

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO HERRAMIENTA PARA EL
DESARROLLO DE UN BUEN AMBIENTE LABORAL ENTRE LA UNIVERSIDAD
CATÓLICA LUIS AMIGÓ Y LA EMPRESA SEISO**

TRABAJO DE GRADO REALIZADO POR:

MANUELA YARCE CONGOTE

MANUELA VILLA CÓRDOBA

ASESOR:

CARLOS SUÁREZ QUICENO

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN
2022



ÍNDICES DE TABLAS, FIGURAS, Y ANEXOS

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 5

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA
SUBLÍNEA DE LA FACULTAD 5

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA 7

Cómo mejorar el bienestar del personal subcontratado 8

1.3.2 Específicos: 8

2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL 9

2.1 ANTECEDENTES 9

2.3 LA COMUNICACIÓN 19

2.3 TIPOS DE COMUNICACIÓN 19

2.3.1 Lenguaje Verbal 19

2.3.1.1 Lenguaje No verbal 20

2.3.1.2 Comunicación Escrita 20

2.3.1.3 Comunicación Oral 20

2.4.1 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN 21

2.3.1.2 Emisor 21

2.3.1.3 Receptor 21

2.3.1.4 Mensaje 21

2.3.1.5 Canal 22

2.3.1.6 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN 22

Función Informativa 22

Función Expresiva 23

Función Literaria 23

2.4 COMUNICACIÓN SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPANTES 23

Comunicación Personal 23

Comunicación Intrapersonal 24

Comunicación Interpersonal 24

2.5 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 24

2.5.1 COMUNICACIÓN INTERNA 25

2.5.2 COMUNICACIÓN EXTERNA 25

2.5.3 COMUNICACIÓN ASCENDENTE Y DESCENDENTE (VERTICAL) 25

2.5.4 COMUNICACIÓN HORIZONTAL 25

2.5.5 COMUNICACIÓN DIAGONAL 25

2.6 TERCERIZACIÓN LABORAL 26

2.6.1 ELEMENTOS DE LA TERCERIZACIÓN LABORAL 26



2.7 UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ	26
Razón de ser de la empresa	26
Visión:	26
Misión:	27
Valores Corporativos:	27
Principios Institucionales:	27
-Proyecto Social:	27
-Comunidad de Estudiosos:	27
-Autonomía:	28
-Facultad de ciencias Administrativas, económicas y contables:	28
-Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño	28
Facultad de Derecho y Ciencias Políticas	28
Facultad de Educación y Humanidades	29
Facultad de Ingenierías y Arquitectura	29
Facultad de Psicología y Ciencias Sociales	29
2.8 GRUPO EMPRESARIAL SEISO	30
Limpieza y desinfección	30
Cafetería	30
Mantenimiento de zonas verdes	30
Mantenimiento de piscinas	31
Mantenimiento de pisos	31
Lavado de fachadas	31
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
Cualitativa	32
Paradigma	32
3.1.1 DELIMITACIÓN	32
Tiempo y Escenario	32
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	33
Diseños transaccionales exploratorios	33
3.3 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	34
3.3.1 ¿Qué son las técnicas de generación y recolección de información ?	34
3.3.4 Encuesta tipo Likert	34
3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	35
Categorías	35
Variable	35
Bivariable y Multivariable	36
Triangulación	36
3.5 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES	37
3.6 PLAN DE TRABAJO	37
3.7 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN	38
4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	39
4.1 TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y/U ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS	39

4.1.2 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS	39
Entrevista Semiestructuradas	39
4.2 CONCLUSIONES	41
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	41
Encuestas Tipo Likert	44
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA	47
4.2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
RECOMENDACIONES	57
5. REFERENCIAS	59
6. ANEXOS	61
7. TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	76
7.1 CONSENTIMIENTOS INFORMADOS	76
7.2 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	79
7.3 Y OTROS QUE SEAN REQUERIDOS (opcional)	79

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

<p>Título del proyecto de investigación:</p> <p>Línea de Investigación: Comunicación y Educación</p> <p>Sublínea: Comunicación organizacional</p> <p>Facultad: Comunicación Publicidad y Diseño</p> <p>Programa Académico: Comunicación Social</p>
<p>Palabras clave: Comunicación, información, comunicación efectiva, empleados, aumento en la productividad, comunicación interpersonal, empleados, tercerización laboral, servicio, intermediación, información, comunicación efectiva, servicio, intermediación, proceso de contratación, comunicación educación, comunicación e interacción, comunicación y organizaciones, procesos comunicativos.</p>
<p>RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:</p> <p>Mediante un proceso exhaustivo de investigación, fue posible identificar que la Universidad Católica Luis Amigó no contaba con un proceso comunicativo</p>

detallado, explícito y concreto con las empresas que prestan un servicio dentro de esta organización; es decir, no se tiene claro cuáles y cómo deben ser los procesos comunicativos, el tono de comunicación y el medio por el cual debe realizarse la tercerización laboral o la subcontratación con empresas prestadoras de servicios, en este caso la empresa Seiso.

Y de este modo, con este análisis de caso, se puedan implementar planes, directrices y formatos para la implementación de procesos comunicativos con proveedores, empresas prestadoras de servicios B2B o tercerizaciones laborales para determinar qué herramientas, canales, métodos, medios, lenguaje y que resultados positivos o negativos se podrían llegar a tener dentro de este proceso.

Al igual conocer como sería el proceso permitirá identificar cuáles son los aspectos por mejorar, las sugerencias y calificaciones tanto de la empresa Seiso como de la Universidad Católica Luis Amigó.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD

Esta investigación está basada en la línea de Comunicación – Educación y en la sublínea Comunicación Organizacional. Debido a que no se ha realizado una investigación sobre **¿Cómo la comunicación organizacional contribuiría al desarrollo de un buen ambiente laboral en el proceso de subcontratación de La Universidad Católica Luis Amigó con la empresa Seiso?** Esta es la razón por la cuál se dará inicio a esta indagación.

Las afirmaciones anteriores sugieren que no se ha realizado una investigación profunda con respecto a la comunicación de la universidad Católica Luis Amigó de Medellín con empresas terceras, consideramos que es pertinente investigar e indagar la forma en la que se desarrolla el ambiente del personal y cómo es el funcionamiento interno entre ambas empresas.

El desarrollo de esta investigación beneficiará a las oficinas de comunicaciones y relaciones públicas, a las Unidades administrativas, vicerrectorías, a la universidad Católica Luis Amigó y a la empresa Seiso. Permittiéndonos acceder a mejoras dentro de su proceso comunicativo.

Con esta investigación buscamos que la Universidad Católica Luis Amigó en la ciudad de Medellín, pueda obtener una comunicación eficiente hacia las empresas terceras. Para así garantizar un buen ambiente laboral y la facilitación del relacionamiento con empresas terceras, contribuyendo a que la comunicación de ambas empresas sea eficiente, efectiva, clara y profesional.

El valor teórico que esta investigación aportará a la Universidad Católica Luis Amigó, es que este proceso organizacional y comunicativo podrá ser implementado con otras empresas que presten servicios subcontratados a la universidad, y de esta forma se tendrá una comunicación más rápida y eficaz al momento de subcontratar otras entidades y asegurar un buen ambiente laboral.

Este proyecto de investigación aportará a la sociedad una solidez comunicacional laboral para los empleados de la empresa Seiso y la Universidad Católica Luis Amigó, por medio de un buen proceso comunicativo que consolida un buen ambiente laboral.

A través de un proceso organizacional viable y establecido se generará un impacto social, personal y profesional que le permita a las empresas mejorar su rendimiento y generar mayores resultados.

Este trabajo de investigación cuenta con factores sociales y comunicaciones, debido a que se tiene en cuenta el relacionamiento interpersonal. Es aquí cuando se ve presente en la investigación el factor novedoso, debido a que no cuentan con un proceso organizacional entre ambas que les permita tener una comunicación efectiva.

La investigación y realización del proceso organizacional será tomado como modelo a seguir para otras empresas que no cuenten con este, y de esta forma se estaría contribuyendo no solo al crecimiento de la empresa Seiso y la Universidad Católica Luis Amigó sino también al de otras empresas.

Es ético desarrollar este proceso debido a que las dos empresas que se encuentran relacionadas tendrán mejoras dentro de su estructura organizacional y de esta forma incrementan su rendimiento y compromiso con sus clientes.

Dentro del marco de esta investigación se cuenta con condiciones favorables debido a que se tiene disponibilidad, conocimiento y compromiso por parte de las investigadoras y de las empresas para ejecutar correctamente esta comunicación organizacional.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Cuando se pensó en un objeto de investigación se observó que uno de los factores indispensables para que una empresa u organización tenga un desarrollo eficiente tanto en su comunicación interna como en su comunicación externa, es necesario que cuente con un proceso organizacional y comunicativo completo y claro. Pues es este quien permite que el lenguaje interno y externo de una organización sea el mismo y que se transmita de manera asertiva a su público objetivo. En efecto, debido a que la Universidad Católica Luis Amigó en la ciudad de Medellín no ha realizado con anterioridad investigaciones profundas sobre el proceso organizacional con las empresas terceras, en este caso la empresa Seiso. Se consideró pertinente ser intermediarias durante este espacio de investigación, para así generar un impacto positivo en el proceso comunicativo de ambas.

Es quizás por que no se ha hablado de manera detallada sobre el proceso organizacional y que realiza la Universidad Católica Luis Amigó de la ciudad de Medellín con la empresa Seiso, que surgió la siguiente pregunta: **¿Cómo la comunicación organizacional contribuiría al desarrollo de un buen ambiente laboral en el proceso de subcontratación de La Universidad Católica Luis Amigó con la empresa Seiso?**

Siendo esta pregunta la base de nuestra investigación, logramos determinar que dentro de este proceso, pueden surgir varios inconvenientes que dificulten el desarrollo de esta investigación cómo: mal manejo del proceso organizacional, una elaboración errónea de este, dificultades en la comunicación interna y externa de ambas empresas, mal uso de la pragmática, abuso de la sintaxis, incorrecta intervención comunicativa entre ambas empresas, carencia del diálogo organizacional y erróneo manejo de los canales comunicativos entre ambas empresas.

Por lo anterior se considera importante llevar a cabo dentro del transcurso de esta investigación entre la Universidad Católica Luis Amigó de Medellín y la empresa Seiso los siguientes elementos para asegurar una correcta aplicación del proceso entre ambas empresas: investigación exhaustiva de antecedentes, metodología de la investigación, herramientas, instrumentos, lenguaje apropiado sobre las temáticas a tratar, tener claro cuál es el tipo de investigación que se está ejecutando, enunciar detalladamente los elementos a desarrollar dentro del marco teórico, exponer e indicar los factores esenciales del marco referencial, revisar e identificar que se cumplan los objetivos planteados en la investigación basados en resultados verificados anteriormente.

Dentro de la investigación la relación corporativa entre ambas empresas tiene un papel fundamental, debido a que esta es quien permitirá que exista una comunicación interna y externa exacta que permita desarrollar un proceso comunicativo competente.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General: definir de qué manera la comunicación organizacional contribuye al buen ambiente laboral en el proceso de tercerización laboral de la universidad Católica Luis Amigó con la empresa Seiso.

Cómo mejorar el bienestar del personal subcontratado

1.3.2 Específicos:

- Identificar el proceso organizacional entre la Universidad Católica Luis Amigó y el personal subcontratado de la empresa Seiso, como análisis de caso entre ambas organizaciones, y que sirva como referente inicial para implementar procesos de comunicación estratégica más acertadas.
- Determinar cómo la Universidad Católica Luis Amigó a través de una relación corporativa lleva a cabo el proceso organizacional dentro de la contratación del personal de la empresa Seiso.
- Describir el proceso organizacional que existe entre la Universidad Católica Luis Amigó y la empresa Seiso a través de un ambiente laboral adecuado.

2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES

Por medio de la verificación y consulta en el ámbito académico, basándonos en el objeto de estudio de esta investigación, se encontraron tesis, artículos académicos, informes de tesis, revistas científicas, metodologías y objetivos académicos, que sirvieron como evidencia para conocer lo que ya se había investigado anteriormente sobre la tercerización laboral, proceso organizacional, comunicación organizacional y la comunicación, que son los ejes centrales de esta investigación. De las evidencias anteriores se logró recolectar herramientas e instrumentos para implementar los objetivos, la justificación y la metodología en la elaboración de esta investigación.

