



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **TEMA:**

“TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA - EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DEFENSA DEL ARTESANO, AÑO LECTIVO 2015-2016”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español

### **AUTORA:**

OBANDO REINA MÓNICA CRISTINA

### **DIRECTOR:**

MSC.YOARNELYS VASALLO V.

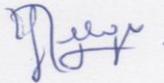
Ibarra, 2016

## ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Director del Trabajo de Grado titulado "TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO, DURANTE EL AÑO LECTIVO 2015, PROPUESTA UNA GUÍA DE COMUNICACIÓN" de la señora egresada OBANDO REINA MÓNICA CRISTINA, previo a la obtención del título de Licenciada en Secretaría Ejecutivo en Español.

A ser testigo presencial, y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puede certificar por ser justo y legal.



MSc. Yoarnelys Vasallo V.  
C.I. 175421158-7  
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

## DEDICATORIA

Con todo mi cariño y amor a mis padres Marthita y Efraín por todo el apoyo brindado a lo largo de mi vida, por darme la oportunidad de estudiar esta carrera. A mi madre por ser ejemplo de vida y promover el desarrollo y la unión familiar en nuestro hogar.

A mis dos amores mis hijos Christian y Ronny por ser mis amigos, mis profesores más exigentes al comienzo de mis estudios, a mis hermanos por su apoyo incondicional, a todos ellos por llenar mi vida de grandes momentos, experiencias y alegrías compartidas.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme estar este día, guiándome a lo largo de mi vida, por ser mi apoyo, luz en mi camino, por la fortaleza para seguir adelante en aquellos momentos de dificultad.

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte por haberme dado la oportunidad de obtener un título profesional, a mis profesores que además de impartir sus conocimientos, también se convirtieron en buenos amigos y guías.

A mis compañeras, amigas, las mismas que han compartido momentos buenos y malos, quienes unidas supimos ir forjando nuestro futuro estudiantil, gracias amigas por los lindos momentos compartidos en esta etapa universitaria un trayecto de vivencias que nunca olvidare, a la Magíster Yoarnelys Vasallo por su profesionalismo, paciencia al ser mi tutora, al igual al Doctor Jorge Hernández por su apoyo incondicional su asesoramiento dentro de mi trayectoria estudiantil.

¡Con Cariño!

Mónica

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xii
RESUMEN .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	xv
CAPÍTULO I .....	1
1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. Antecedentes .....	1
1.2. Planteamiento del problema .....	3
1.3. Formulación del problema. ....	5
1.4. Delimitación. ....	5
1.4.1. Delimitación espacial. ....	5
1.4.2. Delimitación temporal. ....	6
1.5. Objetivos .....	6
1.5.1. Objetivo general.....	6
1.5.2. Objetivos específicos. ....	6
1.6. Interrogantes.....	7
1.7. Justificación .....	7
CAPÍTULO II .....	9
2. MARCO TEÓRICO .....	9
2.1. Fundamentación teórica .....	9
2.1.1. Fundamentación epistemológica. ....	9
2.1.2. Fundamentación psicológica.....	11
2.1.3. Fundamentación axiológica .....	12

2.1.4.	Fundamentación sociológica.....	13
2.1.5.	Fundamentación técnica.....	14
2.1.6.	Conceptualización.....	15
2.1.6.1.	Antecedentes de la comunicación .....	15
2.1.6.2.	Filosofía de la comunicación.....	16
2.1.6.3.	Comunicación y lenguaje.....	17
2.1.6.4.	Comunicación e información.....	18
2.1.6.5.	El Valor de la comunicación.....	19
2.1.6.6.	Definición de la comunicación.....	20
2.1.6.7.	Características de la comunicación .....	22
2.1.6.8.	Funciones de la comunicación.....	26
2.1.6.9.	Formas de comunicación.....	28
2.1.6.10.	Tipos de comunicación. ....	30
2.1.6.11.	Comunicación según el entorno.....	30
2.1.6.12.	Comunicación según el receptor.....	31
2.1.6.13.	Comunicación según las redes del mensaje.....	36
2.1.6.14.	Comunicación como proceso social.....	38
2.1.6.15.	Comunicación y cultura.....	40
2.1.6.16.	Paradigmas y modelos de comunicación.....	41
2.1.6.17.	Paradigma informacional .....	42
2.1.6.18.	Paradigma dialéctico.....	42
2.1.6.19.	Modelos de la comunicación.....	43
2.1.6.20.	Modelo psicológico de Maletzke .....	43
2.1.6.21.	Modelo dialéctico .....	44
2.1.6.22.	Modelo descriptivo .....	45
2.1.6.23.	Modelo matemático de Shanon .....	47
2.1.6.24.	Modelo conductista .....	47
2.1.6.25.	Modelo sociológico de Schramm .....	48
2.1.6.26.	Modelos lingüísticos de Jakobson .....	48
2.1.7.	Teorías de la comunicación .....	49
2.1.7.1.	Teoría de la bala mágica .....	49
2.1.7.2.	Teoría matemática de la comunicación. ....	49

2.1.7.3.	Teoría cibernética .....	50
2.1.7.4.	Teoría de la comunicación o semiología.....	51
2.1.7.5.	Teoría filosófica de comunicación de McLuhan .....	51
2.2.	Posicionamiento teórico personal .....	52
2.3.	Glosario de términos.....	54
2.4.	Matriz categorial.....	56
CAPÍTULO III .....		57
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	57
3.1.	Tipos de investigación. ....	57
3.1.1.	Investigación descriptiva .....	57
3.1.2.	Investigación bibliográfica.....	58
3.1.3.	Investigación de campo .....	59
3.2.	Método de investigación .....	59
3.2.1.	Método Sintético. ....	59
3.2.2.	Método Analítico. ....	60
3.2.3.	Método Deductivo. ....	62
3.2.4.	Método Inductivo.....	63
3.3.	Diseño de investigación .....	64
3.3.1.	Determinación de la población.....	64
3.3.2.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	65
3.3.2.1.	Cuestionario.....	65
3.3.3.	Validez .....	66
3.3.4.	Procedimiento de la investigación.....	66
3.3.5.	Análisis de datos.....	67
3.4.	Técnicas e instrumentos y recolección de información .....	68
3.4.1.	La encuesta .....	68
3.4.2.	Entrevista.....	68
3.5.	Población .....	68
CAPÍTULO .....		70
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	70
4.1.	ENCUESTAS A LOS SERVIDORES PÚBLICOS .....	70
4.1.1.	ÍTEM #1. CARACTERÍSTICAS PERSONALES.....	70

4.1.1.1.	Género.....	70
4.1.1.2.	Edad: .....	71
4.1.2.	ÍTEM#2. NIVEL ACADÉMICO .....	72
4.1.3.	ÍTEM#3. ANTIGÜEDAD .....	73
4.1.4.	ÍTEM #4. FUNCIÓN QUE DESEMPEÑA.....	74
4.1.5.	ÍTEM #5. OFICINA O DEPARTAMENTO .....	75
4.1.6.	ÍTEM #6. CAPACITACIÓN .....	76
4.1.7.	ÍTEM #7. AMBIENTE LABORAL.....	77
4.1.8.	ÍTEM #8. RELACIÓN .....	78
4.1.9.	ÍTEM #9. TRATO QUE RECIBE .....	79
4.1.10.	ÍTEM #10. RECONOCIMIENTO .....	80
4.2.	ENCUESTAS A LOS USUARIOS.....	81
4.2.1.	ÍTEM #1. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN.....	81
4.2.2.	ÍTEM #2. LENGUAJE VERBAL Y LA COMUNICACIÓN .....	82
4.2.3.	ÍTEM #3. VOCABULARIO .....	83
4.2.4.	ÍTEM #4. PERCEPCIÓN DE LA FLUIDEZ .....	84
4.2.5.	ÍTEM #5. TÉCNICAS EN ATENCIÓN.....	85
4.2.6.	ÍTEM #6. CLARIDAD DE LA INFORMACIÓN.....	86
4.2.7.	ÍTEM #7. CANALES DE COMUNICACIÓN .....	87
4.2.8.	ÍTEM #8. CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN.....	88
4.2.9.	ÍTEM #9. PREFERENCIA SISTEMAS COMUNICATIVOS...	89
4.2.10.	ÍTEM #10. PERTINENCIA DEL SISTEMA.....	90
CAPÍTULO V.....		92
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	92
5.1.	Conclusiones .....	92
5.2.	Recomendaciones .....	93
CAPÍTULO VI.....		94
6.	PROPUESTA ALTERNATIVA .....	94
6.1.	Título de la propuesta .....	94
6.2.	Introducción .....	94
6.3.	Justificación .....	95
6.4.	Objetivos.....	96

6.4.1.	Objetivo general.....	96
6.4.2.	Objetivos específicos.....	96
6.5.	Desarrollo de la propuesta.....	97
	Bibliografía.....	121
	Linkografía.....	125
	ANEXOS.....	126

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz categorial.....	56
Tabla 2 Población .....	69
Tabla 3 Género de los servidores públicos de la JNDA .....	70
Tabla 4 Edad de los servidores públicos de la JNDA .....	71
Tabla 5 Nivel académico.....	72
Tabla 6 Antigüedad.....	73
Tabla 7 Función .....	74
Tabla 8 Oficina o departamento.....	75
Tabla 9 Capacitación .....	76
Tabla 10 Ambiente laboral .....	77
Tabla 11 Relación personal entre compañeros.....	78
Tabla 12 Trato que recibe .....	79
Tabla 13 Desempeño.....	80
Tabla 14 Proceso de comunicación .....	81
Tabla 15 Lenguaje verbal y comunicación.....	82
Tabla 16 Vocabulario .....	83
Tabla 17 Percepción de fluidez.....	84
Tabla 18 Técnicas de atención .....	85
Tabla 19 Claridad de la información .....	86
Tabla 20 Canales de comunicación .....	87
Tabla 21 Capacitación y atención .....	88
Tabla 22 Preferencia en sistemas comunicativos .....	89
Tabla 23 Pertinencia del sistema .....	90

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Interacción de los elementos de la comunicación.....	26
Figura 2 Trayectoria del mensaje.....	33
Figura 3 Redes Comunes para la comunicación .....	37
Figura 4 Modelo psicológico .....	43
Figura 5 Mensaje-medio .....	43
Figura 6 Modelo dialéctico .....	44
Figura 7 Simplista .....	46
Figura 8 Procesamiento asimétrico.....	46
Figura 9 Teoría de la información .....	50
Figura 10 Género de los servidores públicos de la JNDA.....	70
Figura 11 Edad de los servidores públicos de la JNDA .....	71
Figura 12 Nivel académico .....	72
Figura 13 Antigüedad.....	73
Figura 14 Función .....	74
Figura 15 Oficina o departamento.....	75
Figura 16 Capacitación .....	76
Figura 17 Ambiente laboral.....	77
Figura 18 Relación personal entre compañeros .....	78
Figura 19 Trato que recibe.....	79
Figura 20 Desempeño .....	80
Figura 21 Proceso de comunicación.....	81
Figura 22 Lenguaje verbal y comunicación.....	82
Figura 23 Vocabulario.....	83
Figura 24 Percepción de fluidez.....	84
Figura 25 Técnicas de atención .....	85
Figura 26 Claridad de la información .....	86
Figura 27 Canales de comunicación.....	87
Figura 28 Capacitación y atención.....	88
Figura 29 Preferencia en sistemas comunicativos.....	89
Figura 30 Pertinencia del sistema.....	90

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A Árbol de problemas .....	127
ANEXO B Matriz de coherencia.....	128
ANEXO C Encuesta a funcionarios.....	130
ANEXO D Encuesta a usuarios .....	133
ANEXO E Entrevista .....	137
ANEXO F Fotos entrevista servidores públicos .....	142
ANEXO G Fotos encuesta a usuarios.....	143
ANEXO H Fotos entrevista representante JNDA.....	144
ANEXO I Certificado de socialización .....	145
ANEXO J Fotos entrega oficial de la guía.....	146
ANEXO K Fotos socialización de la guía .....	147

## RESUMEN

El presente proyecto parte de la investigación de las técnicas de comunicación internas-externas y la influencia de estas en el desempeño laboral de los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano sede localizada en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, Ecuador. El objetivo principal es determinar las técnicas de comunicación interna- externa que utilizan los servidores de dicha institución mediante el diagnóstico del proceso comunicativo que manejan actualmente los servidores públicos que en ella se desempeñan, aquí se plantean varias recomendaciones muy puntuales en base a los indicadores del diagnóstico previo a los funcionarios y a los usuarios de la JNDA. Esta investigación ha sido desarrollada en base a metodologías descriptivas, bibliográficas y de campo, además de la utilización de técnicas objetivas para la obtención de indicadores científicamente fiables, tomando como referencia tanto al funcionario como al usuario de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, a fin de proponer una guía de aplicación de un manual de referencia para fomentar el adecuado flujo de comunicación interna y externa y así potenciar el desempeño laboral en la institución.

### **Palabras Clave:**

Técnicas de comunicación, Desempeño laboral, Comunicación interna-externa, Junta Nacional de Defensa del Artesano, Servidores públicos.

## ABSTRACT

The present draft part of the investigation of the techniques of communication external-internal and the influence of these in the working performance of the civil servants of the National Board of Defense of the Craftsman headquarters located in the city of Ibarra Imbabura province, Ecuador. The main objective is to identify the techniques of internal - external communication that servers use in this institution using the diagnostics in the communicative process that currently handle public servers that it play, here raises a number of very specific recommendations based on the indicators in the prior diagnostic to officials and users of the JNDA. This research has been developed on the basis of descriptive methodologies, bibliographical and field, in addition to the use of objective techniques for obtaining scientifically credible indicators, taking as a reference to both the official and the user of the National Board of Defense of the craftsman, in order to propose a guide for the implementation of a reference manual to promote the adequate flow of internal and external communication and thus enhance labor performance in the institution.

**Keyword:** Communication techniques, work performance, internal-external communication, National Board of Defense of the craftsman, public servants

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “Técnicas de comunicación interna-externa y su influencia en el desempeño laboral de los servidores públicos de la Junta Nacional Defensa del Artesano, año lectivo 2014-2015” se analiza para determinar las deficiencias en los procesos comunicativos en la institución y se propone una guía para mejorarlos, se ha estructurado de la siguiente manera:

**CAPÍTULO I.-** Comprende los antecedentes de las técnicas de comunicación interna-externa en la Junta Nacional del Defensa del Artesano y la problemática que de estas se desprenden, he ahí que surge: el planteamiento del problema donde se conoce con claridad las causas y los efectos del mismo, la formulación del problema a manera de interrogante, la delimitación del problema en el ámbito temporal, espacial y en unidades de observación, así como el objetivo general y los cuatro objetivos específicos. Finalmente la justificación del ¿Qué? ¿Por qué? y ¿Para qué? Se realiza la investigación.

**CAPÍTULO II.-** En el marco teórico se hace énfasis en los conceptos y definiciones teóricas las cuales sustentan el tema que se investigó, como argumentación teórica de la propuesta desarrollada; a la vez se realiza una explicación detallada, se manifiesta el estudios del problema y se emiten juicios de valor, se plantea el posicionamiento teórico personal y el glosario de términos relativos a la comunicación interna y externa en relación al desempeño laboral que aportan al conocimiento básico de ciertas definiciones.

**CAPÍTULO III.-** En este apartado se describe la metodología utilizada en el proceso investigativo, misma que comprende fundamentos, tipos, métodos, técnicas e instrumentos que permitieron recolectar la información necesaria y a la vez cumplir los objetivos propuestos en la

investigación. Además se evidencia la población, la muestra y el esquema de la propuesta con la que se trabajó.

**CAPÍTULO IV.-** En esta sección se emitieron criterios propios en relación a la elaboración de cuadros, gráficos estadísticos que además formaron parte de una evaluación y apreciación personal en la interpretación de los resultados de las encuestas a los funcionarios de la Junta Nacional de Defensa del Artesano sede Ibarra a los usuarios de la misma, culmina con el análisis de la entrevista realizada a la máxima autoridad de dicha institución.

**CAPÍTULO V.-** Se desarrolló el posicionamiento teórico personal, en base a la información obtenida en el apartado anterior, en concordancia con los objetivos específicos y las interrogantes de investigación.

**CAPÍTULO VI.-** En este apartado se expone una propuesta eficiente que busca saldar los problemas detectados con anterioridad en relación a la comunicación interna-externa en la JNDA para lo cual se expone un material audiovisual a modo de guía que servirá de referencia para fomentar el desempeño laboral, además se manifiesta toda la bibliografía citada a lo largo del documento.

# CAPÍTULO I

## 1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Antecedentes.

**DÍAZ, 2010 dice que: Es posible hablar de comunicación masiva desde la invención de la imprenta por Gutenberg en el año 1440,pero no fue sino hasta la década de 1920 cuando se llevaron a cabo los primeros estudios sobre la influencia de la propaganda en el contexto de la Europa de la Segunda Guerra Mundial, con el ascenso de los regímenes fascistas de Alemania e Italia. p.24.**

Si bien los clásicos griegos como Aristóteles, Gorgias y Sócrates, hablaron de la persuasión como un modo para llevar a cabo el proceso de la comunicación; estos autores se quedaron en el nivel lógico-semántico de la cuestión y no plantearon el asunto desde el punto de vista de una sociedad completa.

Los primeros estudios sobre la comunicación dentro de las organizaciones nacen en los Estados Unidos por ser el primer país que puso énfasis en el desarrollo de las diferentes profesiones del ámbito informativo, como las relaciones públicas, lo que le permitió convertirse en uno de los pioneros en el desarrollo de actividades de la comunicación organizacional.

A partir de la segunda guerra mundial mitad del siglo XIX y principios del siglo XX, se había construido un ambiente de comunicación a nivel

público que permitía mayores libertades para las opiniones o ideas de los ciudadanos.

**DÍAZ (2010) “Este fácil acceso de los ciudadanos, con el apoyo de los medios permitió que puedan practicar la crítica o cierto control sobre los líderes públicos o privados”.**

En Ecuador, no se encuentran estudios avanzados sobre las técnicas de comunicación: Lo único que se registra son tesis en el área de la Comunicación Social, aplicadas a los medios; aplicaciones tecnológicas para la operatividad, modernización de los medios y otros estudios orientados a la aplicación de la comunicación en diferentes áreas del conocimiento.

**OCHOA (2015) argumenta en su disertación: Antes había un gran grupo de medios de comunicación que tenían receptores pasivos. Hoy estamos cambiando ese círculo porque ahora los receptores reciben los mensajes, los discuten, los analiza con esta Ley de Comunicación, el receptor tiene más posibilidad de hacer escuchar su voz. p.24.**

Esto hace que los ecuatorianos observen un punto de vista negativo, que no permita tener la máxima confianza con la persona que está liderando el país y con los medios de comunicación que son los que informan lo que acontece día a día en el Ecuador.

El principal objetivo de la Ley de Comunicación es universalizar el a la comunicación, con representantes de organizaciones sociales, redes nacionales e internacionales para lograr una comunicación libre, intercultural, diversa y participativa.

Las personas tienen derecho a la libertad de expresión, comprende buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo fondo, sin consideraciones de fronteras por cualquier forma y medio.

Para la generación presente y futura, la tecnología de los medios de comunicación ha creado un problema que necesita atención permanente e inmediata, no solo por el hecho de que el teléfono, el cine, la radio, televisión, internet, Facebook, los ordenadores, las comunicaciones espaciales, etc.

Hayan creado el problema de comunicación; es porque el avance tecnológico y la difusión universal de estos ha creado privilegios que han traído consigo tremendas implicaciones en funciones esenciales de la naturaleza humana, para ser más explícitos, por ejemplo que: la constitución política, consagra el privilegio de expresarse libremente por todos los medios, pero en la práctica solo los privilegiados se expresan libremente, por todos los medios, porque los medios están manejados por elites de poder comunicacional sin mayores mecanismos de control, decir que los medios son simples canales transportadores o amplificadores de mensajes, es decir con canales artificiales; porque al comienzo y al final de toda comunicación humana siempre está el canal natural al cual estará subordinado el canal artificial

## **1.2. Planteamiento del problema**

La Junta Nacional de Defensa del Artesano es la Institución que se está investigando, tomando en cuenta que existe una deficiencia en el campo de la comunicación tanto interna como externa por parte de los servidores públicos hacia los usuarios, esta deficiencia institucional viene desde hace muchos años atrás, sin ser tomado en cuenta por los representantes de turno, con el cambio y actualización de sistemas, se ve la necesidad de implantar técnicas de comunicación, las mismas que ayudaran al mejoramiento y adelanto de la institución.

La responsabilidad compartida, los errores y desaciertos que se cometen a nivel central se los debe asumir con honestidad y valentía, sin embargo, se los trasladan a funcionarios provinciales, las deficiencias en los procesos, la inexperiencia de los servidores públicos y desaciertos de directores, se deben manejar bajo esquemas de profesionalismo y ética laboral, centralización y concentración de funcionarios.

El personal que ingresa lleva consigo una carga de desconocimiento en la función que se desempeñan lo cual provoca, errores, presión, no se optimiza el recurso material tecnológico del que se dispone causando carga laboral excesiva en otros servidores públicos, inclusive mal trato, irrespeto y malas relaciones interpersonales debido a las diferencias de apreciación.

Las autoridades a nivel central y provincial no practican una comunicación abierta y de doble vía con el personal de apoyo, ocultan información en algunos casos lo cual retrasa los procesos , no le imprime dinamismo al servicio. Los manuales de función, procedimiento y reglamentos internos no cumplen con las expectativas para lo cual fueron elaborados.

Los procesos de delegación, descentralización y desconcentración de funciones del organismo central no han cambiado, esto debido al deficiente manejo informativo.

Se desestima, la experiencia de funcionarios de carrera ignorando el proceso de horizontalización para lograr la excelencia institucional. Procesos como formación, titulación se manejan bajo procedimientos considerados como exclusivos para determinados funcionarios y directivos. Se observa desarticulación en la documentación que respalda estos procesos, no reflejan la realidad de los talleres que se califican como artesanos.

Los procesos electorarios se manejan como secretos de estado, poca transparencia, escasa veeduría, la participación de las bases, es minoritaria el centralismo en la planificación, dirección, ejecución y control no facilita el mejoramiento.

La deficiente comunicación obstruye la modernización, concentra los procesos, monopoliza la información, la cual debe difundirse por todos los medios y debe llegar a directivos, funcionarios y dependencias que guarden relación con la junta.

El desempeño laboral se realiza por hábito o costumbre, los directores departamentales denotan arrogancia autocrática, quien administra el talento humano demuestra desconocimiento de principios fundamentales. La despreocupación para emprender en procesos de capacitación y cambio es muy notoria.

### **1.3. Formulación del problema.**

¿Técnicas de comunicación interna-externa que utilizan los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano?

### **1.4. Delimitación.**

La investigación está dirigida al mejoramiento de la calidad del servicio, optimización del recurso, eficacia y eficiencia de los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, de lo cual el beneficiario será directa e indirectamente del artesanado y el usuario del país.

#### **1.4.1. Delimitación espacial.**

La investigación se desarrolló en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, en su planta central ubicada en la ciudad de Quito en la Calle

Mariscal Foch E4-38 entre Luis Cordero y Colón, las dependencias de la entidad en todas las provincias y cantones del país.

#### **1.4.2. Delimitación temporal.**

Se desarrolló a partir del 13 de Junio del 2015, para concluir el 30 de marzo del 2016

### **1.5. Objetivos**

#### **1.5.1. Objetivo general.**

- Determinar las técnicas de comunicación interna - externa que utilizan los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

#### **1.5.2. Objetivos específicos.**

- Diagnosticar el proceso de comunicación interna y externa que maneja actualmente los servidores públicos en la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
- Identificar el nivel de conocimiento que tienen actualmente los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano en procesos de comunicación interna y externa
- Elaborar una guía de comunicación interna y externa para los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
- Socializar la guía de comunicación a los servidores públicos que laboran en la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

## **1.6. Interrogantes.**

¿Es importante el diagnóstico de los procesos de comunicación interna y externa que maneja actualmente los servidores públicos en la JNDA?

¿Identificar el nivel de conocimiento en procesos de comunicación interna y externa que poseen los servidores públicos de la JNDA?

¿Presenta alguna utilidad real la elaboración de una guía de comunicación interna y externa para los servidores públicos de la JNDA?

¿Socializar dicha guía a los servidores públicos que laboran en la JNDA potenciará el desempeño laboral?

## **1.7. Justificación**

El problema de comunicación existente entre los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, evidencia un bajo nivel de relaciones humanas e interpersonales, partiendo desde la línea de dirección hasta el personal de apoyo, lo cual desencadena en un ambiente laboral poco favorable para el desarrollo y mejora institucional y de alguna manera en la imagen de la institución hacia el usuario.

