cuestionario expone Sabino (1992)

La calidad de los datos obtenidos se incrementa, pues, al desaparecer la situación de interacción, se eliminan las posibles distorsiones que la presencia del entrevistados suele traer, ya sea por la forma de hablar, de enfatizar palabras u oraciones, de dirigir inconscientemente las respuestas o ya sea que por su misma presencia física, que pueda retraer o inhibir al entrevistado. (p.128)

Otra característica de importancia de la encuesta es que ya ellos contemplan una alternativa de respuesta fija ofrecida para la elección del entrevistado lo que permite analizar las respuestas de una manera más organizada y sencilla.

A la luz de estos enunciados, fue diseñado un (01) cuestionario que van dirigidos a las fuentes primarias con el objeto de analizar en una primera parte la comunicación interna entre gerentes y empleados de la empresa. Para esta primera fase del cuestionario se confeccionaron preguntas que permitirán únicamente un análisis estadístico a cerca de la anatomía de la población haciendo énfasis en los actores y el entorno sobre el cual se da la comunicación interna es por ello que en esta primera parte del cuestionario se encontrarán variables nominales que solo incluyen dos categorías denominas dicotómicas y variables que contienen tres o más categorías denominadas categóricas.

En su segunda parte en la que se evalúa indicadores relacionados a los estilos comunacionales y la calidad de vida laboral solo se encontraran un conjunto de afirmaciones que contendrán como alternativa de respuestas una escala de actitudes, la cual quedara codificada de la siguiente manera: Totalmente de Acuerdo (TA = 5), De Acuerdo (DA = 4), Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo (NAND = 3), En Desacuerdo (ED = 2), Totalmente en desacuerdo (TD =1).

Las actitudes no son más que una predisposición para responder algo de una forma favorable o desfavorable según Sampieri (1997) “Las actitudes están relacionadas con el comportamiento que mantenemos en torno a los objetos a que hacen referencia” (p.303) con esto el autor pretende explicar que si mi actitud hacia algo es desfavorable probablemente yo no lo haría, o si no estoy de acuerdo con algo es porque mi actitud hacia ese algo es desfavorable. Las actitudes vienen cargadas de diversas propiedades entre las que se destacan la dirección y la intensidad, propiedades que resultan de mucho interés para la presente investigación.

En cuanto al método utilizado en esta segunda parte del cuestionario es un método desarrollado por Rensis Likert el cual consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones de los cuales se le pide al sujeto indique su reacción ante tal afirmación eligiendo una de las cinco alternativas antes mencionada, a los cuales previamente les fue asignado un valor numérico que permitirá al final conocer la puntuación final obtenida en relación a todas las afirmaciones,

Definir la escala de likert: Sirven para medir la confiabilidad del instrumento, con esta escala no se permite ítems dicotómicos como opciones de respuestas correctas o incorrectas, es decir, que el sujeto va a emitir una respuesta dependiendo del valor de la escala que representa conductas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

A fin de dar cumplimiento a los objetivos 1 y 2 del presente trabajo de investigación, se recopiló la información a través del cuestionario diseñado, y posteriormente se procedió a su codificación, tabulación y análisis en el cual se dará respuesta al objetivo 3.

La información que surge del cuestionario se refleja con valores de manera porcentual y absolutos a través de cuadros y gráficos. Dichos resultados se presentan formulando la pregunta, luego se codifican las respuestas en sus cuadros respectivos para reflejarlo en los gráficos correspondientes, de manera porcentual en función a las respuestas de los encuestados y por último se presenta un breve análisis del resultado de cada pregunta.

El instrumento se aplicó a diez y ocho (18) empleados que laboran en la empresa, los resultados se presentan de acuerdo a cada uno de los indicadores que se tomaron en cuenta en la fase de diseño de la investigación.

4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:

Se procedió a realizar el análisis en interpretación de los resultados obtenidos, en relación a los objetivos planteados en la investigación.

A efecto del presente estudio, el análisis de los datos tuvo como propósito responder a las interrogantes antes planteadas, permitiendo de esta manera diagnosticar la necesidad de constatar los efectos del proceso de comunicación interna entre gerentes y personal administrativos en la calidad de la vida laboral en una organización laboral

Por consiguiente, los datos logrados fueron examinados bajo la técnica de frecuencia porcentual, presentando los resultados obtenidos en las graficas, circulares, de manera tal que faciliten representar las respuestas emitidas por los trabajadores encuestados; permitiendo exponer detalladamente los resultados del estudio realizado a la información recabada mediante la aplicación del instrumento, una vez aplicado el mismo se determino la importancia que tiene establecer los factores comunicacionales.

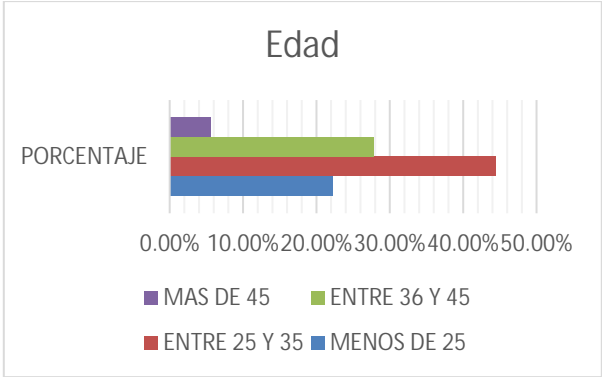
Variable: Comunicación Interna.

Dimensión: Fuentes

Indicadores: Edad, Sexo, Tiempo en la Organización, Calificación del Cargo.

Grafico Nro. 1

Edad

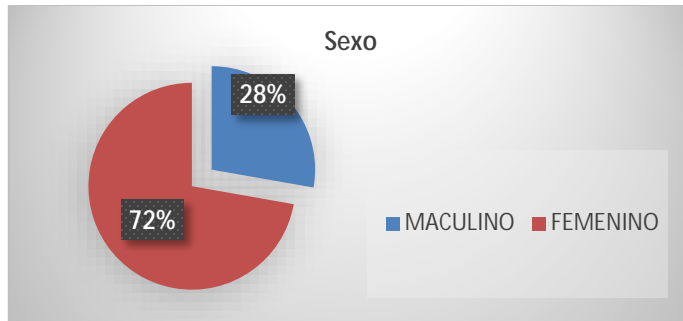


Fuente: Pandares (2019)

En los resultados obtenidos se puede observar que el 44,44% de la población oscila entre 25 y 35 años, 27,78% poseen entre 36 y 45 años, un 22,22% tiene menos de 25 años y un 5,56% es mayor de 45 años.

Grafico Nro.2

Sexo



Fuente: Pandares (2019)

En este grafico se observa que del personal que labora en la empresa el 72% es Femenino y el 28% son de sexo Masculino.

Grafico Nro. 3

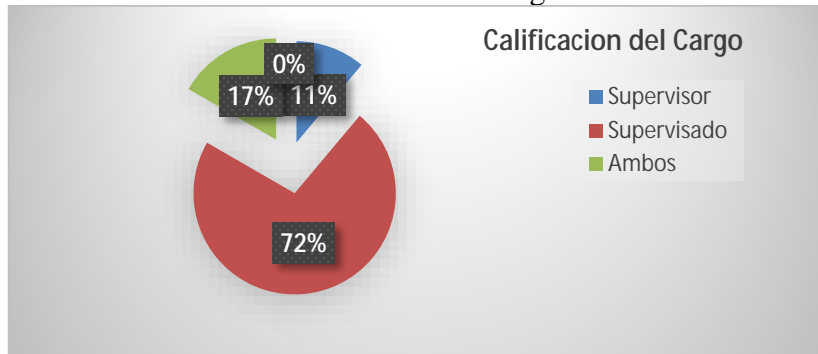
Tiempo en la Organización



Fuente: Pandares (2019)

Los resultados obtenidos fueron agrupados de la siguiente forma el 61% tiene en la organización entre 1 y 5 años, el 28% tiene entre 6 y 10 años, existe también un 6% que tiene menos de 1 año y otro 6% que tiene más de 11 años trabajando para la empresa.

Grafico nro. 4
Calificación del Cargo



Fuente: Pandares (2019)

El resultado de indicador esta presentado de la siguiente forma: el 11% del personal de la empresa es supervisor, el 72 % son unicamente supervisados, mientras que el 17% es supervisor y supervisado a la vez.

Variable: Comunicación Interna

Dimensión: Entorno

Indicadores: Conocimiento de la Misión de la Empresa, Conocimiento de la visión; Responsabilidad de Comunicar, acceso a la comunicación Digital

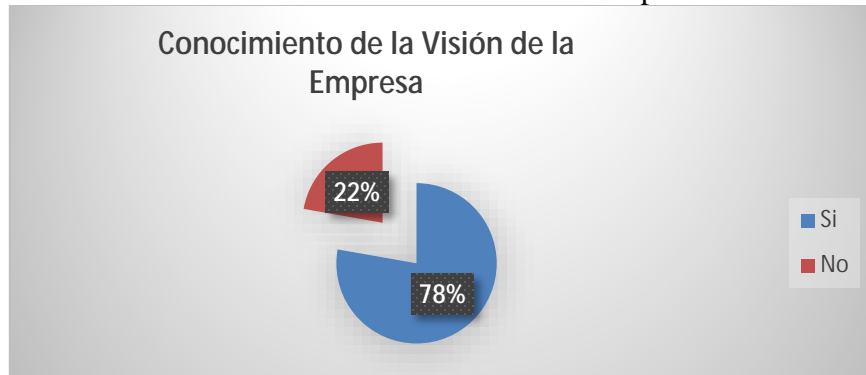
Grafico Nro. 5
Conocimiento de la Misión de la Empresa



Fuente: Pandares (2019)

Los resultados indican que el 78% de los empleados de la empresa conoce la misión de la misma y el 22% no la conoce.

