

**MONOGRAFÍA: ESTUDIO COMPARATIVO DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL Y SUS TECNOLOGÍAS ASOCIADAS EN DOS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIOS, ESPECÍFICAMENTE ASEO Y SALUD**

**ALEXANDRA CORDÓN LÓPEZ
HERNANDO FLÓREZ AMAYA**

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS
UNIVERSIDAD EAN
BOGOTÁ D.C
2012**

**MONOGRAFÍA: ESTUDIO COMPARATIVO DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL Y SUS TECNOLOGÍAS ASOCIADAS EN DOS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIOS, ESPECÍFICAMENTE ASEO Y SALUD**

**ALEXANDRA CORDÓN LÓPEZ
HERNANDO FLÓREZ AMAYA**

**Proyecto de Grado para
Optar al título de
Profesional en Lenguas Modernas**

**Tutor Académico
MARIA CLARA CORREAL**

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS
UNIVERSIDAD EAN
BOGOTÁ D.C
2012**

Nota de aceptación:

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá, Enero de 2013

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mi familia que ha significado un apoyo incondicional a lo largo de toda mi vida, a mis padres por su comprensión y preocupación y por último, a mis hermanas por su grata compañía y orientación.

Alexandra Cordón López

Este proyecto va dedicado a mi familia por ser la fuente de optimismo y fortaleza para continuar adelante, por su infinito apoyo y paciencia

Hernando Flórez Amaya

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos la disposición y la ayuda brindada por Empresa de Aseo y Cedit LTDA., para la realización del presente trabajo de grado en opción de monografía, pues fueron la fuente de información primaria y más importante.

Agradecemos a María Clara Correal Pachón, quien en calidad de tutora, dedicó gran parte de su tiempo en el acompañamiento de esta labor, en brindarnos todos sus conocimientos para finalizar con éxito el proceso académico que se materializa en esta monografía y en una futura ceremonia de grado.

Por último, y no menos importante, agradecemos a nuestras familias y amigos que estuvieron siempre dispuestos apoyándonos, participando y aportando en pro de la finalización de este importante proyecto.

*Alexandra Cordón López
Hernando Flórez Amaya*

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	10
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN.....	14
1. JUSTIFICACIÓN	16
2. TEMA DE INVESTIGACIÓN	18
3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	19
2.1 Antecedentes	19
4. OBJETIVOS.....	21
4.1 Objetivo general.....	21
4.2 Objetivos específicos.....	21
5. MARCO TEÓRICO.....	22
5.1 La comunicación organizacional.....	22
5.2 La comunicación organizacional interna	23
5.2.1 Definiciones de algunos autores.....	26
5.2.2 Tipos de comunicación organizacional interna.....	28
5.3 Niveles de comunicación en las organizaciones	29
5.4 La estrategia DirCom (Director de Comunicación)	31
5.5 La Tecnología.....	32
5.6 Los Sistemas de Información.....	37
6. MARCO METODOLÓGICO.....	43

6.1 Tipo de estudio.....	43
6.2 Población y muestra.....	45
6.3 Tabulación y análisis de resultados.....	47
7. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	49
7.1 Herramientas tecnológicas.....	50
7.2 La efectividad de la comunicación.....	54
7.3 La comunicación y los objetivos.....	61
7.4 La comunicación interna.....	68
7.5 Gestión del conocimiento y sistemas de información.....	75
7.6 Pregunta Si o No.....	80
7.7 Preguntas abiertas.....	81
8. CONCLUSIONES.....	83
ANEXO 1.....	86
Modelo de Encuesta.....	86
BIBLIOGRAFÍA.....	88

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Proceso efectivo de comunicación audaz	24
Ilustración 2. Vínculos entre la Tecnología y el Desarrollo Humano.....	34
Ilustración 3. Funcionamiento del EDI.....	37
Ilustración 4. Cinco áreas del conocimiento de los Sistemas de Información	39
Ilustración 5. Las tres funciones principales de los Sistemas de Información	41
Ilustración 6. Clasificación operativa y administrativa de los Sistemas de Información	41

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Información corporativa Empresa de Aseo	45
Tabla 2. Información corporativa Cedit LTDA.....	46
Tabla 3. Porcentaje de encuestados por empresa	49
Tabla 4. Herramientas tecnológicas	50
Tabla 5.....	51
Tabla 6.....	52
Tabla 7.....	53
Tabla 8. La efectividad de la comunicación	54
Tabla 9.....	55
Tabla 10.....	56
Tabla 11.....	57
Tabla 12.....	58
Tabla 13.....	59
Tabla 14.....	60
Tabla 15. La comunicación y los objetivos.....	62
Tabla 16.....	63
Tabla 17.....	64
Tabla 18.....	65
Tabla 19.....	66
Tabla 20.....	67
Tabla 21. La comunicación interna.....	68
Tabla 22.....	69
Tabla 23.....	70
Tabla 24.....	71
Tabla 25.....	72
Tabla 26.....	73
Tabla 27.....	74
Tabla 28. Gestión del conocimiento y sistemas de información	76
Tabla 29.....	77
Tabla 30.....	78
Tabla 31.....	79
Tabla 32. Preguntas abiertas	80
Tabla 33.....	81
Tabla 34. Consolidado respuestas abiertas Encuesta	82

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto presenta un estudio comparativo de dos empresas del sector servicios para identificar aspectos claves relacionados con la comunicación organizacional interna, la tecnología y los sistemas de información, evidenciando notoriamente el impacto que estos aspectos ocasionan en los resultados de cada empresa.