Con la investigación se pretende identificar las fortalezas y debilidades actuales en el proceso de comunicación a fin potenciar las fortalezas y superar las debilidades a través de una guía que recopile posibles alternativas de protocolos de comunicación.

Radica en el valor e importancia que se debe brindar al recurso humano de la organización para propender al mejoramiento institucional, considerándolo como el recurso más valioso que aporta valor pero que

requiere estar innovado, capacitado y especializado lo cual permitirá el emprendimiento de nuevos horizontes institucionales.

La Junta Nacional de Defensa del Artesano es una institución de servicio público, que por décadas han practicado procesos administrativos decadentes y desactualizados. Estas oportunidades investigativas le permitirán actualizar sus procesos y proyectar su futuro hacia el desarrollo Institucional.

El tema es desafiante, actual e innovador. Permite descubrir las estrategias operativas, el avance procedimental para cumplir los fines propuestos, de la organización a través de la implementación de modernas metodologías y estrategias que permitirán un excelente desempeño del recurso humano y una optimización de los recursos físicos y financieros.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Fundamentación teórica**

##### **2.1.1. Fundamentación epistemológica.**

**CANNALES, ALVARADO, & PINEDA (1989) dicen en su libro de metodologías de investigación que: El Conocimiento es la interpretación y la recreación de la información que está disponible. Más aún es la que resulta de la operación mental que hacemos sobre la información. Hay una diferencia cualitativa importante entre información y conocimiento la información es la que se percibe por medio del aparato sensorial. El conocimiento surge del procesamiento de esta información por las funciones cognitivas: comprender, razonar, reflexionar, crear.... En el aprendizaje activo, el estudiante no memoriza información sin sentido, sino que construye conocimiento a partir de esta. p.16.**

Para La construcción del conocimiento se sustenta en cuatro metodologías; el conocimiento vulgar, el conocimiento empírico, conocimiento científico y el conocimiento filosófico, los dos últimos son el parangón del conocimiento en la humanidad desde los griegos hasta la presente.

La concepción de las ciencias sociales como un sistema complejo constituye otro punto de partida y con miradas diferentes a las visiones

cartesianas de la realidad y en consecuencia no se puede cotejar con los modelos científicos propuestos por el paradigma positivista.

En este sentido el conocimiento se logra cuando se propician experiencias educativas que llevan al individuo a plantear problemas, buscar soluciones, tomar decisiones y elegir ante diversidad de opciones, trazar metas y establecer planes y medios para lograrlos y, sobretodo, esforzarse por comunicarse, comprender e interactuar con otros seres humanos.

Los procesos de Investigación y las teorías construidas a través de indagaciones sistemáticas y complejas poseen otros fundamentos y evidencias epistemológicas y metodológicas.

La concepción clásica del conocimiento establecía que dicho conocimiento para ser válido debía poner en orden los fenómenos rechazar el desorden, lo incierto lograr la certidumbre, quitar las imprecisiones, distinguir y jerarquizar. Por el contrario, el pensamiento complejo se presenta bajo los signos de lo enredado, el desorden, la ambigüedad, lo incierto, lo cual en muchas ocasiones es rechazado como conocimiento.

**Para VINUESA, (2007) “concebir el mundo de manera orgánica surgen distintos esfuerzos para proponer un desarrollo más humanista diverso e incluyente, obligando a los investigadores a multiplicar esfuerzos para dotar a las ciencias sociológicas de una visión compleja del hombre y del mundo.”**

La inestabilidad e incertidumbre son elementos que se presentan en una sociedad donde muchos aspectos se interrelacionan e interconectan por las nuevas tecnologías y las comunicaciones, esto

provoca que se contemple el mundo físico, social y humano muy complejo y bajo la confusión, caos e incertidumbre.

En la actualidad aún quedan rezagos en las Instituciones y organizaciones de prevalencia de conocimiento vulgar y empírico, con ellos directivos y funcionarios que erróneamente hacen práctica diaria de estos saberes, lo cual termina provocando caos organizacional.

La Epistemología propone una investigación de la realidad nacional y de las necesidades que demanden los directivos y funcionarios, un nuevo directivo, un nuevo funcionario esto pretendemos a través de esta investigación.

Así las nuevas tecnologías responderán a un vínculo científico en todos los niveles de gestión para capacitar, especializar al nuevo funcionario, al cambio de su estructura mental de acuerdo con las necesidades de la Institución.

### **2.1.2. Fundamentación psicológica**

**Para CANNALES, ALVARADO, & PINEDA, (1989) La tecnología de la comunicación toma de la psicología en un enorme y variado campo del conocimiento que se va especializando en áreas específicas como la psicología del desarrollo comunicacional, la psicología que estudió los factores de la inteligencia, de la personalidad, de la percepción, de la motivación y de los intereses grupales e individuales; la psicología de la medición y psicometría y la psicofisiológica entre otras**

La Psicología de la comunicación, específicamente la Psicología de la comunicación orienta su estudio a la dinámica en que opera la naturaleza y estructura del conocimiento para definir, guardadas las proporciones de las diferencias individuales, los distintos dominios y tipo de comunicación. La comunicación integra las palabras, los comportamientos, las actitudes y todo tipo de para lenguajes. Pero también porque la comunicación constituye un tejido de completar estrategias.

### **2.1.3. Fundamentación axiológica**

**Según Wikipedia (2016) respecto a la axiología Como rama de la filosofía se permite examinar los valores en forma autónoma estudiando la naturaleza de los mismos y emitiendo juicios valorativos con el objeto de formular una teoría que explique la existencia y la vigencia en todo el mundo de producción humana y su desarrollo histórico social.**

Al pronunciar el termino valor designamos la cualidad o conjunto de cualidades que permiten apreciar a las personas como sinónimo de valor tenemos: valentía, precio, estimación, evaluación, merito, atractivo, beneficio, utilidad, poder, eficacia.

La interrogante ¿Cuál es la naturaleza del valor?, ¿Es cualidad o relación? ¿Es objetivo o subjetivo?

El subjetivismo axiológico, sostiene que los valores son el resultado de la actitud de agrado y desagrado que expresa el sujeto frente a las personas.

El objetivismo axiológico, sostiene que los valores son entes que existen por sí y ante sí, los valores se hallan presentes en los objetos. Los valores están en las cosas y en el sujeto que las aprecian, la esencia del valor está en su carácter racional, es un productor de la relación entre el sujeto y el objeto.

Los valores se categorizan, su característica esencial es el valor, expresan lo que en el ser hay de valor, adoptamos posiciones negativas o positivas de preferencia. Los valores son intemporales, carecen de corporeidad y duración, aunque una vez dados sufren la influencia de tiempo y lugar. Los valores son absolutos valen para todos los tiempos y para todos los lugares. Poseen polaridad, tienen polo positivo y polo negativo, todo valor tiene su contravalor. Los valores poseen jerarquía, todo valor presenta relaciones de superioridad e inferioridad.

La base del desarrollo de la teoría de los valores dependerá de la investigación de los distintos valores del modelo socioeconómico que viva la población y de la concepción social del mundo, sin aquello la teoría de los valores pierde su función primordial que es enseñar a vivir en paz, armonía, respeto, consideración, justicia, equidad, solidaridad como parámetro de valor fundamentales de toda sociedad.

#### **2.1.4. Fundamentación sociológica**

**Los autores CANNALES, ALVARADO, & PINEDA, (1989) argumentan: Evocando la definición sociológica como la ciencia social que se centra en el estudio racional y crítico de la sociedad humana. Podemos decir entonces, que el desarrollo armónico e integral se logra en la medida en que el hombre como individuo, la familia la sociedad lleguen a ser coherentes, concordantes en la manera de pensar, de actuar y de sentir. p.16.**

Debemos aceptar que el usuario no es un código, una cifra, una cuenta, un balance, un gráfico, un orgánico, es algo más profundo, no es solo la esencia o razón de ser de la empresa si no ante todo un ser humano y como tal precisa de gran atención y exige calidad en su atención, cuando concurra a las oficinas.

La comunicación en el contexto de la sociedad es la herramienta, el instrumento que nos permite compartir, enseñar, demostrar, promover las ideas, el conocimiento, la ciencia, inclusive la actitud de un conglomerado social. En una empresa en una Institución integrados por el capital humano, capital social que descubre, nuevos procesos, nuevos sistemas para mejorar las condiciones de vida y de desempeño profesional.

#### **2.1.5. Fundamentación técnica**

**En palabras de CANNALES, ALVARADO, & PINEDA,(1989) Se abordará una explicación desde el aspecto educativo y tecnológico del problema de la comunicación en la actual sociedad se encuentra invadida por la cibernética Informática, disciplina relacionada directamente con la teoría de sistemas y con la comunicación. Norbert Winer, padre de la cibernética moderna, la define como la ciencia de la comunicación y el control en el hombre y en la máquina, la función de la cibernética es contribuir a mejorar el funcionamiento de los sistemas en términos de la adecuada relación entre los elementos constitutivos a través de la comunicación y el control. p.16.**

El flujo de la comunicación puede tener lugar en el interior de un sistema o desde este hacia otro sistema o también puede recibir la influencia de la comunicación que proviene del exterior, para el desarrollo

de la comunicación y la educación supone el tratamiento electrónico de la información.

## **2.1.6. Conceptualización**

### **2.1.6.1. *Antecedentes de la comunicación***

**Según PERELLÓ (2011). Se ha evidenciado que la comunicación es un proceso que se establece entre dos o más seres vivos o entidades donde el emisor del mensaje utiliza los códigos adecuados para que el receptor pueda entender completamente lo que le transmiten y a su vez permitir que el que emite tenga conocimiento de en qué medida fue entendido (retroalimentación). Este proceso condiciona la supervivencia de las especies pues la información que se extrae del medio ambiente y la facultad de transmitirla será fundamental para obtener ventajas en el estilo de vida existente. p.53.**

Lo anteriormente expuesto muestra que incluso en los animales existe un proceso de comunicación, quizás menos complejo debido a los códigos que se utilizan en la interacción, sin embargo, la mayoría de los autores cuando emite el concepto siempre lo establecen como una actividad propia de los seres vivos, y como comunicación al fin cuenta con todos los elementos necesarios para que se produzca una respuesta que por supuesto será de un nivel estructural menor en comparación con los humanos dado por la diferencia anatómica de los individuos.

Según el mismo autor, la comunicación en los seres humanos ha aumentado en complejidad en cuanto a los códigos y los medios que se utilizan y los mensajes que se transmiten. Se puede observar que se ha evolucionado, teniendo en los orígenes: los sonidos de la naturaleza; los tambores, las señales de humo; los corredores de grandes distancias; los

palos anudados, los jeroglíficos, etc. la creación de la imprenta por Gutenberg en el siglo XV.

Después de la Revolución Industrial, el descubrimiento de la electricidad generó importantes cambios sociales y culturales que trajeron como consecuencia que el proceso estudiado obtuviera nuevas dimensiones en su complejidad al poder emitirse nuevos mensajes a partir de: la telegrafía; el teléfono; la radiodifusión; la cinematografía; la imprenta rotativa perfeccionada; la televisión; la Internet.

Esta evolución en los medios comunicativos permitió mejorar la transmisión de la información durante el proceso comunicativo de la humanidad, pero esto trajo como consecuencia que a su vez aumentaran los ruidos que lo entorpecen y, por lo tanto, el uso de las más novedosas tecnologías no siempre garantiza que el mensaje emitido sea recibido con la calidad que se espera.

#### **2.1.6.2. *Filosofía de la comunicación.***

**Según SANTORO (2011). Se ha perdido la cuenta de las rupturas que han caracterizado la trayectoria de las ciencias de la información y la comunicación social a partir de la década de los 70 no se ha desperdiciado la oportunidad en la que periódicos y revistas dejan entrever el ocaso de ciertos paradigmas y el advenimiento de otros nuevos y en los que ninguna área geográfica parece quedar al margen de dichos planteamientos y ni siquiera aquella que la historia ha consagrado como la cuna de los primeros análisis científicos de los modernos medios de comunicación que permitían vislumbrar el surgimiento de dos visiones del mundo, de dos culturas profundamente diferentes, como la europea de tradición filosófica y la americana de tradición**

**empírica, el americano sabe de lo que habla, el europeo no lo sabe, porque el europeo imagina allí donde el americano observa, el americano investiga a corto plazo, el europeo especula a largo plazo entre la veracidad y la objetividad que su entender caracterizaban la sociología de la comunicación americana y el juicio de valor del método histórico de la sociología del conocimiento europeo, lo cual no permitió entre ellas un dialogo en aquel entonces. p.94.**

Los procesos de comunicación se construyen mediante la intervención activa de actores sociales muy diversos en la que las lógicas a menudo contradictorias explican la identidad particular del sujeto genérico en el esta teoría rompe con el humanismo sostenido, condena el invento de la imprenta, altera el sistema perceptivo, cristaliza el individualismo, el aislamiento, porque la lectura implica encerrarse en sí mismo asimilando un texto según sus particularidades acepciones y concepciones, el idioma antes vivo y actuante, se convierte en letra muerta.

#### **2.1.6.3. *Comunicación y lenguaje***

**VIVALDI (2000). Dice. Verdad es que todas las personas poseen el mismo caudal lingüístico, pero no cabe duda que las ventajas estarán de parte de aquellas en que ese caudal sea más preciso. Todo el mundo sabe que el que se expresa con mayor claridad y precisión, es dueño de recursos poderosos para abrirse paso en la relación con sus semejantes. El arte de hablar o de escribir es el arte de persuadir. pág.3.**

Expresarse mediante la palabra, verbal o escrita, es utilizar este tipo concreto de lenguaje para exteriorizar lo que se siente y lo que se piensa. No quiere esto decir que sea la palabra el único instrumento de expresión, pero para nuestros efectos no referiremos al lenguaje como el único vehículo normal y como el más universal que existe, sobre todo después de que los avances tecnológicos han traído los medios de interrelación con las masas, como son la radio y la televisión, internet, prensa escrita.

Incluso la expresión correcta, no se agota en sí misma, es decir, no es necesario expresarse bien por el solo placer que ello proporciona, lo que se desea y necesita para comunicarnos mejor con los demás. Como se demuestra en el presente documento, comunicarse es más complejo que expresarse. De ahí que una expresión correcta puede no producir una comunicación correcta, o, dicho de otro modo, es necesaria una correcta expresión para una buena comunicación.

El lenguaje es el gran instrumento de comunicación que dispone la humanidad, íntimamente ligado a la civilización, hasta tal punto que se ha llegado a discutir si fue el lenguaje el que nació de la sociedad, o fue la sociedad la que nació del lenguaje.

#### **2.1.6.4. *Comunicación e información***

**Según GALDÓN (2010). Informar y comunicar son dos verbos que a través de los tiempos han generado confusión no solamente en su utilización si no en su aplicación. Para empezar a desglosar las diferencias principales que rodean a estos términos se comenzará con una definición ontológica la cual se centra en el estudio del ser en tanto lo qué es y cómo es, en este caso direccionado a la comunicación, relacionando a este término con el término de participación. p.202.**

Es así como los metafísicos logran establecer estos elementos hacen referencia, en términos comunicacionales, a dos acciones diferentes; (comunicar a) y (comunicar con), esto permite determinar que para que exista comunicación debe existir una relación entre dos o más personas sea con la misma intención o no. Sin embargo, se debe establecer que no únicamente los seres humanos nos comunicamos; puesto que los animales también lo hacen, aunque no lo hagan con un lenguaje determinado.

Citando al mismo autor, la información es considerada una actividad netamente humana, y está directamente relacionada con el conocimiento racional. Un dato muy importante a tomar en cuenta es que, a diferencia de la comunicación, la información debe ser comprensible.

Una característica primordial que define a la información como tal es que la misma debe ser netamente verdadera, lo que no ocurre en la comunicación, es así como el acto de informar cumple con su principal objetivo.

Finalmente, se puede establecer que la diferencia entre informar y comunicar radica en que la comunicación es un proceso en el cual se transmiten significados de una persona a otra, lo cual es una actividad básica de los seres humanos, es así también un proceso dinámico, circular y activo en el cual existe “feedback” o retroalimentación, a diferencia de la información la cual únicamente consiste en la transmisión unidireccional de datos, que permite a los seres humanos mantenerse al tanto de los acontecimientos sin necesidad de una retroalimentación.

#### **2.1.6.5. *El Valor de la comunicación***

**BARREIRO (2010).** “En un mundo en la que la necesidad de la relación se manifiesta a través de todos los niveles y en las actividades más diversas, el

**tema de la comunicación connota un extraordinario relieve". p. S/n.**

La vida de la humanidad en sociedad se esquematiza por la multitud de relaciones que vincula a unos con otros. En esa variedad de relaciones que se menciona hay que observar dos aspectos fundamentales: Saber transmitir las ideas y saber hacerse comprender por los demás.

Tan esencial es que la comunicación contenga varios elementos, que cuando la misma falla por algunas circunstancias, la causa hay que buscarla en deficiencias imputables a cualquiera de ellos .La habilidad de quien comunica, como en el caso de los líderes o dirigentes, no consiste en dar órdenes al amparo de la autoridad que se ostente, sino en poner a los destinatarios del mensaje en condiciones de aceptarlas o cumplirlas, más por convicción y el razonamiento, que por la jerarquía de quien las emite .Para que esto se logre, es preciso controlar continuamente los canales de comunicación, conociendo ante todo a los destinatarios de las comunicaciones transmitidas, previniendo y valorando la relaciones de éstos, para estar seguros que el mensaje será comprendido alcanzando la acción deseada.

#### **2.1.6.6. *Definición de la comunicación***

**Para ELISEO (2010) .La comunicación en sus orígenes el concepto sólo abarcaba la simple transmisión de información desde un emisor a un transmisor, pero, no obstante, con la evolución de la sociedad y el aumento de mensajes y códigos existentes para la transmisión, el concepto fue haciéndose cada vez más complejo, tratando de incorporar, entonces, todos los elementos que conforman el proceso en sí. p.87.**

Desde la antigüedad Aristóteles se ocupaba de la comunicación, a través de su Tratado sobre Retórica, definiéndola como la “búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance”. Los griegos, y posteriormente los romanos, desarrollaron el arte de la oratoria a fin de aprender a hablar en público, siendo la persuasión su principal propósito y uno de los elementos que en la actualidad es utilizado por distintos autores, para quienes no existe la comunicación a menos que el receptor del mensaje sea afectado.

**BUCAGLIA (1985).** Es un intercambio de mensajes entre dos o varias personas, con la finalidad de alcanzar determinados objetivos. Es un dar y recibir información, interactuar, transar incluyendo todos los símbolos y claves de transmisión de significados. La comunicación aborda toda la amplia gama de formas en que las personas intercambian información, que proporcionan y reciben y la manera que esta se utiliza. S/p.

**PICHÓN & RIVIERE (1989):** en El Proceso Grupal de Psicoanálisis a la Psicología Social plantea: “Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o inter grupal”. p.76.

**REY(2013)** refiere: "La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto".

**ZORÍN (1990).** “Conceptualiza a la comunicación como “Un proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensaje, incluyendo toda acción en la cual la conducta de un ser humano es el estímulo de la conducta de otro ser”. p.1.

**ALSINA, (2001).** Es un proceso en que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencias, conocimientos y sentimientos; aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen relaciones entre si y pasa de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria. p. s/n.

En todos estos conceptos se evidencia claramente que a partir del análisis de los estudiosos del tema, que la comunicación es un proceso que se realiza entre los seres vivos, donde se intercambian mensajes directos ya sea de forma verbal, con gestos, con sonidos, todos con miras a producir una respuesta determinada utilizando diversos códigos que serán comunes para las partes involucradas en la actividad. La respuesta conlleva a su vez un proceso de retroalimentación que permitirá conocer la efectividad de la acción comunicativa, grupal donde se establece el tipo de relaciones interpersonales mediante sistemas y acciones que determinan la conducta y el comportamiento del ser humano.

#### **2.1.6.7. *Características de la comunicación***

**CABRERA (2010).** La comunicación es un proceso ampliamente estudiado por diversas ramas investigativas, abarcando desde la general hasta la particular de los seres humanos. En este último caso específicamente existe coincidencia entre la mayoría

**de los autores, al citar que se puede dividir en tres áreas diferentes. p. 46.**

- **Sintáctica:** Abarcando los problemas relativos a la transmisión de información (atendiendo a los canales, códigos, ruidos, etc.).

- **Semántica:** Tiene como objetivo central el significado en sí.

- **Pragmática:** Es el momento en que la comunicación afecta la conducta y viceversa. Lo expuesto anteriormente ha permitido identificar que en la comunicación influyen determinadas variables que pueden facilitar o entorpecer el flujo comunicativo. Estas variables comúnmente conocidas como elementos de la comunicación permiten a los estudiosos establecer dónde existen las principales dificultades en cualquier proceso comunicativo a cualquier nivel.

**Según PERELLÓ C., J. L. (2010).” Estas variables comúnmente conocidas como elementos de la comunicación permiten a los estudiosos establecer donde existen las principales dificultades en cualquier proceso comunicativo a cualquier nivel”. P. 34. Los elementos participantes de la comunicación son:**

- **Fuente:** Lugar donde se origina el mensaje primario que será enviado, la información o datos que se deciden transmitir.

- **Emisor o codificador:** El individuo que desea transmitir un pensamiento o idea. Primero lo codifica, es decir, trata de expresarlo de una manera que supone será entendido, usando su propio marco de referencia como fundamento, incluyendo las habilidades, las actitudes, los conocimientos y el sistema socio-cultural. El éxito de la comunicación total incluye las habilidades para hablar, leer, escuchar y razonar.

Es en este punto donde tiene su origen realmente el proceso.

- **Código:** Es un conjunto de reglas propias de cada uno de los sistemas de signos y símbolos que utiliza el emisor para transmitir su mensaje. Estos símbolos se combinan de forma tal que se incluyan en el aspecto cognoscitivo del receptor haciendo que este sea entendible.

- **Mensaje:** Es el producto real de la fuente codificadora, en cualquier forma susceptible, de ser captada y entendida por el receptor. Es considerado el elemento esencial, y la forma en que se transmite puede definir el éxito o no de la acción comunicativa.

Los mensajes emitidos pueden tener diferentes características atendiendo a diferentes aspectos:

a- Por su expresión: Pueden ser claros, precisos o comunes.

b- Por su estado: Pueden ser coherentes o consecuentes.

c- Por su enfoque: Pueden ser realizables o limitados.

d- Por su despliegue: Pueden estar en correspondencia con los medios o con el impacto que provoca.

- **Canal:** Es el medio por el cual viaja el mensaje, el vehículo formal o informal entre las dos partes. Es seleccionado por la fuente y al hacerlo debe tener en cuenta el tipo de información, quiénes la recibirán y las condiciones para el mejoramiento del mismo.

- **Receptor:** Es el público objetivo al cual el emisor dirige el mensaje. Antes de que esto ocurra debe ser decodificado, o sea, el receptor debe interpretar y traducir los símbolos que contiene de manera tal que los pueda comprender, proceso que requiere de sus habilidades, actitudes y conocimientos previos sobre el tema.

Existen dos tipos de receptores, el pasivo, que solamente recibe el mensaje, y el activo aquel que no sólo recibe lo emitido, sino que también lo percibe y almacena.

Finalmente es el tipo de receptor que desarrolla el feed-back o retroalimentación.

- **Retroalimentación:** Ocurre cuando el mensaje vuelve a entrar en el sistema. Parte de la respuesta del receptor que él mismo transmite al emisor. Permite verificar si el emisor se ha hecho entender adecuadamente.

- **Ruido:** Es cualquier factor que perturbe, interfiera o cree una situación confusa en el proceso, dificultando y limitando su exactitud.

Pueden ser de diferentes tipos.

1. **Externos:** Son los ruidos que no dependen de ninguno de los elementos comunicativos, pudiendo ser estos de tipo visual, auditivo, climatológicos, ambientales, etc.

2. **Internos:** Son aquellos que sí dependen de uno o más de los elementos de la comunicación. Generalmente se manifiestan debido a desconocimiento del tema, diferencias idiomáticas, barreras culturales y/o sociales, incorrecta estructuración del mensaje, etc.

La figura 1. Muestra la relación existente entre los diferentes elementos, conformando lo que se conoce como modelo general de la comunicación. En el próximo capítulo serán analizados aquellos modelos creados por diferentes autores que tributan a la comprensión de los diferentes elementos.