En primera instancia se evidenció en una revista académica un artículo realizado por (Medallo, 2015) se refiere al clima organizacional como el representante del completo sistema social generado por el trabajo en grupo.

Desde dicha óptica se observa con claridad el ambiente laboral que se vive al interior de la empresa. Aquí el clima organizacional es el eje central dentro de la comunicación organizacional y las relaciones laborales, pues los sistemas de gestión interna deben ser aplicados dentro de todas las organizaciones para contribuir al perfecto desarrollo y aplicación del sistema social empresarial.

Este fenómeno no se interpreta únicamente dentro de una organización general, si no que se aplica directamente a una pequeña empresa, es aquí donde (Claudia, 2005) expone que el ambiente laboral de una organización debe analizarse desde el interior hacia el exterior, para así determinar el comportamiento y el nivel de satisfacción de sus miembros.

Debido a esto Claudia Mellado, en su artículo Gestión de la Comunicación Interna en la Pequeña Empresa Industrial: un Análisis de los Procesos Organizacionales Clima y Liderazgo, busca

resaltar que los trabajadores son un pilar fundamental en la comunicación interna de una organización, pues es a través de estos que es posible generar una fidelidad y un sentido de pertenencia hacia la empresa, que más adelante se verá reflejado en el público externo e interno de una organización.

También el siguiente artículo de la revista titulado: Comunicación, lenguaje, cultura organizacional. Celsi Brönstrup Silvestrin, (2007) basándose en Canales (1995), reflexionan mediante los conceptos de comunicación y lo relacionan con la comunicación social, afirmando que la comunicación organizacional es parte del proceso de construcción social de la realidad en el cotidiano de la vida organizacional, lo que posibilita la creación y credibilidad de la organización delante de la sociedad.

Que se refieren a la comunicación que tiene lugar en los momentos discursivos y en ámbitos socioculturales cuando se le da uso apropiado de la lengua, manejar el público sus anhelos y expectativas son fundamentales para aclarar y adaptar un discurso que va dirigido a ambos públicos que maneja la comunicación organizacional.

Aquí pueden darse malentendidos en las interpretaciones discursivas por no compartir intereses, creencias y valores culturales entre los interlocutores. Las limitaciones psicológicas y las diferencias de los conocimientos de los interlocutores (sobre el tema, sobre el otro, sobre el mundo, en fin) también pueden implicar adecuaciones/ inadecuaciones. Para atender un propósito, hay que considerar los objetivos e intencionalidades que puedan promover el diálogo y los intercambios comunicativos en el contexto organizacional.

Mientras tanto Meina, (2005) en su artículo científico expone que la comunicación organizacional es un intercambio de expresiones entre actores colectivos (como emisores, las organizaciones; y como receptores, sus públicos o audiencias). Es entonces indispensable establecer que los miembros de una organización y de la colectividad social necesitan ajustar sus conductas como agentes y como sujetos con aspiraciones sociales y materiales.

Saladrigas, (2005) en su artículo plantea que Daniels, Spiker y Papa (1997 citados por Andrade Scroferneker, (2003) consideran como perspectivas de la comunicación organizacional lo tradicional, lo interpretativo y lo crítico, como un sistema que permite estudiar la comunicación

en las organizaciones y definirla al mismo tiempo como un proceso dinámico (por ejemplo las redes de comunicación) que a su vez facilita examinar desde diferentes modalidades, ya sea de forma intra personal, interpersonal o grupal.

Es necesario resaltar que (Meina, 2005) en su artículo se basa en (Fernández Collado, 2001: 104) el cual expone que “la eficiencia empresarial es el resultado del grado en que una organización pueda adaptar su estructura y su política, entre otras, a la configuración de las variables situacionales como la tecnología, el ambiente, la gente y la cultura en la que se inserta”. Es aquí donde los enfoques de la comunicación juegan un papel funcionalista dentro del desarrollo y en el desempeño de una organización, pues influye en la productividad o efectividad del sistema social mediante su relación con las motivaciones de los individuos implicados en ella.

Por otro lado encontramos Duque, (2012) cuál trabajo de grado se titula “la comunicación como motivación y productividad en los procesos comunicativos de una empresa” y en este habla sobre el modelo de comunicación productiva el cual hace énfasis en los actos comunicativos como afirmaciones, juicios, declaraciones, pedidos, ofertas y promesas con compromiso y sentido social, esto es con el objetivo de generar nuevas conversaciones entre el público externo y la organización Marchesán, (2010) explica que el emisor y receptor trabajan mutuamente para llegar a un común acuerdo y esta fase se llama productividad luego de esta fase se pasa a el diagnóstico de actividades que determina las características de la misión, visión propósito y el plan de desarrollo y comunicaciones.

Aspectos como la identidad, la proyección de la imagen, la percepción del público, entre otros, permiten generar relaciones duraderas en el tiempo de la organización, con congruencia en la gestión comunicativa como resultado de la calidad institucional, siendo éste un objetivo primario.

Después encontramos a Leonidas & Franco Mora Cristian Manue, (2013), que en su tesis de grado plantea que tanto el sujeto como la organización requieren organizarse y comunicarse siempre, pese a las limitaciones que frecuentemente tiene que afrontar. Leonidas y Franco basan su argumento en el sociólogo estadounidense Bernard Berelson, el cual expone que “la

comunicación es la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades a través de símbolos, palabras, imágenes, figuras sonidos, etc.”

Es allí donde determinan que el proceso comunicativo de una organización es el origen de la evolución y de la individualización de todas las perspectivas del ser humano, por tal razón la comunicación organizacional en la fase comunicativa de una empresa, en función con el desarrollo tecnológico y las dificultades que de ella se separen se convierten en elementos importantes a reconstruir en una organización.

Dentro de este marco Leonidas y Franco encuentran importante ejecutar planes de acción que permiten a las organizaciones introducir nuevos modelos de comunicación por medio de distintas estrategias de cooperación laboral que contribuyan al aumento en el desempeño en ventas y faciliten el relacionamiento entre los empleados y las compañías.

En otro trabajo de grado titulado “ Estrategias inteligentes de comunicación interna y gestión empresarial” Beatriz Peña Acuña1, (2015) se exponen las estrategias de 3 empresas españolas líderes a nivel mundial y para esto se analizan las estrategias de estas compañías con un análisis descriptivo- analítico con un enfoque cualitativo

En la primera empresa que es Inditex fabricante de ropa, habla de sus estrategias de comunicación y sus herramientas para una buena función y el buen posicionamiento de la misma. Manejan una comunicación tipo ascendente desde los empleados hacía los directivos y esto se debe a saber la perspectiva de los empleados y las necesidades del equipo de trabajo y utiliza herramientas como manuales, cartas email, actividades de socialización, visitas guiadas, así como también tiene una buena comunicación de crisis.

La segunda empresa es Santander. Recopila una comunicación ascendente, horizontal, descendente. Implementan una comunicación organizacional muy completa ya que tiene diferentes canales de comunicación interna a través de herramientas digitales que han sido bien aceptada por sus empleados, la app parece como un periódico y otro que parece como un noticiero. Tiene 3 niveles de comunicación interna que son: comunicación interna o del grupo (corporativo), este se centra en la información global. Comunicación interna local, que se centra

en las regiones donde está ubicado Santander y Comunicación interna de negocio que se centra en informar a los empleados sobre cada nuevo negocio y sus características.

La tercera compañía que es Telefónica, básicamente cuentan que la estrategia de esta compañía es netamente digital y que maneja una comunicación descendente muy estable debido a que hacen reuniones vía streaming a todos los países que se opera con el presidente directamente, lo que permite que tengan una mejor comunicación.

Por una parte se encontró un trabajo que nos expone sobre la tercerización laboral que se titula "Efectos Laborales de la contratación en el marco del Outsourcing y/o subcontratación en Colombia" Zambrano, (2015). En este trabajo se habla de los efectos laborales en Colombia, sobre la tercerización laboral, , subcontratación o Outsourcing, en términos del sistema laboral legal vigente en el país; con miras a aportar a una mejor comprensión de dicha problemática en la actualidad en el ámbito laboral.

También profundiza y hace un análisis hermenéutico de fuentes jurídicas pertinentes con el tema de la subcontratación o tercerización en el marco del Outsourcing, en aras de determinar con rigor los alcances y cobertura de las mismas, en materia de la protección de los derechos de los trabajadores colombianos.

Concluye que es evidente que hace falta una ley marco que regule la subcontratación laboral en Colombia, porque la retícula de leyes, decretos, acuerdos y resoluciones existentes a la fecha, resultan insuficientes, cuando de garantizar los derechos laborales mínimos de los trabajadores se trata.

Por otro lado Yang, Saladrigas Medina, Torres Ponjuán, (2016) en su artículo afirman que solo podrán adquirir y mantener ventajas competitivas las organizaciones que mediante el uso adecuado de la información, implementen estrategias de comunicación efectiva. Mientras sustentan su teoría en lo propuesto por Drucker, 1993; Black & Synan, (1997) quienes dicen que todo conocimiento que puede aportar ventajas competitivas a una organización, es elemento indispensable dentro del desarrollo de un proceso comunicacional.

Es así como en este apartado (Yang, Saladrigas Medina, & Torres Ponjuán, 2016) citan a Lehtonen, (2009, p. 41) y se menciona que “la comunicación es una interacción social, a través de la cual se hace el intercambio y la creación del conocimiento, máxime cuando este es organizacional, considerado por muchos investigadores, como un proceso, un flujo, un almacén o una colección de información”

Sabiendo que los componentes de la comunicación son heterogéneos y asumen funciones diferenciadas en el proceso comunicativo, los autores muestran aquí que los intercambios comunicativos de información son procesos que ocurren en el interior de un sistema: el sistema de comunicación, que se interrelaciona con un objeto de referencia o sea “aquello a propósito de lo que se comunica”.

Además, el estudio del clima organizacional y el desempeño laboral resulta indispensable analizarlo dentro de los procesos comunicativos de una organización, pues estos son quienes permiten a los trabajadores expresarse sobre el funcionamiento de la organización y como se sienten en ella, como está planteado en la tesis de grado realizada por Juliana, Saaveda Escobar, Djanira Alicia, & Zapata Barboza, Manuel Abelardo, (2016)

En consideración, con lo planteado por los autores, el clima organizacional presenta características propias en una organización. Así como las características personales del individuo, como sabemos el clima organizacional tienen influencia en determinados factores como son la satisfacción personal y el desempeño laboral, pues esta puede influir corporativamente de dos maneras:

Positivamente en la motivación personal, en el nivel de predisposición por parte del trabajador aportando una comunicación eficiente que conlleva a obtener los objetivos y metas trazados por la empresa, los cuales a su vez, generan un nivel de reconocimiento por parte de la misma a través de ascensos, incentivos e incrementos salariales y de forma negativa se ve influenciado en la apatía por parte del trabajador para desarrollar sus funciones laborales y falta de identificación para con la empresa.

Pero a falta de recompensas y estímulos por parte de los empleadores, los trabajadores disminuirán su rendimiento y aumentarán el ambiente tenso, hecho que activará la decadencia en

el buen relacionamiento organizacional entre empleados y empleadores. Según el desempeño laboral se ve influenciado positivamente en los siguientes aspectos: el nivel de efectividad, la calidad de atención al personal, el trabajo en equipo, que a su vez conduce a la iniciativa de la mejora constante por parte de la empresa y negativamente se ve influenciado por la falta de productividad, falta de compromiso, etc.

Por consiguiente, Norberto Vera, (2018) titulado "Propuesta de un plan de comunicación para mejorar la comunicación interna de la gerencia de desarrollo económico local de la municipalidad provincial de Trujillo, (2017) " Evidencia un plan de comunicaciones para mejorar las relaciones interpersonales de los empleados, con un estudio por medio de una encuesta y un experimento descriptivo y transversal. En este plan se concluyó que había una comunicación descendente no permitiendo que haya una retroalimentación, también se evidencia poco manejo de las herramientas de comunicación"

Y las recomendaciones son: optimizar el manejo de las herramientas de comunicación existentes como el buzón de sugerencias, el tablón de anuncios, y el periódico mural, se considera necesario el uso de 3 soportes, comunicación escrita, comunicación oral y audiovisual, ejecutar trabajos dinámicos entre los trabajadores para incentivar las relaciones interpersonales.