El objetivo se logra mediante un análisis comparativo de las particularidades y características referentes a la comunicación organizacional interna de cada una de las empresas, haciendo un estudio sobre la forma en qué se ven afectados los resultados tanto individuales como colectivos de acuerdo a los sistemas de información con los que cuenta la empresa. Por lo anterior, en este proyecto se utilizaron diferentes instrumentos de investigación con el fin de adquirir datos relevantes de cada una de las empresas, tales como: encuestas de diagnóstico, recopilación de información suministrada por los directivos de las empresas y el análisis de los resultados obtenidos para la estructuración formal de los resultados finales, que dieran soporte este trabajo de grado.

Para la realización y el desarrollo de los diferentes temas planteados durante la elaboración del trabajo, se obtuvo información de diferentes autores enfocados en el tema de comunicación organizacional, sistemas de información y tecnologías asociadas, teniendo en cuenta en libros, artículos y páginas de internet, lo cual sirvió como aporte sustancial para una retroalimentación a los conceptos planteados al inicio del trabajo.

En la intervención realizada en Empresa de Aseo y Cedit LTDA presenta resultados que permiten observar las diferencias sustentadas entre las dos empresas a causa del servicio tan diferente que prestan al público y de las

necesidades requeridas para atender a sus clientes. Mientras Cedit LTDA. tiene a todos sus empleados ubicados en una misma sede trabajando para atender las necesidades del cliente, Empresa de Aseo tiene a sus colaboradores distribuidos en los puntos de atención para prestar el servicio en las instalaciones de las empresas contratantes; lo anterior beneficia a Cedit LTDA. desde el punto de vista en el que garantiza una comunicación directa con sus empleados al tenerlos físicamente en el mismo lugar mientras que Empresa de Aseo realiza la comunicación en cascada por medio de jefes, coordinadores, supervisores para finalmente llegar a los auxiliares de servicio, lo que en ocasiones no se realiza de forma efectiva.

Finalmente esta monografía quedará como elemento de consulta para futuros estudiantes que deseen realizar estudios referentes a esta misma temática, buscando que sea una fuente de información válida, estudiada y comprobada, teniendo en cuenta que este trabajo plantea objetivos y metodologías que han sido elaboradas y aplicadas de modo que fueran efectivas y arrojaran resultados productivos.

Palabras Claves

- Comunicación organizacional
- Comunicación organizacional interna
- Comunicación efectiva
- DirCom
- Objetivos individuales y colectivos
- Sistemas de información
- Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)

ABSTRACT

This project presents a comparative study of two companies of the sector services to identify key aspects related to the internal organizational communication, news technologies and the information systems, Demonstrating the impact that these aspects cause in the results of each company.

The objective is achieved by means of a comparative analysis of the particularities and characteristics relating to the internal organizational communication of each of the companies, applying a study on the form in what the results meet affected so much the individual and collective results of agreement to the information systems with which counts the company. For the previous, in this project were use different instruments of research were in use in order to acquire relevant information of each one of the companies, such as: diagnostic surveys, collection of information provided by business managers and analysis of the results obtained for the formal structure of the final results which were give support this work of degree.

The accomplishment and the development of the different topics raised during the elaboration of this project, there was obtained information of different authors focused in the topic of organizational communication , information systems and new technologies, bearing in mind in books, articles and websites, which served as contribution for a feedback to the concepts for the beginning of our project.

In the intervention realized in Empresa de Aseo and Cedit LTDA presents results that allow to observe the differences sustained between both companies because of the service that each one gives in a different way that they give to the public and of the needs needed to attend to his clients. While Cedit LTDA. has all

his employees located in the same headquarters working to attend to the needs of the client, the Empresa de Aseo has his collaborators distributed in the points of attention to give the service in the facilities of the companies contractors; The previous benefits Cedit LTDA. from the point of view in the one that guarantees a direct communication with his employees on having had them physically in the same place whereas the Empresa de Aseo realizes the communication in waterfall by means of chiefs, coordinators, supervisors finally comes to the auxiliary ones of service, which in occasions is not realized of effective form.

Finally this monograph will be as a reference for future students who wish to pursue studies on the same theme, looking to be a source of valid information, studied and verified, bearing in mind that this work raises aims and methodologies that have been developed and implemented and generate the efficiency of the productive results.