Grafico Nro. 6
 Conocimiento de la Visión de la Empresa



Fuente: Pandares (2019)

Los resultados indican que el 78% de los empleados de la empresa conoce la Visión de la misma y el 22% no la conoce.

Grafico Nro. 7
 Responsabilidad de la Comunicación Interna

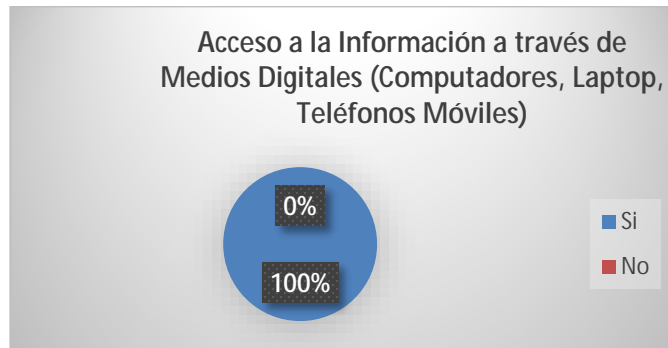


Fuente: Pandares (2019)

Los resultados obtenidos permiten conocer que según el 44,4% de los empleados la responsabilidad de promover la comunicación interna es de todo el personal, mientras que el 27,7% piensa que no es responsabilidad de nadie, el 22,2% cree que es responsabilidad de los gerentes, y un 5,5% piensa que es responsabilidad del departamento de RRHH.

Grafico Nro. 8

Acceso a la Información Digital



Fuente: Pandares (2019)

Como resultado se logro conocer que el 100% de los empleados tiene acceso a la información a través de medios digitales (Computadores, Laptops, Teléfonos, Móviles).

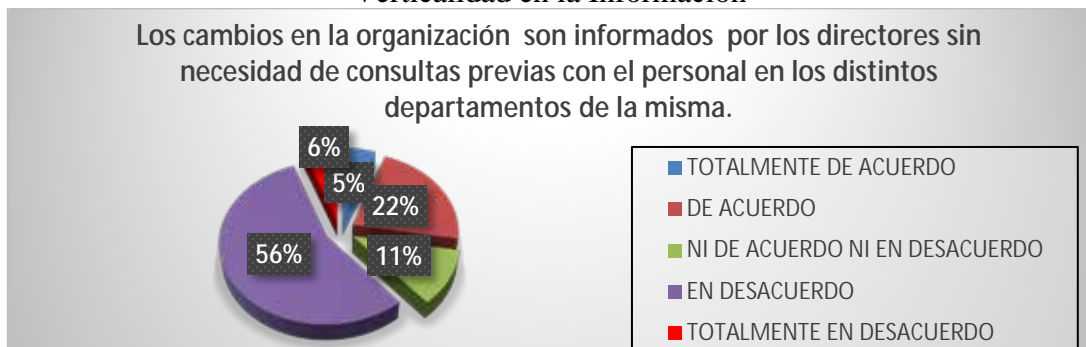
Variable: Comunicación Interna

Dimensión: Gestión comunicacional

Indicador: Verticalidad de la Información, Horizontalidad de la Información, Influencia en los Empleados y Direccionalidad de la Comunicación.

Grafico Nro. 9

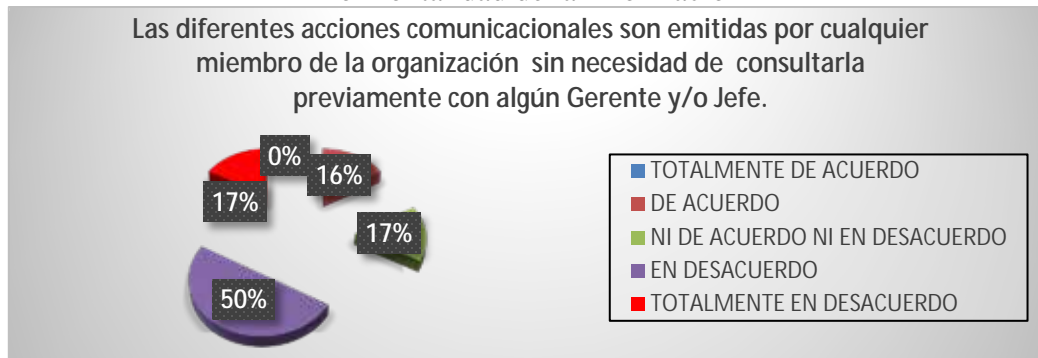
Verticalidad en la Información



Fuente: Pandares (2019)

Como resultado se pudo conocer que el 56% de los empleados está en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 6% está totalmente en desacuerdo, en contraposición a esta afirmación se encuentra el 22% que está de acuerdo y un 5% que está totalmente de acuerdo, también existe un 11% que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

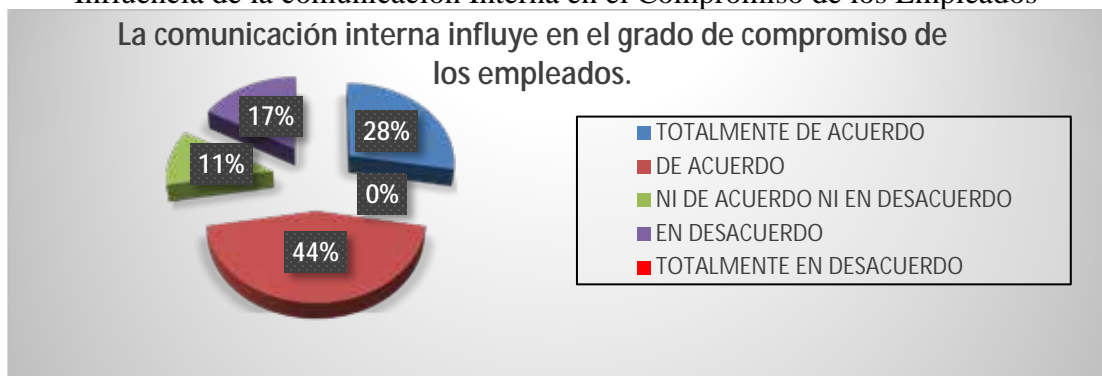
Grafico Nro. 10
Horizontalidad de la Información



Fuente: Pandares (2019)

En la lectura del Grafico Nro. 10 se evidencia que el 50% de los empleados no cree que las acciones comunicacionales emitidas por ellos sean sin necesidad de consultarla previamente con un superior, el 17% manifiesta estar totalmente en desacuerdo a diferencia del 16% que está de acuerdo con la afirmación y un 17% que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Grafico Nro. 11
Influencia de la comunicación Interna en el Compromiso de los Empleados
La comunicación interna influye en el grado de compromiso de los empleados.

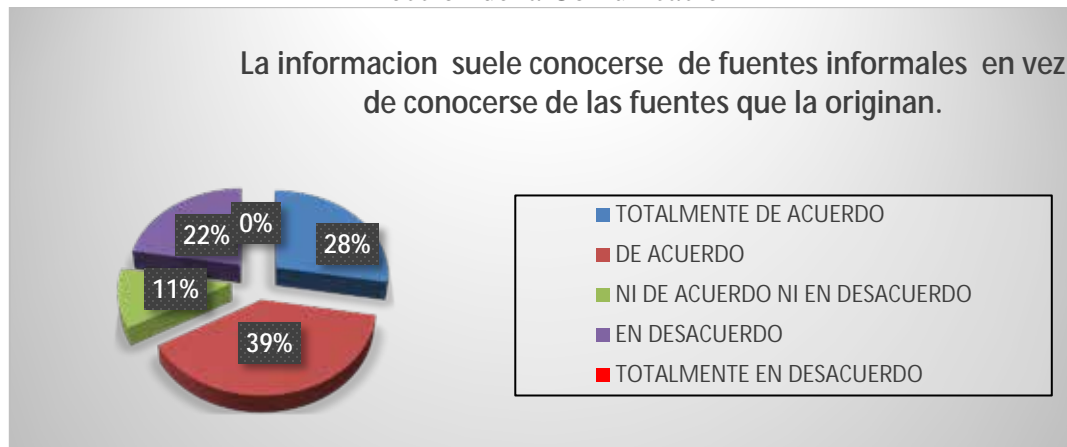


Fuente: Pandares (2019)

Este indicador muestra que existe un 44% de empleados que esta en desacuerdo con que la comunicación interna influye en el grado de compromiso de los empleados, el

28% están totalmente de acuerdo mientras que existe un 17% que están en desacuerdo, también existe un 11% que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Grafico Nro. 12
Dirección de la Comunicación



Fuente: Pandares (2019)

La información que aporte este indicador concluye que un 39% de los empleados están de acuerdo y un 28% totalmente de acuerdo en que la información no se conoce de las fuentes oficiales que la originan mientras que existe un 22% que está en desacuerdo y un 11% que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Variable: Comunicación Interna

Dimensión: Estilos Comunicacionales

Indicador: Participación, Canalización de Ideas, Confianza en la Información

Aceptación de Sugerencias.