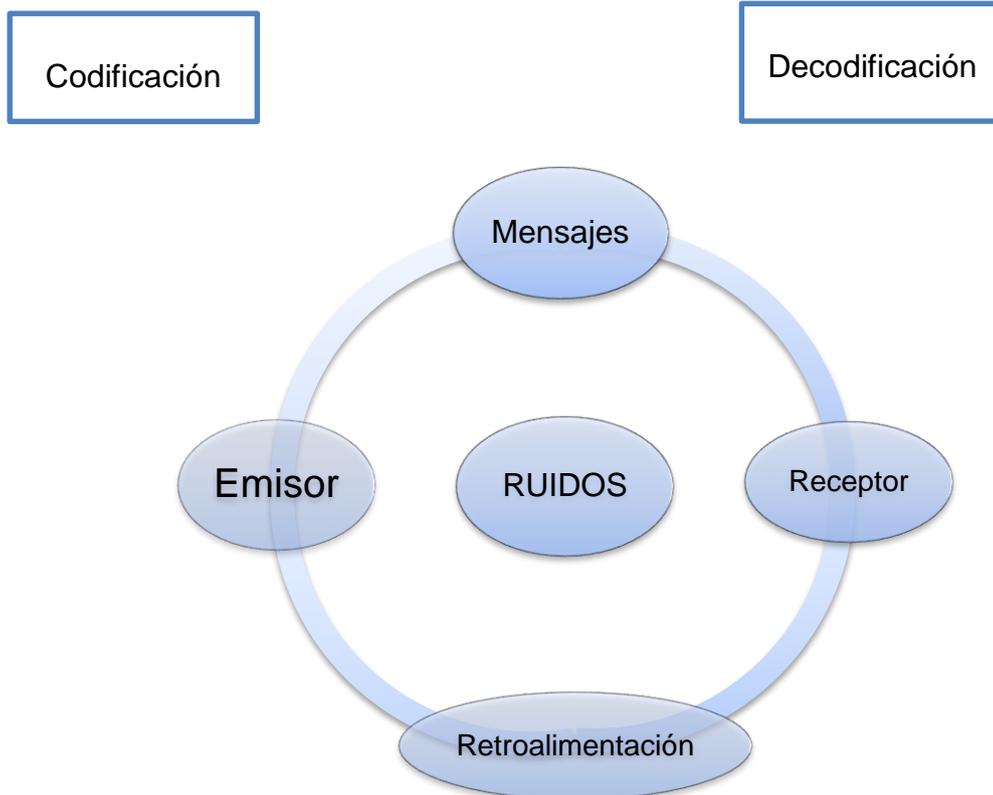


Figura 1 Interacción de los elementos de la comunicación.  
Fuente: Elaboración propia

#### **2.1.6.8. Funciones de la comunicación**

Cada uno de los elementos o factores del proceso comunicativo, determinan una función diferente de la comunicación o código utilizado.

**De acuerdo a SERRANO (2010) las funciones fundamentales, también llamadas funciones del lenguaje, son las siguientes:**

- **Función Referencial o Cognoscitiva:** Se orienta hacia la realidad a la cual envían el mensaje o el discurso. Pretende brindar información verídica y objetivo, que corresponda fielmente a la realidad, ejemplo: Todo texto de carácter científico es referencial.

- **Función Emotiva o Expresiva:** Está centrada en el emisor y expresa la actitud del hablante hacia aquello de lo que está hablando,

expresa sentimientos y emociones sean reales o fingidas. Generalmente esta función es inconsciente. Ejemplo:

Cuando una persona dice “Apenas son las cuatro de la tarde”, nos da a entender que le ha parecido el día muy largo o que está aburrido.

- **Función Connotativa:** Está orientada al receptor, se enuncia en forma imperativa; es un tipo de mensaje didáctico que utiliza recursos gráficos o audiovisuales, que tiene como función decir “vean, recuerde que, tenga en cuenta que”.

- **Función Fáctica o de Implicación:** Está orientada hacia el contacto de emisor y receptor a través de la palabra para iniciar, mantener, prolongar o interrumpir un acto comunicativo. No necesariamente tiene contenido. Ejemplo: bueno, listo, bien.

- **Función poética o estética:** Esta comunicación le da mucha importancia al mensaje en sí mismo. En esta función se aplican principios especiales de estilística semiótica, ya que una obra pictórica, una escultura, un poema o una obra literaria, son observados o leídos y el mensaje lo da el mismo objeto por lo que pueda transmitir.

- **Función metalingüística:** Está centrada en el código que hace comprensible el mensaje. Por medio del lenguaje es posible hacer una explicación del lenguaje mismo (Metalenguaje).

- **Función retórica:** Desde el punto de vista retórico, la comunicación consiste en un acto unidireccional, como disparar una flecha a un blanco. Toda la actividad se centra en la acción unidireccional de hacerle algo a alguien, haciéndose hincapié en el emisor y en su capacidad de comunicador. Esto significa que de la manera en que construye, organice y transmita su mensaje; depende la efectividad de su discurso. Ejemplo: Los conferencistas de cualquier índole.

### **2.1.6.9. Formas de comunicación**

Al ser un proceso que se identifica en cualquier acción, se puede analizar que, en sí, no es solamente la utilización de un lenguaje articulado y sonoro el que permite el cumplimiento de toda la acción comunicativa, sino que existen otras formas por las cuáles se puede hacer efectivo y que igualmente siguen el modelo original de comunicación.

**Según CROCI (2011). Pueden ser:**

**1. Verbal:** Es la referida al uso del lenguaje en calidad de sistema de signos.

Representativos de este grupo son la comunicación escrita y la oral. La primera no está sometida a los conceptos de espacio y tiempo, la interacción entre el emisor y el receptor no ocurre de manera inmediata e incluso puede que nunca llegue a efectuarse a pesar de que lo escrito perdure eternamente. No obstante, aumenta la capacidad expresiva y la complejidad gramatical, sintáctica y léxica.

Definitivamente, difiere la comunicación oral de la anterior, pues se establece entre dos o más personas que utilizan el aire como medio o canal y el código empleado es un idioma, de ahí que, al plantearse el tema de los ruidos comunicativos, en lo primero que se piensa es en ruidos sonoros y en las barreras idiomáticas.

Durante los actos de habla se pueden distinguir algunos tipos generales y diferentes entre sí. Los conocidos como representativos son los referidos a un estado de cosas con valor de verdad; los compromisorios permiten que el hablante se comprometa en realizar un acto futuro; en los directivos se intentan intervenir en la conducta de habla del oyente; los expresivos muestran los diferentes estados psicológicos; y los declarativos modifican la situación institucional.

**2. No verbal:** Se produce mediante signos e indicios y carece de una estructura sintáctica verbal por lo que no pueden ser analizadas secuencias de constituyentes jerárquicos. Surge con los inicios de la especie humana antes de la evolución de un lenguaje propiamente dicho, aunque no se puede descartar el hecho de que en los animales también se pueden encontrar ciertos indicios de comunicación no verbal como es el movimiento de las colas para indicar determinados estados de ánimo.

La comunicación no verbal cinética está caracterizada por el lenguaje gestual y corporal, asumido desde el continuo envío de mensajes hacia otras personas utilizando como medio y herramienta fundamental nuestro cuerpo y los movimientos, por tanto, constituye un vehículo para muchas transacciones humanas fundamentales que un discurso solo, no puede transmitir.

En la comunicación no verbal puede incluirse en lo que se conoce como comunicación alternativa y aumentativa. La primera se basa en aquellos sistemas que sustituyen completamente al habla, mientras que la última no hace más que aumentar, es decir, ser un complemento del proceso lingüístico.

El proceso comunicativo no verbal puede estudiarse subdividiéndolo en canales, destacando la naturaleza de la comunicación como interrelación entre los participantes. Los canales relevantes son:

### **1. Para el emisor**

- Cara: ceño, sonrisa, mueca.
- Ojos: dirección mirada, alteraciones pupila.
- Cuerpo: postura, posición brazos y piernas, distanciamiento.
- Voz: tono, ritmo.

### **2. Para el receptor**

- Vista: Se percibe la forma, color, tamaño de las cosas.

- Oído: Se capta los sonidos y distinguimos si son fuertes, débiles, agudos o graves.
- Olfato: Se aprecia los aromas y los distinguimos unos de otros.
- Tacto: Se nota el frío, calor, suavidad o aspereza de las cosas.

#### **2.1.6.10. Tipos de comunicación.**

Los investigadores más sobresalientes del tema han dividido para su estudio a la comunicación, estableciendo diferentes criterios que permiten facilitar las investigaciones que se realizan en el campo comunicativo.

Estas clasificaciones siguen diferentes criterios, atendiendo a la dirección del proceso, a los públicos involucrados, a los canales utilizados para la emisión, el nivel jerárquico, la formalidad de la emisión, etc.

#### **2.1.6.11. Comunicación según el entorno.**

**El criterio de CROCI (2011). A la hora de transmitir una información de manera efectiva, interviene directamente el entorno en el que se desarrolla el proceso como tal. Puede ser en un ambiente amplio o uno más reducido, esto permite que esta variable defina que existen dos grandes grupos: la comunicación social y la organizacional. pág.1.**

**Comunicación social:** Se caracteriza por desarrollarse en un entorno amplio, es decir, cuando se emite el mensaje se realiza de forma tal que llegue a grandes cantidades de personas sin realizar ningún tipo de segregación a no ser que el propio mensaje lo exija, además, otra importante característica es la no existencia de una estructura que determine los lugares a ocupar por los participantes en el proceso.

**Comunicación organizacional:** Es más específica, se define como la emisión y recepción de mensajes en una estructura más abierta y compleja que recibe influencia y a su vez influye en el entorno.

Si la organización es una empresa o institución, se pueden identificar tres sistemas fundamentales:

1. **Operacionales:** Se refiere a las operaciones y tareas que se van a desarrollar en el seno empresarial con vistas a cumplir los objetivos trazados.

2. **Reglamentarios:** Es el que reúne las órdenes e instrucciones para que durante el trabajo no existan resquebrajamientos de la disciplina laboral y por lo tanto no se afecte la empresa en su gestión.

3. **Mantenimiento:** Engloba las relaciones públicas, la captación y la publicidad, ya sea dirigida a nuevos trabajadores o a clientes potenciales.

#### **2.1.6.12. Comunicación según el receptor.**

La comunicación organizacional, atendiendo a los públicos o receptores a los que se dirigen puede ser interna o externa.

**ANDRADE (1991). Comunicación interna: “Es el conjunto de mensajes que se emiten por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”. pág.25**

**ANDRADE, (1991) “Comunicación externa: “Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos,**

**encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios”. P. 25**

**SCHENSON (2011). “Es importante señalar que identifica cuatro niveles fundamentales en la comunicación interna. Más allá de la imagen corporativa: Cómo crear valor a través de la comunicación estratégica”**

Nivel intrapersonal: Define el nivel más básico, es la comunicación con uno mismo a partir del entendimiento y la interpretación propios del mensaje a emitir a un público más amplio.

Nivel interpersonal: Se establece entre dos personas. Se construye sobre la intrapersonal, pues es necesario que la persona desarrolle la auto-comunicación antes de poder emitir el mensaje para así reducir los posibles ruidos que tengan carácter subjetivo.

Nivel de pequeños grupos: Acontece entre pequeños grupos de tres o más personas, adquiere un nuevo estado de complejidad pues a su vez está estructurada a partir de muchas relaciones interpersonales.

Nivel de multigrados: Se desarrolla en el seno de un sistema social (la empresa) compuesto por grupos interdependientes e incluye a los niveles anteriores.

Uniendo y analizando todos los conceptos antes descritos, se puede afirmar que en el proceso comunicativo de una empresa podemos encontrar que según el flujo que tenga el mensaje, puede ser horizontal o vertical; esta última también puede especificarse si es ascendente o descendente, identificando de esta forma el sentido hacia donde está dirigido el mismo. El mismo autor muestra un gráfico donde representa las trayectorias posibles de los mensajes utilizando los canales formales de comunicación, plasmadas sobre una estructura hipotética

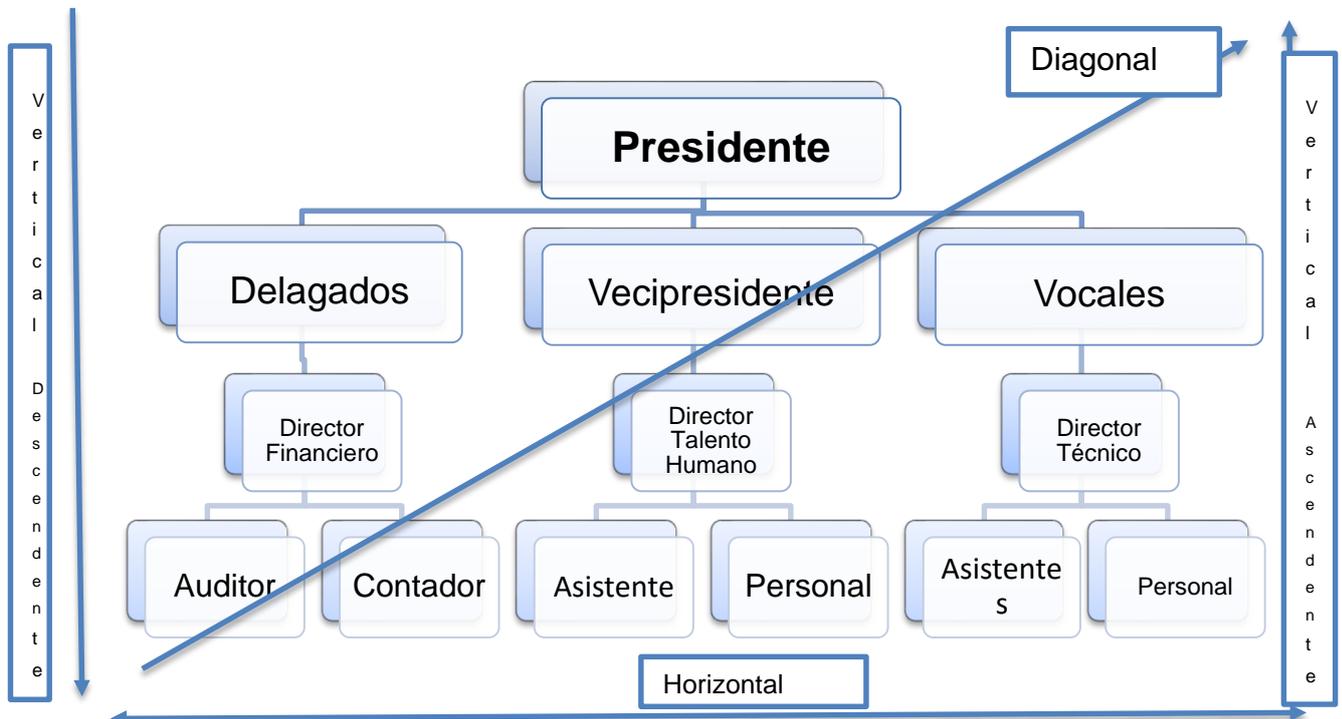


Figura 2 Trayectoria del mensaje

Fuente: Tomado de SCHENSON Daniel 2010

Comunicación vertical: Se caracteriza por fluir de un nivel a otro de la organización, transmitiendo la información en ambos sentidos. No obstante, según sea el sentido que adquiera el mensaje puede ser:

**a) Descendente:** La principal característica es el transmitir desde un nivel superior a uno inferior. Los objetivos principales a los que hace referencia son las tareas, los objetivos, las directrices, los fines y los planes de la organización. No siempre es oral ni frente a frente, utiliza en muchas ocasiones las tecnologías y las ventajas de los sistemas comunicativos informatizados.

**ROMO (2011). Distinguieron cinco tipos de comunicación descendente en función del contenido que transmiten.**

a. Instrucciones sobre las tareas que establecen como llegar a cabo las tareas específicas.

b. Información que permita una mejor comprensión de la tarea y su relación con otras tareas organizacionales.

c. Información sobre procedimientos y prácticas organizacionales.

d. Retroalimentación al empleado sobre su rendimiento y ejecución.

e. Información de carácter ideológico para inculcar un sentido de visión mediante la indoctrinación de los objetivos.

Partiendo de los tipos de comunicación descendente, se puede verificar que persigue tres objetivos fundamentales:

\* La coordinación de las diferentes unidades de la organización para conseguir sus objetivos.

\* Mantener informado al individuo con el fin de que contribuya a esa consecución de fines y consiga una mejor comprensión de su tarea y de la organización.

\* Mantener la motivación de ese individuo, supuesto que una mejor comprensión y un mayor conocimiento de su trabajo y su organización puedan tener efectos motivadores.

La exactitud del mensaje que se transmite en este tipo de comunicación depende en gran medida de la dimensión del circuito por donde fluye la información. La que se transmite de un jefe superior a un jefe inmediato recorre un circuito pequeño, esto permite que se preserve el contenido, aunque puede atentar contra la eficiencia pues es posible que necesite ser interpretado a los diferentes niveles. En otro caso, en un circuito que involucre a más personas y niveles se puede obtener una mejor concreción del significado del mensaje, aunque esté sujeto a

mayores distorsiones a lo largo de las distintas traducciones del inicialmente emitido.

**b) Ascendente:** Tiene como objetivo principal suministrar a los niveles superiores la información sobre lo que está ocurriendo en la base de la organización. A través de ella se pueden obtener los criterios para evaluar y corregir los objetivos, planes y sistemas.

Se ve afectada por una serie de factores que van desde características de la propia organización hasta las aptitudes de los miembros de los niveles superiores (habilidades comunicativas, de escucha, disponibilidad de tiempo) pasando por las características de los subordinados (grado de preparación, nivel de aspiraciones).

Sin embargo, dos grandes factores pueden influir de manera negativa en este proceso, el poder y el status, debido a que existe una tendencia a transmitir la información que probablemente despertará reacciones favorables.

Es completamente evidente que la pirámide jerárquica influye en esto, siendo mayor la inhibición por parte de los miembros de los niveles más bajos a medida que se transmite hacia niveles cada vez más altos.

• **Comunicación horizontal:** Es el intercambio entre miembros del mismo grupo de trabajo, miembros del mismo nivel, personas en el mismo estrato horizontal. Suele ser muy efectiva para el ahorro de tiempo y la facilitación de las coordinaciones. Se pueden identificar tres tipos de comunicación horizontal atendiendo los miembros participantes:

**a) Interacciones entre compañeros de un mismo grupo de trabajo:** Esto posibilita un alto grado de coordinación y de solución a los problemas. Actúa como soporte emocional e incrementa la satisfacción de los empleados. El tamaño del grupo determina sus características, pues para un grupo mayor, baja el nivel de satisfacción y coordinación de los miembros

**b)** Interacción entre miembros de diferentes unidades dentro de la misma organización: transmite información, coordina actividades, resuelve problemas y soluciona conflictos entre unidades. Aquí suelen destacarse como principales elementos los conflictos interdepartamentales a la hora de definir el resultado final del proceso.

**c)** Interacciones entre línea y staff: Contienen un alto grado de conflicto; posibilita disponer de canales de comunicación formal más amplios. Tiene como peculiaridad un alto grado de movilidad geográfica y organizacional del staff y su mayor grado de participación en actividades comunicativas.

#### **2.1.6.13. Comunicación según las redes del mensaje**

Analizando el hecho anterior de las comunicaciones verticales y horizontales se constata que se cuenta con una comunicación que utiliza los canales determinados y los mensajes que se transmiten son reconocidos por la organización, mientras que otra se desarrolla por vías no convencionales y transporta mensajes no oficiales. Podemos decir que son:

**a) Comunicación formal:** Es aquella que lleva un contenido deseado u ordenado por la empresa, donde, además:

- Los mensajes son reconocidos en forma explícita por la organización.
- Los canales son utilizados de forma consciente y deliberadamente, así como los medios comunicativos establecidos por la organización.
- La forma de expresión está predeterminada y con menos probabilidades de distorsión.
- La comunicación es lenta.

**b) Comunicación informal:** Por el contrario, es aquella que no se refiere a las cosas que la empresa desea se comuniquen, como son los comentarios y rumores teniendo como características: Proporcionar gran cantidad de información al incorporar a los mensajes no sólo contenidos racionales, sino también sentimientos, actitudes y valores de los miembros.

- No utilizar los canales formales de comunicación establecidos por la organización facilitando la transmisión de los rumores (información clandestina que se comunica sin que existan normas fijas de evidencias).

- Forma de expresión más espontánea que por lo general suele resultar más satisfactoria para los miembros que la cumplen.

Se muestran tres diferentes tipos de redes que son muy comunes en los pequeños grupos donde se desarrolla la comunicación formal.

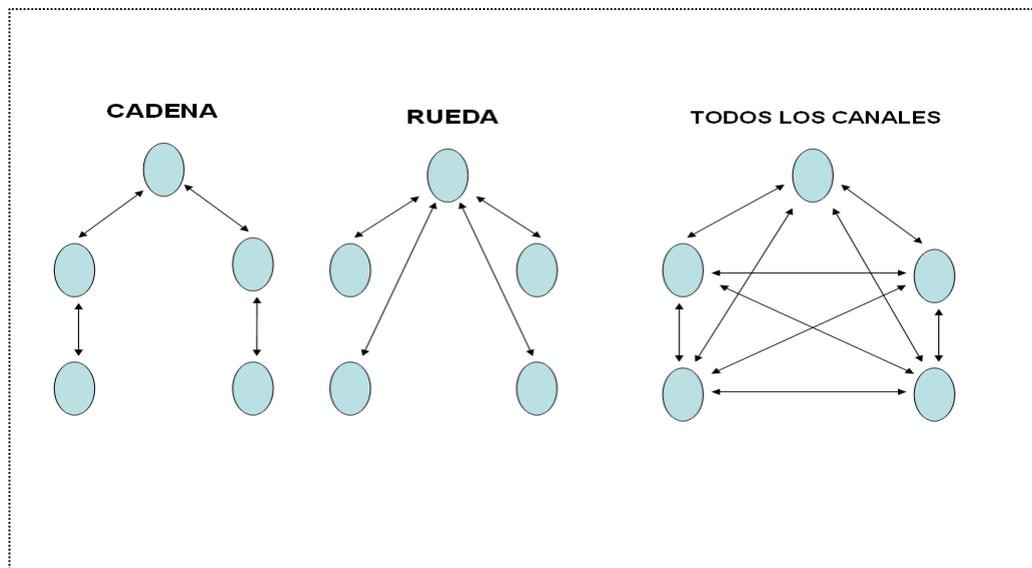


Figura 3 Redes Comunes para la comunicación  
Fuente: MEJIAS U 2010

- La cadena se mantiene todo el tiempo siguiendo la cadena de mando. Es altamente conveniente cuando lo que se desea transmitir está condicionado por la necesidad de una exactitud.

**MEJÍAS (2010) Define. “El proceso de comunicación, que la rueda necesita la existencia de un líder que actúe como conducto central. Esta necesidad facilita que aparezcan los líderes, por supuesto, pueden ser positivos o negativos”. p.14.**

• Los canales en red permiten que la totalidad de miembros se comuniquen entre sí. Está red favorece la satisfacción de los miembros. La comunicación que fue denominada anteriormente como informal tiene como medio fundamental los rumores que se caracterizan por:

1. La dirección de la organización no los controla.
2. Los trabajadores lo perciben como algo más creíble y fidedigno que los comunicados formales que emite el ápice estratégico.
3. Se usan primordialmente para servir a los intereses de las personas que lo difunden.

#### **2.1.6.14. *Comunicación como proceso social***

**MORENO (2010) “Antes de desarrollar las razones por las cuales la comunicación puede ser definida como un proceso social, debemos establecer qué, hacen referencia los dos términos que envuelven a este precepto”. p.86.**

“Proceso”, según la Real Academia de la Lengua (RAE), está definido como el conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial; y en el caso del término social se puede definir como las interacciones que permiten que los seres humanos se relacionen unos con otros.

Al reunir estos dos términos, se puede definir que un proceso social es el conjunto de acciones que cumplen el fin de permitirle a una persona interactuar con sus semejantes y construir relaciones. Citando el mismo

autor. “El proceso social consiste en una inmensa multitud de acciones e interacciones de seres humanos, actuando individualmente o en combinaciones o grupos”

La comunicación es un fenómeno tan antiguo como el hombre y tan común como la vida misma.

**SERRANO (2010).- “La comunicación es considerada como uno de los procesos vitales que todo ser humano realiza incluso de manera involuntaria”. p.45.**

Así, la comunicación viene impregnada en cada una de las personas desde el mismo momento en que se nace, un claro ejemplo de esto está determinado por el llanto de un niño para reclamar alimento. Es cierto, su forma de comunicar no está determinada por un lenguaje simbólico, pero si por un sonido que alerta a sus padres de que no todo está bien “Todo comunica”. Aunque las primeras veces no logremos entenderlo -con el tiempo comprendemos que no se necesitan palabras para comunicar únicamente, sino todo lo contrario: las palabras son una de las formas existentes y más reconocidas que pueden conformar un proceso de comunicación.