Keywords

- Organizational communication
- Internal organizational communication
- Effective Communication
- DirCom
- Individual and collective objectives
- Information Systems
- Information and Communication Technologies (ICT)

INTRODUCCIÓN

“Para la mayoría de la gente, un trabajo significa más que una serie de tareas a realizar o el lugar al que van a ganar dinero”
S. Robinette y C. Brand. *Marketing Emocional*

El objetivo principal de esta investigación se centra en hacer un análisis comparativo de la comunicación organizacional y los sistemas de información entre dichas empresas del sector de servicios, para medir el impacto que tiene en los resultados globales de la compañía de acuerdo a lo que logra individualmente cada colaborador. Para lograr el objetivo al cual se encuentra direccionado este proyecto, la tesis se dividirá en los siguientes cinco pasos: breve descripción de las empresas a analizar, desarrollo del marco teórico, metodología a utilizar en la investigación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas y finalmente se emitirán las conclusiones respectivas.

En la actualidad, la comunicación organizacional juega un papel fundamental en la rutina de las empresas y en el desarrollo de sus actividades a diario por medio de la comunicación se logran establecer contactos con otras empresas del mismo país e incluso internacionalmente. La comunicación organizacional es importante en la planeación y ejecución de las actividades y proyectos de una empresa, lo cual parte de las acciones comunicativas que proyectan los integrantes de una organización para establecer un vínculo abierto y no limitante buscando comunicación efectiva a través de los canales que han establecido y resultados óptimos para la empresa.

A lo largo de los capítulos se encontrará información corporativa que ayuda a ubicar la realidad actual de las empresas para reconocer las diferencias entre las dos al final de este estudio, posteriormente el marco teórico permite conocer diferentes definiciones acerca de la comunicación organizacional propuestas por diferentes autores, tipos y niveles de comunicación organizacional, la estrategia

del DirCom, las tecnologías asociadas y los sistemas de información, temas que se interrelacionan y que proporcionan bases sólidas para interpretar los resultados y emitir conclusiones.

La metodología utilizada para este proyecto se basa en la búsqueda de información por medio de fuentes primarias; más adelante se elaboró un modelo de encuesta con el objetivo de conocer la realidad de las empresas en lo referente a comunicación organizacional interna y finalmente con el análisis de los resultados se logran determinar las diferencias y obtener los resultados necesarios para formular las conclusiones al respecto.

Este proyecto responde principalmente a la iniciativa de dos estudiantes por comparar en dos empresas del sector servicios: el tipo de comunicación organizacional interna, su tecnología y los impactos que tiene en los resultados que logra cada colaborador y la empresa en conjunto, para este trabajo de grado, las empresas son: Empresa de Aseo (de ahora en adelante para proteger su identidad; no se expone la razón social por solicitud de sus Directivos) y Cedit LTDA., quienes prestan servicios diferentes a sus clientes, de allí el interés por compararlas.

1. JUSTIFICACIÓN

La comunicación organizacional es el medio por el cual las empresas de hoy en día se mantienen informados acerca de los temas que les atañe al interior de la misma y también el medio por el cual notifican a sus stakeholders externos como accionistas, inversionistas, proveedores, clientes, entre otros, acerca de nuevas políticas, nuevos productos o nuevas estrategias.

Hacer un paralelo entre la teoría y la práctica (con casos comparativos reales), permite identificar diferencias y semejanzas de acuerdo a las necesidades de cada una de las empresas, en ocasiones quienes están en el día a día de la empresa no logran identificar el alcance de los procedimientos que realizan en sus rutinas laborales, por lo que estar viendo la situación desde el exterior y con las herramientas de conocimiento necesario permite emitir juicios de valor buscando concluir y mostrar a la empresa sus debilidades y puntos a mejorar.

La investigación permite conocer todo lo relacionado con el tema de comunicación organizacional, sistemas de información y la forma en que termina enlazado con los resultados que obtiene la empresa, la forma en que utilizan la tecnología para efectuar procesos de comunicación efectivos y que los colaboradores trabajen como un equipo y logrando sinergia entre ellos. La forma en que las personas se desenvuelven, la comodidad del ambiente, las buenas relaciones interpersonales, y algunas cosas más influyen en el desempeño de cada colaborador y en los resultados consolidados de toda la empresa. Por lo anterior es un tema que no se debe descuidar porque sin que las tecnologías y los sistemas de información sean el negocio de la empresa generan gran impacto en lo que realiza cada persona y en los resultados que se obtienen.

Este trabajo permite conocer en ejemplos reales, el proceso de comunicación en dos empresas y los impactos que éste genera al interior de las mismas. Entrevistar a los profesionales del área administrativa, indagar en los colaboradores acerca de las consecuencias (positivas y negativas), conocer el punto de vista de los mismos y ver la situación actual de la comunicación de la empresa permitirá comparar y conocer los efectos de la comunicación organizacional en el caso específico de cada empresa.

La monografía quedará como elemento de consulta para futuros estudiantes que deseen realizar estudios referentes a esta misma temática, buscando que sea una fuente de información válida, estudiada y comprobada.

2. TEMA DE INVESTIGACIÓN

La intención de esta monografía es evidenciar en casos reales una comparación de la estructura, estilo de comunicación organizacional, tecnología e impactos en los objetivos individuales y colectivos de las empresas elegidas como caso de estudio. En la actualidad estos temas son de gran importancia y generan un impacto relevante al interior de las empresas.

El tema se centra en la comunicación organizacional interna y los efectos que este refleja en los resultados que obtiene la empresa en conjunto, como producto del esfuerzo individual de cada colaborador; sin embargo, se tiene en cuenta la estructura organizacional de cada una de las empresas y las tecnologías que utilizan para comunicarse.