Grafico Nro. 13
Participación



Fuente: Pandares (2019)

Al leer este grafico se puede extraer el 33% está en desacuerdo y el 11% están totalmente en desacuerdo con que los directivos, Gerentes o Jefes aceptan recomendaciones de los empleados relacionados a la comunicación que se lleva a cabo en las diferentes aéreas, mientras que un 34% si está de acuerdo y un 22% que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

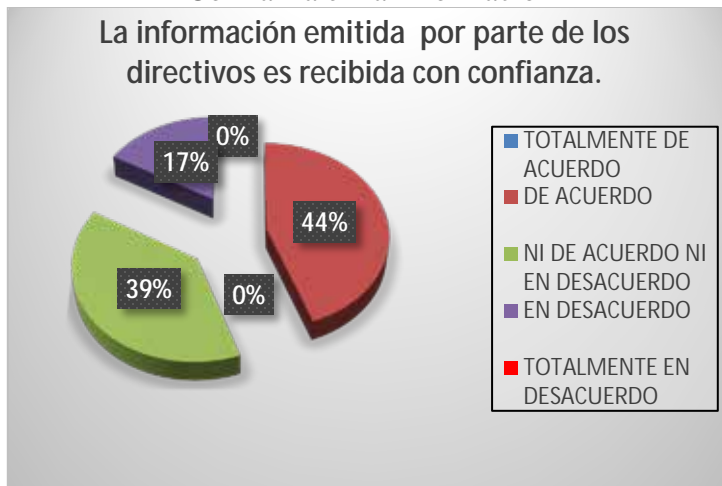
Grafico Nro. 14
Canalización de Ideas



Fuente: Pandares (2019)

A través de este grafico se conoce que un 50% cree que los miembros de la organización tienen posibilidades de defender sus ideas al momento de un conflicto frente a grupos de poder o presión, existe también un 6% que está totalmente de acuerdo mientras que solo un 22% está en desacuerdo y otro 22% que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

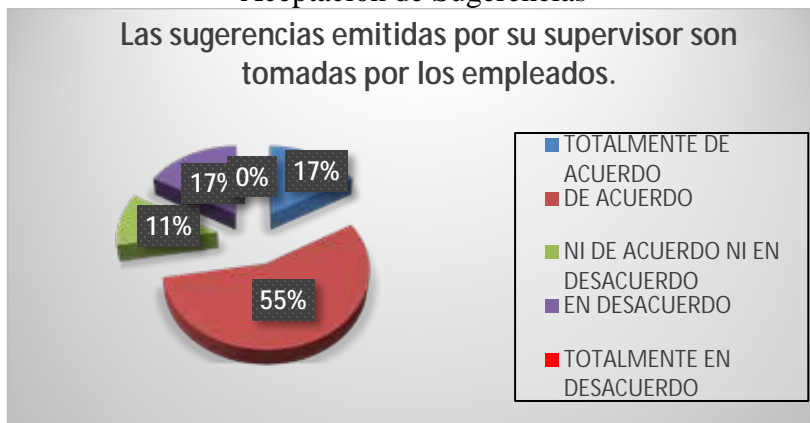
Grafico Nro. 15
 Confianza en la Información



Fuente: Pandares (2019)

Claramente se evidencia con este grafico que existe un 44% que confía en la información emitida por los directivos o Gerentes mientras que un 39% esta indeciso y un 17% no confían en lo que le dicen sus superiores.

Grafico Nro. 16
 Aceptación de Sugerencias



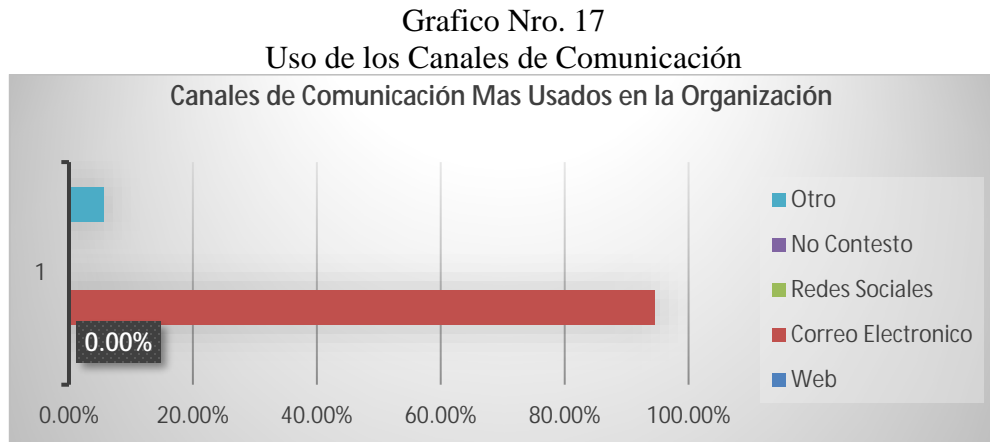
Fuente: Pandares (2019)

Este indicador muestra que Un 55% esta de acuerdo y un 17% totalmente de acuerdo en que toman las sugerencias emitidas por su jefe y supervisores mientras que un 11% manifiestan no estar de acuerdo ni en desacuerdo con las mismas y un 17% reconoce que no las tiene en cuenta.

Variable: Comunicación Interna

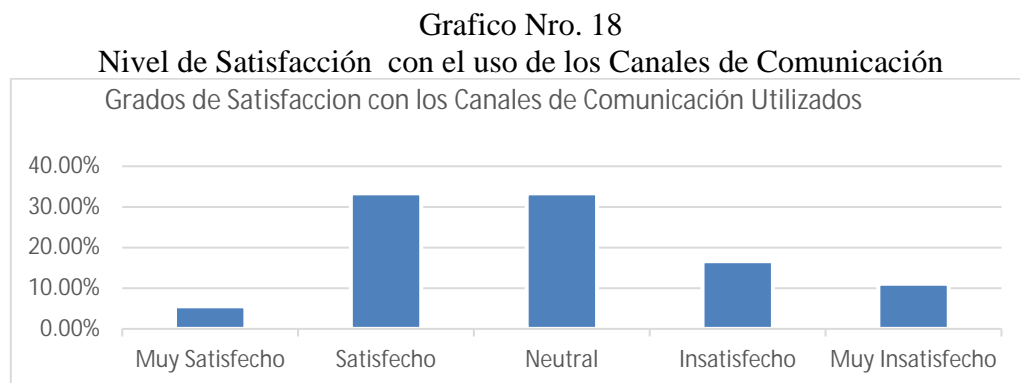
Dimensión: Medios de Comunicación

Indicador: Uso de los canales de comunicación, Nivel de satisfacción con los canales de comunicación, Interés con los canales de Comunicación, Necesidad de Nuevos canales de comunicación.



Fuente: Pandares (2019)

Este indicador permite conocer que el canal de comunicación mas usado en la organización es el correo electrónico, el cual es usado por un 94,44% mientras que un 5,56 indica que usa otros canales de comunicación.



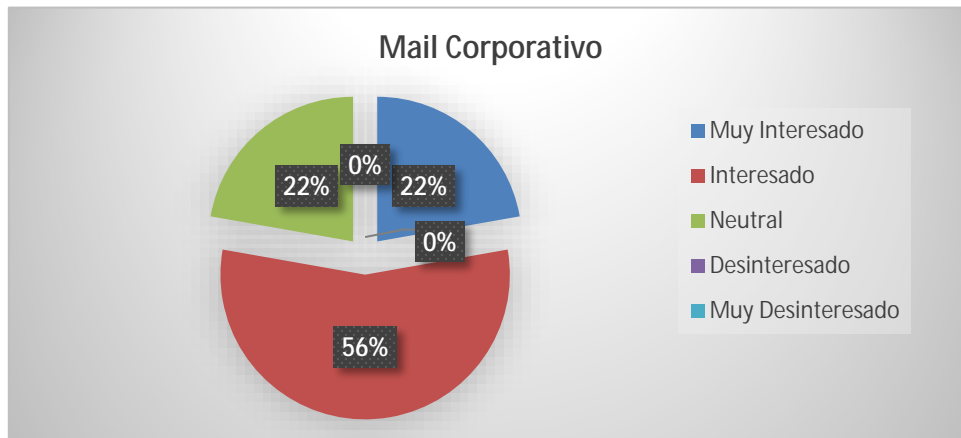
Fuente: Pandares (2019)

Este indicador busca conocer el nivel de satisfacción, arrojando como resultado que el 5,5% está muy satisfecho y el 33,3% está satisfecho con el uso de los canales de

comunicación mientras que existe un 33,3% que opina de manera neutral y un 16,6% se encuentra insatisfecho y el 11,1% está muy insatisfecho.

Grafico Nro. 19

Interés hacia los canales de comunicación - Mail corporativo

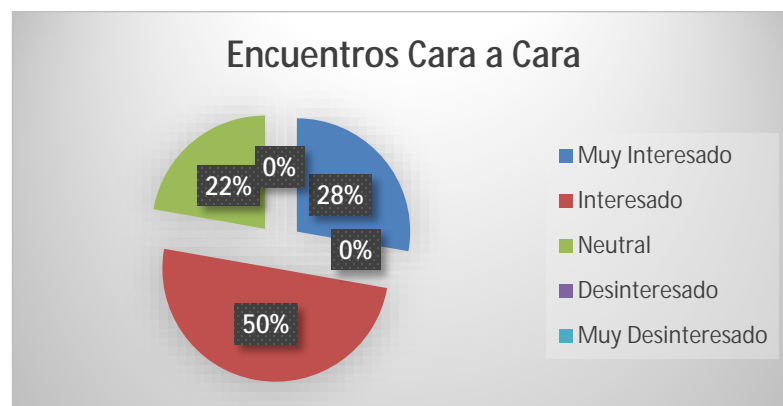


Fuente: Pandares (2019)

Con este grafico se puede ver que existe un 56% muy interesado, un 22% Muy interesado y un 22% que se muestra neutral ante el uso del Mail corporativo.