Esto con el fin de mejorar la comunicación en la gerencia de desarrollo económico local de la municipalidad provincial de Trujillo, este plan de comunicaciones puede servir de guía para elaborar un correcto plan de comunicaciones para la comunicación interna.

Observa que es innegable la relevancia del papel que asume la comunicación dentro de las organizaciones como complemento y parte esencial del triunfo, con el pasar del tiempo y paulatinamente los directivos y jefaturas, han reconocido que el buen desempeño y funcionamiento de la organización, así como la obtención de logros, y metas no se debe solamente los adecuados estándares de calidad del producto, sino a un adecuado estilo de comunicación dentro de ella, diferentes estudios nos demuestran que el grado de rendimiento y producción de una empresa está vinculado con la satisfacción del recurso humano, que es la pieza base de una organización.

La autora plantea que la comunicación dentro de las organizaciones ha sido y es una de las bases fundamentales para hacer frente a los desafíos que se presenten dentro del marco de la globalización, el crecimiento de los mercados, la calidad y la competencia. Es de este modo como Zulema, (2019) muestra que para lograr hacer frente a estos nuevos desafíos el enfoque empresarial, no debe tener solo como base la producción, la economía y la administración, sino que debe ser capaz de integrar a la comunicación, la identificación y la cultura organizacional como nuevas bases de las decisiones en el accionar empresarial.

Los resultados de las teorías planteadas por la autora le permitieron concluir que a través de una adecuada comunicación se busca una mejora continua dentro del ambiente laboral, tanto con clientes internos y externos, mejora que conllevará a lograr un mejor desempeño de actividades, una mayor producción y un mejor clima laboral. Todo ello ha generado que se considere relevante mejorar la satisfacción laboral dentro de las organizaciones y para ello se debe trabajar en los estilos de comunicación que se practican dentro de ella, para optimizar sus resultados y recuperar su productividad obteniendo una mejora de la organización y del recurso humano.

Por consiguiente, Norberto Vera, (2018) "Propuesta de un plan de comunicación para mejorar la comunicación interna de la gerencia de desarrollo económico local de la municipalidad provincial de Trujillo, (2017) " Evidencia un plan de comunicaciones para mejorar las relaciones interpersonales de los empleados, con un estudio por medio de una encuesta y un experimento descriptivo y transversal. En este plan se concluyó que había una comunicación descendente no permitiendo que haya una retroalimentación, también se evidencia poco manejo de las herramientas de comunicación.

Y las recomendaciones son: optimizar el manejo de las herramientas de comunicación existentes como el buzón de sugerencias, el tablón de anuncios, y el periódico mural, se considera necesario el uso de 3 soportes, comunicación escrita, comunicación oral y audiovisual, ejecutar trabajos dinámicos entre los trabajadores para incentivar las relaciones interpersonales.

Esto con el fin de mejorar la comunicación en la gerencia de desarrollo económico local de la municipalidad provincial de Trujillo, este plan de comunicaciones puede servir de guía para elaborar un correcto plan de comunicaciones para la comunicación interna.

De ahí Rosario, Alarcón Lucerito del & Vásquez Cuba, (2020) en su tesis de investigación establecen que la comunicación en las organizaciones se ve perjudicada por que carece de una planificación y por el bajo control de la información. Basados en las investigaciones y planteamientos de Alcivar & Jiménez, (2016) en Guayaquil, los cuales estudiaron la comunicación organizacional en el Hotel Hilton Colón, descubrieron que la comunicación interna se presentaba de forma espontánea e inadecuada, producto de la ineficiente planificación y organización al no poseer un área que se encargue del manejo de la información de los procesos y flujos, además de la escasa de difusión de las normas organizacionales.

Para ejemplificar Queris, Almirall, Capote, & Daniel, (2015) dentro de la tesis de investigación de Rosario, Alarcón lucerito del & Vásquez Cuba, (2020) determinaron que la comunicación dentro de las organizaciones es afectada cuando hay un quiebre tanto en la información vertical como en la información horizontal. Además se dedujo que si no existe una gestión de la comunicación eficiente, se presentarán en los procesos comunicacionales y organizacionales percepciones desfavorables por parte de la administración de la empresa, y aspectos como la imagen, el flujo de información vertical y descendente permanecerán de forma negativa dentro de los canales de comunicación interna y externa.

Es así como Rosario, Alarcón Lucerito del & Vásquez Cuba, (2020) en el planteamiento de su investigación propuesto la teoría planteada por Duarte, (2015) la cual dice que cuando el mensaje no es suficientemente conciso tiende a que los colaboradores se les presente dificultades y dañen el proceso comunicativo de las organizaciones, ocasionando así retrasos en el proceso de la empresa e incluso resultados negativos con los clientes.

Asimismo se encontró este trabajo de grado que se titula " Gestión de la comunicación interna como proceso comunicativo en las organizaciones" Albarado, (2020)

Que explica cómo la comunicación interna es una herramienta estratégica clave en todo terreno social y las organizaciones, puesto que su aplicación y manejo de la información corporativa comunicacional puede transmitir correctamente a los colaboradores los objetivos y valores estratégicos, que son la base de la institución. Ello crea una cultura de fidelidad, empoderamiento y sentido de pertenencia.

Para una buena gestión de la comunicación interna se debe tener de forma ascendente y descendente esto permite perfeccionar las estrategias para satisfacer las necesidades de los trabajadores y de la dirección. Cuando la comunicación es eficaz, tiende a alentar un mejor desempeño y promueve la satisfacción en el trabajo.

De manera análoga Mónica, González Vallés, & Rincón, (2020) dentro de su investigación concluyeron que la Comunicación Interpersonal una herramienta fundamental para mejorar aspectos

Organizacionales tales como la construcción de un adecuado clima laboral y que el acompañamiento a trabajadores ante los cambios de cultura corporativa o la reducción de conflictos internos dentro de la organización son indispensables para asegurar un eficiente proceso comunicativo.

Desde un marco contextual, los autores encontraron un profundo estado de cambio social, económico y de valores, que afecta de forma decisiva a las organizaciones. Es por esto quizás que el presente escenario obliga a las empresas a transformarse a un ritmo vertiginoso que determina la creación de climas laborales de inestabilidad y de desconfianza entre las personas.

Los autores en su investigación también tomaron como referencia a Morales Serrano, (2001) el cuál estableció que a pesar de que los primeros aportes teóricos sobre Comunicación Interna no aparecieron hasta principios de la década de los 90, la práctica de la misma comienza a instalarse en las empresas a finales de los años 70 y principios de los 80, la cual se trataba de acciones relacionadas con el departamento de Recursos Humanos de una organización.

Por su parte (Mónica et al., 2020) trae a colación el planteamiento teórico de Cuenca y Verazzi, (2018), el cual define que las publicaciones especializadas más recientes sobre Comunicación Interna, ponen en valor un aspecto tan importante y clave de cualquier estrategia de comunicación integral como es la comunicación interna e insisten en que tenemos que tener en cuenta que, si bien lo anterior es algo fundamental, la realidad es que la Comunicación Interna es una disciplina “igual de vital que olvidada en demasiadas ocasiones”.

2.3 LA COMUNICACIÓN

Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional de emociones; intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas o comunes Yerena, María del Socorro Fonseca, (2000) La comunicación desde su objeto de estudio, nace desde la interdisciplinariedad, es decir, desde la confluencia y colaboración de distintas especialidades

La comunicación ha sido preocupación constante en el hombre; en la práctica, como necesidad de intercambiar experiencias y vivencias, y en lo teórico, como reflexión o necesidad de explicar sus actos . La comunicación también se entiende como la relación entre un sujeto activo y otro pasivo, dentro de una relación persuasiva.

Aristóteles esboza uno de los primeros intentos de explicación de la comunicación a través de un modelo básico que involucra al orador, el discurso y el auditorio. Osorio & Arcila Calderón, (2013)



Anteriormente la comunicación era vista como parte importante del sistema social debido a que contribuía con el buen funcionamiento del sistema y a su vez, se podría ver afectada cuando los componentes políticos o religiosos fallaran.

Schramm considera la comunicación como un proceso que no consiste solamente en la puesta en contacto de un comunicador y receptor, sino que por el contrario, significa un proceso muy complejo de elaboración y reelaboración de mensajes, en el cual la retroalimentación o la retroacción constituyen el eje primario.

2.3 TIPOS DE COMUNICACIÓN

2.3.1 Lenguaje Verbal

Es el atributo que distingue notablemente al hombre. Blake y Haroldsen, (1980:7) y pertenece a la gente, a los grupos, a los países. Tiene la capacidad de traducir las ideas en palabras.



Es la facultad propia del hombre para la expresión de sus ideas y a su vez es considerado como el vehículo primario de la comunicación. Va de la mano con el lenguaje, pues es la manera en que un grupo o sociedad utiliza el lenguaje verbal acorde a su región, forma de vivir y comportarse.

2.3.1.1 Lenguaje No verbal

Las conductas de la comunicación no verbal son aquellas acciones corporales y cualidades vocales que acompañan de manera típica al mensaje verbal y que se interpretan comúnmente como intencionales. Burgoon (1994, p.231)

Esta comunicación verbal incluye los mensajes enviados por nuestro uso del espacio físico y de nuestras elecciones en las formas de vestir, los muebles, la iluminación, temperatura y el color. Se puede considerar como lenguaje no verbal aquella que acompaña en la comunicación el lenguaje verbal que comunica, manifiesta, algo si ser lenguajes Marín, y otros, (2012)

2.3.1.2 Comunicación Escrita

La comunicación escrita está sujeta a una estructura de sintaxis y a una ortografía. Esta comunicación suele utilizar signos lingüísticos para demostrar “expresiones” o “estados de ánimo”; tiene una estructura gramatical y por lo tanto tiende a ser más formal que la palabra.

Trata de evitar errores de cualquier tipo, ya sea de construcción sintáctica o de ortografía. Las representaciones y redundancias se hacen notables, así como la escasez o pobreza de vocabulario. La comunicación escrita es reflexiva o razonada.

Se hace estática o dinámica. Debe ser precisa y concisa. La comunicación escrita permanece en el tiempo y el lector puede leer o “escuchar” al autor cuantas veces quiera. Yerena, María del Socorro Fonseca, (2000)

2.3.1.3 Comunicación Oral

La comunicación oral está ligada a un tiempo, y es siempre dinámica, es un continuo ir y venir. Tiene la capacidad de utilizar la voz, los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos que tiene el hablante, además es oral, espontáneo y dinámico.

2.4.1 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

2.3.1.2 Emisor

El emisor es quien tiene buena parte del control sobre el mensaje, tiene un papel fundamental en la comunicación y es el encargado de configurar correctamente el mensaje.

Es el único capaz de transformar los mensajes en señales. El emisor se esfuerza en facilitar un repertorio de datos sobre la realidad. Además utiliza la comunicación para transmitir información sobre el código y los mensajes para controlar los códigos de decodificación que va a usar el receptor. Osorio & Arcila Calderón, (2013)

2.3.1.3 Receptor

La audiencia, público o receptores siguen siendo considerados pasivos. Es el encargado de decodificar las señales para así poder recuperar el mensaje inicial, adopta como propio el sistema de mediación propuesto por el médium, el receptor siempre se verá obligado a introducir el código, si se empeña en comprender el sentido del mensaje.

Este emplea los códigos generales de la sociedad de forma arbitraria. Osorio & Arcila Calderon, (2013)

2.3.1.4 Mensaje

El mensaje es real, objetivo, determinado básicamente por la integridad del código y por la pureza de la transmisión. Los mensajes circulan hacia el colectivo mediante la intermediación de los líderes de opinión. Osorio & Arcila Calderon, (2013)

Son vehiculados por los medios de comunicación, percibidos, interpretados, procesados en primera instancia, por determinadas personas que actúan como orientadores, legitimadores, difusores de la información en el seno de sus respectivos grupos de acuerdo con su nivel de influencia.