3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes

La importancia de la comunicación organizacional, y en especial la interna, hace que sea relevante estudiar los impactos que tiene en las empresas, adicionalmente “dado el contexto socio-económico y cultural en donde la tecnología aparece de manera transversal en los procesos de comunicación del ser humano y al cambio generacional al que todos estamos sujetos, el cual también trae implicaciones en la educación, se hace necesario una reflexión sobre la forma en que enseñamos y aprendemos” (Yong Castillo, 2008, p.54) lo anterior expresado por los autores en la Revista Académica e institucional de la UCPR da indicios de la relevancia que tiene hoy en día estudiar la forma en que la tecnología crea un impacto en la forma de comunicación del ser humano.

Todos estos cambios y la evolución de las TIC hace que las empresas elijan sistemas de comunicación acordes con su trabajo a diario, y que éstos cumplan con las características y necesidades de la empresa en general, la elección de esos sistemas producirá unos efectos correlacionados y es por este motivo por el que es de gran relevancia comparar dos empresas del mismo sector y evaluar los resultados respaldados en sus sistemas de comunicación.

El autor menciona que “la comunicación interna ha sido uno de los elementos menos tratados en comunicación organizacional. Hasta hace pocos años sus funciones, estrategias y herramientas no contaban con la necesaria presencia organizativa. Uno de los principales elementos que han ayudado a su creciente significación es la aplicación de tecnologías que incrementan los flujos de comunicación en el interior de la organización y aportan aumentos significativos de eficacia a las empresas” (Castillo Esparcia, 2008). Por la anterior se pretende

investigar si los efectos de la comunicación interna en los objetivos individuales y colectivos son los mismos o no en todas las empresas; aun siendo del mismo sector, si las personas interactúan de forma similar en el ámbito laboral, conocer cómo son los sistemas de comunicación para compararlos y evaluar de qué forma influye en todo esto la estructura organizacional.

La importancia actual de la comunicación organizacional y el conocimiento de empresas en las que se desarrolla de forma diferente fue el motivador esencial para dar inicio a este tema como trabajo de grado en opción monografía. Teniendo a disposición dos empresas que han hecho uso de forma diferente de las tecnologías de la información y evidencian una evolución diferente.

Para comprobar lo anteriormente expuesto se estudiarán casos reales y actuales relacionados con las empresas: Empresa de Aseo y Cedit LTDA., dedicadas a la prestación del servicio de aseo industrial para centros comerciales, supermercados, centros de salud, etc. con protocolos de servicio establecidos y bajo una política de calidad instaurada de acuerdo con la acreditación que obtuvieron de Bureau Veritas, y prestación de servicios en salud, respectivamente. Estas empresas pertenecen al mismo sector de la economía pero prestan servicios diferentes a sus clientes, por lo que el manejo al interior de cada una de estas es diferente, su estructura, tecnología y estilo de comunicación organizacional varía de acuerdo a las necesidades y a las políticas que tengan establecidas. Cada empresa es única, tanto como las huellas dactilares de cada ser humano en el mundo, por eso la importancia de hacer un paralelo y una comparación sustentada.

Adicionalmente los autores de este documento tienen interés por demostrar de forma real si en empresas del mismo sector de la economía (servicios) se presenta comunicación organizacional de la misma forma o si por el contrario, de acuerdo a las necesidades y a los requerimientos del servicio se evoluciona en este aspecto.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Identificar por medio de un estudio comparativo, aspectos claves relacionados con la comunicación organizacional interna, la tecnología y los sistemas de información utilizados en dos empresas del sector servicios, específicamente aseo industrial y salud, para evidenciar el impacto que estos aspectos ocasionan en los resultados de la empresa.

4.2 Objetivos específicos

3.2.1 Realizar un análisis comparativo de las particularidades y características referentes a comunicación organizacional interna de cada una de las empresas y los impactos ocasionados por la misma.

3.2.2 Identificar de qué forma la comunicación organizacional y sus sistemas de información afecta en los resultados individuales de los colaboradores y en los logros de toda la organización.

3.2.3 Determinar de qué forma a utilización de la tecnología influye en los procesos de comunicación y conlleva a que sea o no efectiva.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 La comunicación organizacional

Desde el inicio de los tiempos ha sido una necesidad inminente para el ser humano poder comunicarse con quienes lo rodean y encontrar los medios cada vez más efectivos, rápidos y sin interferencias. Inicialmente transmitían sus mensajes con gestos y comunicación corporal o no verbal que asignaba significados a las señas realizadas, con el tiempo el hombre aprendió el arte de hablar y con este aprendizaje la comunicación empezó a tomar fuerza e importancia como la que hoy en día tiene.

La evolución de las tecnologías de la información y la comunicación, ha generado progresivamente el crecimiento de nuevas empresas y cuyo interés es capacitar continuamente a su personal, generando herramientas que apoyen y logren generar en las organizaciones, procedimientos ágiles para la productividad y eficacia de la misma. El desarrollo objetivo de las empresas implica establecer la apertura de las nuevas tecnologías que otorgan un alto grado de competencia entre las demás empresas.