**PASQUALI (2011). Sin embargo, el que se pueda comunicar de muchas formas es lo que ha convertido a la comunicación en un proceso social en el que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno. Para que pueda existir un proceso de comunicación, al menos deben existir dos individuos de los cuales uno será el emisor y otro el receptor. La interacción que ocurra entre éstos durante el proceso de comunicación, es lo que le permite a la comunicación adquirir el calificativo de social ya que, como lo determina**

cuando la comunicación es social, implica a personas que interactúan con diferentes intenciones, motivaciones y habilidades. p. S/N.

**SERRANO (2010).** Manifiesta. Sin dudarlo, que la comunicación sea considerada como un proceso social, permite que todas las personas puedan acceder a la misma. Muchos la utilizan con fines propios, otros en busca del cumplimiento de objetivos comunes, y otros en busca de poder; aunque no todos consiguen lo que buscan ya, que únicamente la comunicación incrementa la capacidad de supervivencia y permite a aquellos que mejor la manejan para alcanzar ventajas y poderes sociales. p.45.

Toda organización social está conformada por un grupo de personas que realizan ciertas acciones entre sí, lo que les permite poner en común, vincular y compartir el día a día.

#### **2.1.6.15. Comunicación y cultura**

**MORENO (2010).** Define. Es uno de los principales elementos que permite socializar las manifestaciones culturales para darles una trascendencia histórica, por lo tanto, permite expresar y poner de manifiesto un proceso cultural que es particular y propio de cada pueblo ; por ello el intercambio simbólico que se genera a partir de los procesos comunicativos, nos permiten reconocer las manifiestas intencionalidades de los mensajes e informaciones que el interior de los grupos culturales circulan; de ahí es que, los medios de comunicación con su difusión peculiar de mensajes, viene incidiendo tremendamente en la

**forma, fondo y resultado del proceso cultural, en el que a veces deja entrever que los medios de comunicación actuales son los constructores del sentido histórico de los pueblos y por lo tanto de su destino; circunstancia que reviste gravísima responsabilidad por que se estaría atentando a la diversidad cultural, anulando la humanidad de los procesos culturales al corregirlos con la lógica de una razón instrumental y a través de la cual se legitimaría una sola misión del mundo. Pág. 25.**

El concepto de cultura es una expresión de la interrelación e interacción de los sujetos históricos con su entorno material y simbólico, a través de la cual se ponen de manifiesto las características individuales y grupales de las sociedades en donde el proceso cultural es dinámico y creador.

La definición de cultura está unida a las nociones de identidad con una raíz profunda de las configuraciones del sentido, por ello estudiar su historia y sus perfiles es sondear en asociaciones significativas que no muestran siempre explícito su origen en las que las palabras son colectivas, no tienen autores particulares, el lenguaje es una trayectoria de la percepción humana, en algunos momentos muestra los contrastes entre lo anterior y lo posterior. La cultura es una noción, una articulación de sentido, pero también es una palabra que como tal tiene sentido histórico con un campo léxico – semántico que adquiere valor y vida.

#### **2.1.6.16. *Paradigmas y modelos de comunicación***

**KUHN (2015). Los modelos paradigmáticos son modelos metafísicos y epistemológicos; que proporcionan el “contexto” en las que se forman los diferentes modelos teóricos y tesis de un nivel**

**inferior, presentando las directrices generales de agrupamiento de las diferentes teorías. Los paradigmas en comunicación son modelos o líneas de pensamiento de carácter general, constituyente la base fundamental de la filosofía que se aplica a los diversos fundamentos que se derivan de estas ideologías. p.90.**

La comunicación no es ajena a ninguna de las esferas de la vida humana; sin embargo, el objetivo general se centra en las técnicas de comunicación interna- externa y su influencia en el desempeño laboral de los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, es menester analizar los modelos, técnicas, fundamentos existentes, derivados de estudios de investigación sobre comunicación.

Al analizar esta fundamentación brindará las herramientas para establecer las técnicas más idóneas a ser aplicadas para mejorar el desempeño laboral.

#### **2.1.6.17. *Paradigma informacional***

**SERRANO (2010). Se caracteriza por tener como eje del proceso a la información, durante toda la comunicación lo que importa al emisor es brindar una información determinada, que consta con la importancia adecuada que a su entender es altamente necesaria que el receptor la conozca. Cuenta con diferentes modelos que le dan explicación. p.45.**

#### **2.1.6.18. *Paradigma dialéctico***

**Para SERRANO (2010) este paradigma toda comunicación es un sistema compuesto por varios elementos que se relacionan entre sí:**

- La relación de los componentes está organizada
- Los componentes de la relación son heterogéneos y asumen diferentes funciones.
- Se apoya en importantes modelos.

**2.1.6.19. Modelos de la comunicación**

**2.1.6.20. Modelo psicológico de Maletzke**

**ALSINA (2010). “Conceptúa la comunicación social como “Un sistema dinámico, complicado de dependencias e interdependencias de los factores concurrentes, parte de un esquema elemental que progresivamente aumenta de complejidad”. p.3.**

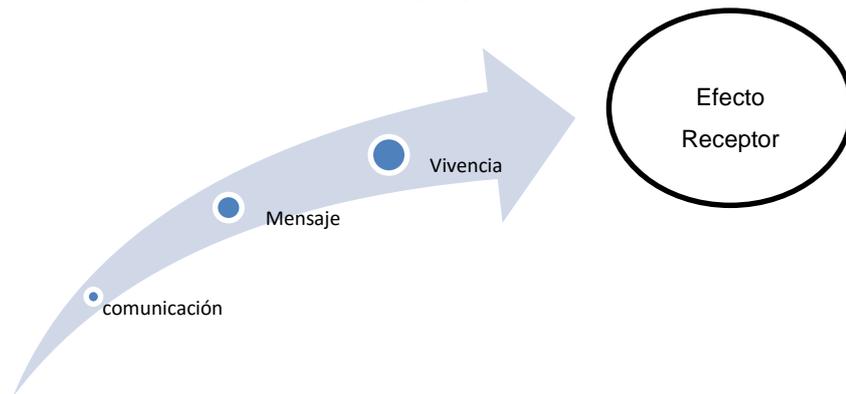


Figura 4 Modelo psicológico  
Fuente. Elaboración propia

En la comunicación social el mensaje llega el receptor a través de un medio de comunicación.

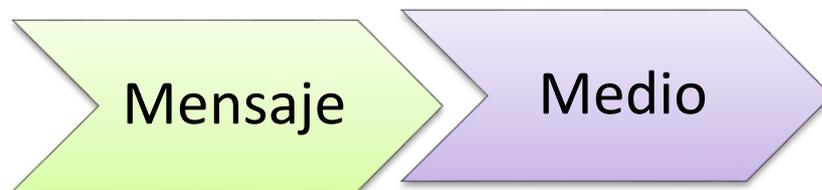


Figura 5 Mensaje-medio  
Fuente: Elaboración propia.

- El receptor selecciona los medios que escuchará
  - El receptor, parte activa del proceso comunicativo
  - El receptor determina el mensaje, producirá una vivencia en él
  - El receptor es un individuo dotado de personalidad, inteligencia, iniciativa, creatividad, intuición, invención, imaginación, carácter, intereses, opiniones y actitudes que superponen su situación actual. Para concluir.
- El modelo relaciona al comunicador y al receptor
  - Los receptores a pesar de la una direccionalidad dominante de los medios, tratan de establecer contactos con la comunicador.
  - El proceso también es modificado por la imagen que el comunicador tiene del receptor y viceversa.

#### 2.1.6.21. **Modelo dialéctico**

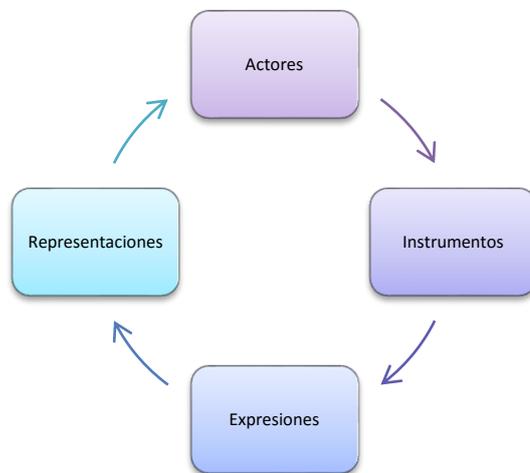


Figura 6 Modelo dialéctico

Fuente: SERRANO 2010

#### **SERRANO (2010). Establece:**

- El sistema de comunicación no es autónomo
- Es abierto a influencias exteriores de otros sistemas
- Las influencias exteriores controlan en menor o mayor grado el sistema comunicacional.

Este modelo pretende tres objetivos fundamentales.

- Paralizar sistemáticamente los elementos esenciales
- Sistematizar el análisis de las interdependencias existentes entre comunicación y sistemas sociales.
- Aclarar las relaciones que la comunicación establece en los sistemas de referencia.

Este modelo parte del análisis dialéctico de los procesos de comunicación; se caracteriza por determinadas preocupaciones teóricas:

a) En el plano teórico presenta las relaciones establecidas entre las bases materiales que posibilitan la comunicación,

b) En el plano dialéctico, despierta el espíritu y el sentido de responsabilidad social.

Este modelo incluye:

- A nivel del propio sistema de comunicación los elementos son:
  - Actores de la comunicación
  - Expresiones comunicativas
  - Representaciones
  - Instrumentos de comunicación
- A nivel de otros sistemas a los que está abierto el sistema de comunicación.
  - Objetos de referencia de la comunicación
  - Intervenciones y mediaciones originadas en el sistema social, los cuales controlan a los elementos del sistema.

#### **2.1.6.22. Modelo descriptivo**

La finalidad es establecer, los ámbitos de análisis de los actos comunicativos.

- Existe un sujeto estimulador “quién”
- Qué genera los estímulos “qué”

- Usando determinados instrumentos “en que canal”
- Busca una clase de respuesta a “con que efectos “
- En el sujeto experimental “a quién”

El modelo cuenta con limitaciones: se centra fundamentalmente en la circulación y el impacto de la información de la sociedad. Es un modelo que corresponde a la comunicación interpersonal.

Es un modelo simplista, con una tendencia conductista caracterizada por: Concepción teológica de la comunicación.

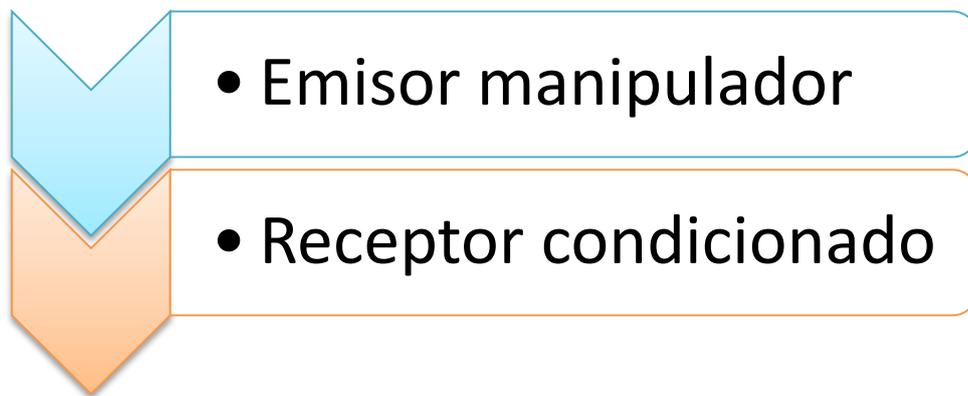


Figura 7 Simplista  
Fuente. Elaboración propia

- Prepotencia del emisor: el proceso es asimétrico



Figura 8 Procesamiento asimétrico  
Fuente: Elaboración propia

- Impotencia del receptor: el modelo caracteriza al receptor como una masa homogénea.

#### **2.1.6.23. Modelo matemático de Shanon**

**SHANNON C. E. (2011).” La comunicación inicia en la fuente del mensaje, la fuente selecciona un mensaje partiendo de un abanico de ellos, el transmisor opera sobre este, lo codifica transformándolo en una señal capaz de ser transmitida a través de un canal”. pág. s/n**

- Es un modelo elemental, muy influyente en la comunicación poco cuestionado
- Este modelo se aplica a la comunicación mecánica, (máquina- máquina) máquina y el hombre en la comunicación interpersonal.
- El termino información tiene un sentido especial se pone mayor énfasis en lo que se podría decir.

#### **2.1.6.24. Modelo conductista**

Trata de formar a las personas y llevarlas a transformar su realidad, por lo tanto, se establecen nuevos postulados.

- No más educando del educador
- Sino un educador –educando con un educando – educador
- Plantea un cambio de actitudes consiste en el paso de un ser acrítico a un crítico, dejando de ser pasivo
- Se convierte en dueño de su destino
- Se practica cambios, de valores egoístas hacia otros más solidarios
- Que el sujeto aprenda a aprender, razonando por sí mismo.

Los principales rasgos que practican son:

- No rechaza el error, lo asume como necesario
- No elude el conflicto, lo genera como parte del crecimiento
- No es individual, sino grupal
- El eje es el grupo
- Exalta la creatividad, iniciativa y la capacidad de todo individuo
- No teme a la ambigüedad de la realidad ni ante la pluralidad de opciones
- Está comprometido con la sociedad y su realidad.

#### **2.1.6.25.      *Modelo sociológico de Schramm***

**SCHARMAM, (2010). “Se centra fundamentalmente en la comunicación y sus efectos en las masas mostrando que la audiencia no es tan manipulable como se pensaba”. p.197.**

Comunicar significa compartir, establecer, una cierta partición intercambiar, con alguien, existiendo la necesidad de:

- Fuente; puede ser persona u organización
- Mensaje; se utilizan varias formas de expresión
- Destino; puede ser persona, colectivos, auditorios, grupos de personas.

Reconoce que la comunicación humana no es lineal, cada persona es fuente y destino, recibe y transmite.

Se preocupa principalmente por el estudio de los efectos. Es decir, el emisor hace una proyección de los posibles efectos de su mensaje.

#### **2.1.6.26.      *Modelos lingüísticos de Jakobson***

**JAKONSON, (2011). “Basado en el estudio lingüístico de la comunicación, estableciendo la colaboración mutua a partir de una serie de conceptos como es**

**retórica, la información, el código y ruido semántico”.**

**Pág. 4.**

Plantea investigar las funciones del lenguaje. Intervienen los siguientes elementos:

- El destinado transmite un mensaje al destinatario
- El mensaje tiene un contexto de referencia
- Un referente que el destinatario puede captar
- Destinado y destinatario deben tener un código común
- El código común les permite a los dos codificar el mensaje
- El último elemento es el contacto, canal físico
- Conexión psicológica entre los dos elementos
- Cada elemento determina una función diferente del lenguaje.

### **2.1.7. Teorías de la comunicación**

#### **2.1.7.1. *Teoría de la bala mágica***

Los medios tienen una gran influencia sobre la sociedad caracterizada por el aislamiento psicológico y la impersonalización. Básicamente el fundamento de estas teorías partía del predominio de un paradigma conductista o behaviorista que se caracterizaba por tres aspectos:

- a) Uso exclusivo para obtener datos de procedimientos objetivos
- b) La reducción del lenguaje psicológico a término de estímulo y respuesta.
- c) Énfasis en el aprendizaje como proceso asociativo.

#### **2.1.7.2. *Teoría matemática de la comunicación.***

**SHANNON C.E. (2012). Nace del cálculo de probabilidades, de las estadísticas y de la teoría de**

los juegos de estrategia en el plano más teórico. Esta teoría comprende las ideas de velocidad de información de un generador de mensajes, la capacidad de información de los canales, con o sin ruido, la codificación eficiente de los mensajes emitidos por el generador, existiendo una aproximación a la transmisión sin errores. pág. S/n.

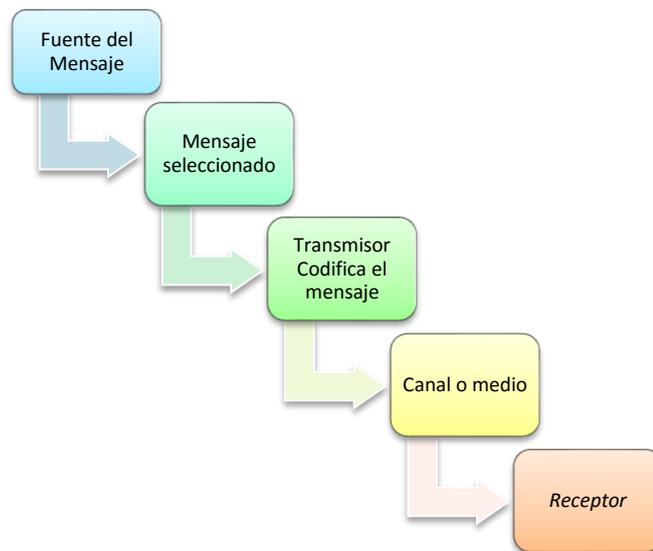


Figura 9 Teoría de la información  
Fuente: Elaboración propia

Realiza el más claro intento de análisis científico, matemático de la comunicación, introduce varios términos como: Entropía, Negentropía, ruido y redundancia. Su deficiencia se encuentra en la semiótica al utilizar la gestualidad, la proximidad espacial y otras variables como determinantes del proceso.

### 2.1.7.3. Teoría cibernética

Según PASQUALI (2011). “Define como disciplina científica que estudia los sistemas y procesos de comunicación y auto regulación tanto de los seres vivos como de los sistemas electrónicos y

**electromecánicos o de cualquier otro tipo que puedan sustituir a aquellos “, detentada por la escuela norteamericana. pág.47.**

No podemos desconocer que sea cual fuere la intención de los medios y los instrumentos en su precipitada o vertiginosa carrera tecnológica y científica alcanzada hasta aquí.

#### **2.1.7.4. *Teoría de la comunicación o semiología.***

**PASQUALI (2011). Determina. También, la escuela europea la define así, tiene algunos exponentes latinoamericanos diferenciando en ella los tipos de comunicación como la mecánica, la matemática y la humana; la perspectiva semiológica se centra en esta última atendiendo a características específicas en atención a que el mundo del hombre es el mundo del símbolo, en el que todo símbolo es interpretado y, en consecuencia, el mundo del hombre es el mundo de la interpretación. pág.47.**

No obstante, hoy se cuestionan estos puntos de vista y el campo de la comunicación es estudiado como reproductor de ideologías y de la sociedad en general, puesto que su función es reforzar y no crear pautas, valores o costumbres ajenos a la sociedad; porque los contenidos de los mensajes estarán siempre determinados por los intereses de quienes son los dueños de los medios y en ellos plasman la visión del mundo y de los diversos fenómenos de la realidad cotidiana.

#### **2.1.7.5. *Teoría filosófica de comunicación de McLuhan***

**FORERO (2011). Fundamenta el principio de que el medio es el mensaje y, por lo tanto, lo que interesa no**

**es lo que se diga a través del medio, el contenido que tenga el mensaje transmitido sino el medio mismo; se lo puede resumir interpretativamente así: “Lo importante no es lo que se diga en la televisión o quien aparezca en ella, lo importante es el hecho de que la televisión existe”. p.139.**

Con esta teoría muchos humanistas han entrado en serios debates al respecto. Sin embargo, McLuhan defiende su teoría y critica duramente a todo cuanto trata de estancar la comunicación, arremete contra la imprenta de Gutenberg como causante de muchos males por cuanto el ojo del hombre era la única fuente de cultura, igual contra la lectura, porque la considera una alteración total al sistema perceptivo; cristaliza el individualismo, el aislamiento, es el fin de la cultura comunal. Con la radio, el mundo vuelve a la magia de la palabra aunque en principio los costos son altos se escucha en comunidad los comentarios e inquietudes de quienes la escuchan; aparece luego la televisión que según el autor, tiene la misión de retornar a la sociedad al mundo tribal, de devolverle el equilibrio perdido, de librarlo de la dictadura del ojo y de ubicar a la humanidad en un mundo sin diferencias sociales, en donde no hay mayorías ni minorías en donde todos somos igualmente importantes.

## **2.2. Posicionamiento teórico personal**

El desarrollo del problema permite el mejoramiento cualitativo de la actitud y la aptitud de los servidores públicos de la entidad que estamos investigando.

Este trabajo va enfocado a la búsqueda de solucionar las barreras que no permiten el mejoramiento profesional. El comportamiento humano como fenómeno sociológico que involucra una serie de aspectos intrínsecos y circunstanciales del individuo en los distintos escenarios de actuación, repercuten, en el diario convivir de las instituciones y

organizaciones afectando directamente a la comunicación interna y externa entre los funcionarios que laboran en la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

La teoría que sustenta la investigación realizada tiene mayor énfasis en la teoría de las relaciones humanas.

### 2.3. Glosario de términos

- ✓ **Barreras de la comunicación.** Restricciones o limitaciones que ocurren dentro las etapas del proceso de comunicación o entre estas.
- ✓ **Canal. Medio** escogido a través del cual fluye el mensaje entre la fuente y el destino.
- ✓ **Canales formales de comunicación.** Fluyen dentro de la cadena de mando o responsabilidad de tarea definida por la organización.
- ✓ **Canales informales de comunicación.** Funcionan fuera de los canales formalmente autorizados y no siempre obedecen a la jerarquía de autoridad.
- ✓ **Comunicación ascendente.** Va de las personas situadas en los niveles bajos de la estructura organizacional hasta los de nivel más alto.
- ✓ **Comunicación en equipo.** Red centralizada o descentralizada de procesamiento de información por el equipo.
- ✓ **Comunicación horizontal.** Se da cuando el comunicador y el receptor están en el mismo nivel de la organización.
- ✓ **Comunicación.** Proceso de transmisión y comprensión de la información mediante el uso de símbolos comunes.
- ✓ **Consenso.** Concordancia de los miembros en determinados asuntos o decisiones.
- ✓ **Decodificación.** Proceso mental que el receptor de un mensaje emplea para poder descifrarlo.
- ✓ **Disonancia cognitiva.** Estado mental que ocurre cuando hay falta de consistencia o armonía entre las diversas cogniciones de la persona.
- ✓ **Distorsión.** Alteración experimentada por el mensaje durante su paso por los diversos agentes del sistema.
- ✓ **Expectativa.** Esperanza o posibilidad de conseguir una cosa.

- ✓ **Función.** Actividad particular de cada órgano o aparato de un organismo.
- ✓ **Incentivo.** Premio o gratificación económica que se le ofrece o entrega a una persona para que trabaje más o consiga un mejor resultado en determinada acción o actividad
- ✓ **Jerarquía.** Conjunto de personas que encabezan (por ser las más importantes o relevantes) una organización jerárquica.
- ✓ **Logro.** Éxito o resultado muy satisfactorio en una cosa.
- ✓ **Meta.** Fin al que se dirigen las acciones o deseos de una persona
- ✓ **Motivación.** Cosa que anima a una persona a actuar o realizar algo
- ✓ **Necesidad.** Hecho o circunstancia en que alguien o algo es necesario
- ✓ **Percepción.** Manera como cada persona se interpreta así mismo y su ambiente.
- ✓ **Poder.** Tener la capacidad o facultad de hacer determinada cosa.
- ✓ **Reforzamiento.** Añadir nuevas fuerzas a una cosa
- ✓ **Relación.** Trato o unión que hay entre dos o más personas o entidades.
- ✓ **Rumor.** Red de comunicación informal existente en las organizaciones la cual produce un corto circuito en los canales formales.

## 2.4. Matriz categorial

**Tabla 1 Matriz categorial**

<b>Concepto</b>	<b>Categoría</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>
Motivación para el buen desempeño en el trabajo	Recursos Humanos	Actitud personal capacitación Incentivo	Malas relaciones interpersonales. Ambiente laboral negativo
Instrumentos y normas para una buena comunicación interna y externa	Técnicas y normas de comunicación  Calidad del servicio	Ámbito Laboral  Imagen Institucional	Deficiencias: Administrativas Comunicacional Humanística

Elaborado por: Mónica Obando

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipos de investigación.**

##### **3.1.1. Investigación descriptiva**

**BEHAR (2012). Mediante este tipo de investigación que utiliza el método de análisis se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación descrita anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad. Su objetivo es describir la estructura de los fenómenos y su dinámica, identificar aspecto relevante de la realidad. Pueden usar técnicas cuantitativas (porcentajes y valores) o cualitativas (calidad, actitud). pág. 63.**

Se describe la fenomenología de la actual situación, la condición formativa, educativa, cultural técnica de los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Dada la despreocupación, falta de empoderamiento institucional, desinterés por mejorar el servicio, rutina y repetición de los procesos en el trabajo y describiéndose.

A través de esta, se ordena, agrupa y sistematizan todos los elementos del estudio, así, se ordena el valor e importancia los datos obtenidos de una síntesis o análisis, se agrupa en áreas o sectores según función, caso concreto de la investigación se congrega al personal en áreas o sectores laborales, para facilitar su categorización.