El mensaje se construye y se reconstruye en la intersección conformada por el campo de experiencias compartido de los participantes en el proceso de comunicación. Osorio & Arcila Calderón, (2013).

2.3.1.5 Canal

Es el elemento mediador dentro de la comunicación, aboga entre el emisor y el receptor. Es el medio o vehículo por el cual se envía y viaja el mensaje. Yerena, María del Socorro Fonseca, (2000)

Es el medio por el que se traslada la información y debe ser asequible por igual al emisor y al receptor.

2.3.1.6 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

Función Informativa

La función informativa, referencial o representativa se utiliza para situar al lector en un contexto e informarle acerca del mismo. Hace énfasis en la relación que los hablantes tienen con el mundo, así como las manifestaciones y los objetos a los que señala una forma lingüística.

La función informativa o relacional consiste en “decir algo sobre las cosas “y referirse a través del mensaje a los objetos que hay en el mundo y a sus relaciones. Monroy, Verónica del Carmen Quijada, (2014)

Es común encontrarse mensajes conceptuales en la vida diaria que, con diferentes niveles de cumplimiento de su objetivo, realizan funciones informativas: la hora marcada del reloj, el mensaje del estado del tiempo en alguna región, los titulares de un periódico, el texto e imágenes de un reportaje, textos literarios, etc. Estos pueden desempeñar entre otras la función informativa.

Función Expresiva

La función expresiva es la encargada de expresar funciones emocionales como: saludar, felicitar, fastidiar, pedir disculpas, expresar emociones, gozar la compañía de alguien y compartir vivencias

La función expresiva, emotiva o sintomática es aquella que a través del mensaje proporciona información acerca del emisor, ya sea sobre su estado de ánimo o sobre algunos rasgos de su personalidad.

Esta función es primordial para los humanos sobre todo en sus primeros años de vida, cuando sólo cuentan con el lenguaje afectivo para expresar sus necesidades básicas como el dolor, el hambre, el frío, etc. Monroy, Verónica del Carmen Quijada, (2014) .

Función Literaria

La función literaria o poética se da cuando el emisor busca que el receptor centre su atención en la forma en que se presenta el mensaje. Para lograrlo utiliza recursos retóricos, donde el objetivo del mensaje es que éste sea bello. Esta función se aprecia en las obras de arte, ya sea mediante una escultura, una canción o un poema. Monroy, Verónica del Carmen Quijada, (2014)

En el lenguaje literario la utilidad práctica de las palabras se une con su función estética, donde según la forma como se presentan, se convierten en un fin para atraer la atención del lector, con el objetivo de crear un mundo bello que perdure. Monroy, Verónica del Carmen Quijada, (2014)

2.4 COMUNICACIÓN SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPANTES

Comunicación Personal

La comunicación personal viene movida por el impulso para satisfacer las necesidades o lograr una meta, se centra en la clasificación de los mensajes verbales y no verbales. Marín, y otros, (2012)

Comunicación Intrapersonal

La comunicación intrapersonal, es la comunicación que cada uno mantiene consigo mismo. Esta forma de comunicación es un proceso cognitivo que ocurre en nuestro interior y se puede decir que es otra forma de pensar Marín, y otros, (2012)

Comunicación Interpersonal

Esta se centra en la conducta personal, es el proceso que ocurre entre una fuente – emisor y un receptor que están enviando y recibiendo mensajes en una transacción continua, es considerada como el hecho mismo de hablar cara a cara, en un nivel de interacción persona a persona. Gerald R. Miller Fernández Collado, (1986:30-31)

Es toda comunicación entre personas, uno a uno, o uno a varios. En la comunicación interpersonal, la interacción que se establece entre las personas en sus papeles de emisor, receptor, independientemente de que haya propósito o no para la comunicación, puede ser de dos tipos: simétrica o complementaria. Yereña, María del Socorro Fonseca, (2000)

2.5 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tiene en su entorno.

Es también llamada comunicación institucional o comunicación corporativa y es una de las ramas de la comunicación social, es la comunicación que hay entre el envío y la recepción de información entre individuos que forman una corporación

La comunicación organizacional trata de mucho más que el intercambio información ya que en sus funciones también está coordinar, cooperar un número de objetivos que tiene cada organización que sirven para la gestión de la empresa, teniendo así un impacto de calidad y productividad a la hora del desarrollo de esta misma Carlos, (2009)

Dentro de la comunicación organizacional existen varios tipos de comunicación como:

2.5.1 COMUNICACIÓN INTERNA

conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales Andrade, (2005)

2.5.2 COMUNICACIÓN EXTERNA

conjunto de mensajes emitidos por la 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 o servicios: abarca tanto lo que en términos generales se conoce como Relaciones Públicas, cómo la publicidad (Andrade, 2005)

2.5.3 COMUNICACIÓN ASCENDENTE Y DESCENDENTE (VERTICAL)

es la que se da entre los diferentes niveles jerárquicos de la organizacional; es ascendente cuando la información sube de un nivel inferior a otro superior, y descendente cuando viaja en el sentido opuesto Andrade, (2005)

2.5.4 COMUNICACIÓN HORIZONTAL

es la que se da entre personas que están en el mismo nivel jerárquico, sea que formen parte de la misma área o que pertenezcan a áreas distintas Andrade, (2005)

2.5.5 COMUNICACIÓN DIAGONAL

es la se establece entre personas de distintos niveles y áreas. La gran transformación que están experimentando las organizaciones desde hace un par de décadas ha hecho este tipo de comunicación (al igual que la horizontal) cada vez más frecuente y importante, debido a la necesidad de conformar equipos de trabajo integrados por personas de diversas procedencias (especialidades, áreas, niveles y funciones)

Cabe resaltar que la comunicación organizacional se puede presentar en diferentes escenarios como el físico que es todo lo que tenga que ver con los elementos decorativos y también los informativos como los de la salida de emergencia, está también el social que incluye todos los

escenarios donde hay personas y se relacionan y el institucional que se relaciona con los mensajes que la empresa maneja a las personas involucradas de esta misma.

Por último, la comunicación organizacional es de mayor vitalidad para que una organización perdure ya que con esta se puede organizar los diferentes tipos de mensaje para que en la comunicación de la empresa no se sobrepasan barreras y allá un buen funcionamiento de la misma

2.6 TERCERIZACIÓN LABORAL

2.6.1 ELEMENTOS DE LA TERCERIZACIÓN LABORAL

2.7 UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

Es una organización educativa ubicada en Medellín y en otros 4 centros regionales: Apartadó, Bogotá, Manizales y Montería.

Razón de ser de la empresa

Esto es el sentido de por que esta entidad se puede diferenciar de las otras organizaciones educativas

Visión:

"En el año 2021, la Universidad Católica Luis Amigó será reconocida nacional e internacionalmente como una Institución de Educación Superior de Alta Calidad, comprometida con el desarrollo económico y social; desde su identidad Amigoniana promoverá la formación de seres humanos integrales en la búsqueda de la trascendencia, la calidad de vida y la dignidad".

Misión:

"La Universidad Católica Luis Amigó es una Institución de Educación Superior de carácter privado, creada y dirigida por la Congregación de Religiosos Terciarios Capuchinos para generar, conservar y divulgar el conocimiento científico, tecnológico y cultural y para la formación de profesionales con conciencia crítica, ética y social; con el fin de contribuir al desarrollo integral de la sociedad". (Universidad Católica Luis Amigó, 2017)

Valores Corporativos:

- Ética.
- Solidaridad.
- Justicia Social.
- Participación.
- Convivencia armónica.
- Autogestión.

Principios Institucionales:

-Proyecto Social:

La Universidad Católica Luis Amigó concibe su servicio educativo como la posibilidad que tiene de responder a las necesidades de desarrollo de las comunidades en el ámbito de su misión.

-Comunidad de Estudiosos:

La Universidad Católica Luis Amigó se constituye en una Comunidad de estudiosos que genera su propia dinámica a partir de la investigación, la docencia y la extensión.

-Autonomía:

Se concibe como la posibilidad que tiene la institución de pensarse por sí misma, orientada por su misión, sus valores y su razón de ser.

- Humanismo Cristiano
- La administrativa
- Interdisciplinariedad
- Desarrollo Trascendente:

-Facultad de ciencias Administrativas, económicas y contables:

- Carreras Técnicas
- Carreras Profesionales
- Contaduría Pública
- Negocios Internacionales

-Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

- Carreras Técnicas
- Carreras Profesionales
- Comunicación Social
- Publicidad
- Diseño Gráfico

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

- Carreras Técnicas
- Tecnología en Criminología e Investigación Forense
- Carreras Profesionales
- Derecho

Facultad de Educación y Humanidades

- Carreras Profesionales
- Licenciatura en Educación Infantil
- Licenciatura en Lenguas Extranjeras con énfasis en Inglés
- Filosofía
- Teología



Facultad de Ingenierías y Arquitectura

- Carreras Técnicas
- Tecnología en Desarrollo de Software
- Carreras Profesionales
- Arquitectura
- Ingeniería Civil
- Ingeniería Industrial
- Ingeniería de Sistemas

Facultad de Psicología y Ciencias Sociales

- Carreras Profesionales
- Psicología
- Actividad Física y
- Desarrollo Familiar
- Trabajo Social

Áreas de división:

- Dirección de Bienestar Institucional
 - Vicerrectoría de Investigaciones
 - Programa de Graduados y Promoción Empresarial
 - Oficina de Cooperación Institucional y Relaciones Internacionales OCRI
 - Departamento de Idiomas
 - Departamento de Admisiones y Registro Académico
 - Departamento de Educación Virtual y a Distancia:
 - Departamento de Biblioteca
- 
- 

- Laboratorio audiovisual
- Laboratorios de Psicología
- Laboratorios de Ingeniería de Sistemas
- Departamento de Tesorería

2.8 GRUPO EMPRESARIAL SEISO

Es una empresa de prestación de servicios de aseo, mantenimiento y embellecimiento también presta servicios de salud de laboratorio y empresas con procesos biológicos que incluyen manejo de sustancias especializadas. (Grupo Empresarial Seiso, 2011)

Tiene un portafolio de servicios que son:

Limpieza y desinfección

En áreas que demandan un nivel de asepsia mayor, como industrias de alimentos y del sector salud; (Aseo hospitalario), utilizando técnicas de limpieza efectivas y productos reconocidos y certificados.

Cafetería

Brinda un servicio de cafetería que incluye tinto, aromática, agua entre otros .

Mantenimiento de zonas verdes

Empradización, revegetación o formación de cobertura vegetal, manejo y control ambiental. Servicio de guadañadora, poda, plateo, fertilización, control de malezas, abonos y en general todo lo relacionado con la jardinería; Fumigada, abonada y trasplante de plantas ornamentales. Diseño y paisajismo especializado de jardines.

Mantenimiento de piscinas

cuenta con una amplia experiencia, y el personal y los equipos necesarios para prestar los servicios de mantenimiento y recuperación de piscina, fuentes, espejos de agua, lagos artificiales, para uso humano, con o sin flora y fauna ornamental; al igual que la operación y mantenimiento de los equipos como bombas, filtro, con o sin flora y fauna ornamental; al igual que la operación y mantenimiento de los equipos como bombas, filtros. Efectuando permanentemente el Control del pH y cloro residual.

Mantenimiento de pisos



Personal capacitado para realizar trabajos en Mantenimiento, pulido, sellado, cristalizado, conservación, restauración y remodelación de pisos mantenimientos preventivos y correctivos según sea el caso.

Lavado de fachadas

lavado de fachadas mantenimiento de edificios, parques, instituciones y edificaciones, instalaciones y zonas húmedas entre otras (plomería, albañilería, pintura, carpintería, electricidad) Contamos con personal certificado para realizar esta labor, equipos certificados para el trabajo en altura como lo son andamios, arneses, cuerdas de vida, entre otros.

Los clientes están conformados por Universidades, Colegios, Institutos, Unidades Residenciales, Centros Comerciales, Parcelaciones, Edificios, Sector Salud, entre otros.