Cuando se comunican los colaboradores de una empresa, crean actividades para mantener las buenas relaciones entre ellos, y gestionan su interacción al desarrollar medios de comunicación útiles para estar informados y motivados a contribuir desde su cargo al mejoramiento continuo de la organización, es en estos casos en los que se habla de *comunicación organizacional interna*. Esta comunicación esta dirigida a los empleados operativos, jefes, directores y gerentes de la empresa; no importa el rol que

desempeña la persona, siempre deberá estar involucrado para mantenerse al tanto de lo que sucede.

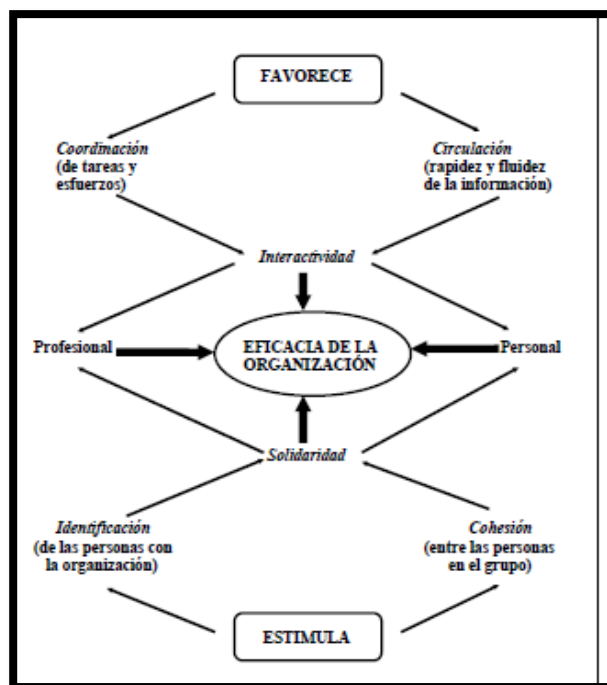
La *comunicación organizacional externa* por su parte involucra accionistas, veedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.(Andrade, 2002) y cuando la empresa se involucra con este público externo lo hace para mantener o mejorar las relaciones, cultivar una imagen favorable o promover la compra o adquisición de los productos o servicios que oferta la empresa.

5.2 La comunicación organizacional interna

La comunicación interna, es una herramienta de gran alcance para aquellas empresas que quieren alcanzar mejoras en la rentabilidad empresarial. Según (Pizzolante, 2004) “la comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global”. Es por eso, que la comunicación en las organizaciones es indispensable para desarrollar y aplicar métodos que contribuyan a la mejora de las mismas, generando intercambios de información optima entre el personal para establecer procesos efectivos de comunicación audaz (Ilustración 1).

Es un mecanismo útil para establecer cambios como respuestas a las nuevas necesidades del ser humano para aumentar la satisfacción entre el personal y las empresas.

Ilustración 1. Proceso efectivo de comunicación audaz



Fuente: Paul Capriotti, (1998). *Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo No. 13.* España

Así mismo, existen algunas empresas que no tienen claro lo importante que es aplicar la comunicación en sus procesos diarios, ignorando el medio de estrategia que este genera para dar respuesta a aquellas necesidades que surgen a diario en las organizaciones, y que sin duda alguna, capacita el sentido común de pertenencia de todos sus colaboradores y la eficacia del equipo de trabajo.

Por ello, para incrementar y mejorar el entorno empresarial, es importante conocer todo lo que el hombre ha desarrollado para su beneficio en gestión de los medios informativos, aumentando así, la transmisión y comodidad de los mensajes corporativos a todos los colaboradores que se integran a la participación de convertir la comunicación en algo unidireccional, sin afectar los demás procesos.

Carlos Fernández Collado propone en el libro *La comunicación en las organizaciones* (Andrade, 2002) tres acepciones para llegar a una definición de lo que es verdaderamente la comunicación organizacional, se basa en lo siguiente:

- ✓ Define la comunicación como un *fenómeno* natural y normal que se da en toda organización, sin importar su tamaño, número de empleados, sector empresarial al que pertenece o actividad económica desarrollada.
- ✓ En segundo lugar, presenta la comunicación organizacional, como una *disciplina* en la que el objetivo de estudio en si mismo es el fenómeno de la comunicación dentro de la organización y entre las organizaciones y su medio.
- ✓ Por último, la tercera acepción hace referencia al *conjunto de técnicas y actividades* mediante las cuales se agiliza la transmisión de los mensajes entre los miembros de una empresa, buscando que haya efectividad en el proceso. La aplicación de estas técnicas y actividades deben ser precedidas de una completa investigación identificando las necesidades o requerimientos de la empresa. Así mismo, se busca ejercer una influencia significativa a nivel de actitudes, opiniones y conductas en los públicos internos y externos.

Estas tres acepciones se acercan a la definición de comunicación organizacional teniendo en cuenta los factores que están involucrados y el entorno en el que las empresas desarrollan sus actividades y los actores que participan. Teniendo en cuenta lo anterior se puede avanzar un poco más al reconocer que la comunicación en las empresas no es solo al interior con los colaboradores de la misma sino que también están involucrados stakeholders externos como lo son proveedores, accionistas, la prensa, los clientes, entre otros. Entonces, aquí se debe dividir la comunicación organizacional en dos grandes categorías: la comunicación organizacional interna y externa.