Grafico Nro. 20

Interés hacia los canales de comunicación - Encuentros cara a Cara

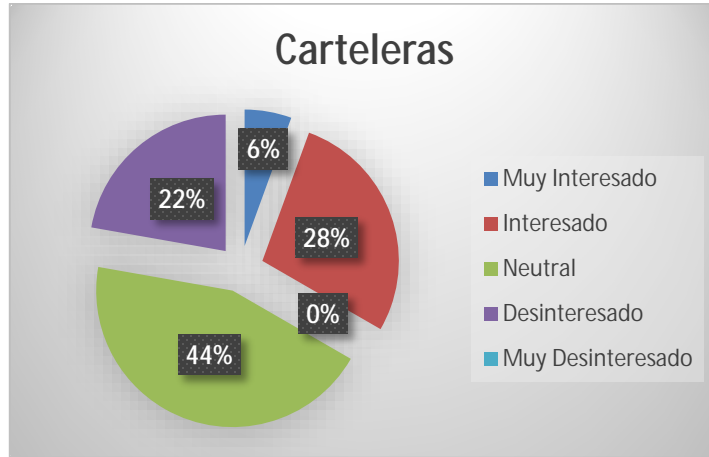


Fuente: Pandares (2019)

En este grafico se refleja que existe un 28% muy interesado, un 50% interesado y para un 22% es indiferente el uso de los encuentros cara a cara.

Grafico Nro. 21

Interés hacia los canales de comunicación - Carteleras

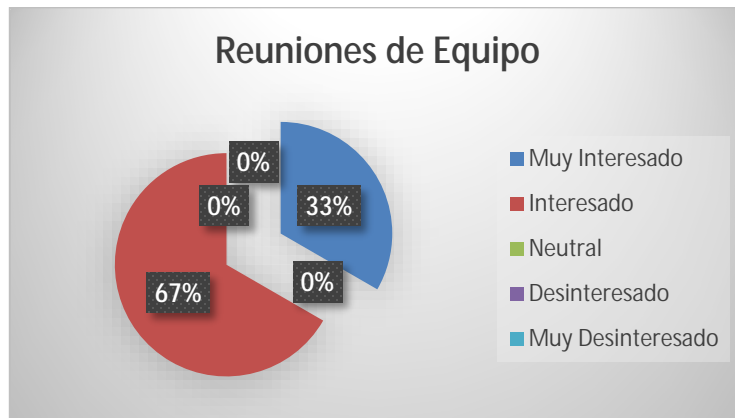


Fuente: Pandares (2019)

Este grafico aporta que existe un 44% que le es indiferente el uso de carteleras mientras que un 6 está muy interesado , un 28% está interesado y finalmente a un 22% no le interesa el uso de carteleras.

Grafico Nro. 22

Interes hacia los canales de comunicación - Reuniones de Equipo

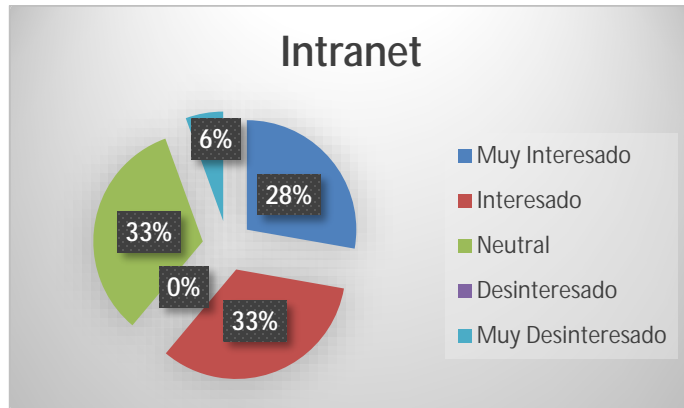


Fuente: Pandares (2019)

En este grafico se puede evidenciar que a un 67% de los empleados de la empresa les interesa las reuniones de equipo y existe un 33% que está muy interesado.

Grafico Nro. 23

Interés hacia los canales de comunicación - Intranet

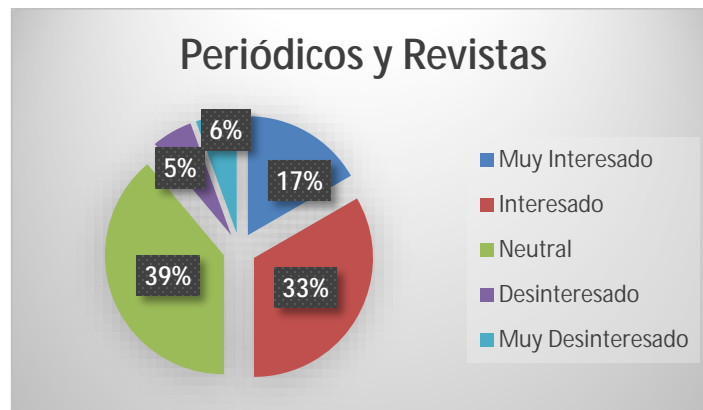


Fuente: Pandares (2019)

En relación al Intranet existe un 28% muy interesado un 33% interesado un 33% al que le es indiferente y un 6% al cual no le interesa.

Grafico Nro. 24

Interés hacia los canales de comunicación - Periódicos y Revistas



Fuente: Pandares (2019)

En cuanto a los periódicos y revistas existe un 17% muy interesado un 33% interesado para el 39% es indiferente y los desinteresados en este medio son un 5% y los muy desinteresados son 6%

Grafico Nro. 25

Interés hacia los canales de comunicación - Celebraciones y eventos



Fuente: Pandares (2019)

Las celebraciones y eventos son de interés para el 50% de la población un 11% esta muy interesado, para un 39% es indiferente y no hay desinteresados en este medio de comunicación.

Grafico Nro. 26

Interés hacia los canales de comunicación- Reuniones de Resultados

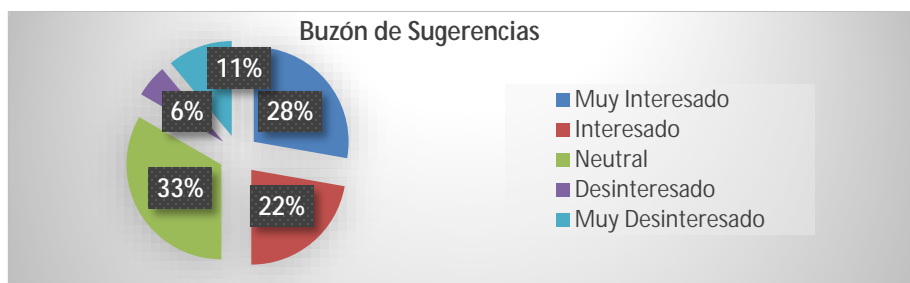


Fuente: Pandares (2019)

Las reuniones de Resultados son de mucho interés para un 39% de los empleados y de interés para otro 39% mientras que al 11% les es indiferente y otro 11% está muy desinteresado.

Grafico Nro. 27

Interés hacia los canales de comunicación - Buzón de sugerencias

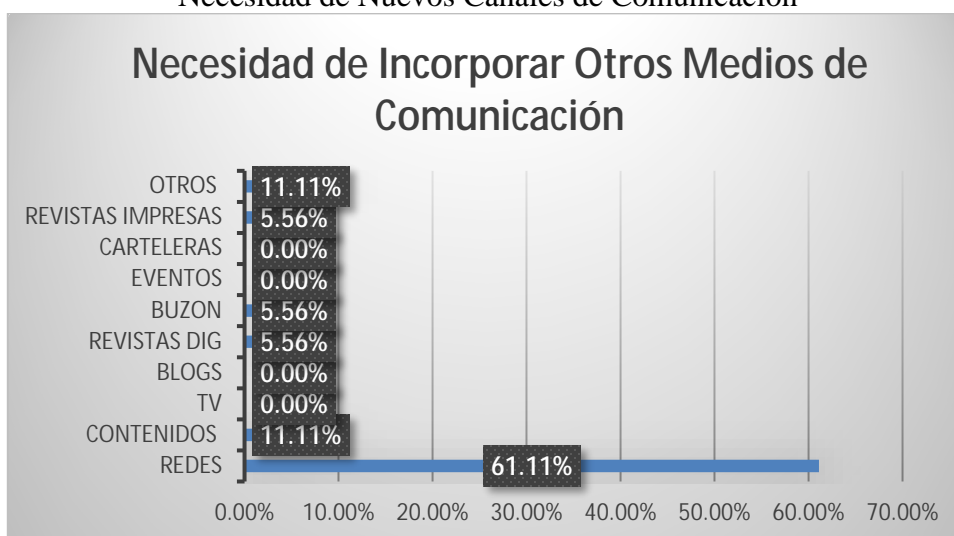


Fuente: Pandares (2019)

Para el 28% de los empleados es de mucho interés el buzón de sugerencia le sigue un 22% que está interesado, un 33% al que le es indiferente y un 6% desinteresado y los muy desinteresados son un 11%

Grafico Nro. 28

Necesidad de Nuevos Canales de Comunicación



Fuente: Pandares (2019)

En cuanto a las necesidades de canales de comunicación el grafico indica que el 61,11% indica que necesita Redes sociales, seguido por un 11,11% que indico que descarga de contenidos, un 11,11% indicaron otros canales, por su parte las revistas

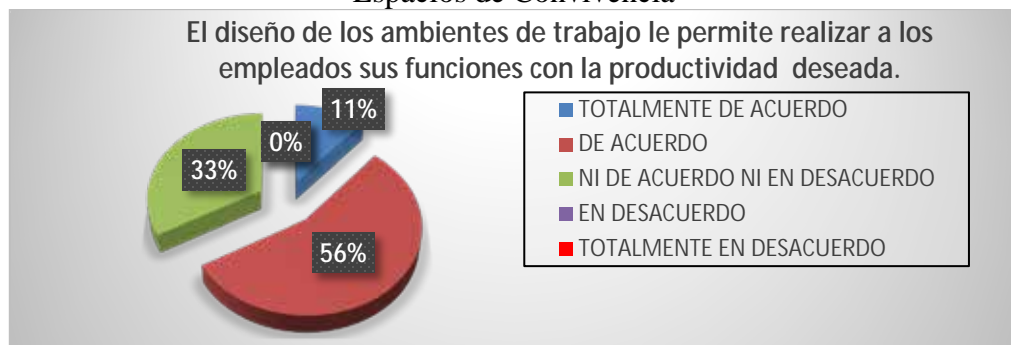
digitales, las revistas impresas y los buzones son considerados como necesarios para el 5,56% de los empleados respectivamente.