Se procede a la formulación del diagnóstico por intermedio del análisis de las encuestas, esto con el propósito de identificar las condiciones esenciales del actual funcionamiento de la organización con respecto al campo de la comunicación.

Se describe el problema mediante el estudio del mismo en función de la delimitación, tiempo – espacial, determina aprender las características externas, observados por los usuarios hacia los servidores con el fin de profundizar el conocimiento y el objetivo del problema, en el que se determina el nivel de profundidad de esta investigación el mismo que describe el fenómeno y sus características.

### **3.1.2. Investigación bibliográfica**

**ROMERO (2013).”Se emplea material escrito, gráfico, audiovisual con el fin de discernir el conocimiento, se empleará una lectura científica, el análisis, la síntesis esta investigación es más generalizada y común en gran parte de los procesos investigativos”. pág.13.**

El material de apoyo para el desarrollo de la presente investigación es abundante y de fácil acceso en particular en bibliotecas físicas y virtuales, donde reposan libros, revistas, folletos, tesis, monografías etc., que abordan la temática de la práctica diaria de procesos de comunicación organizacional.

### **3.1.3. Investigación de campo**

**BEHAR (2012). "Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como es compatible desarrollar este tipo de investigación junta a la investigación de carácter documental, se recomienda que primero se consulte las fuentes de la de carácter documental, a fin de evitar una duplicidad de trabajos. pág.63.**

Esta investigación también es de campo, lo cual le permite mantener estrecha relación con el fenómeno de la comunicación interna en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, a través de la aplicación de entrevistas, encuestas y observación directa.

## **3.2. Método de investigación**

Para el desarrollo de la investigación se utilizan métodos teóricos y prácticos.

### **3.2.1. Método Sintético.**

**ANDER (2010). "Se utilizó el método sintético cuyo papel fundamental es la abstracción, se estudia y analiza las partes de un todo sin descuidar la correlación entre ellas, se descompone un todo en sus partes, nos permite descubrir las causas, naturaleza y efectos del objeto, la aplicación de este método es consistente, sistematizada y progresiva. p. s/n**

Conduce ordenadamente los pensamientos, iniciando desde el conocimiento simple y ascender al conocimiento científico, demostrar el fenómeno o el hecho en forma global, a través de él llegar a constituir un conocimiento integral de la situación problemática de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Se relacionan los hechos aparentemente aislados y se formularan las teorías que permiten unificar los diversos componentes. Se reunirá los elementos dispersos en una nueva totalidad.

La investigadora sintetiza las superaciones en la imaginación para establecer una explicación que someterá a prueba en el desarrollo de la investigación.

Se desentenderán aspectos que no sean trascendentes o poco trascendentales para la presente investigación, discriminando lo menos valioso para optimizar o relieves los aspectos de mayor importancia. Se extrae actividades según la cual el investigador extrae conocimientos generales desde un conjunto de situaciones que comparten determinadas semejanzas, se crea un todo a partir de sus elementos.

Exposición breve de un asunto determinado como es el caso de la investigación sobre técnicas de comunicación interna – externa de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, operación mental en la que quien investiga partiendo de todos los datos existentes que aportan al planteamiento de objetivos, metodologías, estrategias se ha obtenido las conclusiones, definiciones como las recopiladas y establecidas, se obtiene leyes fundamentales, teorías y modelos, en la que el investigador une el sujeto y el predicado a la hora de emitir un juicio o una proposición.

### **3.2.2. Método Analítico.**

El análisis sin síntesis facilita conocimientos empíricos. La síntesis sin análisis no tiene consistencia sus conclusiones son erradas, por tanto,

se utilizó también el método sintético. Este permitió conducir ordenadamente los pensamientos, inicia desde el conocimiento y asciende progresivamente, lo que constituye un conocimiento integral.

Cumple un papel fundamental, la abstracción, puede estudiar y analizar la parte de un todo sin estudiar la correlación entre ellas, descompone un todo en sus partes el todo puede ser concreto o abstracto permitiendo descubrir causas naturaleza, efectos del objeto a investigarse, la aplicación de propuestas, experimentos, teorías, modelos y guías, la aplicación es consistente y sistematizada

Progresivamente se distinguirán los elementos del problema, tema, procediendo a revisar ordenadamente cada uno por separado partiendo de la experimentación y el análisis y establecer normativas permanentes en el desempeño laboral.

Para el desarrollo de la investigación se descompone el todo en sus partes, esto es analizar cada uno de los elementos, de los datos que integran el problema en su conjunto, constituye un proceso del pensamiento y un método de estudio esencial.

La clasificación y estudio objetivo y sistemático de todos los elementos que conforman la información de una emisión verbal, escrita, de un libro, de un diario, se determina el orden que se debe seguir en el tratamiento de determinados casos en particular, el orden o secuencia que se ha establecido en la estructuración del marco teórico, en la realización de actividades específicas, de acuerdo con la importancia de cada uno de los pasos que se desarrollan en el problema investigado.

### 3.2.3. Método Deductivo.

**SÁNCHEZ (2012). Mediante este método se aplican los principios descubiertos a casos particulares a partir de la vinculación de juicios. El papel de la deducción en la investigación es doble:**

- a) Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Una ley o principio puede reducirse a otra más general que la incluya. Si un cuerpo cae decimos que pesa porque es un caso particular de gravitación.
- b) También sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos. Si sabemos la fórmula para calcular la velocidad, podremos calcular entonces la velocidad de un avión, la matemática es la ciencia deductiva por excelencia; parte de axiomas y definiciones.

Se apoyó en el método deductivo, a través de conceptos generales, normas, disposiciones, reglamentos que son de carácter general es decir analizando la fundamentación teórica sobre comunicación, sus técnicas, sus teorías, sus referencias.

Para luego del análisis establecer las ventajas de la aplicación en forma particular en cada uno de los textos consultados, se partirá de hechos verificados, en esquemas lógicos, elaborados mentalmente y apoyados por sólidos conocimientos teóricos y de verdades preestablecidas a través del tiempo de permanencia en el servicio público de una institución como la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Se descubrirá las consecuencias desconocidas partiendo de principios conocidos y vivenciales.

Sacar consecuencias de un principio, proposición o supuesto de las definiciones sobre comunicación, determina las técnicas de comunicación y su aplicación en los procesos de comunicación organizacional interna de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Se utiliza este método en la investigación propuesta partiendo de las hipótesis los cuales son derivados a partir de modelos teóricos generales; quien investiga utiliza este método cuando parte de una teoría para luego ampliarla.

En el presente caso se parte de una o varias teorías para establecer la propuesta y guías a aplicarse en el manejo y mejoramiento de la comunicación interna de la institución, se ampliará y contrastará a partir de un proceso lógico deductivo.

#### **3.2.4. Método Inductivo.**

**SÁNCHEZ (2012). Conjuntamente con el anterior es utilizado en la ciencia experimental. Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados, de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías. Ello es como decir que la naturaleza se comporta siempre igual cuando se dan las mismas circunstancias, lo cual es como admitir que bajo de la repetitividad de las experiencias, lógicamente aceptado. Pero basar en esto que desde unos hechos concretos se puede llegar a establecer una teoría general, sería tanto como admitir que no pueden darse hechos distintos. p.23.**

También fue el sustento de esta investigación permitió fundamentar proposiciones de carácter general y establecer las conclusiones requeridas para el cumplimiento de los objetivos planteados. El proceso investigativo de este trabajo se desarrolló bajo la guía y orientación de los métodos indicados.

En función de este método se sintetizan las teorías de la comunicación que constan en este tema de investigación. A través de la intuición propia de quien investiga se ha logrado aproximar lo abstracto al plano concreto reforzando que todos los aspectos que se ha intuido se ha procedido a escalar desde el conocimiento de un fenómeno, o hecho con el que se investiga, mediante la localización de propiedades, características, diferencias y desde luego los principios o los elementos comunes a todos ellos, hasta establecer en este caso particular el principio general, esto es la propuesta integrada con las guías de comunicación que permitan mejorar el proceso comunicacional interno y externo en la Junta Nacional de Defensa del Artesano .

### **3.3. Diseño de investigación**

#### **3.3.1. Determinación de la población**

La investigación establece como población de estudio a los servidores públicos que prestan su servicio en la Junta Nacional de Defensa del Artesano con su matriz en la ciudad de Quito y 24 dependencias en cada una de las capitales de provincia y sus cantonales en ciertas provincias.

También se considera a una población de usuarios en la dependencia provincial de Imbabura lugar de trabajo de quien lleva adelante la investigación.

De la misma manera una entrevista efectuada al Presidente o representante legal de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, Licenciado Luis Quihspi Vélez, la encuesta realizada a los servidores públicos de la Junta Nacional son 60 personas, la otra encuesta se lo realizo a los usuarios en la Junta Provincial de Imbabura 70 personas, de una semana de atención y la entrevista al Presidente de la institución en persona.

La población objeto de investigación está conformada por 60 personas involucrados para alcanzar el anhelo de mejoramiento del servicio y el superar las deficiencias del clima laboral interno de la organización.

### **3.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.3.2.1. Cuestionario**

Con la finalidad de obtener información referente al proceso de comunicación que practican en la actualidad los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano se elaboran dos encuestas y una entrevista encaminadas a la investigación de varios aspectos que guardan directa relación con el problema de la investigación, con el objeto de determinar el perfil personal y profesional del funcionario así como el ambiente laboral se elabora el cuestionario de tipo estructurado con diez preguntas cerradas.

El segundo cuestionario se refiere a la apreciación del usuario sobre el desempeño laboral de los funcionarios en la prestación del servicio, su servicio profesional y el manejo, dominio o inobservancia de procesos o técnicas de comunicación.

El cuestionario se integra con diez preguntas cerradas, estos resultados servirán de base fundamental para la elaboración de la propuesta.

Se prepara la entrevista a la autoridad principal para establecer su apreciación sobre el funcionamiento de la Junta Nacional de Defensa del Artesano con relación directa a la comunicación interna entre funcionarios y externa entre usuarios, tomando los resultado con la objetividad del caso serán clave para determinar la factibilidad de elaborar y aplicar una propuesta alternativa de guías de comunicación interna y externa para el desempeño laboral de los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

### **3.3.3. Validez**

**BUSOT (2010), establece “Un instrumento o técnica de investigación es válido si mide lo que en realidad pretende medir”. pág. 107.**

La validación de los instrumentos elaborados se sometió a la revisión y aprobación del Tutor de Tesis con el fin de evaluar la expresión, lenguaje, estilo, los contenidos, la pertinencia de las preguntas, perfiles y relación entre los objetivos y preguntas.

### **3.3.4. Procedimiento de la investigación**

La investigación inicia con la entrevista a la máxima autoridad de la institución, el propósito; la aceptación y autorización de la investigación se otorga para proceder a realizar la encuesta a los funcionarios y funcionarias de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Elaborados los instrumentos indicados se determina su validez a través de docente investigadores de la carrera como también de parte de la dirección de tesis, las sugerencias emitidas por estas instancias servirán para mejorar las técnicas indicadas antes de su aplicación.

El primer cuestionario se utiliza para los servidores públicos investigados, este está dirigido a determinar su formación científica,

tiempo de servicio y conocimiento en técnicas comunicacionales entre otros aspectos.

Partiendo del instrumento aplicado, se realizara en una fase diagnostica o sintetizada en la comunicación organizacional que hasta la presente viene ejecutando la institución, en procesos hasta ahora puesto en práctica nos permitirá establecer la factibilidad del proyecto de investigación sobre la concepción, planificación, elaboración y ejecución de la propuesta guías de comunicación .

La etapa de la formulación de la propuesta, comprenderá la elaboración de la presentación, justificación, fundamentación, objetivos, factibilidad, desarrollo, impacto y difusión.

### **3.3.5. Análisis de datos**

Los resultados producto de la aplicación de los distintos instrumentos, se organizan se tabulan y procesan a través de las estadísticas, descriptiva esto ha permitido calcular la distribución de frecuencias y porcentajes.

El procesamiento de datos ha facilitado interpretar los resultados, se ha proporcionado el análisis particularizado a cada una de las frecuencias tomando como base el rango mayor o menor según el caso, este análisis establece como el correctivo a implementar con el fin de mejorar el proceso de investigación.

Inclusive se plantea técnicas a poner en practica con la finalidad de alcanzar los índices de mejoramiento que se busca, dentro de la investigación dando como como resultado la entrega de un excelente trabajo de investigación.

### **3.4. Técnicas e instrumentos y recolección de información**

#### **3.4.1. La encuesta**

El instrumento está destinado para obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, para ello se utilizarán dos cuestionarios integrados por diez preguntas cada uno de ellos que se entregaron a los y las servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, los cuales las contestaron igualmente por escrito.

No contó se pidió que los encuestados se identifiquen hay que para el efecto es irrelevante. Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica.

#### **3.4.2. Entrevista.**

Esta práctica está dirigida al representante legal de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, para lo que se elaboró un cuestionario de cinco preguntas.

Esta técnica se realizó de manera directa, recalcando la deficiencia que existe en la institución en las maneras y formas de comunicación que existen en la parte interna directamente con los servidores públicos y el área externa con la atención al usuario.

### **3.5. Población**

La población o universo, es la totalidad de elementos a investigar. En la mayoría de casos, no es factible investigar a toda la población, ya sea por razones económicas, por falta de personal calificado o porque no se dispone de tiempo necesario, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo.

En el tema de investigación realizado, el universo estuvo compuesto de trece directores departamentales, sesenta funcionarios en la dependencias centrales de la Junta Nacional de Defensa del Artesano 75 usuarios.

<b>UNIDADES DE OBSERVACION</b>	<b>TOTAL</b>
FUNCIONARIOS OFICINA CENTRAL	60
JEFES DEPARTAMENTALES	13
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>

Tabla 2. **Población**

La población que integra la Junta Nacional de Defensa del Artesano es factible de investigarse sin necesidad de muestreo, se procedió a aplicar la encuesta a todos sus integrantes, una para directores de personal, una para el personal de la dependencia central y una para los servidores provinciales y una de carácter general.

## CAPÍTULO

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. ENCUESTAS A LOS SERVIDORES PÚBLICOS

##### 4.1.1. ÍTEM #1. CARACTERÍSTICAS PERSONALES

###### 4.1.1.1. Género

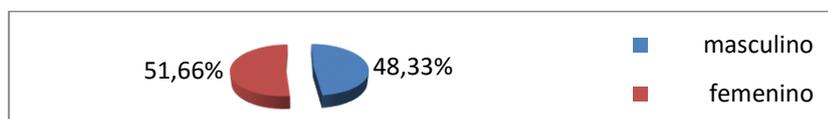
**Tabla 3 Género de los servidores públicos de la JNDA**

Indicadores	Frecuencia	%
Masculino	29	48.33%
Femenino	31	51.66%

Fuente: Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 10 Género de los servidores públicos de la JNDA**



Fuente: Tabla N° 3

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, 29 que representa el 48.33% y 31 que representa el 51,66%.

**ANÁLISIS:** El grupo mayoritario corresponde al género femenino, por lo que se observa inequidad de género. En la Junta Nacional de Defensa del Artesano desde tiempo atrás se mantuvo como práctica sana, la preferencia por el género femenino. Su porcentaje fue muy amplio en los últimos años, debido a la representación servicio, atención, delicadeza, dedicación y mayor responsabilidad que presta o brinda la mujer, lo que favorece como un buen perfil y representación dentro de la institución.

#### 4.1.1.2. Edad:

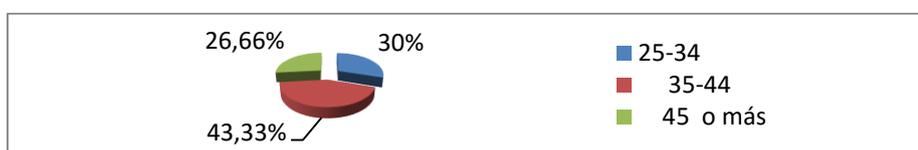
**Tabla 4 Edad de los servidores públicos de la JNDA**

Indicadores	Frecuencia	%
<b>25-34</b>	<b>18</b>	<b>30%</b>
<b>35-44</b>	<b>26</b>	<b>43.33%</b>
<b>45 o más</b>	<b>16</b>	<b>26.66%</b>
total	60	100%

Fuente: Encuesta a los servidores públicos de la JN

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 11 Edad de los servidores públicos de la JNDA**



Fuente: Tabla N° 4

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, 18 de los servidores encuestados representan el 30%, 26 de los servidores encuestados representan el 43.33% y 16 El 30% de los servidores encuestados respondieron que sus edades son entre 25 – 34 años de edad, el 43.33% de los servidores encuestados respondieron que sus edades son entre 35 – 44 años de edad y el 26.66% de los servidores encuestados respondieron que sus edades son de 45 a más años de edad

**ANÁLISIS:** Se encuentran entre 35 años a 44 años de edad esto indica que son funcionarios adultos estables con capacidad de reflexión, crítica, y autocrítica, y madurez lo que hace que el servicio que brindan sea con responsabilidad y seriedad en su trabajo, evitando cometer equivocaciones dentro de su función, indicadores que son acordes con la población económicamente activa en el país por los que representa un nicho de investigación muy interesante en quien enfocar nuevas propuestas comunicativas.

#### 4.1.2. ÍTEM#2. NIVEL ACADÉMICO

¿Cuál es el nivel académico de instrucción educativa?

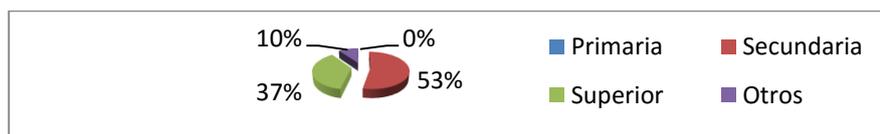
**Tabla 5 Nivel académico**

Indicadores	Frecuencia	%
Primaria	0	0
Secundaria	32	53%
Superior	22	37%
Otros	6	10%
Total	60	100%

Fuente: Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 12 Nivel académico**



Fuente: Tabla N° 5

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, 22 de los servidores encuestados representan el 37% de nivel académico superior, 32 de los servidores encuestados representan el 53% de nivel académico secundaria y 6 de los servidores encuestados representan el 10% otros.

**ANÁLISIS:** Los funcionarios acreditan un nivel formativo, lo que permite contar con un personal calificado facilitando su capacitación y buena predisposición a un cambio para el mejoramiento del servicio público dentro de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, puede ser considerada una dificultad ya que muchos de estos servidores poseen únicamente grado de bachiller sin embargo es muy posible que esta formación secundaria sea en ramas artesanales lo que iría en congruencia con la finalidad de la institución, pero si alerta respecto a la urgente capacitación permanente y una profesionalización institucionalizada a sus funcionarios.

### 4.1.3. ÍTEM#3. ANTIGÜEDAD

¿Cuántos años de servicio desempeña usted como servidor público en la Junta Nacional de Defensa del Artesano?

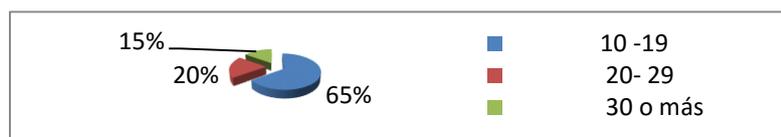
**Tabla 6 Antigüedad**

Indicadores	Frecuencia	%
10 -19	39	65%
20- 29	12	20%
30 o más	9	15%
Total	60	100%

Fuente: Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 13 Antigüedad**



Fuente: Tabla N° 6

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, 39 de los servidores encuestados representan el 65%, el 12 de los servidores encuestados representan el 20% y el 9 de los servidores encuestados representan el 15%, el 65% es de 10 – 19 años de servicio, el 20% es de 20 – 29 años de servicio, el 15% es de 30 – más años de servicio.

**ANÁLISIS:** El mayor grupo de funcionarios se encuentra entre 10 y 19 años de servicio público, también es significativo el grupo de 20 a 29 años, lo cual, reflejan que se encuentran en capacidad de continuar su nivel formativo de especialización, y aún poseen una larga trayectoria y experiencia para contribuir positivamente con el fortalecimiento institucional de la JNDA. Son personas con empoderamiento y sentido de pertenencia hacia la institución, identificadas con su cultura y estilo de trabajo.

#### 4.1.4. ÍTEM #4. FUNCIÓN QUE DESEMPEÑA

¿Cuál es la función que desempeña en la JNDA?

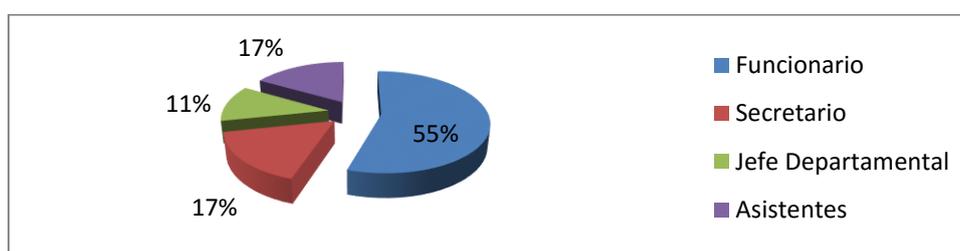
**Tabla 7 Función**

Indicadores	Frecuencia	%
Funcionario	33	55%
Secretario	10	17%
Jefe Departamental	7	11%
Asistentes	10	17%
Total	60	100%

**Fuente:** Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

**Elaborado por:** Mónica Obando

**Figura 14 Función**



**Fuente:** Tabla N° 7

**Elaborado por:** Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, El 55% son Servidores Públicos, 16.66% son Secretarios, 3.3% son Jefes Departamental y el 16.66% son Asistentes.

**ANÁLISIS:** El mayor intervalo se encuentra en los servidores públicos de las Juntas Provinciales, la que indica que es el sector con mayor demanda de atención y mejoramiento es en este sector. En este grupo mayoritario de servidores provinciales, se debe centrar el proceso de capacitación, motivación, valores y relaciones interpersonales, esto ayudará a mejorar tanto interna como externamente el servicio y rendimiento laboral.

#### 4.1.5. ÍTEM #5. OFICINA O DEPARTAMENTO

¿En qué oficina o departamento labora actualmente?

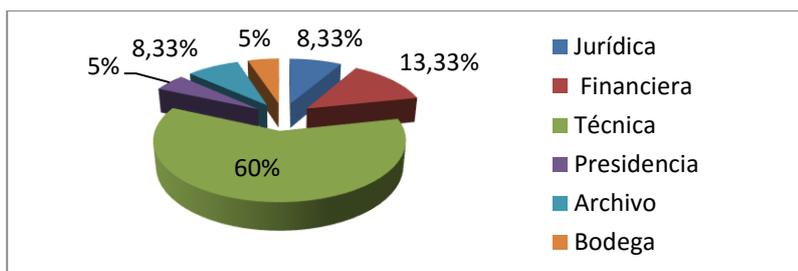
**Tabla 8 Oficina o departamento**

Indicadores	Frecuencia	%
Jurídica	5	8.33%
Financiera	8	13.33%
Técnica	36	60%
Presidencia	3	5%
Archivo	5	8.33%
Bodega	3	5%
Total	60	100%

Fuente: Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 15 Oficina o departamento**



Fuente: Tabla N° 8

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, 5 de los servidores encuestados representan el 8.33%, 8 de los servidores encuestados representan el 13.33%, 36 de los servidores encuestados representan el 60%, 3 de los servidores encuestados representan el 5%, 5 de los servidores encuestados representan el 8.33% y 3 de los servidores encuestados representan el 5%.

**ANÁLISIS:** El personal técnico conforma el mayor grupo, por lo tanto, hacia este sector se debe dirigir con mayor énfasis los procesos de mejoramiento en todos los niveles, o al grupo de servidores públicos se debe solicitar sobre qué temas desean capacitarse, donde ellos sean los que informen el tema según la necesidad que ellos identifican que tienen en su área de trabajo.

#### 4.1.6. ÍTEM #6. CAPACITACIÓN

¿Ha recibido programas de entrenamiento en el área en la cual se desempeña?

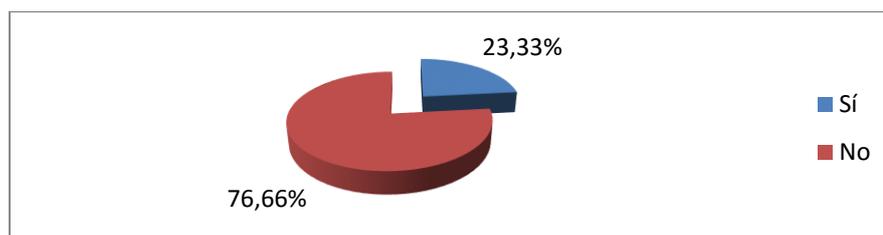
**Tabla 9 Capacitación**

Indicadores	Frecuencia	%
Sí	14	23.33%
No	46	76.66%
Total	60	100%

**Fuente:** Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

**Elaborado por:** Mónica Obando

**Figura 16 Capacitación**



**Fuente:** Tabla N° 9

**Elaborado por:** Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, 14 de los servidores encuestados representan el 23.33% y 46 de los servidores encuestados representan el 76.66%.