5.2.1 Definiciones de algunos autores

A continuación se dan a conocer distintos significados que autores reconocidos en el tema exponen en sus publicaciones, se observa que a pesar de usar palabras diferentes y contextualizar diferentes sus definiciones, todos coinciden en una misma importancia de la comunicación organizacional interna y al desagregar cada definición se observa una misma idea.

1. Según (Kreps, 1995) la comunicación organizacional "es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella". La importancia de la comunicación organizacional, se sujeta en las actividades empresariales que requiere de la participación activa de todos sus colaboradores. Para las organizaciones es fundamental adquirir e implementar una comunicación eficaz para delegar funciones de retroalimentación, planificación, organización y control de la información que se maneja a diario, con el fin de realizar los cambios pertinentes en los procesos.
2. "La comunicación organizacional es el proceso mediante el cual un individuo o una de las sub partes de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra sub parte" (Martínez de Velasco & Nosnik, 1988) con lo anterior se puede evidenciar lo que la comunicación busca en las organizaciones para ampliar las herramientas de trabajo en todas las áreas de la empresa, de forma tal, que también cada persona pueda entender claramente la función que debe desempeñar de acuerdo a su cargo.
3. Ahora se expone la definición de un autor que cataloga la comunicación interna en términos de técnicas y actividades así: "Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y

externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última se cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos” (Fernández Collado, 2002).

La comunicación organizacional, mantiene una estructura en la cual ejecuta diferentes acciones que interfieren dentro de las empresas para complementar las técnicas normalmente establecidas en los procesos y, que por lo tanto, motivan al cumplimiento de los logros propuestos de darle mejoría y fortalecimiento a las organizaciones que buscan hallar la efectividad en sus mensajes.

4. Gerald (Goldhaber, 1986) propone tres definiciones para la comunicación organizacional:

- ✓ “Es el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de una compleja organización”.
- ✓ “Es el flujo de información o el intercambio de información y transmisión de mensajes con sentido dentro del marco de la organización”.
- ✓ “Es aquel flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación en la organización. Dentro de la organización identifica tres sistemas de comunicación: operacionales (datos relacionados con tareas u operaciones) reglamentarios (órdenes, reglas e instrucciones) y de mantenimiento / desarrollo (relaciones publicas y con los empleados, publicidad, capacitación)”.

Goldhaber, trata de evidenciar como el flujo de datos y de información, pueden mantener e integrar el intercambio de la información, incluyendo a las personas que se encuentran dentro y fuera de la organización de manera que se relacionen la información personal con la tecnológica que se maneja. También indica como estos mismos flujos, son redes de comunicación que pueden ser direccionadas por 2 o más personas dentro de las organizaciones que buscan integrar cada mensaje para mantener la idea y las funciones que requiere cada mensaje.

De igual forma “la comunicación interna es toda la comunicación que se genera en una organización. Las organizaciones generan comunicación interna en el mismo momento en el que se constituyen” (Tessi Parisi, Manuel Tessi Comunicación Interna)

Para Manuel Tessi, la comunicación interna comprende la dinámica de saber claramente lo que quiere transmitir y lo que no debe transmitir, de manera que pueda ser un desarrollo estratégico para mantener la organizaciones estables, así como toda la información que circula a diario.

La comunicación interna, no solo se maneja en las organizaciones, sino que también busca llegar al público externo de cada organización para influir positivamente en ella, promoviendo y contribuyendo una nueva cultura que dé a conocer el significado y la importancia que tiene cada área y cada proceso manejado dentro de las organizaciones.

Cuando se constituye una organización, también surgirá paralelamente la planificación de obtener una comunicación interna que sea un complemento estratégico y emita simultáneamente un flujo de comunicación audaz para la obtención de respuestas asertivas dentro sus colaboradores. También, nos permite identificar el emisor responsable que transmite dicha información y cuál es su posición dentro de la compañía.

5.2.2 Tipos de comunicación organizacional interna

Según (Robbins, 1999), la comunicación interna se divide en tres tipos:

- ✓ Ascendente: Es utilizada para facilitar la retroalimentación a aquellos que tienen un alto cargo dentro de la organización. Básicamente, la comunicación ascendente, informa todo tipo de progreso tanto de las metas como de posibles problemas existentes que tiene la empresa. Los altos ejecutivos,

tienen la posibilidad de saber más a fondo como sus colaboradores responden a sus trabajos, cual es el ambiente de trabajo que se desarrolla a diario, y las posibles inconformidades o conformidades en su área correspondiente. Aquí se pueden usar algunos medios comunicacionales como son: Los correos electrónicos, entrevistas al personal, buzón de sugerencias y retroalimentaciones grupales.