Variable: Calidad de Vida Laboral

Dimensión: Condiciones de Bienestar Físico en el Trabajo

Indicador: Espacios de convivencia, espacios de descanso, Salud en el Trabajo, Prevención de riesgos.

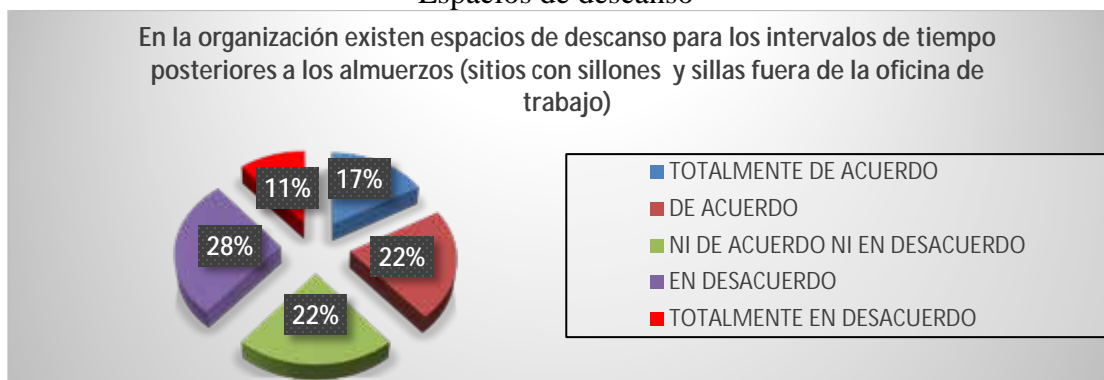
Grafico Nro. 29
Espacios de Convivencia



Fuente: Pandares (2019)

Sobre la consulta realizada en relación a si el diseño de los ambientes de trabajo le permite realizar sus funciones con la productividad deseada se encontró que el 56% esta de acuerdo y el 11% está totalmente de acuerdo, existe un 33% que opina de manera neutral que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y no existen trabajadores que se encuentren en desacuerdo.

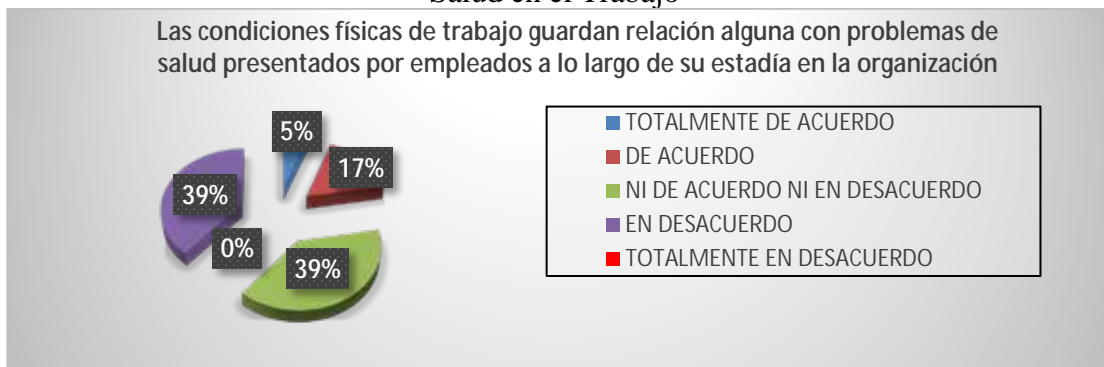
Grafico Nro. 30
Espacios de descanso



Fuente: Pandares (2019)

De la población consultada el 28% está en desacuerdo y 11% totalmente en desacuerdo en que existen en la organización espacios de descanso para los intervalos de tiempo posteriores a los almuerzos, fuera de la oficina de trabajo. Solamente un 22% está de acuerdo y un 17% está totalmente de acuerdo

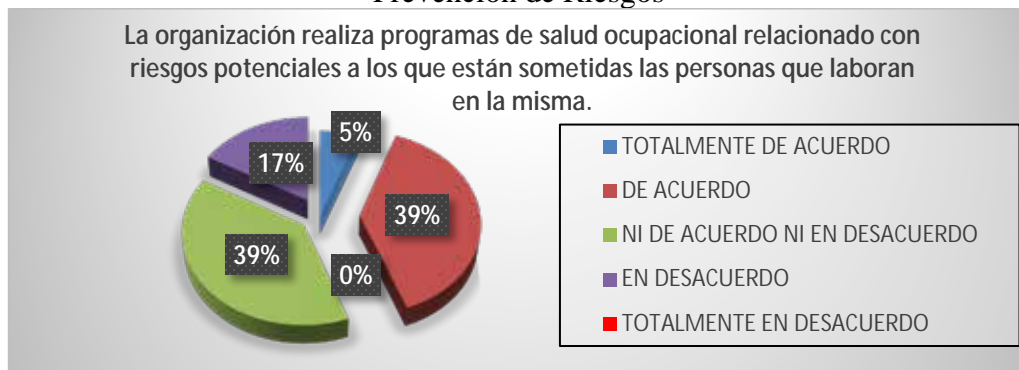
Grafico Nro. 31
Salud en el Trabajo



Fuente: Pandares (2019)

En cuanto a la afirmación sobre si las condiciones físicas del trabajo guardan relación alguna con los problemas de salud presentados por los empleados 39% está en desacuerdo y otro 39% no está de acuerdo ni en desacuerdo a diferencia de un 17% que piensa que si guardan relación y un 5% que está totalmente de acuerdo.

Grafico Nro. 32
Prevención de Riesgos



Fuente: Pandares (2019)

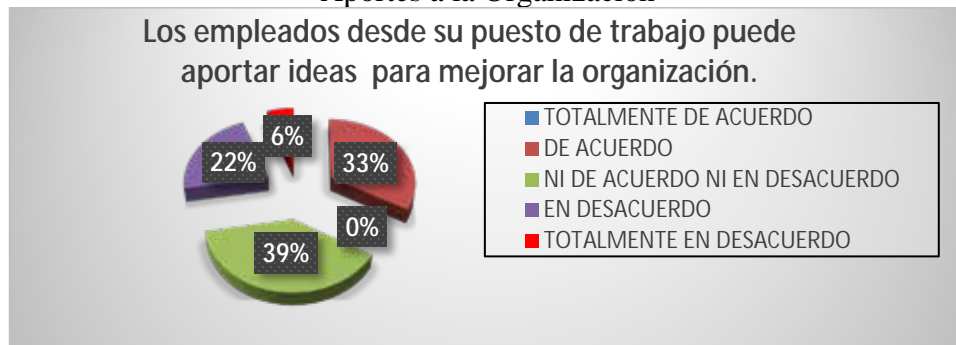
Esta afirmación tiene la intención de medir si los trabajadores perciben que la organización realiza programas de salud ocupacional relacionado con los riesgos potenciales a los que están sometidas las personas que laboran en la misma, encontrándose que un 39% está de acuerdo y un 5% totalmente de acuerdo, a diferencia de un 17% que está en desacuerdo y un 39% no tiene una postura definida en cuanto a si están o no de acuerdo.

Variable: Calidad de Vida Laboral

Dimensión: Oportunidades para Desarrollar las Capacidades Humanas

Indicador: Aportes a la Organización, Trabajo en equipo, Expectativas Profesionales, Desarrollo Creativo

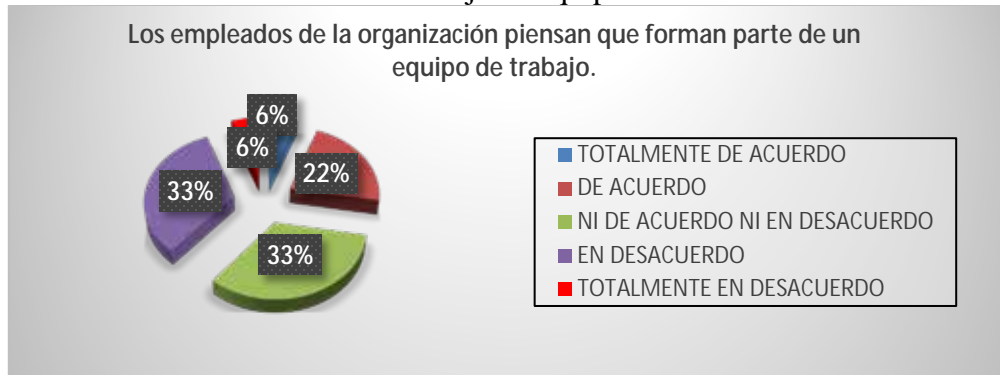
Grafico Nro. 33
Aportes a la Organización



Fuente: Pandares (2019)

Este indicador hace referencia a si cada trabajador desde su cargo aporta ideas para mejorar la organización, encontrándose que un 39% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo siendo esta la opción mas indicada por los trabajadores a diferencia del 33% por ciento que indica que está de acuerdo, un 22% que está en desacuerdo y un 6% totalmente en desacuerdo.