**ANÁLISIS:** No han recibido programas de entrenamiento lo que demuestra un bajo interés por cualificar al servidor público en las áreas de su competencia, indica replantear procedimientos y dedicar recursos de mejoramiento profesional. En esta etapa, las necesidades de capacitación son urgentes donde se puede organizar un plan de capacitación, que involucre a todos los departamentos, los mismos que se ajusten a las características y necesidades de la institución.

#### 4.1.7. ÍTEM #7. AMBIENTE LABORAL

¿Existe un buen ambiente laboral que logre satisfacción y motivación en su oficina?

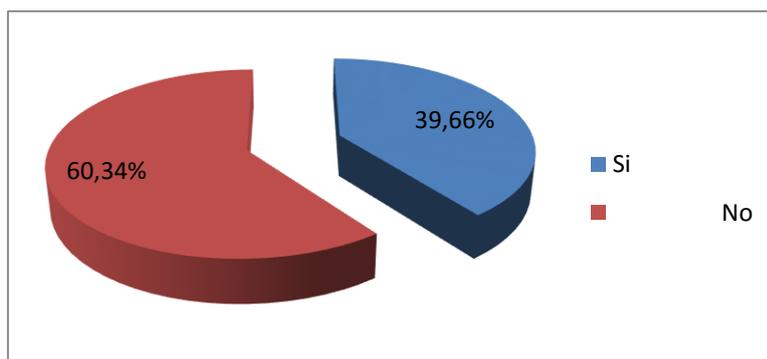
**Tabla 10 Ambiente laboral**

Indicadores	Frecuencia	%
Si	24	39.66%
No	36	60.34%
Total	60	100%

Fuente: Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 17 Ambiente laboral**



Fuente: Tabla N° 10

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, 24 de los servidores encuestados representan el 39.66% y 36 de los servidores encuestados representan el 60.34%.

**ANÁLISIS:** En los funcionarios se denota que no existe un buen ambiente laboral, no logra satisfacción ni motivación, los directivos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano deben tomar muy en cuenta que un personal motivado, satisfecho con su trabajo y remuneración es un personal que brinda mejor servicio con eficiencia y calidez.

#### 4.1.8. ÍTEM #8. RELACIÓN

¿La relación personal con compañeros y compañeras de trabajo como lo califica?

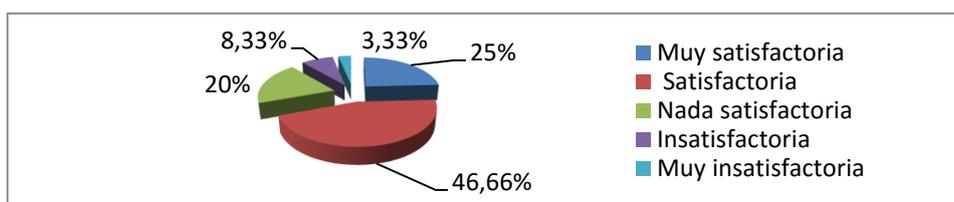
**Tabla 11 Relación personal entre compañeros**

Indicadores	Frecuencia	%
Muy satisfactoria	15	25%
Satisfactoria	28	46.66 %
Nada satisfactoria	12	20%
Insatisfactoria	3	8.33%
Muy insatisfactoria	2	3.33%
Total	60	100%

Fuente: Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 18 Relación personal entre compañeros**



Fuente: Tabla N° 11

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, 15 de los servidores encuestados representan el 25%, 28 de los servidores encuestados representan el 46.66%, 12 de los servidores encuestados representan el 20%, 3 de los servidores encuestados representan el 8.33% y 2 de los servidores encuestados representan el 3.33%.

**ANÁLISIS:** La mayoría de los servidores públicos considera que es satisfactoria la relación con los compañeros que para sentirse productivo en el entorno laboral es fundamental mantener una buena relación tanto con sus colegas como con sus jefes, es la clave para tener una jornada de trabajo donde reine la motivación, sobre todo. Además, estas condiciones positivas hacen que los empleados se sientan mucho más confiados al momento de compartir sus ideas o solicitar una opinión, el éxito sería que todo el grupo se sienta satisfecho.

#### 4.1.9. ÍTEM #9. TRATO QUE RECIBE

¿Cómo es el trato que recibe de sus superiores?

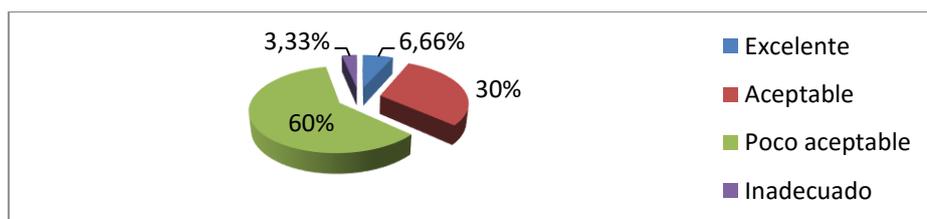
**Tabla 12 Trato que recibe**

Indicadores	Frecuencia	%
Excelente	4	6.66%
Aceptable	18	30%
Poco aceptable	36	60%
Inadecuado	2	3.33%
Total	60	100%

Fuente: Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 19 Trato que recibe**



Fuente: Tabla N° 12

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los 60 servidores encuestados que representan el 100%, 4 de los servidores encuestados representan el 6.66%, 18 de los servidores encuestados representan el 30%, 36 de los servidores encuestados representan el 60% y 2 de los servidores encuestados representan el 3.33%.

**ANÁLISIS:** El mayor porcentaje indica que la relación superior a los subalternos en lo referente al trato, disposiciones, requerimientos y exigencias se maneja bajo esquemas autocráticos, autoritarios que no favorecen la relación interpersonal y de respeto mutuo, tomando en cuenta que los puestos de los directores o jefes son de libre remoción, quienes deben ser los primeros en cambiar su manera y método de autoridad.

#### 4.1.10. ÍTEM #10. RECONOCIMIENTO

¿Qué espera usted de su desempeño?

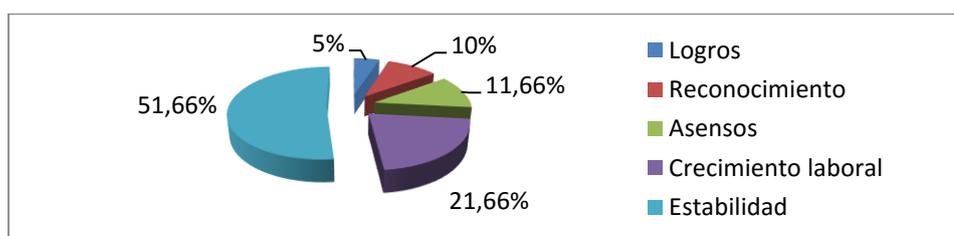
**Tabla 13 Desempeño**

Indicadores	Frecuencia	%
Logros	3	5%
Reconocimiento	6	10%
Asensos	7	11.66%
Crecimiento laboral	13	21.66%
Estabilidad	31	51.66%
Total	60	100%

Fuente: Encuesta a los servidores públicos de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 20 Desempeño**



Fuente: Tabla N° 13

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** El 5% espera logros, el 10% espera reconocimientos, el 11.66% espera asensos, el 21.66% espera un crecimiento laboral y el 51.66% espera una estabilidad

**ANÁLISIS:** La gran mayoría de las personas tienden a mejorar cuando se les informa de cómo están trabajando y siempre que les reditúe algún beneficio a ellos y a la organización. Contribuir al mejoramiento del desempeño laboral mediante la identificación de fortalezas y debilidades y logrando que se hagan las cosas útiles. Identificar a quienes tengan potencial para asumir mayores responsabilidades, ahora o en el futuro, y brindar una guía sobre lo que debe hacerse para asegurar que ese potencial se realice. Ayudar a decidir sobre incrementos salariales que relacionen de manera justa el nivel de remuneración con el nivel de desempeño y estabilidad laboral.

## 4.2. ENCUESTAS A LOS USUARIOS

### 4.2.1. ÍTEM #1. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

¿El proceso de comunicación que se maneja en la Junta Nacional de Defensa del artesano es correcto, apropiado, factible?

**Tabla 14 Proceso de comunicación**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	20%
NO	48	80%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 21 Proceso de comunicación**



Fuente: Tabla N° 14

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Se puede apreciar en base a los resultados que el mayor porcentaje de encuestados responde que el proceso de comunicación que se maneja en la Junta Nacional de Defensa del Artesano no es correcto, ni apropiado y menos factible.

**ANÁLISIS:** En relación a la respuesta se puede dar cuenta que existe una deficiencia tanto de conocimientos y buenas prácticas comunicacionales donde la institución y su representante debe poner hincapié en mejorar estas carencias las mismas que indican que a pesar de estar renovados en el campo tecnológico, no ha sabido cómo manejar este tema y buscar soluciones positivas dentro de la entidad y fuera de ella es decir en la atención al usuario.

#### 4.2.2. ÍTEM #2. LENGUAJE VERBAL Y LA COMUNICACIÓN

¿Cómo calificaría el lenguaje verbal y la comunicación empleada por los servidores públicos de la junta nacional de defensa del artesano?

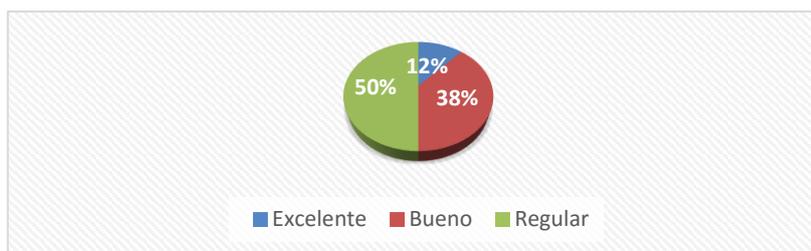
**Tabla 15 Lenguaje verbal y comunicación**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	7	12%
Bueno	23	38%
Regular	30	50%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 22 Lenguaje verbal y comunicación**



Fuente: Tabla N° 15

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Se agrupa la mayor cantidad de usuarios en la tercera alternativa, esto es calificar con la evaluación cualitativa de regular el lenguaje verbal y la comunicación que emplean los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano al dirigirse a quienes requieren del servicio que prestan.

**ANÁLISIS:** Es muy preocupante que la calificación regular que los encuestados otorgan a este ítem ya que es la escala más baja de la calificación razón por la cual este indicador podría sugerir a los máximos directivos, directores departamentales, a reflexionar sobre esa debilidad institucional, con el propósito de dedicar sus mejores iniciativas para superar esta carencia, la iniciativa de cambio ayudaría a la imagen institución.

### 4.2.3. ÍTEM #3. VOCABULARIO

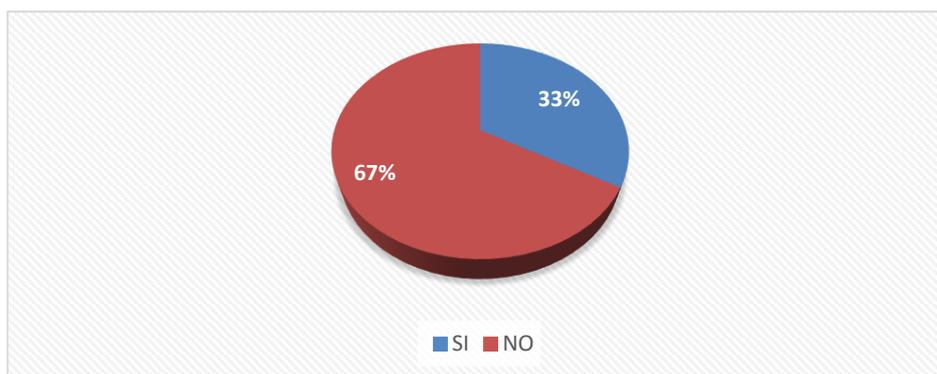
¿Considera que el servidor público emplea un vocabulario claro, veraz y objetivo para comunicarse con usted?

**Tabla 16 Vocabulario**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	33%
NO	40	67%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA  
Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 23 Vocabulario**



Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Existe un elevado porcentaje 67% de usuarios que considera que el servidor público no emplea un vocabulario claro, veraz y objetivo para atender al público que requiere el servicio de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

**ANÁLISIS:** Este elevado porcentaje lo que indica es que el conjunto de los servidores públicos, directores departamentales, presidentes, deben emplear un vocabulario, un léxico o terminología que denote cultura, educación, empatía y sobre todo respeto y consideración, es muy indispensable dentro de las Instituciones Públicas.

#### 4.2.4. ÍTEM #4. PERCEPCIÓN DE LA FLUIDEZ

¿En la oficina que usted asistió el servidor público empleo una comunicación fluida?

**Tabla 17 Percepción de fluidez**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	33%
NO	40	67%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA

Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 24 Percepción de fluidez**



Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** El mayor grupo de usuarios manifiestan que los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano no emplean una comunicación fluida al momento de prestar el servicio a quienes lo requieren.

**ANÁLISIS:** Esto refleja que los servidores públicos reúnen el prerequisite para emprender en un cambio de actitud y aptitud, esto es mejorar permanentemente en busca de la eficacia y eficiencia comunicacional, el mantener una buena comunicación conlleva a mejorar los procesos en general, lo más importante es mejorar la comunicación dentro de la institución.

#### 4.2.5. ÍTEM #5. TÉCNICAS EN ATENCIÓN

¿Los servidores públicos demuestran que tienen el conocimiento y dominio de técnicas de comunicación en la atención al usuario?

**Tabla 18 Técnicas de atención**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	35%
NO	38	65%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA  
Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 25 Técnicas de atención**



Fuente: Tabla N° 18  
Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** A través de esta pregunta queda demostrado que las técnicas de comunicación son pocos o nada conocidas por los servidores públicos, pocos son los servidores que conocen de estas técnicas.

**ANÁLISIS:** Se requiere que los directivos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, basados en un diagnóstico, busque una consultoría que sustente el conocimiento en procesos de comunicación en todos los ámbitos con el fin de capacitar a todos los servidores públicos. Esta consultoría capacitará al personal, en todos los aspectos referentes a la comunicación. La preparación indicada bien puede realizarse bajo una modalidad factible para el recurso humano.

#### 4.2.6. ÍTEM #6. CLARIDAD DE LA INFORMACIÓN

¿Cree usted que los mensajes emitidos por el servidor público son claros transparentes y lógicos?

**Tabla 19 Claridad de la información**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	35%
NO	39	65%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA  
Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 26 Claridad de la información**



Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Comprendiendo que el mensaje es la información que va hacer comunicada por el emisor, al observar la frecuencia que el mayor porcentaje de usuarios señalan que no existe claridad, transparencia, veracidad y preciso en los mensajes emitidos por los servidores públicos.

**ANÁLISIS:** Si el mensaje se considera como un signo o un conjunto de signos verbales, visuales, gestuales, objetivos, capaz de ser significativo para alguien el mensaje no es el producto del proceso de comunicación e información que requiere el usuario. Es la mediación que se establece entre el emisor y receptor, entendiéndose la falencia del servidor público en este aspecto es urgente una capacitación en la aplicación del vocabulario y lenguaje pertinente.

#### 4.2.7. ÍTEM #7. CANALES DE COMUNICACIÓN

¿Son adecuados los canales de comunicación que utilizan los servidores públicos para informar al usuario su servicio?

**Tabla 20 Canales de comunicación**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	35%
NO	38	65%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA  
Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 27 Canales de comunicación**



Fuente: Tabla N° 20  
Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** El canal se define como el medio o el vehículo por el cual se transmite el mensaje desde el emisor al receptor. En esta pregunta al igual que los anteriores la contestación es negativa en un porcentaje elevado de usuarios los canales que se emplean mayormente son circulares, oficios, correos electrónicos, correos institucionales y software homologado como el Zimbra Desktop y Quipux Gestión Gubernamental.

**ANÁLISIS:** En este caso, actualmente la tecnología de la información ha evolucionado vertiginosamente, los canales más de los tradicionales, son de variados tipos, muchos son cibernéticos, otros basados en sistemas algoritmos y computacionales, no todos los servidores públicos tienen conocimiento básico o solvente sobre el manejo y operatividad de modernismo tecnológicos, actualizar el conocimiento y mejorarlo el existente debe ser compromiso de directivos y servidores públicos de una institución pública u organización .

#### 4.2.8. ÍTEM #8. CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN

¿Estima importante que el personal de la junta nacional de defensa del artesano se capacite continuamente sobre técnicas de comunicación para mejorar la atención?

**Tabla 21 Capacitación y atención**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	45	75%
NO	15	25%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA  
Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 28 Capacitación y atención**



Fuente: Tabla N° 21  
Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los encuestados en su mayor porcentaje indican que los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, deben capacitarse en técnicas de comunicación con el fin de mejorar el servicio al usuario

**ANÁLISIS:** La capacitación es el proceso por la cual se adquieren conocimientos, se mejora el mismo, inclusive se especializa en su dominio, las organizaciones se mantienen estancadas en su vivencia, otras se mantienen por renombre de otros tiempos, sin considerar que el ambiente laboral y la sociedad evolucionan, se presentan nuevas necesidades, desafíos, proceso que requieren respuesta, solución por tanto, capacitar al personal es clave para crecer y alcanzar la excelencia.

#### 4.2.9. ÍTEM #9. PREFERENCIA SISTEMAS COMUNICATIVOS

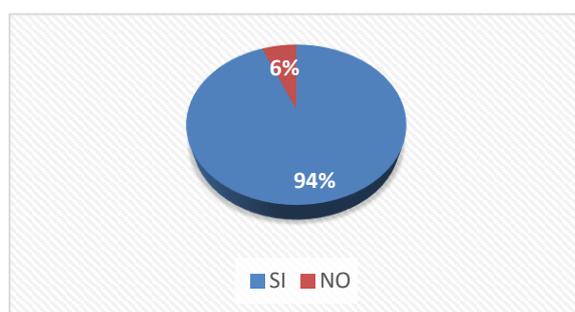
¿Preferiría usted algún sistema de comunicación en particular para comprender mejor el servicio que usted requiere?

**Tabla 22 Preferencia en sistemas comunicativos**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	49	94%
NO	11	6%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA  
Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 29 Preferencia en sistemas comunicativos**



Fuente: Tabla N° 22

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Del universo de usuarios encuestados la mayoría de ellos prefieren para satisfacción en el servicio requerido, otro sistema de comunicación, sistema que no se encuentra habilitado.

**ANÁLISIS:** Los usuarios requieren un sistema de información a través de un determinado canal, el cual puede ser página web, o mediante afiches, trípticos, circulares este requerimiento del usuario, pues para ellos está claro que los procesos de comunicación externa no satisfacen sus expectativas e invita a todos quienes conforman la organización a diseñar nuevos formatos, guías con el fin de satisfacer la necesidad del usuario.

#### 4.2.10. ÍTEM #10. PERTINENCIA DEL SISTEMA

De los sistemas existentes selecciones el que usted considere pertinente.

**Tabla 23 Pertinencia del sistema**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Video conferencia	3	5%
Página web	8	13%
Comunicación escrita	8	13%
Comunicación verbal directa	21	35%
Conferencias presenciales	20	34%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la JNDA  
Elaborado por: Mónica Obando

**Figura 30 Pertinencia del sistema**



Fuente: Tabla N° 23

Elaborado por: Mónica Obando

**INTERPRETACIÓN:** Los encuestados demuestran poco conocimiento en sistemas de información, optan por la comunicación verbal, directa también por las conferencias presenciales, esta manifestación se puede interpretar como observación, requerimiento y recomendaciones que se debe tomar muy en cuenta

**ANÁLISIS:** Es evidente que muchos de los encuestados no conocen respecto a la existencia de sistemas de flujo de información, razón por la cual hay que presentar una gama distinta a los usuarios para que sean capaces de decidir el sistema de su preferencia, además en la interpretación se desprende la necesidad de saber informar, esto es dominar las técnicas y tomar modelos que se adapten a la situación sociocultural de los usuarios.

## **ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA**

Al realizar la entrevista se pudo tomar en cuenta que existe una deficiencia generalizada en la institución, debido a comportamientos inadecuados dentro de los servidores públicos, existe una carencia académica en ciertas reglas de comportamientos y valores en relaciones interpersonales. No se ha realizado una evaluación a nivel general, se ha limitado solo en el campo funcional con unos formatos establecidos.

La dificultad existe principalmente en el departamento técnico, despacho de documentos, y porque no decirlo en atención al usuario. Saber escuchar es saber poner atención y hay veces que los propios funcionarios no ponen atención y esto hace que respondan de manera descortés, grosera tanto a los compañeros en el área interna como hacia los usuarios en la parte externa, entorpeciendo de una u otra manera el mejoramiento del servicio, entrega con agilidad de los trámites que se presta en la institución dando así una mala imagen de esta entidad.

## **CAPÍTULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. Conclusiones**

Se concluye que:

1. Se diagnosticó el proceso de comunicación interna y externa que maneja actualmente los servidores públicos en la Junta Nacional de Defensa del Artesano evidenciándose falencias como: poco compromiso, falta de profesionalismo, resistencia al cambio, imposición de criterios, deficiente trabajo en equipo y baja motivación.
2. Se identifican problemas en el nivel de conocimiento que tienen actualmente los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano en procesos de comunicación interna y externa ya que aquí se dio un cambio de entidad autónoma a institución público
3. Se considera oportuno la elaboración de una guía de comunicación interna y externa para los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
4. La socialización y difusión de la guía contribuirá a que los procesos comunicativos sean más eficientes en la institución.

## **5.2. Recomendaciones**

Se recomienda:

1. Elaborar una guía de comunicación en base a estrategias y técnicas innovadoras que mejore la comunicación entre funcionarios públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano sobre la importancia de la práctica de buenos hábitos de comunicación.
2. Realizar procesos de capacitación, especialización y entrenamiento en todas las áreas administrativas de la Junta Nacional de Defensa del Artesano para la mejora continua.
3. Actualizar el marco legal reglamentario referente a ley de Defensa del Artesano.
4. Actualizar los manuales de procedimientos y gestión administrativa, para estar acordes con las nuevas ofertas y demandas de gestión.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1. Título de la propuesta**

Guía de comunicación interna y externa para el desempeño laboral de los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano

#### **6.2. Introducción**

La guía de aplicación de técnicas de comunicación es un trabajo eminentemente práctico que puede enseñar cómo comunicarse, utilizando modernos procedimientos para optimizar el medio tecnológico.

Contiene un amplio vocabulario e implementa nuevas técnicas de comunicación. Escribir bien es en gran medida cuestión de oficio y buen desempeño laboral.

Enseñar a hablar con fluidez es enseñar a comunicar ideas mediante el uso de la palabra, el poder de esta es eficaz e ilimitado no solo en el campo político, también en el personal e inclusive en los medios laborables.

La prepotencia y el autoritarismo propios de la autocracia, no permite alcanzar la calidad, eficiencia y excelencia de una determinada función y los requerimientos y exigencias que deberían realizar bajo metodologías de trabajo y manejo comportamentales de personas cultas y educadas.

La comunicación interpersonal entre funcionarios, colaboradores, directivos y subalternos demanda de un gran dominio del dialecto del vocabulario, la redacción, la ortografía, la atención al usuario y la manera de mejorar el sistema de comunicación.

Este manual será de gran ayuda en el desenvolvimiento laboral y la armonía manteniendo los valores personales, buscando el mejoramiento y desarrollo institucional.

### **6.3. Justificación**

El problema existente por diferencia de comunicación entre el personal de servidoras y servidores público de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, se evidencia en un bajo nivel de relaciones humanas e interpersonales, partiendo desde la línea de dirección hasta el personal de apoyo. Esto desencadena en un ambiente laboral poco favorable para el desarrollo y mejora institucional.

La existencia de este problema invita a innovar con el conocimiento técnico, tecnológico y científico a investigar y diseñar técnicas de comunicación que permitan mejorar el ambiente laboral, implementación de nuevas metodologías, optimización y recursos y tiempos, con ello brindar a los usuarios un servicio eficiente y alcanzar la excelencia institucional.

Radica en el valor e importancia que se debe brindar al recurso humano de la organización para propender al mejoramiento institucional, considerando como el capital más valioso esté innovado, capacitado y especializado permitirá el emprendimiento de nuevos horizontes institucionales.

Es una institución de servicio público, que por décadas han practicado procesos administrativos decadentes y desactualizados, a través de estas oportunidades investigativas, actualizará sus procesos y proyectará su futuro hacia el desarrollo institucional ubicándose en el escenario de organizaciones de excelencia.

El tema es desafiante, actual e innovador y permite descubrir las estrategias operativas.