- ✓ Descendente: Es utilizada por los líderes de grupo que están encargados principalmente de hacer cumplir todo tipo de metas en sus colaboradores. Este tipo de comunicación, informa las pautas que se deben llevar a cabo para el desarrollo de las actividades planteadas en general, también para retroalimentar aspectos del desempeño de cada uno, y conocer las políticas a seguir de la compañía. Los líderes encargados de las principales funcionalidades básicas, pueden hacer uso para comunicarse con su personal como son: reuniones formales e informales, intranet, dinámicas grupales, entrevistas personales, correos electrónicos.
- ✓ Lateral: Este tipo de comunicación, se utiliza principalmente para hacer comunicaciones directas verbales, el uso adecuado de los correos electrónicos corporativos y retroalimentaciones que se generan durante las reuniones grupales. La comunicación lateral, hace que se desarrolle la efectividad en la comunicación a la cual se está trabajando por cada uno de los colaboradores.

5.3 Niveles de comunicación en las organizaciones

Autores como R.Ruesch y Gregory Bateson describen algunas de las dimensiones de la comunicación en la matriz social (niveles I a IV) (Krieger, 2001) de la siguiente manera:

- ✓ Nivel I – Interpersonal: La comunicación con nuestro propio yo es interpersonal, esencial en las actividades cognitivas, correspondiente a todos

los procesamientos individuales que conlleva cada información ser la clave en el desarrollo interpersonal comunicativo de cada personal, ya que si no tenemos la capacidad de comunicarnos con nosotros mismos, no obtendremos una relación efectiva con otra persona.

- ✓ Nivel II – Interpersonal: Implica que una persona se comunica con otra; desarrollando la capacidad de saber establecer un canal positivo de comunicación, que conlleve a una respuesta positiva por parte del que la recibe; por ejemplo, un administrador comenta la asignación de una tarea a un subordinado.
- ✓ Nivel III – Comunicación grupal / Individual: Es la categoría en la cual las decisiones que son debidamente adoptadas por un área de la empresa y esta a su vez se la comunica al individuo que debe ejecutar la acción definitiva. Este tipo de decisiones son elaboradas conjuntamente, pero es manejada por la persona que tenga una autoridad superior.
- ✓ Nivel IV – Comunicación de un grupo a otro: Esta forma de comunicación está representada por los mensajes “muchos a muchos”. Este tipo de comunicación se caracteriza por el flujo de mensajes entre los sectores de la organización. La información es orientada hacia las situaciones que son corrientes y que contengan un sentido coordinador.

Los niveles de comunicación, ayudan a medir cada una de las estructuras efectivas que componen una organización donde se evalúa la claridad y agilidad con la que manejan sus procesos de comunicación.

La organización jerárquica, la creación de nuevos filtros para coordinar todas las actividades departamentales que se manejan internamente en las empresas son fundamentales para la colectividad social que se produce en las prácticas de comunicación con cada miembro que participa para asegurar el intercambio de información como un proceso continuo y permanente.

Los niveles de comunicación en las organizaciones nos permiten identificar las diferentes interacciones que cada persona adopta para adecuarlo a su propio estilo de comunicación, facilitando el aprendizaje constante de nuevos canales que se relacionen entre sí, para propiciar constantemente una comunicación efectiva y transparente.

5.4 La estrategia DirCom (Director de Comunicación)

La estrategia del DirCom en principio se interpretó en Europa como ese alguien que estaría en la empresa para coordinar no solo los mensajes sino también los medios por los cuales se transmitía la información como lo mencionan en el libro DirCom Estrategia de la Complejidad sin embargo, el comunicador Joan Costa es uno de los que ha estado a la cabeza de la investigación y la literatura referente a este tema y define el DirCom de forma concreta, tal vez, muy corta: “lo he definido con tres palabras: estrategia, generalista y polivalente” (Costa, 2009, p. 18) lo que desencadena la necesidad de definir estos tres términos de acuerdo a la estrategia de DirCom:

- ✓ Estratega: con respecto a esta característica Joan Costa aclara que la comunicación es estrategia y a la vez acción por lo que significa inteligencia para comunicar y actuar coordinadamente y con eficacia. El hecho de que esta palabra sea la primera en la definición de Costa es porque considera que antes de que el DirCom actúe como comunicador debe actuar como estratega.
- ✓ Generalista: “el segundo adjetivo, generalista, designa esta visión integral e integradora, que es la visión holística, total, global. Holismo es el principio y acuerdo con el cual “el todo es más que la suma de sus partes”” (Costa, 2009, p. 19) lo anterior permite que la persona a cargo tenga la visión de negocio como un todo y no por unidades de administración de acuerdo a las áreas de gestión.

- ✓ Polivalente: se parte del hecho que este adjetivo indica el ser útil y eficaz en diversos aspectos, y con respecto al DirCom, se refiere a que esta persona debe ser creadora de modos de acción, definiendo la política y la estrategia de comunicación, modelo de la imagen, ser colaborador directo del Presidente de la empresa, interviene en temas de gobierno corporativo y responsabilidad social, adicional a otras actividades referentes con talento Humano, cultura organizacional, imagen corporativa, entre otros (Velilla, 2008).