Grafico Nro. 34
Trabajo en equipo



Fuente: Pandares (2019)

Los resultado de este grafico indican que el 33% de los empleados están en desacuerdo con que el trabajo se esté realizando en equipo más un 6% que está totalmente en desacuerdo, otro 33% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y solamente un 22% piensa que se trabaja en equipo

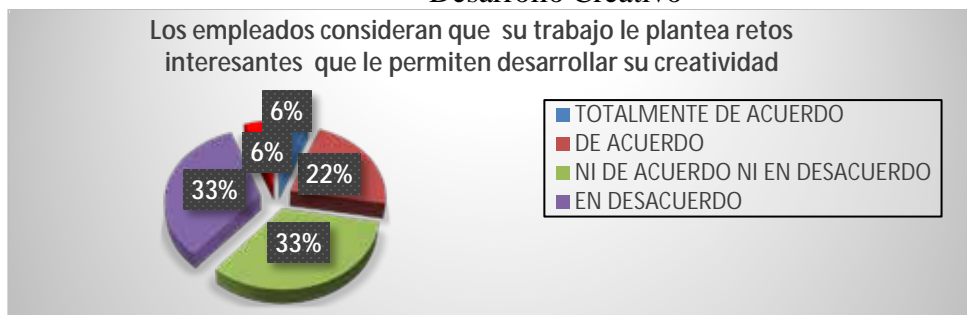
Grafico Nro. 35
Expectativas Profesionales



Fuente: Pandares (2019)

La lectura de este grafico indica que un 44% está de acuerdo con que el trabajo que realiza llena sus aspiraciones tomando en cuenta su carrera o profesión un 28% aun no lo sabe y un 11% junto con otro 17% estaba en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente.

Grafico Nro. 36
Desarrollo Creativo



Fuente: Pandares (2019)

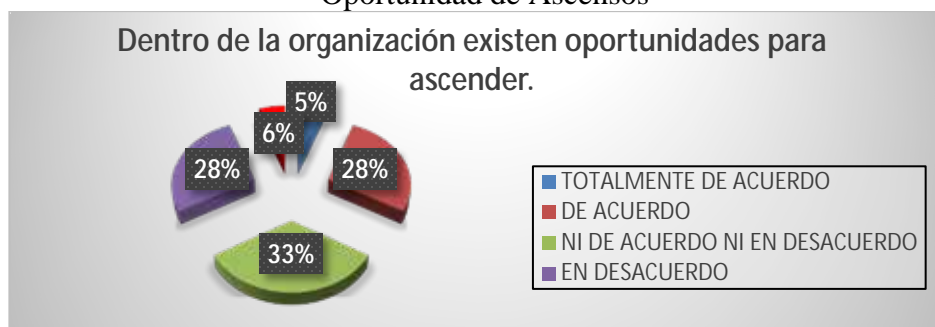
De la población consultada el 33% piensa que su trabajo no le plantea retos interesantes que le permitan desarrollar su creatividad otro 33% piensa de manera neutral y un 22% está de acuerdo con que desarrolla su creatividad y solamente un 6% está totalmente de acuerdo.

Variable: Calidad de Vida Laboral

Dimensión: Oportunidades de Crecimiento Continuo

Indicador: Oportunidad de Ascensos, estímulos, adiestramiento, satisfacción.

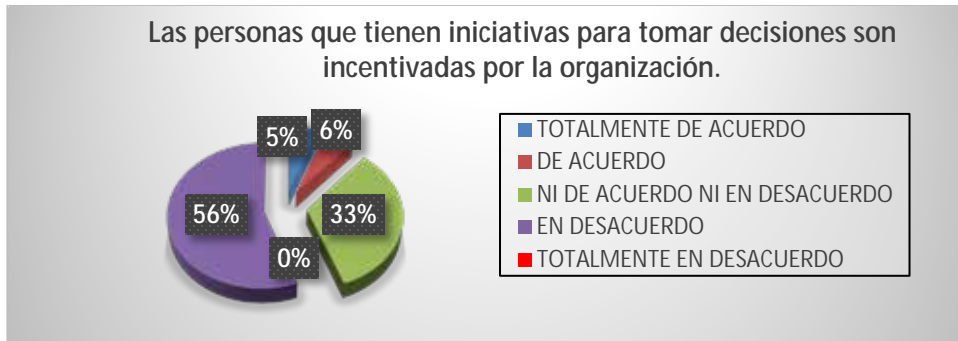
Grafico Nro. 37
Oportunidad de Ascensos



Fuente: Pandares (2019)

En torno a este indicador el resultado muestra que un 33% de los empleados no está seguro de si tiene o no posibilidades de ascenso dentro de la organización, mientras un 28% está de acuerdo y otro grupo que también representa un 28% está en desacuerdo, también existe un 6% que está totalmente seguro de que no tiene posibilidades de ascender y un 5% está totalmente seguro de que si tiene posibilidades.

Grafico nro. 38
Estímulos



Fuente: Pandares (2019)

Este resultado se inclina hacia los que están en desacuerdo representando un 56% de la población en contraposición con un 33% que indica estar indeciso, y un 6% que está de acuerdo y 5% totalmente de acuerdo con que son incentivados por la organización.

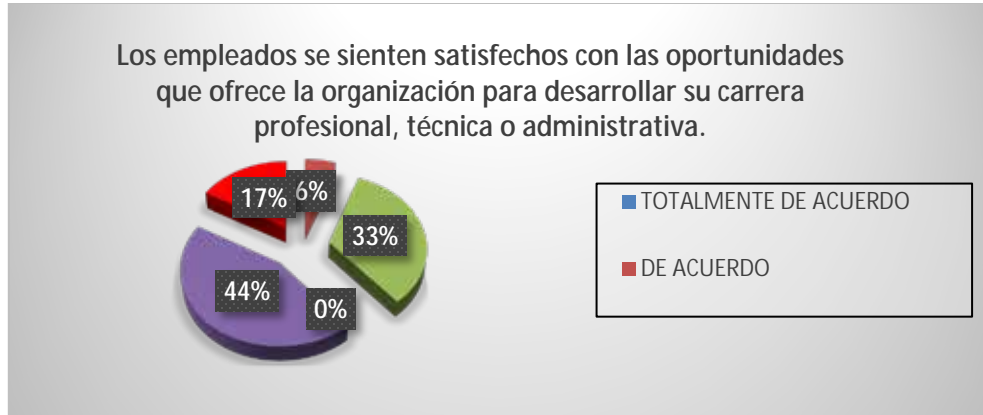
Grafico Nro. 39
Adiestramiento



Fuente: Pandares (2019)

El 22% se encuentra totalmente en desacuerdo y otro 22% está en desacuerdo en que son tomados en cuenta a la hora de elaborar los planes de adiestramiento, existe un 33% que no está seguro y un 17% de acuerdo y 6% totalmente de acuerdo.

Grafico Nro. 40
Satisfacción



Fuente: Pandares (2019)

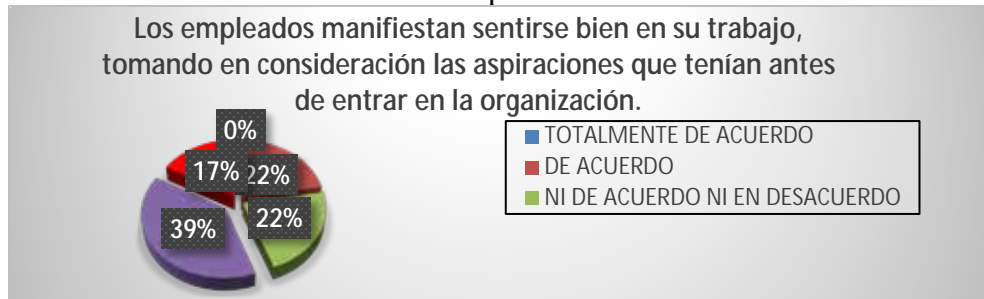
Se puede concluir que un 61% de los trabajadores no está satisfecho representado por un 17% totalmente en desacuerdo y un 44% en desacuerdo, existe un 33% que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y solamente un 6% está de acuerdo.

Variable: Calidad de Vida Laboral

Dimensión: Integración Social en el Trabajo de la Organización

Indicador: Satisfacción de Aspiraciones, identificación con la empresa, Participación, Reconocimiento del Otro.

Grafico Nro. 41
Satisfacción de Aspiraciones



Fuente: Pandares (2019)

Un 17% y 39% indican no sentirse bien en su trabajo considerando las aspiraciones que tenían antes de ingresar en la organización, un 22% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y solo un 22% indica sentirse bien y llena sus aspiraciones.