El avance procedimental para cumplir los fines propuestos de la organización a través de la implementación de modernas metodologías y estrategias de comunicación permitirán un excelente desempeño del recurso humano y una optimización de los recursos físicos y financieros.

## **6.4. Objetivos**

### **6.4.1. Objetivo general.**

Diseñar una guía de referencia para mejorar la comunicación interna-externa en los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

### **6.4.2. Objetivos específicos.**

- Investigar las técnicas de comunicación internas y externas más eficientes y difundidas en el contexto burocrático ecuatoriano.
- Determinar los protocolos aceptados para los procesos de comunicación más comunes en la JNDA.
- Redactar una guía que resuma y compendie las herramientas más eficaces para desarrollar la comunicación interna y externa en la JNDA y así contribuir al desarrollo del desempeño laboral en la institución.

## **6.5. Desarrollo de la propuesta**

Material impreso que se proveerá a los funcionarios públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano junto a las capacitaciones que se desarrollarán para fomentar la comunicación interna-externa para fomentar el desempeño laboral.

**COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA**  
**Junta Nacional de Defensa del Artesano**  
**GUÍA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA**

OBJETIVOS  
CONCEPTOS  
RECOMENDACIONES  
PROTOCOLO



Elaborado y diseñado por: Mónica Obando

Primera edición: Abril 2016

Contacto: [creynaobando@hotmail.com](mailto:creynaobando@hotmail.com)

Ibarra-Ecuador

## **Objetivo general**

Diseñar una guía de referencia para mejorar la comunicación interna-externa en los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

## **Objetivos específicos**

- Investigar las técnicas de comunicación internas y externas más eficientes y difundidas en el contexto burocrático ecuatoriano.
- Determinar los protocolos aceptados para los procesos de comunicación más comunes en la JNDA.
- Redactar una guía que resuma y compendie las herramientas más eficaces para desarrollar la comunicación interna y externa en la JNDA y así contribuir al desarrollo del desempeño laboral en la institución.

## **TABLA DE CONTENIDO**

- OBJETIVOS
- ¿QUÉ ES COMUNICAR?
- COMUNICACIÓN INTERNA
- CONCEPTOS
- RECOMENDACIONES
- CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA
- COMUNICACIÓN EXTERNA
- CONCEPTOS
- ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA
- RUTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA
- PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN
- CONCEPTOS
- PROPUESTAS
- ENLACES
- REFERENCIAS
- CONCLUSIONES

**Objetivo:** Comprender y diferenciar el concepto de comunicar

## ¿QUÉ ES COMUNICAR?

### **Concepto:**

Es un proceso en el cual dos o más personas intercambian ideas, sentimientos, pensamientos, sensaciones, etc., a través de un medio en el cual interviene un emisor que es la persona que envía el mensaje y un receptor que es la persona que lo recibe, este esquema puede invertirse a lo largo del proceso, el mensaje fluye a través de un canal por medio de códigos.

### **Recomendaciones**

#### **Comunicar es:**

- Informar y conseguir respuestas.
- Adaptar los mensajes a cada tipo de público.
- Llegar a tiempo y saber cuándo y en qué momento hay que hacerlo.
- Lograr que quien te atiende se interese por el tema.
- buscar qué cosas interesan al público en cada momento.
- Intentar regirse siempre por el sentido común.
- Que cuando tu hables sientas del mensaje como importante, que aún no se crea lo que comunicas.

#### **Comunicar no es:**

- Dedicarse a informar sin buscar ni recibir respuestas (no tener empatía).
- Decirle algo incomprensible a quien te atiende.
- Ser inoportuno.
- Lograr que tú interlocutor se duerma de aburrimiento.
- Ser parcial, pesado y sus picas.

- Mantenerse pasivo ante los temas de interés.
- OBJETIVO:
- Desarrollar una eficiente comunicación interna entre los funcionarios de la JNDA

## COMUNICACIÓN INTERNA

### Concepto:

La Comunicación interna es un proceso que idealmente debería verse como un camino de doble vía, con el propósito de conocer y lograr satisfacer las necesidades de ambas partes. Uno de los objetivos que busca la comunicación interna es crear un clima cordial y de confianza donde cada miembro del equipo de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, se sienta a gusto y vea que sus objetivos y los de la institución están muy relacionados<sup>1</sup>.



### Consejos:

En comunicación interna utilizaremos por lo general los medios directos, dirigidos a las direcciones, e-mail o teléfono de nuestro público: revistas, boletines, Infos, cartas, folletos, multiconferencia, “PERO SIEMPRE CON MUCHO INGENIO” para lograr el interés de quien lo recibe.

### La comunicación interna debe ser ...

- Uno de los pilares sobre los que se asientan el trabajo de la organización.

- El revulsivo que consigue hacer participar a los miembros de la organización para lograr cooperación hacia unos fines comunes, y generar una identidad y cultura propia y un sentido de pertenencia.
- Un proceso que implique a todos y cada uno de los miembros de la organización.
- Un ejercicio de escucha inteligente, que atienda las respuestas de los interlocutores.
- Algo que funcione tanto de manera formal como informal.
- Algo buscado con intención, no pura improvisación

### **La comunicación interna no debe ser ...**

- Una carga que se debe realizar
- Un mero intercambio formal de información
- Un proceso único de jefes a subordinados.
- Un cauce solo para los asuntos delicados de la entidad.

### **Inconvenientes de una deficiente comunicación interna**

- Rumorología: “radio patio” se hace líder de audiencia
- Secretismo: como “la información” es poder, aquí nadie informa.
- Desmotivación: los miembros de la organización no se involucran.
- Apagafuegos: actúa no sólo en caso de conflictos.
- Conflictividad: lo comunicar correctamente puede generar malentendidos y conflictos.
- Exaltación o crítica: lo poco que se comunica es para alargar o criticar al interlocutor.
- Incoherencia: no se corresponde lo que se dice con lo que en realidad se hacerlo que comúnmente se conoce como (vender una moto) gato por liebre.
- Técnica parapeto: la realidad no es buena y nos enseña.



## **Recomendaciones para una correcta comunicación interna entre los funcionarios de la JNDA**

1. Escuche atentamente; tome nota de la inquietud de su interlocutor. Trate de entenderle asegurándose de haber interpretado de manera puntual lo que el ciudadano, desea manifestar.
2. Tome con total seriedad los comentarios que reciba.
3. Procure no discutir ni defender la Entidad; acoja las recomendaciones como una contribución importante para el mejoramiento de la gestión y del servicio.
4. Tenga en cuenta que la molestia del ciudadano refleja su inconformidad con el producto/ servicio recibido y solicita, por ello, un resarcimiento.
5. Ayúdele a definir si desea levantar una queja, un reclamo, derecho de petición o, si por el contrario, desea contribuir con una sugerencia de mejora.
6. Recuerde siempre que debe inspirar confianza y seguridad al interlocutor. Aclare que la información recibida será analizada y respondida por el área pertinente o la oficina de Atención al Ciudadano.
7. No prometa soluciones que no estén a su alcance; cíñase a los procedimientos establecidos
8. Utilice un lenguaje sencillo, prescinda del lenguaje técnico.
9. No emita juicios de valor.
10. Demuestre su intención de ayuda, evite manifestar prevención, descalificación o burla.
11. Sea respetuoso en su trato. Siga el protocolo establecido para cada uno de los procedimientos; sea tolerante y paciente.
12. Recuerde que el proceso de escucha requiere centrarse en el tema evitando distracciones o realizar al tiempo otra actividad. La escucha activa reduce la tensión, ayuda a comprender a los

demás, estimula la cooperación y el trabajo en equipo, aumenta la confianza del interlocutor, proyecta imagen de respeto

13. La presentación del personal es fundamental, en muchos casos puede influir en la percepción que tiene la ciudadanía respecto a la JNDA.

14. En la expresión del rostro es relevante una sonrisa, pues esto le da un carácter acogedor a la atención que se está brindando.



**Objetivo:** comprender la función de los canales de comunicación interna

### **Función de los canales de comunicación interna**

El sistema de comunicación interna ha de ser capaz de promover acciones eficaces para lograr una buena comunicación vertical y horizontal, en las diferentes estructuras de la empresa. Esta comunicación ha de ser bidireccional, tanto de arriba-abajo, como de abajo-arriba.

El personal de la empresa tiene mucha información que recibir, pero también tiene mucho que aportar con sus informaciones, opiniones y sugerencias.

### **Recomendación**

Para conseguir un sistema de comunicación interna fluido y eficaz, será imprescindible elegir bien los canales que se vayan a utilizar.



## **La comunicación directa y personal**

Es muy importante y siempre que se pueda se debe utilizar, tiene múltiples ventajas: favorece el conocimiento mutuo, al interactuar el lenguaje no verbal proporciona información muy valiosa. Es evidente que no es viable llevarla a cabo para todo, por lo que a continuación se enumeran una serie de canales por los que podemos hacer llegar la comunicación.

### **Boletines**

Con los boletines en el objetivo es mantener informados a todos nuestros públicos sobre el día a día de nuestra organización e impulsar mesa que no tramitan sus noticias, opiniones, etcétera. Para que formen parte de la publicación, suelen tener una fragata periodicidad quincenal y con las nuevas tecnologías han convertido en boletines digitales, mejorando su inmediatez y distribución. Hay que tener en cuenta que no todos nuestros grupos de intereses tienen acceso a las nuevas tecnologías, por lo que no debemos olvidar los boletines de impresos del papel.

## **Revistas**

A través de las revistas, de menor periodicidad que los boletines mensuales bimestrales semestrales se difunden información que puede permanecer en el tiempo por su interés y no tiene fecha de caducidad inmediata noticias reportajes y entrevistas. Las revistas pueden presentarse en papel, buen soporte informático a través de la página web.

## **Correo electrónico**

El correo electrónico permite maestras de organizaciones de lempira inmediato de noticias de comunicados urgentes y por supuesto el envío de sus boletines revistas que hasta ahora enviamos por correo, como un ahorro notorio de costes, así como mayor inmediatez y facilidad en la obtención de la respuesta.

## **Correo postal**

Las cartas componen el medio de comunicación más comunes nuestras organizaciones, especialmente cuando nos dirigimos a las familias porque no todas veces tienen acceso a los medios informático en el correo convencional si algo debemos evitar el ser demasiado extensos y farragosos en la redacción: resalta hemos al principio de la carta el mensaje más importante y cambiemos con frecuencia el estilo de redacción, el formato de la careta (tarjetón, proyecto, carta en color, etcétera.) Porque hay que sorprender cada vez que nos ponemos en contacto con nuestros públicos, si queremos que lea nuestros mensajes, que deben ser claros y concisos.

## **Teléfono**

Un medio que sustituye con frecuencia a todos cuando el mensaje requiere una respuesta inmediata, cuando se establece sólo con una persona y además necesitamos intercambiar y recoger opiniones con ella o cuando no queremos que conste por escrito el mensaje. El inconveniente es el coste y que no puede dirigirse a muchas personas.

## **Tablón de anuncios**

Este canal nos permite difundir noticias puntuales de interesantes de nuestra organización. Es muy útil para los públicos que no disponen de ordenador y que transitan por nuestra entidad.

## **Reuniones**

El objetivo de la reunión (además del objetivo de reunión) es fomentar la comunicación ascendente y descendente y especialmente la transversal, así como ofrecer formación en aspectos claves para la organización cultura y proyectos comunes. Estas reuniones pueden estar planificadas con anterioridad o surgir en el momento por un tema de urgencia

## **Intranet**

La web es una herramienta que permite consultar información de nuestras organizaciones, leer las noticias más recientes de conocer lo que se visión en nosotros. Genera información ascendente, descendente y horizontal (chat, foros), de modo que todos nuestros públicos están informados. Además, es la mejor presentación interna y externa en nuestro organización. Los públicos internos deben disponer de toda la información de utilidad para conocer el día a día de la organización. Los

públicos externos acceden a la UET generalmente para informarse sobre el ámbito de las funciones de la entidad, los recursos existentes y las entidades a las que se puede dirigir si lo desea. Así que ofrecer una imagen unificada a quienes nos visitan será una acción eficaz de comunicación. Puesto que los públicos son diversos es conveniente diferenciar en el menú de la página web los apartados en razón del interés de estos públicos para que puedan acceder rápidamente a lo que busca.

## COMUNICACIÓN EXTERNA

**Objetivo:** Desarrollar una eficiente comunicación externa en la práctica cotidiana de los funcionarios de la JNDA

**Concepto:**

La Comunicación externa es el proceso que permite, para este caso en particular, que la JNDA brinde y reciba información de y hacia los artesanos, ciudadanos y organizaciones gremiales. Por ello, es importante que el equipo de la JNDA Imbabura conozca la misión, la visión, sus políticas internas, así como sus funciones específicas, las leyes y reglamentos, así como, las de las demás secciones y unidades y cómo el trabajo individual afecta a los demás empleados y funcionarios; y que éste se refleje en su trato hacia la ciudadanía.

Dar y recibir son dos actividades comunicativas importantes e interrelacionadas, pues la Junta Nacional de Defensa del Artesano envía información a los artesanos, líderes, lideresas y ciudadanos/as y a la vez debería obtener de la población información que sea relevante para la institución, permitiéndole de esta manera mejorar su servicio.

En comunicación externa cuando queremos alcanzar a un público muy amplio tendremos que utilizar los medios de difusión general. Pero si

nuestro objetivo es llegar a un público segmentado (por edad, por profesión, por zonas.) recurriremos a medios directos o medios locales, por ejemplo: revistas y rotativos del sector, mailing (por correo convencional o electrónico a una lista de correo de nuestra base de datos...)



### **¿Qué es la comunicación externa?**

La identidad corporativa es el rostro que tenemos, nuestra marca, logo, nuestros colores, es decir, los signos visuales que nos representan como Junta Nacional de Defensa del Artesano sede Imbabura.

Así cuando comunicamos algo, cuando editamos un folleto o un libro, debe ir firmado por nuestra identidad y obedeciendo a las pautas que esta establece.



## Elementos de la comunicación externa

### Lo más importante es la relación con los medios

¿Por qué establecemos una relación con los medios?

1. Para difundir nuestras acciones, nuestro trabajo, actos, eventos, experiencias prácticas, etc. (aquí desarrollaríamos el perfil de JNDA como "prestadora de servicios al sector artesanal del norte del país")
2. Para atender las peticiones de información que nos solicitan los medios: qué número de artesanos por área productiva, estadísticas laborales, etc. Qué servicios ofrecemos, nuestra opinión ante una nueva ley artesanal o un hecho que tenga que ver con el sector artesanal y productivo, etc.
3. Para responder a posibles agresiones dirigidas al sector artesanal o en defensa del sector productivo. (aquí utilizamos el perfil de "defensora de derechos de los artesanos" y de "agentes de cambio productivo").



## RUTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

### La rueda de prensa:

Si no tenemos un tema de gran trascendencia que la justifique mejor que nos olvidemos de ella. Y con más razón en poblaciones grandes. Pero no está de más hacer un pequeño sondeo entre los profesionales de los



medios más afines para medir el grado de interés por el tema de la rueda de prensa. En base a ello podemos decidir seguir adelante o descartarla.

### **Nota de prensa:**

Si en la rueda de prensa el motivo de la convocatoria debía tener gran trascendencia, la nota de prensa requerirá un contenido novedoso y de interés. Es la fórmula más habitual de relación con los medios, pero requiere estar al tanto de todos los proyectos y actuaciones de nuestra entidad, es decir, requiere tener una buena comunicación interna, para que la persona encargada de comunicación pueda convertir en noticia aquellas actuaciones que puedan trasladarse a la opinión pública.

### **Entrevista:**

Es el género informativo que tiene como objetivo reflejar la opinión de una persona (generalmente el/la portavoz) de la entidad. Nos la puede solicitar un medio o bien nosotros se la podemos plantear al mismo. Su fin es, por lo general, transmitir aspectos generales de nuestro sector, servicios, organización, o exponer nuestra posición ante un determinado



asunto. No hay que olvidar que la prensa pide por lo general personas implicadas directamente en la clase artesanal personas y familiares incluidos en el aprendizaje.

### **Cartelería:**

La colocación de cartelería en determinados lugares también puede resultar una forma útil y efectiva de comunicar nuestro mensaje. Es frecuente esta práctica, cuando queremos dar a conocer un curso o actividad de extensión. La efectividad de este tipo de acciones se basa en los lugares estratégicos elegidos para su colocación, que variará en función de las necesidades de cada evento, el público al que vaya dirigido y su situación geográfica.

## **PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN**

### **Concepto**

En términos generales protocolo del latín protocollum, es una regla que tiene la misión de guiar la manera debe realizarse una actividad, especialmente en el mundo de la diplomacia y la administración pública.



El protocolo se ha convertido en una herramienta estratégica de comunicación de las organizaciones, tanto a nivel interno y corporativo como en su proyección externa. El protocolo se encuentra también entre

una de las posibles acciones estratégicas para reforzar la reputación corporativa.

Se traduce como el conjunto de elementos formales que se deben aplicar en el proceso de comunicación y que dependiendo el medio de comunicación comprende el empleo de normas estandarizadas de saludar, solicitar, otorgar, etc.

## **ATENCIÓN AL USUARIO**

### **ACCIONES QUE DEBEMOS EVITAR**

- **PALABRAS:** No saludar o despedirse, tutear, frases ofensivas “me entiende”.
- **ACTITUDES:** Hablar casi gritando, acercarse al hablar, ignorar al usuario, atender desde lejos.
- **GESTOS:** Bostezos, señalar, no mirar cuando le están hablando, dar la espalda, aspecto de burla, secretarse con un compañero mientras atiende al ciudadano.



## **LA ATENCIÓN TELEFÓNICA**

“Buenos días, tardes, este comunicado con el área de..., habla con... ¿en qué puedo servirle? (escucha y toma nota). La información requerida es la siguiente

(da respuesta a la solicitud) ..., o le voy a comunicar con el área o funcionario encargado... “Gracias por comunicarse con la Junta Nacional de Defensa del Artesano” ¡Estamos para servirle!



## **CORREO ELECTRÓNICO**

Con la modernización del estado y la implantación de nuevas tecnologías la atención virtual a la ciudadanía, es el medio más utilizado para acceder a información e interponer solicitudes a la administración. Es necesario disponer en estos canales información clara y siempre actualizada.

1. Encabezamiento propio de una comunicación oficial. Fecha, persona (Señor, Señora, Doctor/a, niño/a), nombre y cargo, ciudad, país. En las plantillas establecidas por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
2. Respuesta estándar: “Referente a su (petición, queja, reclamo, sugerencia) nos permitimos informarle...” Procure no utilizar lenguaje técnico y sea siempre respetuoso.
3. Despedida: Agradecemos su comunicación. Atentamente, Nombre y cargo del funcionario responsable.



## Enlaces

Imágenes según orden de aparición:

<http://selectcarrera.com/wp-content/uploads/2016/02/1-comunicacio%CC%81n.jpg>

<http://www.carrerasconfuturo.com/wp-content/uploads/2015/02/slider-comunicaciones.gif>

<http://www.hypsos-psicologos.com/wp-content/uploads/comunicaci%C3%B3n.png>

<http://www.abogacia.es/wp-content/uploads/2015/09/presentacion-blog-marketingjuridico.jpg>

[http://regiones.explora.cl/media/k2/items/cache/bdf0551131fb9c6e297c4de0071644c1\\_XL.jpg](http://regiones.explora.cl/media/k2/items/cache/bdf0551131fb9c6e297c4de0071644c1_XL.jpg)

<http://categorica.com/wp-content/uploads/2013/05/slide31-770x412.jpg>

<https://blog.zyncro.com/wp-content/uploads/Comunicaci%C3%B3n-Interna-en-la-empresa.jpg>

<http://blog.hostdime.com.co/wp-content/uploads/idea-de-negocio.jpg>

<http://www.qualitytelecom.es/example/soluciones.png>

[http://hdv.es/img/cabeceras/notas\\_de\\_prensa.jpg](http://hdv.es/img/cabeceras/notas_de_prensa.jpg)

<http://www.solehernandez.com/wp-content/uploads/2013/05/microfonos-copiar.jpg>

<http://www.sergerente.net/wp-content/uploads/2010/08/entrevista.jpg>

<http://static.imujer.com/sites/default/files/hogartotal/Decoracion-de-cuartos-juveniles-5.jpg>

[http://media2.prevencionar.com/uploads/2014/06/personas\\_negativas.jpg](http://media2.prevencionar.com/uploads/2014/06/personas_negativas.jpg)

<http://www.ecd.mx/img/hq/imagen-servicios-02.jpg>

<http://www.mcgavockband.com/wp-content/uploads/2015/08/mailwell.png>

## Fuentes

1. [http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PA00HXGX.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00HXGX.pdf)
2. [http://www.feaps.org/biblioteca/libros/documentos/comunicacion\\_interna.pdf](http://www.feaps.org/biblioteca/libros/documentos/comunicacion_interna.pdf)

3. <http://slideshowes.com/doc/1139045/gu%C3%ADa-de-buenas>
4. <http://www.mincultura.gov.co/ministerio/atencion-al-ciudadano/Documents/Manual%20Atencion%20Ciudadano%202015%20versi%C3%B3n.pdf>

## Conclusiones

### Se concluye que:

- La utilización de los canales adecuados para desarrollar una correcta comunicación interna traerá buenos resultados en la comunicación horizontal y vertical de los funcionarios que desempeñan funciones en la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
- El uso de protocolos de comunicación en los procesos cotidianos de los funcionarios de la JNDA mejorará en gran medida la aceptación de la información por parte del usuario asegurando de esa manera su satisfacción.
- El empleo de los recursos disponibles, tanto tecnológicos como tradicionales, son una herramienta eficaz al momento de potenciar las capacidades comunicativas de la JNDA, por ello su uso de estos debe ser exhaustivo para los funcionarios que aquí se desempeñan.

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



## JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO



[creynaobando@hotmail.com](mailto:creynaobando@hotmail.com)

2016

## Bibliografía

- ALSINA, R. M. (2010). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos.
- ANDER, E. (2010). *Introducción a la Técnicas de Investigación Social*. Lima: Egg.
- ANDRADE, H. (1991). *Hacia una definición de la Comunicación Organizacional*. Mexico: Trillas.
- BARREIRO. (2010). *La Comunicación en la Administración Empresarial*. Mexico: Espacio.
- BEHAR, R. (2012). *Tipos de Investigación*. Barcelona: Paidós.
- CABRERA, P. (2010). *Manual de Comunicación Interpersonal*. Lisboa: Texto Docente.
- CANNALES, F., ALVARADO, E., & PINEDA, E. (1989). *Metodología de la investigación*. Madrid: Publ PASSCAP.
- CROCI, J. (2011). *www.monografias.com*. Obtenido de [www.monografias.com](http://www.monografias.com):  
<http://www.monografias.com/trabajos6/ccoin/ccoin.shtml?relacionados>
- DÍAZ, J. C. (2004). *Gestión de la Comunicación en las Organizaciones*. Barcelona: Ariel S.A.

- ELISEO, V. (2004). *Lenguaje y Comunicación Social*. Bogota : AV.
- FERNANDO, G. R. (s.f.). *Personalidad y Educacion* . Ciencias Sociales .
- FORERO, L. L. (2011). *Introducción a los medios de Comunicación*.
- JAKONSON, R. O. (2011). *Comunicacion Sociedad y Cultura* .  
Infoamerica .
- KUHN, T. S. (12 de 01 de 2015). *wikipedia*. Obtenido de wikipedia:  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Paradigma>
- MARTÍN SERRANO, M. (2010). *Teoría de la comunicación*. Madrid:  
ACorazon.
- MEJÍAS SÁNCHEZ, U. (s.f.). *Diagnostico del Proceso de Comunicación*.  
Matanzas.
- MORENO, L. C. (2010). *Comunicación y Cultura* . Modulo de Enseñanza,  
UPS.
- OCHOA, C. (14 de Enero de 2015). *Agencia Andes*. Recuperado el 13 de  
enero de 2016, de <http://www.andes.info.ec/en/node/39725>
- P.HATT, W. y. (2011 ). *Métodos de Investigación Social*.
- PASQUALI, A. (2011). *Comprender la Comunicación*. Caracas,  
Venezuela: Monte Avila.
- REY, F. G. (2013). ED. Ciencias Sociales.
- REY, F. G. (s.f.). *Personalidad y Educacion* . Edit. Ciencias Sociales .