(Grupo Empresarial Seiso, 2011)



3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

Cualitativa

Medina) Los autores Blasco y Pérez (2007:25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

Paradigma

estudio de caso.

3.1. 1 DELIMITACIÓN

Sujeto u objeto de Investigación (sólo uno de los dos según el tipo de investigación)

Para la ejecución del estudio de caso en la investigación cualitativa, se estableció que se observará por medio de tres instrumentos cómo es el proceso comunicativo entre la Universidad Católica Luis Amigó y la empresa Seiso. Para obtener estos resultados se implementarán los siguientes instrumentos de investigación, encuesta tipo Likert, Observación no participante y Entrevista Semiestructurada, para la aplicación de estos elementos se utilizarán los empleados administrativos de ambas organizaciones y los empleados operarios de la empresa Seiso.

Tiempo y Escenario

Esta investigación tendrá una duración aproximada de dos años y medio, debido a que debemos establecer relación y análisis tanto con la empresa Seiso ubicada en municipio de Itagüí y la Universidad Católica Luis Amigó ubicada en el barrio Robledo.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

“El diseño no experimental se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Para Sampieri (2003), el diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante la recolección de los datos, estos son: diseño transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia e interrelación en un momento dado, y el diseño longitudinal, donde se recolectan datos a través del tiempo en punto o períodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y sus consecuencias “ (Hernández, 2004)

Diseños transaccionales exploratorios

“El propósito de los diseños transaccionales exploratorios es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos; además, constituyen el preámbulo de otros diseños no experimentales y no experimentales”. Sampieri, Fernández Collado, & Lucio, María del Pilar Baptista, (2014)

Basándonos en la anterior definición podemos establecer que esta investigación está basada en el estudio no experimental, transaccional y exploratorio debido a que el objetivo principal de esta investigación es identificar cuál es el proceso comunicativo entre la Universidad Católica Luis Amigó y la empresa Seiso, lo cual será realizado por medio de la descripción y observación de la comunicación de ambas organizaciones que nos permita determinar quienes son los principales elementos que contribuyen al desarrollo de este proceso comunicativo.

3.3 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

3.3.1 ¿Qué son las técnicas de generación y recolección de información ?

“Conjunto de reglas y procedimientos que le permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación”. (Maradiaga)

3.3.3 Entrevista Semiestructurada

Entrevistas semiestructuradas: presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos. Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, (2013)

El diseño de esta entrevista se realizará por medio de 15 preguntas establecidas en un Excel, las cuales nos permitirán determinar cómo la universidad Católica Luis Amigó a través de una relación corporativa lleva a cabo el proceso comunicativo dentro de la contratación al personal de la empresa Seiso en el año 2021.

Esta entrevista semiestructurada con sus 15 preguntas se le realizará al personal administrativo de ambas organizaciones para así obtener resultados eficientes en la investigación y establecer cómo es el proceso comunicativo entre ambas organizaciones.

3.3.4 Encuesta tipo Likert

“La escala de Likert es uno de los tipos de escalas de medición utilizados principalmente en la investigación de mercados para la comprensión de las opiniones y actitudes de un consumidor hacia una marca, producto o mercado meta. Nos sirve principalmente para realizar mediciones y conocer sobre el grado de conformidad de una persona o encuestado hacia determinada oración afirmativa o negativa” "QuestionPro", (2021)

Esta encuesta tipo Likert se generará con parámetros de medición, los cuales nos permitan identificar qué tan satisfechos e insatisfechos están los empleados de la empresa Seiso con la comunicación y el trato que les brinda el personal administrativo de la Universidad Católica Luis Amigó.

Esta encuesta se implementará a un grupo de empleados de la empresa Seiso que estén activos como empleados en la Universidad Católica Luis Amigó.

3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Categorías

“Una categoría podría definirse como la abstracción de las características que se ven presentes en los fenómenos que permiten organizar y comprender la visión de la realidad. Es por esa razón que los objetos de estudio pueden definirse por medio de una categoría”. Bravo et al.,(2013)

Las categorías de nuestra investigación son proceso comunicativo, empresa Seiso, Universidad Católica Luis Amigó, comunicación, comunicación organizacional y tercerización laboral, estas categorías son las que nos permitirán analizar cuál es el proceso comunicativo de estas organizaciones y cómo lo implementan cada una en su entorno organizacional.

Variable

"una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. La variable se aplica a un grupo de personas u objetos, los cuales adquieren diversos valores o manifestaciones respecto a la variable. Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras (formar parte de una hipótesis o una teoría). En este caso se les suele denominar constructos o construcciones hipotéticas".

Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, (2013)

Las variables de nuestra investigación nos permitirán establecer dentro de los dos grupos que tenemos, los cuales son: el personal administrativo de la universidad Católica Luis Amigó y la empresa Seiso y los empleados de la empresa Seiso, cuál es el mecanismo que utilizan estas organizaciones para tener un buen proceso comunicativo y de que manera lo implementan con sus empleados.

Bivariable y Multivariable

"En la evaluación y recopilación de datos estadísticos se utilizan métodos de análisis multivariantes para aclarar y explicar las relaciones entre las diferentes variables que pueden estar asociadas con estos datos"

"El análisis multivariante siempre se utiliza cuando hay más de tres variables involucradas y el contexto de su contenido no está claro. El objetivo es detectar una estructura, por un lado, y verificar los datos de las estructuras por otro"

“Por otro lado el término Bivariable hace referencia al caso general de una versión multivariable”. Rite Wiki , (2014)

Esta herramienta de evaluación nos facilitará la recolección de datos aplicados a las diferentes variables que se ven presentes en nuestra investigación, y de esta manera estableceremos y verificaremos si el proceso comunicativo de estas organizaciones es adecuado dentro de su metodología organizacional.

Triangulación

Puede triangular para confirmar la corroboración estructural y la adecuación referencial. Primero, triangulación de teorías o disciplinas, el uso de múltiples teorías o perspectivas para analizar el conjunto de los datos. Segundo, triangulación de métodos (complementar con un estudio cuantitativo, que nos conduciría de un plano cualitativo a uno mixto).

Tercero, triangulación de investigadores (varios observadores y entrevistadores que recolectan el mismo conjunto de datos), con el fin de obtener mayor riqueza interpretativa y analítica. Cuarto, triangulación de datos (diferentes fuentes e instrumentos de recolección de los datos, así como distintos tipos de datos, por ejemplo, entrevista a participantes y pedirles tanto un ensayo escrito como fotografías relacionadas con el planteamiento del estudio) “. Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, (2013)

El método de triangulación nos permite identificar por medio de distintas teorías cual es la más apta para la aplicabilidad de nuestra investigación y de esta forma realizar una investigación exhaustiva de esta.

3.5 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES

Dentro de nuestra investigación hallamos que la entrevista semiestructurada corresponden a las técnicas de muestreo no intencionado o participantes, debido a que por medio de nuestra matriz categorial determinamos que estos instrumentos nos permitirán establecer los resultados de nuestra investigación.

Y nuestra entrevista semiestructurada nos permitirá conocer más a fondo cuales son los pensamientos de los empleados, cómo se maneja y se establece el ambiente laboral dentro de cada una de las empresas y su nivel de satisfacción en ellas.

3.6 PLAN DE TRABAJO

FECHA	CURSO	TEMÁTICA	OBSERVACIONES
-------	-------	----------	---------------

2020-1	Teorías Cognitivas	Anteproyecto de investigación	Se realizó planteamiento del problema de investigación, planteamiento de objetivos y planteamiento de la justificación.
2021-1	Semiótica de la Comunicación	Correcciones de formulación de la pregunta y línea de investigación, estado del arte, Marco teórico, Diseño de investigación (diseño de instrumentos)	Se corrigieron los puntos establecidos y realizados en teorías cognitivas y además en esta asignatura se realizó del punto 1 hasta el punto 3.8.
2021-2	Etnografía	Trabajo de campo	
2022-1	Cuidad	Conclusiones y entrega de trabajo final con poster	

3.7 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

RUBLO	CATEGORÍA	OBSERVACIÓN
--------------	------------------	--------------------

\$ 720.000	Internet	Solo hemos utilizado el servicio de internet debido a que no hemos iniciado trabajo de campo.
------------	----------	---

4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y/U ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

4.1.2 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS

Entrevista Semiestructuradas

PREGUNTAS
¿Considera usted que el ambiente laboral entre su empresa y el personal administrativo de la Seiso es óptimo, justifique?
¿Cómo es el proceso de contratación entre su organización y la Empresa Seiso ?
¿Cuál es el conducto regular de su organización en caso de que sus empleados presenten dificultades?
¿Cómo mide su organización la satisfacción laboral de sus empleados?

¿De qué manera se dirige a sus empleados cuando se presentan inconvenientes con la otra organización?
¿Quiénes son los encargados de velar por qué la comunicación entre los empleados de Seiso y las personas de la Luis Amigó?
¿Cuáles son las políticas y el desarrollo interno del trabajador en su organización?
¿Cuáles son las características y los requisitos para elegir a sus empleados ?
¿Siente que tiene una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de la Universidad Católica Luis Amigó?
¿Quién es el puente de comunicación entre la Universidad Católica Luis Amigó y la empresa Seiso?
¿Cuáles son los parámetros de medición de efectividad del proceso comunicativo entre ambas organizaciones ?
¿Cuáles son las fuentes de información dentro del área de comunicaciones en su organización?
¿Qué papel cumplen los comunicadores de su organización dentro del desarrollo de su proceso comunicativo interno?
¿Cuáles son los elementos indispensables que no pueden faltar en su organización para contar con un proceso comunicativo eficiente?
¿Mencione tres aspectos positivos que considere que tiene su organización?
¿Cómo es el proceso de comunicación entre la empresa Seiso y la Universidad Luis Amigó?
¿ Siente que hay una organización a la hora de dirigirse hacia la Seiso?
¿ Siente que al dirigirse hacia la Empresa Seiso tiene una respuesta clara y efectiva?
¿ Cómo califica el desempeño que ejercen los trabajadores de la empresa Seiso en la Universidad?

¿Siente que hay una organización previa de la labor de cada trabajador de Sesio en la Universidad Católica Luis Amigó?

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

¿Considera usted que el ambiente laboral entre su empresa y el personal administrativo de la Universidad Católica Luis Amigó es óptimo, justifique?

R/ Sí , el ambiente laboral de la laboral es óptimo hay respeto y buena comunicación

¿Cómo es el proceso de contratación entre su organización y la empresa Seiso?

R/ La contratación es responsabilidad de Seiso

¿Cuál es el conducto regular de su organización en caso de que sus empleados presenten dificultades?

R/ Cuando el personal subcontratado de Seiso tiene conductor regular me dirijo al supervisor de Seiso y llevo la dificultad o lo hacen ellos directamente

¿Cómo mide su organización la satisfacción laboral de sus empleados?

R/ El personal de Seiso no son empleados de la universidad

¿De qué manera se dirige a sus empleados cuando se presentan inconvenientes con la otra organización?

R/ El personal de Seiso no son empleados de la universidad, cuando existe alguna dificultad ellos deben resolverla con su supervisor

¿Quiénes son los encargados de velar por la comunicación entre los empleados de Seiso y las personas de la Luis Amigó?

R/ La comunicación con el personal de Seiso solo se maneja por parte de la universidad a través de servicios generales

¿Cuáles son las políticas y el desarrollo interno del trabajador en su organización?

R/ Las políticas son estipuladas directamente por Seiso nosotros no sabemos cuales son

¿Cuáles son las características y los requisitos para elegir a sus empleados ?

R/ No son empleados de la universidad

¿Siente que tiene una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de La Universidad Católica Luis Amigó?

R/ Sí, los objetivos de la universidad son claros pero muchos no están relacionados con el proceso de tercerización con la empresa Seiso

¿Quién es el puente de comunicación entre la Universidad Católica Luis Amigó y la empresa Seiso?

R/ El supervisor de Seiso y la jefe de servicios generales de la universidad

¿Cuáles son los parámetros de medición de efectividad del proceso comunicativo entre ambas organizaciones?

R/ Mantener al personal informado sobre los cambios y mejoras de la universidad y Seiso por medio de capacitaciones constantes

¿Cuáles son las fuentes de información dentro del área de comunicaciones en su organización?