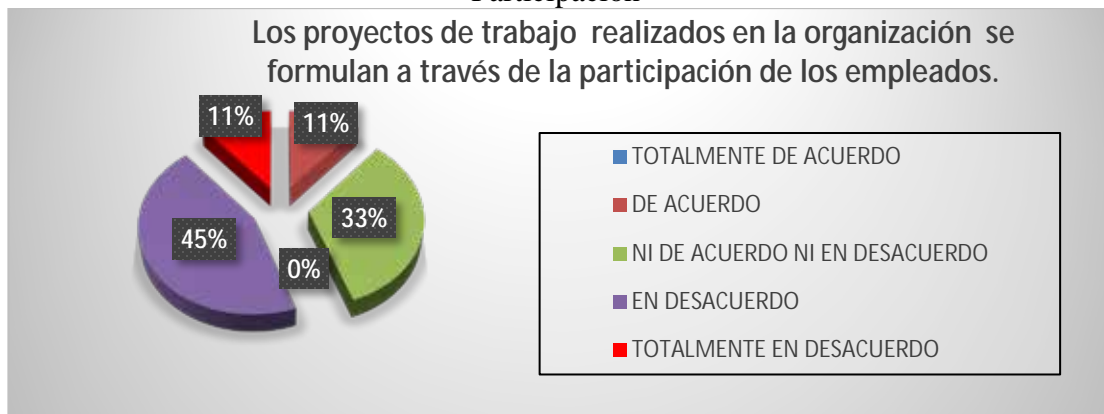
Grafico Nro. 42
Identificación con la Organización



Fuente: Pandares(2019)

Este indicador muestra que un 39% de los empleados se encuentran identificados con el rol que desempeñan dentro de la organización, y otro 39% opinan de una manera neutral, solamente un 21 % no están de acuerdo y de encuentran representados en un 17% en desacuerdo y 5% totalmente en desacuerdo.

Grafico Nro. 43
Participación

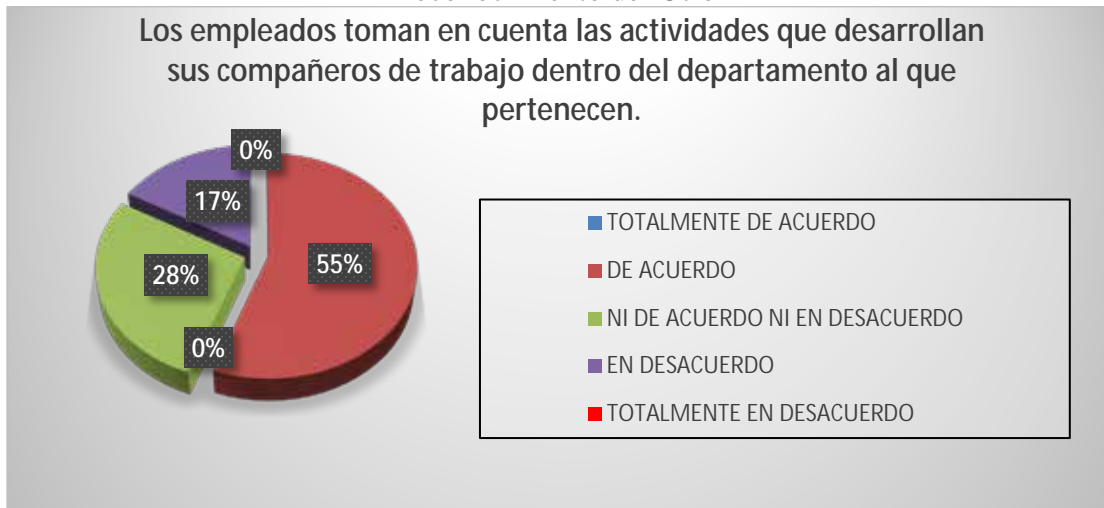


Fuente: Pandares (2019)

Los resultados arrojados para este indicador muestran que un 45% está en desacuerdo más un 11% que está totalmente en desacuerdo con la participación de los

trabajadores en los proyectos que se presentan un 33% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y solamente un 11% está de acuerdo.

Grafico Nro. 44
Reconocimiento del Otro



Fuente: Pandares (2019)

El 55% de los encuestados dice tomar en cuenta las actividades que desarrollan sus compañeros dentro del departamento al que pertenecen, un 28% opina de una manera neutral y 17% no está de acuerdo.

Variable: Calidad de Vida Laboral

Dimensión: Nivel de Remuneraciones

Indicador: Reconocimiento de Beneficios, Reconocimiento de sueldos y salarios, Equidad Salarios – Responsabilidades, Distribución de sueldos.

Grafico Nro. 45
Reconocimiento de Beneficios



Fuente: Pandares (2019)

Para el 55% la población encuestada los beneficios de la empresa no son buenos comparados con otras empresas del sector, 33% están en desacuerdo y 22% totalmente en desacuerdo, un 39% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y solamente un 6% está de acuerdo.

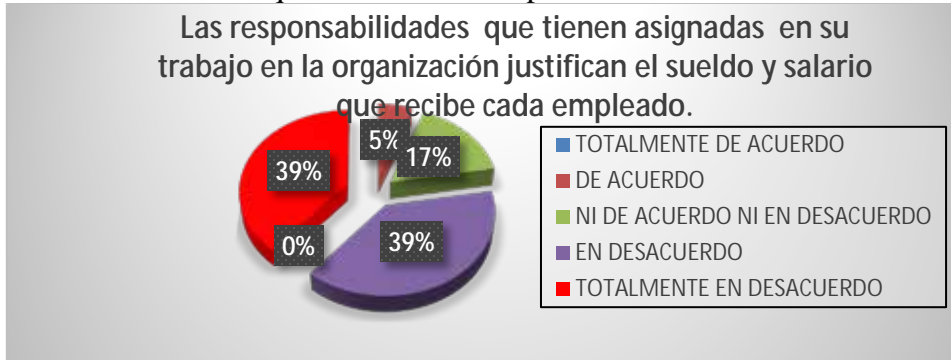
Grafico Nro. 46
Reconocimiento de Sueldos y Salarios



Fuente: Pandares (2019)

En cuando a los beneficios recibidos el 56% más un 22% no creen que representa una contraprestación de su trabajo y un 22% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, no existen empleados que piensen que los beneficios recibidos representen una contraprestación de su trabajo.

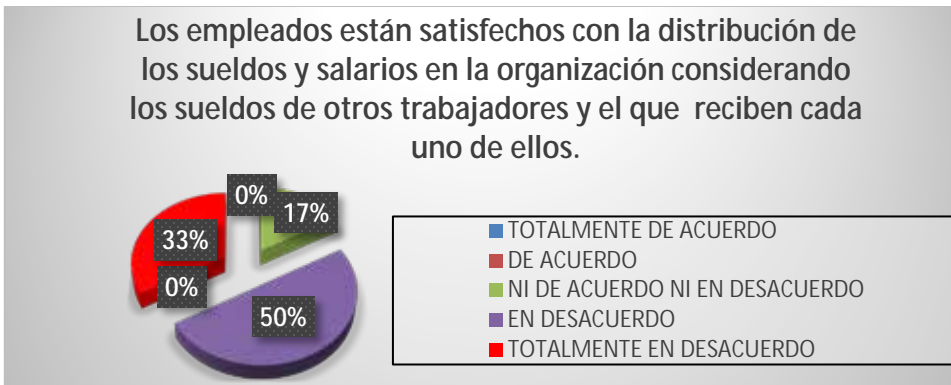
Grafico Nro. 47
Equidad Sueldo - Responsabilidades



Fuente: Pandares (2019)

Un 39% está totalmente en desacuerdo y otro 39% está en desacuerdo de que las responsabilidades asignadas justifican su sueldo, lo que suma un 78%, un 17% opina de una forma neutral y solamente un 5 % está de acuerdo.

Grafico Nro. 48
Distribución de Sueldos



Fuente: Pandares (2019)

83% de la población está en desacuerdo con la distribución de sueldos y un 17% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, no existen personas que estén satisfechas con la distribución de sueldos comparándolos con los que reciben ellos mismos.

Variable: Calidad de Vida Laboral
 Dimensión: Relevancia Social en la Vida Laboral
 Indicador: Participación en la toma de decisiones, Acatamiento de normas,
 Canalización del conocimiento técnico, Influencia en la organización de procesos de trabajo.

Grafico Nro. 49
 Participación en la Toma de Decisiones



Fuente: Pandares (2019)

Los empleados en un 48% no estar seguros de si conocen si tienen participación o no en la toma de decisiones, un 28% reconoce que no tiene participación y un 11% lo ratifica al estar totalmente en desacuerdo con la afirmación, en contraposición a esto existe solamente un 16% que dice si tener participación en los procesos de toma de decisiones.