- ROMERO, F. (2013). *Lógica y Nociones de Teoría del Conocimiento*. Bogotá: Desings.
- ROMO, R. S. (2011). Comunicación OrganizacionalL. *revistateacs*, 17.
- SÁNCHEZ, J. C. (2012). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. Mexico.
- SCHARMAM, W. (2010). *Comunicacion e Informacion* . Trillas Mexico .
- SCHENSON, D. (2011). *Proceso y modelos*. Argentina: Ediciones Macchi.
- SERRANO, M. (2010). *Teoría de la comunicación*. A Corazón .
- SHANNON, C. E. (2011). *MODELO DE COMUNICACION* . Félix Varela .
- SHANNON, C. E. (2012). Una teoría matemática de la comunicación. *Bell System Technical Journal*.
- SN. (20 de 12 de 2015). *mecanica-mecatronica.blogspot.com*. Obtenido de <http://mecanica-mecatronica.blogspot.com/2013/03/modelos-de-diseno-el-modelo-descriptivo.html>
- VARGAS, B. (2005). *Las relaciones humanas son importanes*. México: Tonochtlan.
- VINUESA, R. (2007). *Relaciones humanas*. Quito: s/n.
- VIVALDI, M. (2000). *Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y del estilo*. Thomson Editores Spain: Madrid.

WIKIPEDIA, C. d. (30 de 05 de 2016). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Axiolog%C3%ADa>

WIKIPEDIA, C. d. (30 de 05 de 2016). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Epistemolog%C3%ADa>

ZORIN, D. (2008). *Diseño e Implementación de un Modelo de Interacción para CVEs basado en el Modelo de Comunicación Humana*. Lima: Educactiva.

## Linkografía

CROCI, J. (2011). *www.monografias.com*. Obtenido de [www.monografias.com](http://www.monografias.com):  
<http://www.monografias.com/trabajos6/ccoin/ccoin.shtml?relacionados>

KUHN, T. S. (12 de 01 de 2015). *wikipedia*. Obtenido de [wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Paradigma):  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Paradigma>

S.N. (20 de 12 de 2015). *mecanica-mecatronica.blogspot.com*. Obtenido de <http://mecanica-mecatronica.blogspot.com/2013/03/modelos-de-diseno-el-modelo-descriptivo.html>

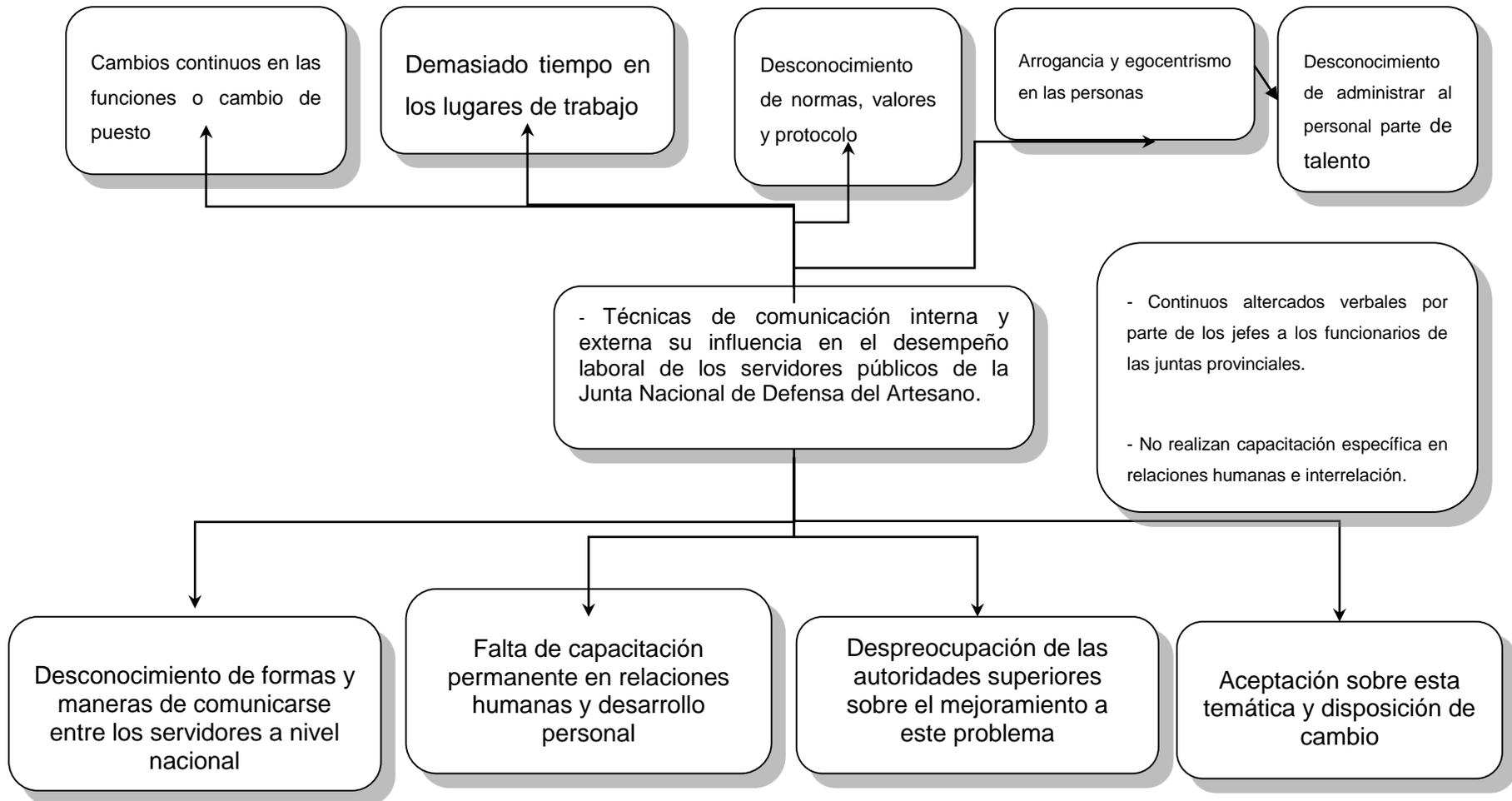
OCHOA, C. (14 de Enero de 2015). *Agencia Andes*. Recuperado el 13 de enero de 2016, de <http://www.andes.info.ec/en/node/39725>

WIKIPEDIA, C. d. (30 de 05 de 2016). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Axiolog%C3%ADa>

WIKIPEDIA, C. d. (30 de 05 de 2016). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Epistemolog%C3%ADa>

# ANEXOS

## ANEXO A Árbol de problemas



## ANEXO B Matriz de coherencia

<b>TEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
<p>TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA - EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DEFENSA DEL ARTESANO, AÑO LECTIVO 2015-2016.</p>	<p>Determinar las técnicas de comunicación interna - externa que utilizan los servidores Públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.</p>
<b>INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN (SUBPROBLEMAS)</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>
<p>¿Es importante el diagnostico de los procesos de comunicación interna y externa que maneja actualmente los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano?</p> <p>¿Identificar el nivel de conocimiento en procesos de comunicación interna y externa que poseen los servidores públicos de la JNDA?</p>	<p>Diagnosticar el proceso de comunicación interna y externa que maneja actualmente los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.</p> <p>Identificar el nivel de conocimiento que tienen actualmente los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano en procesos de comunicación interna y externa .</p>

<p>¿Presenta alguna utilidad real la elaboración de una guía de comunicación interna y externa para los servidores públicos de la JNDA?</p> <p>¿Socializar dicha guía a los servidores públicos que laboran en la Junta Nacional de Defensa del Artesano potenciará el desempeño laboral?</p>	<p>Elaborar una guía de comunicación interna y externa para los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.</p> <p>Socializar la guía de comunicación a los servidores públicos que laboran en la Junta Nacional de Defensa del Artesano.</p>
---	---

## ANEXO C Encuesta a funcionarios



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE EDUCACION CIENCIA Y TECNOLOGIA**  
**ESPECIALIDAD DE SECRETARIADO EJECUTIVO**  
**ESPAÑOL**

**“TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO.”**

**ENCUESTA PARA APLICAR A LOS SERVIDORES PUBLICOS**

### **PERFIL DEL SERVIDOR PÚBLICO:**

Estimado Servidor Público de la Junta Nacional de Defensa del Artesano dígnese responder objetivamente el presente cuestionario, sus criterios serán valiosos para la presente investigación, anticipo mi agradecimiento.

#### **1. Características personales**

1.1 Sexo  M  F

1.2 Edad  25 - 34  35 - 44  45 o más

**2. ¿Cuál es el nivel académico de instrucción educativa?**

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Otros

**3. ¿Cuántos años de servicio desempeña usted como servidor público en la Junta Nacional de Defensa del Artesano?**

- 10- 19       20-29       30 o más

**4. ¿Cuál es la función que desempeña en la Junta Nacional de Defensa del Artesano**

- Funcionario / a
- Secretario / a
- Jefe departamental
- Asistentes

**5.- En qué oficina o departamento labora actualmente?**

- Jurídica
- Financiera
- Técnica
- Presidencia
- Archivo
- Bodega

**6.- ¿Ha recibido programas de entrenamiento en el área en la cual se desempeña?**

Sí

No

**7. ¿Existe un buen ambiente laboral que logre satisfacción y motivación en su oficina?**

Sí  No

**8. La relación personal con compañeros y compañeras de Trabajo la califica como:**

Muy satisfactorio

Satisfactorio

Nada satisfactorio

Insatisfactorio

Muy Insatisfactorio

**9. Cómo es el trato que recibe de sus superiores**

Excelente

Aceptable

Poco aceptable

Inadecuado

**10. Qué espera usted de su desempeño**

Logros

Reconocimiento

Asensos

Crecimiento laboral

Estabilidad

## **ANEXO D Encuesta a usuarios**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE EDUCACION CIENCIA Y TECNOLOGIA**  
**ESPECIALIDAD DE SECRETARIADO EJECUTIVO**  
**ESPAÑOL**

**“TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO.”**

### **ENCUESTA PARA APLICAR A LOS USUARIOS**

Estimado señor Usuario de la Junta Nacional de Defensa del Artesano díguese responder objetivamente el presente cuestionario, sus criterios serán valiosos para la presente investigación, anticipo mi agradecimiento.

1. ¿El proceso de comunicación que se maneja en la Junta Nacional de Defensa del Artesano es correcto, apropiado, factible?

a) SI

b) NO

2.- Cómo calificaría el Lenguaje verbal y la comunicación empleada por los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano?

a) EXCELENTE

b) BUENO

c) REGULAR

3.- Considera que el servidor público emplea un vocabulario claro, veraz y objetivo para comunicarse con usted?

a) SI

b) NO

4.- En la oficina que usted asistió el servidor público empleo una comunicación fluida?

a) SI

b) NO

5.- Los servidores públicos demuestran que tienen el conocimiento y dominio de técnicas de comunicación en la atención al usuario?

a) SI

b) NO

6.- Cree usted que los mensajes emitidos por el servidor público son claros transparentes y lógicos?

a) SI

b) NO

7.- Son adecuados los canales de comunicación que utilizan los servidores públicos para informar al usuario su servicio?

a) SI

b) NO

8.- Estima importante que el personal de la Junta Nacional de Defensa del Artesano se capacite continuamente sobre técnicas de comunicación para mejorar la atención?

a) SI

b) NO

9.- Preferiría usted algún sistema de comunicación en particular para comprender mejor el servicio que usted requiere?

a) SI

b) NO

10.- De los sistemas existentes selecciones el que usted considere pertinente.

- Video conferencia
- Página Web
- Comunicación escrita
- Comunicación verbal directa
- Conferencias presenciales

## **ANEXO E Entrevista**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE EDUCACION CIENCIA Y TECNOLOGIA**  
**ESPECIALIDAD DE SECRETARIADO EJECUTIVO**  
**ESPAÑOL**

**“TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO.”**

Estimado señor Presidente de la Junta Nacional de Defensa del Artesano díguese responder objetivamente esta entrevista; su criterio será valioso para la presente investigación, anticipo mi agradecimiento.

## **GUÍA DE ENTREVISTA**

### **JUSTIFICACIÓN DE LA ENTREVISTA**

La presente entrevista se dirige hacia la obtención de datos que se basan en declaraciones verbales de los funcionarios. La misma que tiene como objetivo obtener información de primera mano acerca de cómo se maneja la comunicación interna y externa en el desempeño de los servidores públicos que prestan sus servicios en la Junta de Defensa del Artesano.

La información obtenida en la siguiente entrevista contribuirá al desarrollo del tema propuesto en la presente tesis.

### **ENTREVISTA**

**DATOS DEL ENTREVISTADO :** Licenciado Luis Quishpi Vélez

**CARGO:** PRESIDENTE DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO

**DATOS DEL ENTREVISTADOR:** Mónica Obando

**Fecha:** 03 de Marzo del 2016

### **PREGUNTAS:**

**1.- ¿Como presidente de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, considera usted que el sistema de comunicación interna y externa de la institución que usted preside tiene un buen desempeño?**

**2.- En el tiempo de su administración ha realizado usted una evaluación diagnóstica o de proceso sobre la apreciación del usuario acerca de la comunicación y atención al cliente en las oficinas de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.**

**3.- Dentro de las dependencias ha notado algún malestar o incomodidad por alguno de los compañeros y su manera de expresarse en el entorno?**

**4.- Es de su conocimiento el deplorable sistema de comunicación que manejan directores departamentales y asistentes hacia los servidores públicos de las Juntas Provinciales?**

**5.- ¿Usted, buscaría una estrategia para el mejoramiento en la comunicación interna de la institución?**

### **REDACCION DE LA ENTREVISTA.**

El entrevistado es el Licenciado Luis Quishpi Vélez, Presidente y representante legal de la Junta Nacional de Defensa del Artesano desde hace 12 años el mismo que fue elegido por los señores artesanos de una manera democrática por 2 periodos y luego asume el cargo como representante del Ejecutivo hacia la institución, a quien le explique del tema de tesis “Técnicas de comunicación interna y externa y su influencia en el desempeño de los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano” que estoy investigando, la verdad que se quedó muy intrigado sobre este argumento en vista que no tomo en cuenta de la deficiencia que existe en el campo comunicacional como es el en la parte verbal en el ambiente interno y relaciones interpersonales entre los servidores públicos y en el ámbito externo que es el usuario dentro de los diferentes servicios e información que presta la institución ,después informar el porqué de este argumento hacer investigado acepto ser entrevistado :

**¿Como presidente de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, considera usted que el sistema de comunicación interna y externa de la institución que usted preside tiene un buen desempeño?**

No, **¿Por qué?**, esto se debe a la falta de profesionalización en los aspectos científicos, tecnológicos, técnicos del personal que realiza las funciones directivas. Esto influye directamente en la poca fluidez de la relación interpersonal con el personal de apoyo, con fluctuándose permanentemente con el proceso. Existen dos aspectos que no

contribuyen con el eficiente manejo comunicacional interno de la institución, reflejándose hacia el usuario.

**¿En el tiempo de su administración ha realizado usted una evaluación diagnóstica o de proceso sobre la apreciación del usuario acerca de la comunicación y atención al cliente en las oficinas de la Junta Nacional de Defensa del Artesano?**

No, la verdad es que de mi parte ha existido cierta preocupación sobre este tema, en realidad he delegado al departamento de Talento Humano, pero realizando un análisis en relación a esta entrevista me doy cuenta que existe un verdadero problema en la comunicación interna y externa de los servidores públicos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano hacia los servidores públicos de las Juntas Provinciales ,por lo que creo conveniente analizar este tema y buscar estrategias de mejoramiento en la comunicación .

**¿Dentro de las dependencias ha notado algún malestar o incomodidad por alguno de los compañeros y su manera de expresarse en el entorno?**

Si, varias veces lo cual me ha incomodado su comportamiento **¿Qué medida ha adoptado usted?**, una observación directa hacia el servidor público y recomendando mejorar su actitud para consigo mismo y los demás.

**¿Es de su conocimiento el deplorable sistema de comunicación que manejan directores departamentales y asistentes hacia los servidores públicos de las Junta Provinciales?**

Pues no se podría considerar deplorable sino más bien existe un mal manejo de los procesos en el desempeño de su función en cada departamento es difícil reconocer que existe este malestar dentro de los compañeros, pues en realidad los servidores públicos de las Juntas

Provinciales guardan cierta discreción y reserva y no me comunican del malestar y preocupación que ellos tienen.

**¿Usted, buscaría una estrategia para el mejoramiento en la comunicación interna de la institución?**

Lógicamente, es necesario emprender en un mejoramiento continuo de todo el personal a través de capacitaciones continuas, talleres de interrelaciones humanas, valores éticos, buscando procesos técnicos y modelos comunicacionales que permitan mejorar el desempeño laboral de los servidores públicos de la institución, proporcionando así un mejor servicio al usuario y otorgando un valor agregado a la función y servicio que se proporciona a los señores artesanos del país.

Terminada la entrevista, la entrevistadora Mónica Obando agradeció al Licenciado Luis Quishpi Vélez, quien felicitó por la iniciativa de este trabajo de grado a la vez que deseo toda clase de éxitos.

## ANEXO F Fotos entrevista servidores públicos

ENTREVISTA A LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO



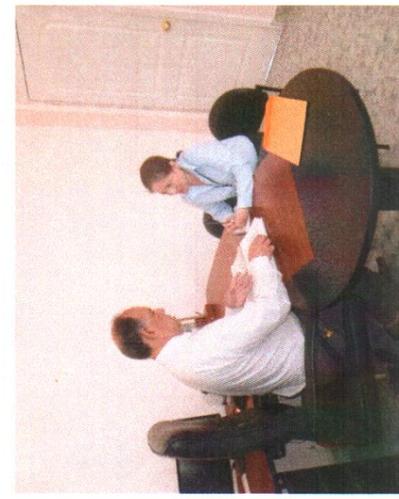
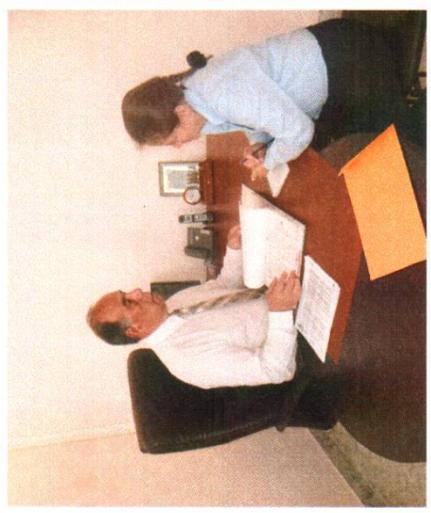
## ANEXO G Fotos encuesta a usuarios

ENCUESTA A LOS USUARIOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA  
DEL ARTESANO



**ANEXO H Fotos entrevista representante JNDA**

**ENTREVISTA REALIZADA  
LICENCIADO LUIS QUISHPI REPRESENTANTE DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO**



## ANEXO I Certificado de socialización



Junta Nacional de Defensa del Artesano



Quito, D.M, 30 de Mayo del 2016  
Memorando Nro. JNDA-DTH-2016-1069-M

Para.- Mónica Obando Reina  
TECNICA PROVINCIAL DE JPDAIMBABURA

ASUNTO.- CERTIFICACION DE SOCIALIZACION

Tengo a bien: **CERTIFICAR**, que la señora Mónica Cristina Obando Reina, Técnica Provincial de la Junta del Artesano de Imbabura realizo la Socialización de la GUIA EN TECNICAS EN COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS SERVIDORES PUBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO el día viernes 27 de mayo del 2016, la material muy interesante, practico e innovador el mismo que tuvo una excelente recepción por los compañeros a los cuales les pareció un material muy práctico y de mucha utilidad para su desempeño laboral en especial en el entorno interno y externo con los usuarios.

Muchas felicitaciones a nuestra compañera por su iniciativa.

Atentamente,

  
Ing. Gionara Katiani Mahauad Coronel  
DIRECTORA DE TALENTO HUMANO

Copia:  
Srta. Monica Cristina Obando Reina  
Técnico Provincial

pm

JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO  
JNDA DIRECCIÓN DE TALENTO HUMANO



[www.artesanos.gob.ec](http://www.artesanos.gob.ec)  
Calle Mariscal Foch E4-38 entre Luis Cordero y Colón  
Teléfono:023931150 ext. 2100 ó 2101  
Ecuador.

## ANEXO J Fotos entrega oficial de la guía

ENTREGA OFICIAL DE LA GUIA DE COMUNICACIÓN A LA INGENIERA  
GIOMARA MAHUAD DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE TALENTO  
HUMANO DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO



## ANEXO K Fotos socialización de la guía



**SOCIALIZACION DE LA GUIA TECNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS SERVIDORES PUBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA ( A LOS SERVIDORES PUBLICOS )**



**SOCIALIZACION DE LA GUIA TECNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS SERVIDORES PUBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA A LOS USUARIOS**



## ANEXO L Autorización de investigación



Junta Nacional de Defensa del Artesano



UNIDAD DE TALENTO HUMANO

Oficio Nro. JNDA-UATH-2014-0003-O

Quito, D.M., 26 de junio de 2014

**Asunto:** CONTESTACION AL OFICIO 031-JPDAI-14

Señorita  
Monica Cristina Obando Reina  
**Técnico Provincial**  
**JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO**  
En su Despacho

De mi consideración:

En referencia al Oficio 031-JPDAI-14, de 30 de mayo de 2014, suscrito por Usted, en el cual solicita autorización para realizar el trabajo de investigación de grado I; al respecto comunico que el 12 de junio del 2014, mediante sumilla inserta en el referido documento el Señor Presidente de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, Licenciado Luis Quisphi, autorizó su petición.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO  
UNIDAD DE TALENTO HUMANO

Ing. Giomara Katiana Mahauad Coronel  
**RESPONSABLE UNIDAD DE TALENTO HUMANO**

ba



**ecuador**  
Somos la vida

www.artesanos.gob.ec  
Manizal Foch E4-38 entre Luis Cordero y Av. Colón  
Telf. (593-2)3-931-150  
Quito-Ecuador

1/1

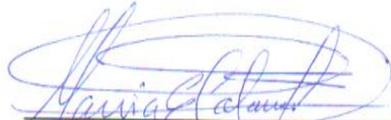
## ANEXO M Certificado de traducción

MARIA EUGENIA CASTAÑEL CACHAGO, con cédula de ciudadanía 1723598916  
Licenciada en Ciencias de la Educación, Especialidad Inglés, N° registro de título  
Senescyt N° 005-16-1440442.

### CERTIFICO

Haber traducido el resumen de la tesis de grado cuyo tema es "TECNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO 2015 – 2016", trabajo realizado por la señora Mónica Cristina Obando Reina .

Ibarra, 20 de Abril de 2016



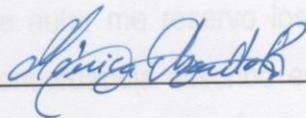
Lic. María Eugenia Castañel Cachago.

ANEXO N Fachada JNDA



## AUTORÍA

Yo, MONICA CRISTINA OBANDO REINA portadora de la cédula de ciudadanía número 1001699923, declaro bajo juramento que la presente investigación es de mi autoría: "TECNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS SERVIDORES PUBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO 2015 – 2016"; no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que contiene este documento.



**Mónica Cristina Obando Reina**

**ID. -1001699923**

# CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

## TÉCNICA DEL NORTE

Yo, MONICA CRISTINA OBANDO REINA, portadora de la cédula de identidad Nro. 1001699923, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley Intelectual del Ecuador, en calidad de Autor del Trabajo de Grado denominado: "TECNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS SERVIDORES PUBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO, 2015 – 2016 ", que ha sido desarrollada para la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento en que haga entrega del trabajo de final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a 29 de junio de 2016.

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD	DE 1001699923
APELLIDOS Y NOMBRES	OBANDO REINA MONICA CRISTINA
DIRECCIÓN	Avd. Hernán González de Saa y Jacinto Egas
EMAIL	mail.com
TELÉFONO Fijo:	Mónica Cristina Obando Reina 0981828714

ID. 100169992-3

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICIDAD A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en el formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA IDENTIDAD</b>	<b>DE</b>	1001699923	
<b>APELLIDOS NOMBRES</b>	<b>Y</b>	OBANDO REINA MONICA CRISTINA	
<b>DIRECCIÓN</b>	Avd. Hernán González de Saa y Jacinto Egas		
<b>EMAIL</b>	creynaobando@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062650448	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0981926714

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO</b>	““TECNICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS SERVIDORES PUBLICOS DE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO, 2015 – 2016 ”
<b>AUTORA</b>	OBANDO REINA MONICA CRISTINA
<b>FECHA: DD/MM/AA</b>	29/06/2016
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA</b>	Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.
<b>ASESOR/DIRECTOR</b>	Msc. Yoarnelys Vasallo

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

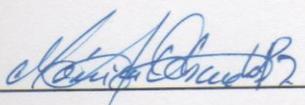
Yo, Mónica Cristina Obando Reina, con cédula de ciudadanía Nro. 1001699923 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor a terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 29 días del mes de junio del 2016

**LA AUTORA**

(Firma): 

Nombre: **OBANDO REINA MONICA CRISTINA**

Cédula: **1001699923**

Facultado por resolución del Concejo Universitario.....