R/ escrita, verbal, telefónica y WhatsApp

¿Qué papel cumplen los comunicadores de la universidad dentro del desarrollo del proceso comunicativo interno?

R/ La comunicación con el personal de Seiso solo se maneja por parte de la universidad a través de servicios generales, los comunicadores no intervienen en el proceso dentro del proceso comunicativo interno

¿Cuáles son los elementos indispensables que no pueden faltar en su organización para contar con un proceso de comunicación eficiente?

R/ Respeto y oportunidad

¿Mencione tres aspectos positivos que considere que tiene su organización?

R/ Respeto, organización y trabajo en equipo

¿Cómo es el proceso de comunicación entre la empresa Seiso y La Universidad Católica Luis Amigó?

R/ Efectivo y rápido

¿Siente que hay una organización a la hora de dirigirse hacia la empresa Seiso?

R/ Sí, siempre tenemos contacto con él supervisor y los directivos de Seiso

¿Siente que al dirigirse a la empresa Seiso tiene una respuesta clara y efectiva?

R/ Siempre

¿Cómo califica el desempeño que ejercen los trabajadores de la empresa Seiso en la universidad?

R/ Eficiente y con calidad

¿Siente que hay una organización previa de la labor de cada trabajador de Seiso en La

Universidad Católica Luis Amigó?

R/ Sí

Encuestas Tipo Likert

Preguntas	Puntaje				
-----------	---------	--	--	--	--

1. ¿Considera usted que la empresa se preocupa por el bienestar de sus trabajadores?	5	4	3	2	1
---	---	---	---	---	---

2. ¿Considera usted que la empresa cuenta con personal directivo altamente capacitado para dirigir la organización ?	5	4	3	2	1
---	---	---	---	---	---

3. ¿Cómo se siente con sus directivos?	5	4	3	2	1
---	---	---	---	---	---

4. ¿Considera que los jefes escuchan las opiniones de sus subordinados?	5	4	3	2	1
--	---	---	---	---	---

5. ¿Cómo se siente con sus compañeros?	5	4	3	2	1
---	---	---	---	---	---

--	--	--	--	--	--

6. ¿Se siente cómodo con su ambiente de trabajo?	5	4	3	2	1
---	----------	----------	----------	----------	----------

7. ¿Qué tanto conoce sobre la Misión, Visión de la empresa en la que trabaja?	5	4	3	2	1
--	----------	----------	----------	----------	----------

8. ¿Conoce usted los manuales de procedimientos de la empresa?	5	4	3	2	1
---	----------	----------	----------	----------	----------

9. ¿Siente que la empresa le da información importante y oportuna?	5	4	3	2	1
---	----------	----------	----------	----------	----------

10. ¿Reconoce los canales de comunicación de su empresa?	5	4	3	2	1
---	----------	----------	----------	----------	----------

11. ¿Se dirigen hacia usted de una manera clara y respetuosa?	5	4	3	2	1
--	----------	----------	----------	----------	----------



12. ¿Siente que su trabajo es adecuado para su experiencia laboral?	5	4	3	2	1
--	----------	----------	----------	----------	----------

13. ¿Se considera usted valorad@ por el puesto que ocupa?	5	4	3	2	1
--	----------	----------	----------	----------	----------

14. ¿Considera usted que hay capacitaciones adecuadas para su trabajo y cómo desempeñarlo mejor?	5	4	3	2	1
---	----------	----------	----------	----------	----------

15.¿ Cuándo se presenta un inconveniente usted cree que es fácil expresarlo y resolverlo?	5	4	3	2	1
--	----------	----------	----------	----------	----------

16. ¿Cómo se siente trabajando en la Universidad Católica Luis Amigó?	5	4	3	2	1
--	----------	----------	----------	----------	----------

17. ¿La organización le brinda todas las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo?	5	4	3	2	1
---	----------	----------	----------	----------	----------



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Entrevista 1

¿Considera usted que la empresa se preocupa por el bienestar de sus trabajadores?

R/ 5 - Muy satisfactorio

¿Considera usted que la empresa cuenta con personal directivo altamente capacitado para dirigir la organización ?

R/ 5- Muy satisfecho

¿Cómo se siente con sus directivos?

R/ 5- Muy satisfecho

¿Considera qué los jefes escuchan las opiniones de sus subordinados?

R/5 Muy satisfecho

¿Cómo se siente con sus compañeros?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

¿Se siente cómodo con su ambiente de trabajo?

R/ 4- Moderadamente satisfecho

¿Qué tanto conoce sobre la Misión, Visión de la empresa en la que trabaja?

R/4 - Moderadamente satisfecho

¿Conoce usted los manuales de procedimientos de la empresa?

R/ 5- Muy satisfecho

¿Siente que la empresa le da información importante y oportuna?

R/ 5 Muy satisfecho



¿Reconoce los canales de comunicación de su empresa?

R/ 5 Muy satisfecho

¿Se dirigen a usted de una manera clara y respetuosa?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

¿Siente que su trabajo es adecuado para su experiencia laboral?

R/ 5 Muy satisfecho

¿Se considera usted valorad@ por el puesto que ocupa?

R/ 4- Moderadamente satisfecho

¿Considera usted que hay capacitaciones adecuadas para su trabajo y cómo desempeñarlo mejor?

R/4 - Moderadamente satisfecho

¿Cuándo se presenta un inconveniente usted cree que es fácil expresarlo y resolverlo?

R/ 5 Muy satisfecho

¿Cómo se siente trabajando en la Universidad Católica Luis Amigó?

R/ 5 Muy satisfecho

¿La organización le brinda todas las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo?

R/ 5 Muy satisfecho

Entrevista 2

¿Considera usted que la empresa se preocupa por el bienestar de sus trabajadores?

R/ 5- Muy satisfecho

¿Considera usted que la empresa cuenta con personal directivo altamente capacitado para dirigir la organización ?

R/ 5 Muy satisfecho

¿Cómo se siente con sus directivos?

R/ 5- Muy satisfecho

¿Considera qué los jefes escuchan las opiniones de sus subordinados?

R/ 5 Muy satisfecho

¿Cómo se siente con sus compañeros?

R/ 4- Moderadamente satisfecho

¿Se siente cómodo con su ambiente de trabajo?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Qué tanto conoce sobre la Misión, Visión de la empresa en la que trabaja?

R/ 4- Moderadamente satisfecho

¿Conoce usted los manuales de procedimientos de la empresa?

R/ 4- Moderadamente satisfecho

¿Siente que la empresa le da información importante y oportuna?

R/5 - Muy satisfecho

¿Reconoce los canales de comunicación de su empresa?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Se dirigen a usted de una manera clara y respetuosa?

R/ 5-- Muy satisfecho



¿Siente que su trabajo es adecuado para su experiencia laboral?

R/ 5- Muy satisfecho

¿Se considera usted valorad@ por el puesto que ocupa?

R/ 4- Moderadamente satisfecho

¿Considera usted que hay capacitaciones adecuadas para su trabajo y cómo desempeñarlo mejor?

R/ 5-Muy satisfecho

¿Cuándo se presenta un inconveniente usted cree que es fácil expresarlo y resolverlo?

R/ 4- Moderadamente satisfecho

¿Cómo se siente trabajando en la Universidad Católica Luis Amigó?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

¿La organización le brinda todas las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

Entrevista 3

¿Considera usted que la empresa se preocupa por el bienestar de sus trabajadores?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Considera usted que la empresa cuenta con personal directivo altamente capacitado para dirigir la organización ?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Cómo se siente con sus directivos?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Considera que los jefes escuchan las opiniones de sus subordinados?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Cómo se siente con sus compañeros?

R/ 3 - Ni satisfecho, ni insatisfecho

¿Se siente cómodo con su ambiente de trabajo?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

¿Qué tanto conoce sobre la Misión, Visión de la empresa en la que trabaja?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

¿Conoce usted los manuales de procedimientos de la empresa?

R/ 3 - Ni satisfecho, ni insatisfecho

¿Siente que la empresa le da información importante y oportuna?

R/ 3 - Ni satisfecho, ni insatisfecho

¿Reconoce los canales de comunicación de su empresa?

R/ 2 - poco satisfecho

¿Se dirigen a usted de una manera clara y respetuosa?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

¿Siente que su trabajo es adecuado para su experiencia laboral?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Se considera usted valorad@ por el puesto que ocupa?

R/ 5 - Muy satisfecho



¿Considera usted que hay capacitaciones adecuadas para su trabajo y cómo desempeñarlo mejor?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Cuándo se presenta un inconveniente usted cree que es fácil expresarlo y resolverlo?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Cómo se siente trabajando en la Universidad Católica Luis Amigó?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿La organización le brinda todas las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo?

R/ 5 - Muy satisfecho

Entrevista 4

¿Considera usted que la empresa se preocupa por el bienestar de sus trabajadores?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Considera usted que la empresa cuenta con personal directivo altamente capacitado para dirigir la organización ?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Cómo se siente con sus directivos?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Considera qué los jefes escuchan las opiniones de sus subordinados?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Cómo se siente con sus compañeros?



R/ 3 - Ni satisfecho, ni insatisfecho

¿Se siente cómodo con su ambiente de trabajo?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

¿Qué tanto conoce sobre la Misión, Visión de la empresa en la que trabaja?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Conoce usted los manuales de procedimientos de la empresa?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

¿Siente que la empresa le da información importante y oportuna?

R/ 4 - Moderadamente satisfecho

¿Reconoce los canales de comunicación de su empresa?

R/ 2 - Poco satisfecho

¿Se dirigen a usted de una manera clara y respetuosa?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Siente que su trabajo es adecuado para su experiencia laboral?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Se considera usted valorad@ por el puesto que ocupa?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Considera usted que hay capacitaciones adecuadas para su trabajo y cómo desempeñarlo mejor?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Cuándo se presenta un inconveniente usted cree que es fácil expresarlo y resolverlo?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿Cómo se siente trabajando en la Universidad Católica Luis Amigó?

R/ 5 - Muy satisfecho

¿La organización le brinda todas las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo?

R/ 5 - Muy satisfecho

4.2 CONCLUSIONES

Luego de obtener los resultados de las entrevistas semiestructuradas, pudimos observar los siguientes resultados:

N de Encuestas: 4

Resultado de la Moda: 5, 5, 5, 5, 4, 4, 4, 5, 5, 5, 4, 5, 4, 4, 5, 5, 5 - 5, 5, 5, 5, 4, 5, 4, 4, 5, 5, 5, 5, 4, 5, 4, 4, 4 - 5, 5, 5, 5, 3, 4, 4, 3, 3, 2, 4, 5, 5, 5, 5, 5, 5 - 5, 5, 5, 5, 3, 4, 5, 4, 4, 2, 5, 5, 5, 5, 5, 5, 5, 5, 5 =
5 = 5= 43 4=19 3= 4 2 =2 1=0 **MODA: 5**

Resultado de la Media:

Entrevista 1

5, 5, 5, 5, 4, 4, 4, 5, 5, 5, 4, 5, 4, 4, 5, 5, 5 = 4,6

Entrevista 2

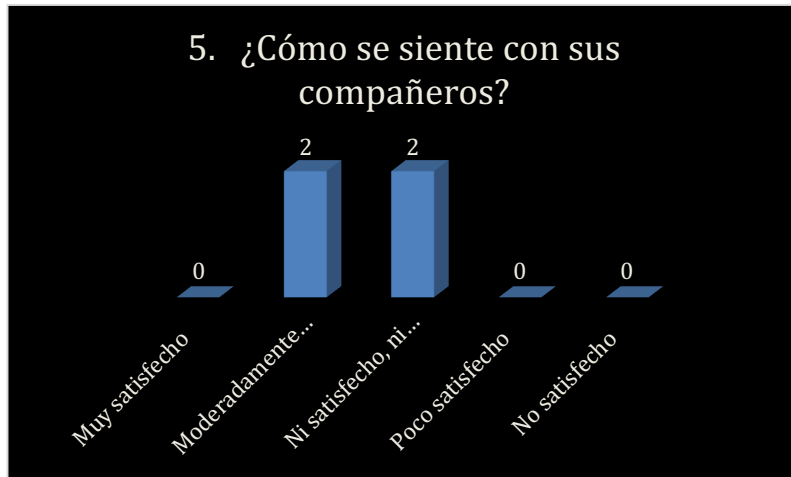
5, 5, 5, 5, 4, 5, 4, 4, 5, 5, 5, 5, 4, 5, 4, 4, 4 = 4,5