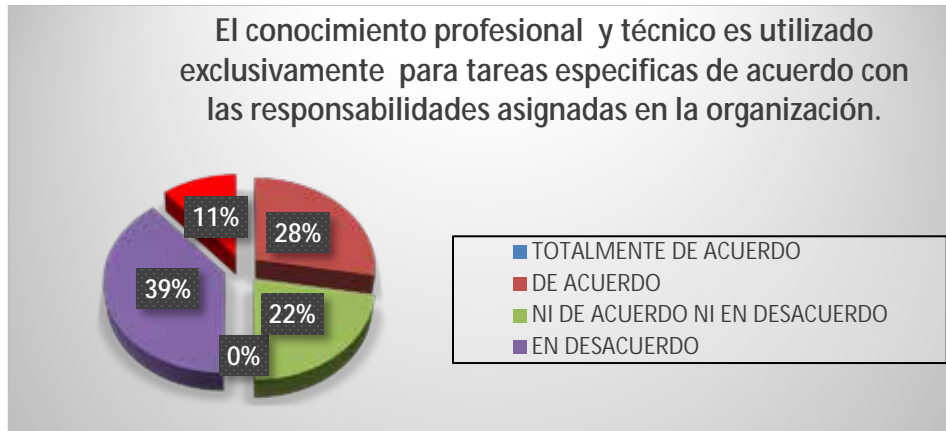
Grafico Nro. 50
 Acatamiento de Normas



Fuente: Pandares(2019)

Para este indicador un 39% de la población reconoce no llevar a cabo las decisiones tomadas por la organización un 28% opina de manera neutra y solamente un 28% dice estar de acuerdo con que las decisiones tomadas son llevadas a cabo formalmente en los diferentes niveles de la organización.

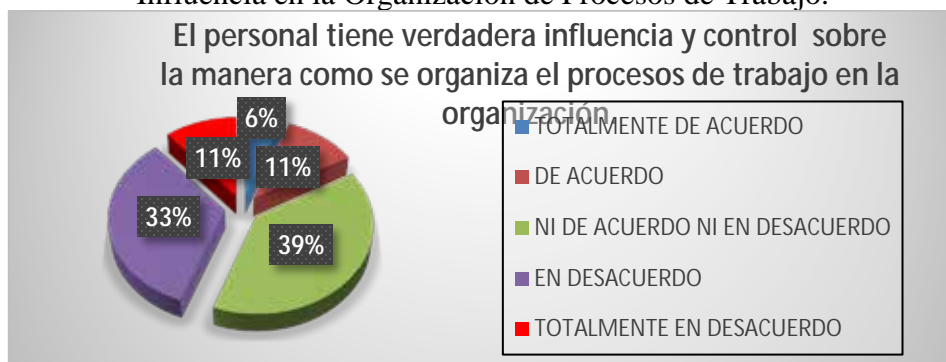
Grafico Nro. 51
Canalización del Conocimiento Técnico



Fuente: Pandares (2019)

En relación al conocimiento técnico del trabajador u la canalización en relación al trabajo que este realiza un 50% manifiesta estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, solamente un 28% indica que aplica su conocimiento técnico en las actividades que realiza y un 22% no está seguro.

Grafico Nro. 52
Influencia en la Organización de Procesos de Trabajo.



Fuente: Pandares(2019)

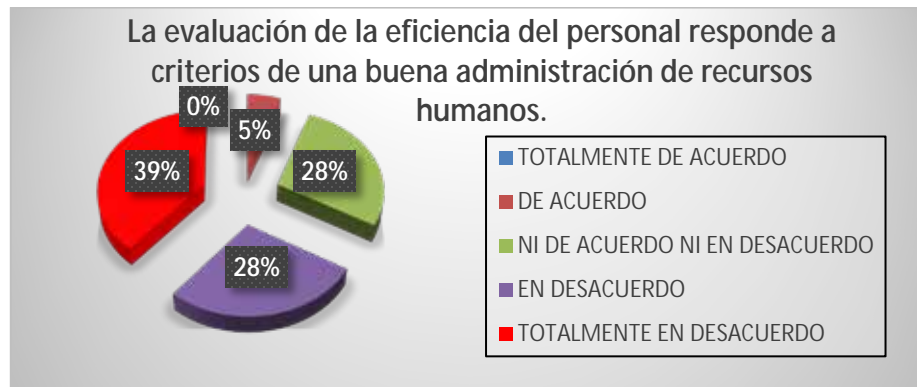
Este indicador permite medir la perfección del trabajador sobre su participación en la organización de los procesos de trabajo en la organización, obteniéndose que un 33% reconoce que no participa un 39% no está seguro y solo un 11% está de acuerdo.

Variable: Calidad de Vida Laboral

Dimensión: Reconocimiento de los Derechos Laborales

Indicador: Procesos de evolución del Personal, Reconocimiento de Superiores, Orientación en las Actividades, Conductas en el Trabajo.

Grafico Nro. 53
Procesos de evolución del Personal



Fuente: Pandares(2019)

El 39% de la población está totalmente en desacuerdo mas un 28% en desacuerdo suman un 67% existe un 28% que opina de manera neutral es decir no están seguros y solamente un 5% piensa que las evaluaciones de la eficiencia del personal responde a criterios de una buena administración de recursos humanos.

Grafico Nro. 54
Reconocimiento de Superiores



Fuente: Pandares(2019)

Solamente un 6% de la población manifiesta que sus superiores reconocen la labor que realizan en contraposición a esto un 44% siente que su trabajo no es reconocido por sus superiores y un 50% opina de una manera neutral, por lo tanto se asumen de que no están seguros del reconocimiento de su trabajo.

Grafico Nro. 55
Orientación en las Actividades



Fuente: Pandares (2019)

Con un 39% de la población la opinión que predomina es que están satisfechos con las orientaciones que reciben para la realización de sus actividades otro 39% no está de acuerdo ni en desacuerdo y un 22% está en desacuerdo.

Grafico Nro. 56
Conductas en el Trabajo



Fuente: Pandares (2019)

En cuanto al trato que reciben los empleados de sus jefes encontramos que existe un 61% que está satisfecho y un 22% no está de acuerdo, se encontró un 17% que opina de manera neutral.

CAPITULO V

CONCLUSIONES:

En lo que respecta a la empresa de servicios se aprecio una falta de identidad, motivo por el cual el personal no esta identificado con la imagen corporativa.

En cuanto a las barreras comunicacionales entre los gerentes y el personal subalterno exista diferencia que afectan el proceso administrativo, los efectos negativos son evidentes porque no fluyen los mensajes que la alta gerencia envían al personal administrativo para la toma de decisiones, lo cual afecta la organización, en cuanto que los criterios o la percepción de ellos, una mejor comunicación interna.

Se concluye que los gerentes describen la comunicación interna en sus diversos aspectos, no obstante, la asertividad son los menos descrito, debido a que su forma de expresarse provoca en gran porcentaje disgusto en el personal administrativo; manipulando la información de acuerdo a los intereses de los gerentes en particular.

Asimismo, se pudiera inferir que a futuro diseñe una propuesta de comunicación asertiva interna, para que se genere una realimentación comunicacional y los efectos repercutirán con mayor efectividad.

Pero de acuerdo a los resultados obtenidos los gerentes identifican las habilidades, interpersonales, aun cuando los efectos de la asertividad es la menor descrita, debido a que no expresa sus pensamientos, sentimientos y deseo del personal administrativo.

Finalmente, se puede evidenciar que los efectos del proceso de comunicación son muy evidentes en cuanto a que no hay interacción entre la gerencia y el personal administrativo no es satisfactorio lo cual afecta la calidad de la vida laboral interna.

RECOMENDACIONES:

- 1.- las organizaciones deben valar porque todos sus efectos comunicacionales sean percibidos bajo una misma línea de coherencia en cada una de sus acciones, resulta necesario que la organizacional defina un propósito efectivo en la comunicación interna, así como sus principales reglas de uso interno.
- 2.- Se considera importante, recomendar que en el proceso de comunicación interna entre gerentes y personal administrativo, deben articular mecanismo de comunicación de los valores con todos los miembros de la organización para reforzar actitudes y conductas en la entrega de servicios de excelente calidad.
- 3.- Es recomendable, estructurar un flujo de comunicación interna como mensajes de forma coherente, su comprensión sería más efectivo por tanto afectaría menos a la identidad organizacional.
- 4.- Se recomienda al tren gerencial seguir desarrollado estrategias para el manejo de las relaciones interpersonales.
- 5.- Mejorar las habilidades comunicacionales, permitiéndose reconocer la importancia de calidad de vida y calidad en la vida laboral de todos sus trabajadores.
- 6.- Finalmente, realizar talleres de sensibilización entre los gerentes y el personal administrativo para lograr un proceso de comunicación asertivo y eficaz; de esa manera los efectos del programa serán herramientas valiosas para la vida laboral.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Alfonso, C y otros. (2015) Diseño de estrategia basadas en identidad corporativa para el fortalecimiento de la imagen de la marca Keepermate de la Empresa de Legislación Económica, C.A. Caso Valencia, Estado Carabobo. Dirección de Estudios de Posgrado de la Universidad de Carabobo.

Andrade, H. (2005) Comunicación Organizacional Interna; proceso, disciplina y técnica. España. Editorial Netbiblo, S.L.

Arias, F. (2004) El proyecto de investigación, guía para su elaboración. Editorial Episteme. Caracas.

Ariz, j. (2005) Procesos Administrativos. Editorial Prentice Hall, México.

Borjas, J. (2005). Comunicación bien para dirigir mejor. Edición Gestión 2000.

Bataman, T y Snell, S. (2005). Administración, Una ventaja competitiva. México. Editorial McGraw Hill.

Chiavenato, I. (2010). Administración de Recursos Humanos. El Capital Humano de la Organizaciones. Colombia, Editorial McGraw Hill.

Costa, J. (2011) La Comunicación en acción. Barcelona, España. Editorial Paidós.

Davis, K Y Newstrom. (2014). El comportamiento Humano en el Trabajo. México, Editorial McGraw Hill.

Donnelly, J. (2012). Dirección y Administración de Empresas. (10ª Edición). USA. Editorial Addison Wesley.

Escobar, J. (2015). La Comunicación Corporativa.
Extraído el 03/03/15, <https://www.gestiopolis.com>