Entrevista 3

5, 5, 5, 5, 3, 4, 4, 3, 3, 2, 4, 5, 5, 5, 5, 5, 5 = 4,2

Entrevista 4

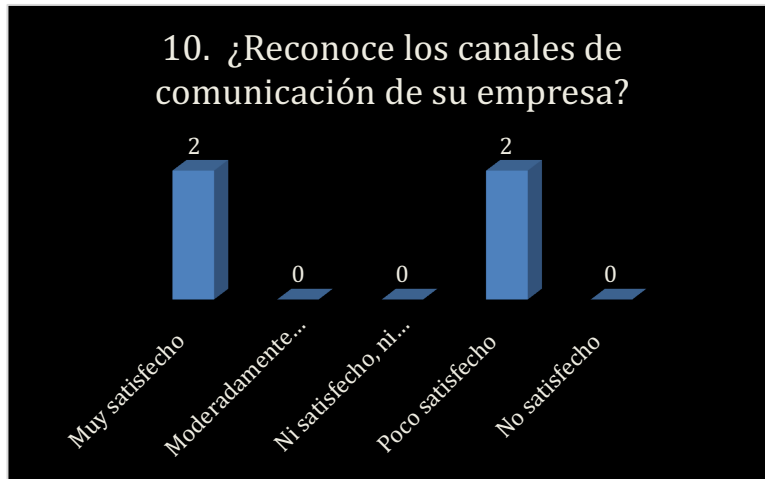
5, 5, 5, 5, 3, 4, 5, 4, 4, 2, 5, 5, 5, 5, 5, 5, 5 = 4,5



En estos resultados podemos observar que no se presenta un buen ambiente laboral y no existe una comunicación asertiva en el campo laboral, lo que podría significar un mal desarrollo de las labores y ineficiencia laboral. Por esta razón es indispensable que se realicen actividades y seguimiento del relacionamiento interpersonal para garantizar la efectividad en el trabajo y de esta forma contribuir al desarrollo de una comunicación asertiva y un ambiente laboral agradable.



En esta pregunta pudimos identificar que no todos los colaboradores tienen identificada la información importante o al menos poseen herramientas para utilizar de forma oportuna la información suministrada por los directivos.



Podemos observar que la mitad de los encuestados identifican los canales de comunicación, mientras que la otra mitad no logra identificarlos, esto puede traer inconvenientes en el desarrollo de las labores diarias, puede afectar la comunicación entre directivos y trabajadores, puede incluso ocasionar el incumplimiento de los objetivos empresariales.

RECOMENDACIONES

Con el análisis de estos resultados pudimos identificar que en promedio el mayor número de respuestas fueron muy satisfecho y bastante satisfecho, lo cual nos permite concluir que los trabajadores de la empresa Seiso se encuentran satisfechos y muy satisfechos con el proceso de comunicación y consideran que el ambiente laboral entre ambas organizaciones es positivo, mientras que los empleados que consideran que el proceso comunicativo y el ambiente laboral no son muy buenos o deben mejorar fueron más pocos.

Por otro lado podemos observar basándonos en los resultados que los empleados subcontratados por la Universidad Católica Luis Amigó no conocen a profundidad los canales de comunicación que son utilizados entre ambas organizaciones para llevar a cabo distintos procesos internos. Los comunicadores de la universidad no intervienen en la comunicación que se tiene entre ambas

organizaciones lo cual puede significar carencia de una comunicación asertiva y una mala transmisión del mensaje que se quiere transmitir.

Adicionalmente se logró identificar que al momento de que se presente un problema de comunicación o se presente un inconveniente o retraso en alguno de los procesos o labores que el personal de Seiso ejecuta diariamente en la universidad, ellos deben esperar a que el supervisor de Seiso visite la universidad, lo cual puede ocasionar retrasos en el desarrollo de las tareas diarias, mala comunicación sobre las modificaciones de la organización con respecto a los procesos internos, confusión y desorientación vocacional, por lo cual se recomienda la intervención de un comunicador que asegure que la relación entre contratista y contratado sea eficiente y asertiva y de esta forma se podrá asegurar la calidad del ambiente laboral y eficiencia en el proceso comunicativo entre ambas empresas, ocasionando un excelente desempeño por parte de los empleados de Seiso y completa satisfacción laboral.

También se logró identificar que no se tiene establecido un proceso comunicativo formal que le permita al personal subcontratado saber cuales son los procesos o las directrices que deben tener en cuenta en el momento en el que deban comunicar algún acontecimiento, por lo cual es indispensable que se realice un proceso comunicativo formal establecido por los comunicadores de la universidad o el área de comunicaciones en donde se plasmen los acuerdos, estatutos, medio de comunicación internos y externos de cada organización, en donde se establecen las jerarquías y se asignen responsables de cada proceso, para poder garantizar que el personal tenga una comunicación asertiva y como conclusión contribuya al desarrollo de un buen clima laboral.

Teniendo en cuenta que la persona encargada de la subcontratación del personal de Seiso no cuenta con amplios elementos comunicativos se podría concluir que la comunicación que se está llevando a cabo entre ambas organizaciones es una comunicación ineficiente, por que no se cuenta con los elementos necesarios para garantizar que el mensaje que se ejecuta en cada proceso se entregue de manera adecuada y mucho menos se puede garantizar que el canal por el cual se está transmitiendo es el indicado, por lo tampoco se garantiza que el receptor reciba el mensaje adecuado y pueda ejecutarlo en sus labores cotidianas.

Como sugerencia y conclusión de la investigación tanto la universidad como Seiso deben establecer los siguientes aspectos para garantizar a sus empleados calidad en el proceso comunicativo de ambas organizaciones: canales de comunicación directos y claros, comunicación asertiva y definida con responsables, procesos comunicativos y mensajes claros, conductos regulares de comunicación para la resolución de acontecimientos, respuestas rápidas por parte de los directivos, capacitación del personal en procesos y actualizaciones internas. Con estos elementos se podrá contribuir a un buen clima laboral y le permitirá a los empleados mantener un nivel alto de satisfacción laboral, debido a que la universidad y la empresa Seiso les están brindando por los recursos y las herramientas comunicacionales necesarias para asegurar su permanencia en ambas instituciones y reducir errores de comunicación entre ambos.

Un elemento indispensable para tener en cuenta es que este tipo de investigación no solo puede realizarse con el personal subcontratado de la empresa Seiso sí no que también puede aplicarse a las demás empresas de subcontratación con las cuales la universidad cuenta, por ejemplo la empresa de seguridad, al mismo tiempo puede aplicarse con empresas externas o con futuras contrataciones y de esta manera contribuir por medio de la comunicación organizacional al desarrollo de un buen ambiente laboral.

5. REFERENCIAS

Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna (proceso de disciplina y técnica)*. España: Gesbiblo,s.l.

Bravo, L. D., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación educ. médica vol.2 no.7*.

Carlos, F. C. (2009). *La comunicación en las organizaciones*. México DF: Trillas.

Claudia, M. (2005). Gestión de la Comunicación Interna en la Pequeña Empresa Industrial: un Análisis de los Procesos Organizacionales Clima y Liderazgo. *Razón y Palabra*.

Juliana, P. M., Saaveda Escobar, Djanira Alicia, & Zapata Barboza, Manuel Abelardo (2016). *EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES BAJO LA MODALIDAD DE TERCERIZACIÓN DE LA EMPRESA PROSEGUR SUCURSAL ICA. CHINCHA.*

Leonidas, D. V. K., & Franco Mora Cristian Manue (2013). *Influencia de la aplicación en los procesos de la comunicación organizacional, rendimiento laboral.* Guayaquil-Ecuador: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

Mónica, V. A., González Vallés, J. E., & Rincón, S. (2020). *La Comunicación Interpersonal y la Comunicación Interna en las empresas: un análisis desde la profesión y la Universidad.* Madrid - España.

Monroy, Verónica del Carmen Quijada (2014). *Comunicación Oral y Escrita.* México: Editorial digital UNID.

Osorio, J. A. S., & Arcila Calderon, C. (2013). *Manual de teoría de la comunicación.* Bogotá: Ediciones de la U.

QuestionPro (2021), from [https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/#Qu%C3%A9 es la escala de Likert.](https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/#Qu%C3%A9%20es%20la%20escala%20de%20Likert)

Rosario, Alarcón Lucerito del, & Vásquez Cuba, J. (2020). *La comunicación organizacional y su incidencia en los problemas laborales de la empresa de importaciones y exportaciones virgen del Carmen, Chiclayo – 2017.* Pimentel - Perú.

Sampieri, R. H., Fernández Collado, C., & Lucio, María del Pilar Baptista (2014). *Metodología de la investigación.* México DF: McGraw HILL INTERAMERICANA.

Yang, Y., Saladrigas Medina, H., & Torres Ponjuán, D. (2016). Proceso de comunicación en la gestión del conocimiento. Análisis teórico del comportamiento a partir de los modelos típicos. *Universidad de La Habana*, 165–173.

Yerena, María del Socorro Fonseca (2000). *Comunicación Oral*. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey.

Zambrano, O. J. T. (2015). *Efectos laborales de la contratación en el marco del outsourcing y/o subcontratación en Colombia*. Bogotá, Colombia.

Zulema, L. Y. N. (2019). *Estilos de comunicación organizacional y satisfacción laboral en trabajadores de una empresa de tercerización de servicios en Lima, 2018*. Lima - Perú.



6. ANEXOS

1. ¿Considera usted que la empresa se preocupa por el bienestar de sus trabajadores?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	4
Moderadamente satisfecho	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

2. ¿Considera usted que la empresa cuenta con personal directivo altamente capacitado para dirigir la organización ?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	4
Moderadamente satisfecho	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

3. ¿Cómo se siente con sus directivos?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	4
Moderadamente satisfecho	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

4. ¿Considera que los jefes escuchan las opiniones de sus subordinados?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	4
Moderadamente satisfecho	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

5. ¿Cómo se siente con sus compañeros?	
---	--

NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	0
Moderadamente satisfecho	2
Ni satisfecho, ni insatisfecho	2
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

6. ¿Se siente cómodo con su ambiente de trabajo?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	2
Moderadamente satisfecho	2
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

7. ¿Qué tanto conoce sobre la Misión, Visión de la empresa en la que trabaja?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	1
Moderadamente satisfecho	3
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0

Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

8. ¿Conoce usted los manuales de procedimientos de la empresa?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	
Moderadamente satisfecho	2
Ni satisfecho, ni insatisfecho	1
Poco satisfecho	0
No satisfecho	1

9. ¿Siente que la empresa le da información importante y oportuna?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	2
Moderadamente satisfecho	1
Ni satisfecho, ni insatisfecho	1
Poco satisfecho	0

No satisfecho	0
---------------	----------

10. ¿Reconoce los canales de comunicación de su empresa?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	2
Moderadamente satisfecho	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	2
No satisfecho	0

11. ¿Se dirigen hacia usted de una manera clara y respetuosa?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	3
Moderadamente satisfecho	1
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

12. ¿Siente que su trabajo es adecuado para su experiencia laboral?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	3
Moderadamente satisfecho	1
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

13. ¿Se considera usted valorad@ por el puesto que ocupa?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	4
Moderadamente satisfecho	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

14. ¿Considera usted que hay capacitaciones adecuadas para su trabajo y cómo desempeñarlo mejor?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	3
Moderadamente satisfecho	1
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

15.¿ Cuándo se presenta un inconveniente usted cree que es fácil expresarlo y resolverlo?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	3
Moderadamente satisfecho	1
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

16. ¿Cómo se siente trabajando en la Universidad Católica Luis Amigó?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	4
Moderadamente satisfecho	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

17. ¿La organización le brinda todas las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo?	
NIVELES DE SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS
Muy satisfecho	4
Moderadamente satisfecho	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	0
Poco satisfecho	0
No satisfecho	0

1. ¿Considera usted que la empresa se preocupa por el bienestar de sus trabajadores?

4

0

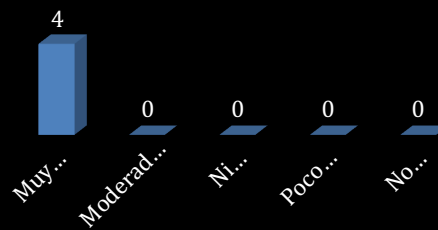
0

0

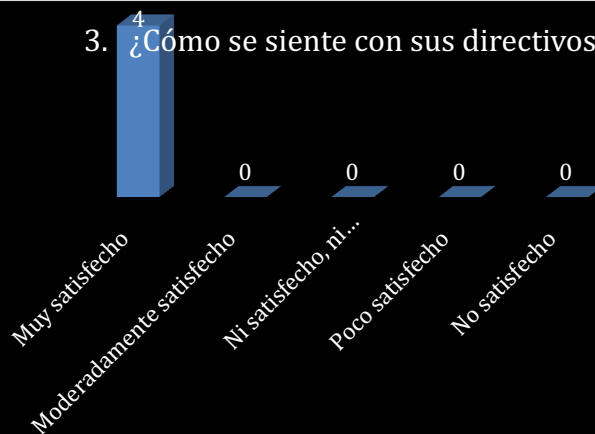
0



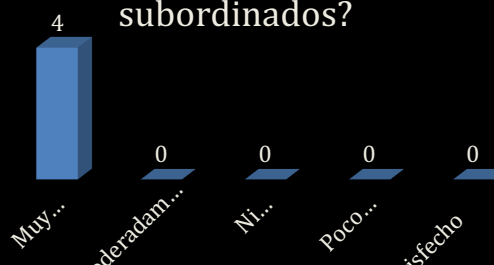
2. ¿Considera usted que la empresa cuenta con personal directivo altamente capacitado para dirigir la organización ?



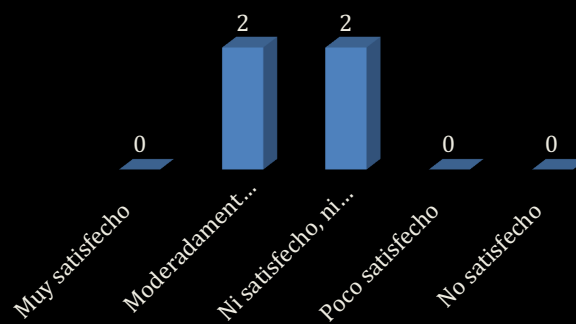
3. ¿Cómo se siente con sus directivos?



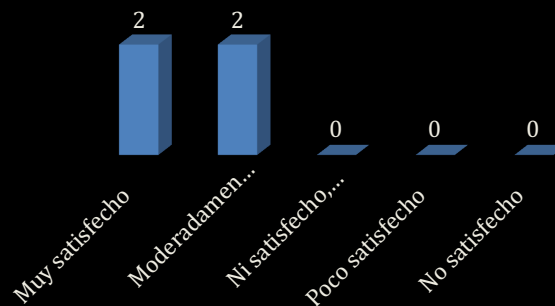
4. ¿Considera que los jefes escuchan las opiniones de sus subordinados?



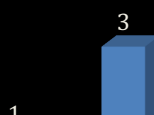
5. ¿Cómo se siente con sus compañeros?



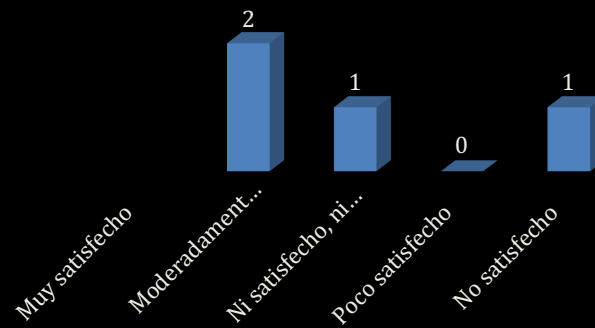
6. ¿Se siente cómodo con su ambiente de trabajo?



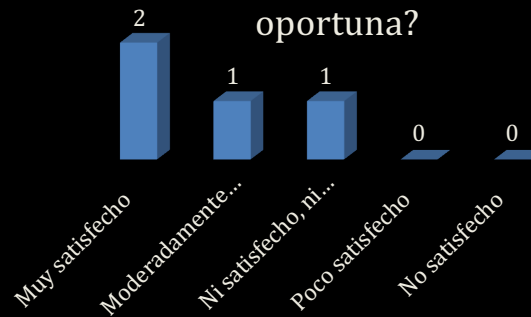
7. ¿Qué tanto conoce sobre la Misión, Visión de la empresa en la que trabaja?



8. ¿Conoce usted los manuales de procedimientos de la empresa?



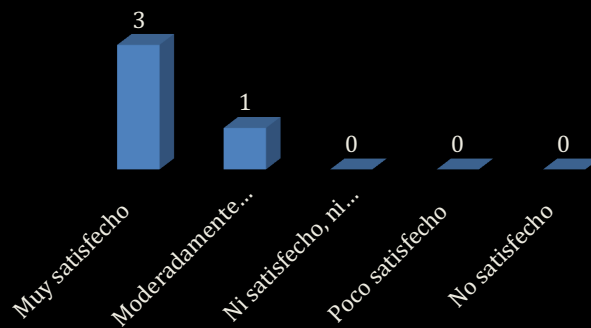
9. ¿Siente que la empresa le da información importante y oportuna?



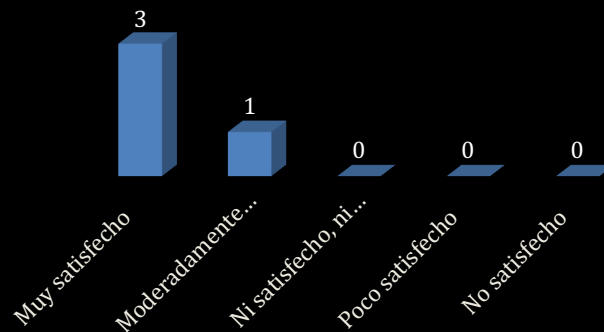
10. ¿Reconoce los canales de comunicación de su empresa?



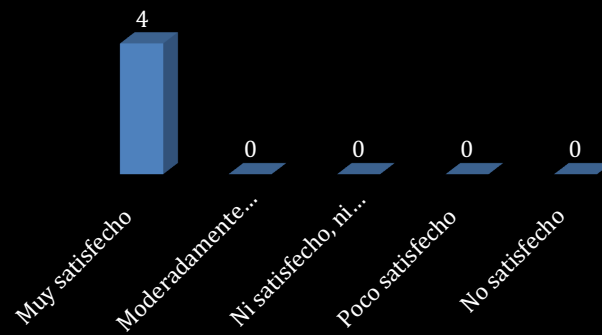
11. ¿Se dirigen hacia usted de una manera clara y respetuosa?



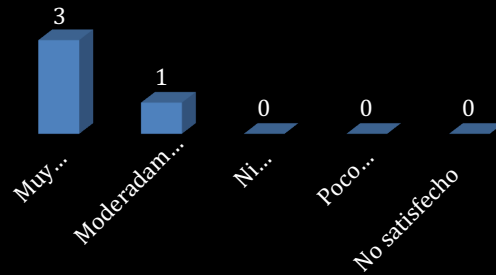
12. ¿Siente que su trabajo es adecuado para su experiencia laboral?



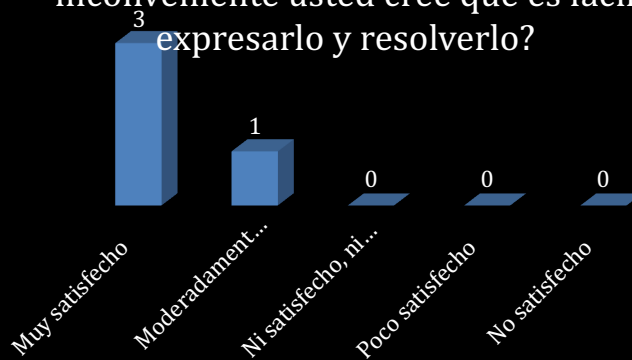
13. ¿Se considera usted valorad@ por el puesto que ocupa?



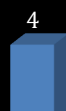
14. ¿Considera usted que hay capacitaciones adecuadas para su trabajo y cómo desempeñarlo mejor?



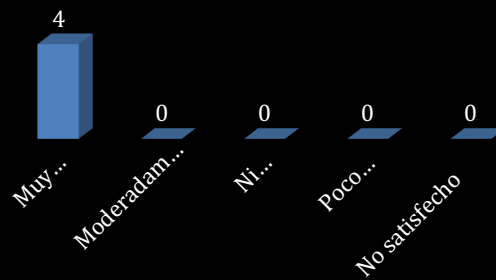
15. ¿Cuándo se presenta un inconveniente usted cree que es fácil expresarlo y resolverlo?



16. ¿Cómo se siente trabajando en la Universidad Católica Luis Amigó?



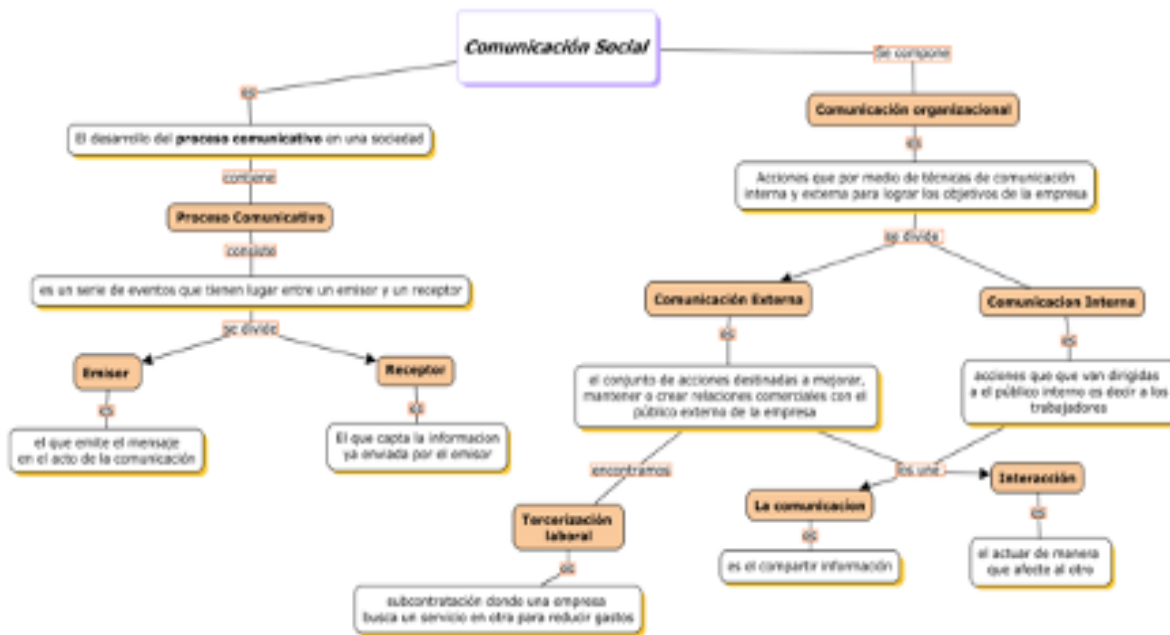
17. ¿La organización le brinda todas las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo?



[../Documents/U](#)

[ADO](#)

[COMPLETO/MATRIZ FINAL .xlsx](#)



7. TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Encuesta tipo Likert

Se utilizó la encuesta tipo likert para hacer una medición y un análisis del ambiente laboral y la satisfacción de los trabajadores de la empresa de tercerización laboral en la otra empresa donde se desempeñan para evaluar: satisfacción, trato laboral, condiciones laborales y la comunicación interna

Entrevista Semiestructurada

Se implementó esta entrevista para indagar a profundidad el ambiente laboral, los roles, la comunicación interna tanto en la empresa de tercerización como en la empresa donde se ejerce el trabajo para así poder llegar a una conclusión más precisa sobre el ambiente laborar en una empresa de tercerización laboral