Sin hablar de la estrategia DirCom Manuel Tessi hace un aporte con el siguiente comentario “la generación de este departamento (de Comunicaciones) no quita ni satisface las necesidades de comunicación en la dimensión Interpersonal. Aunque resulte obvio, en la práctica, muchas organizaciones no tienen clara esta distinción” (Tessi Parisi, Manuel Tessi Comunicación Interna) y lo anterior lo sustenta al exponer que en estudio de caso real los integrantes de la empresa se desentendieron del tema de comunicaciones y se escudaban en la existencia del área encargada.

5.5 La Tecnología

El manejo de las nuevas tecnologías, es un cambio crucial para aquellas organizaciones que buscan un mejoramiento y progreso en los mercados. El uso de las nuevas tecnologías en los diferentes ámbitos de trabajo, ha hecho surgir la automatización de los procesos para reducir costos y agilizar los negocios que estas compañías desean implementar, como mecanismo clave para interactuar con nuevos resultados que se manifiestan dentro de cada organización que decide implementar el uso de la tecnología y los sistemas de información a su formación organizacional. Lo anterior sustentado en comentarios como “la introducción de las tecnologías en las organizaciones ha conllevado una mejora de los procesos de producción y de gestión. A su vez, ha sido necesario realizar cuantitativa y

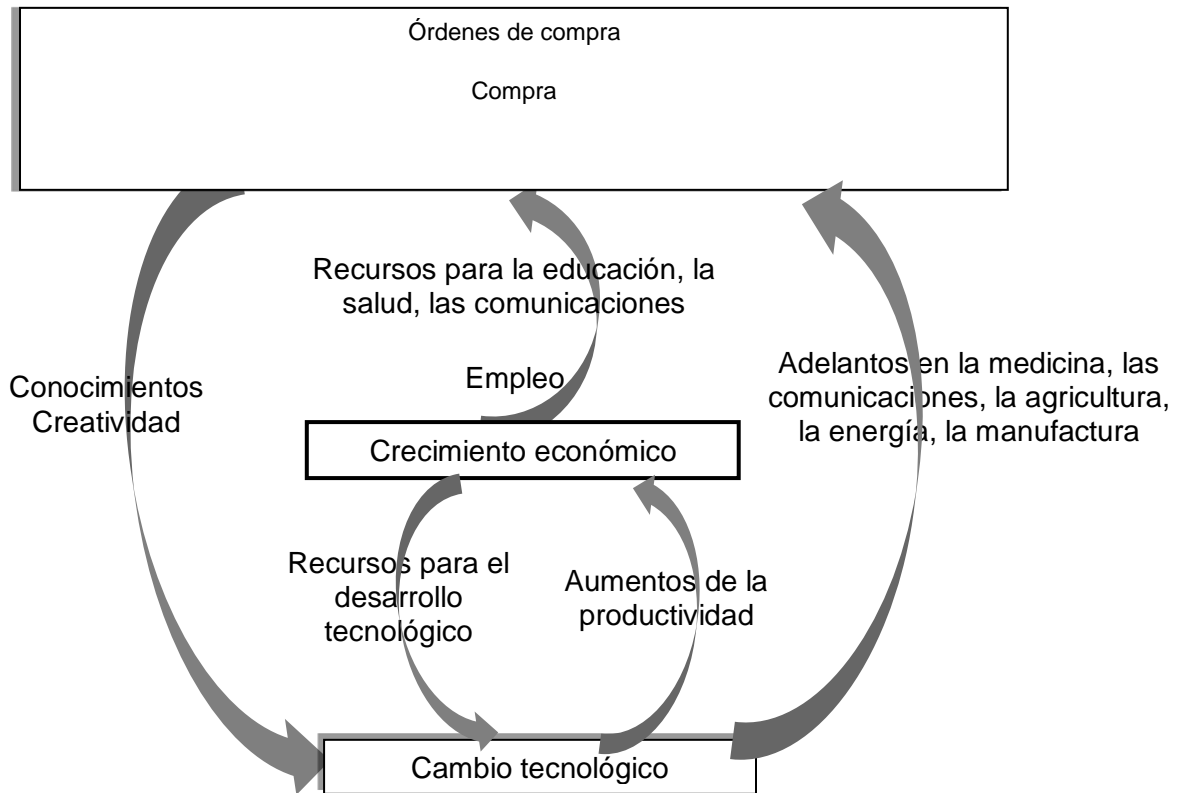
cuantitativamente numerosos cursos de formación entre los empleados” (Castillo Esparcia, 2008, P. 102).

Teniendo en cuenta esta perspectiva es por lo que se pretende explicar mejor, cómo la aplicación de nuevas herramientas tecnológicas en el trabajo, pueden implicar una serie de modificaciones que van a generar la necesidad de conocer y profundizar las mejoras que esta puede generar, y en segundo lugar, la formación continua que puede traer para los empleados y las ventajas que esto trae consigo.

Las nuevas tecnologías sugieren desarrollar y crear formas competitivas de transformar cada herramienta como una fuente de productividad sostenible que pueda captar toda la atención de los empleados para incrementar la productividad del trabajo en la que cada uno se encuentra orientado.

Tener el acceso a las tecnologías, genera el éxito dinámico de las empresas orientadas a prestar un servicio específico para el público, debido a que buscan la manera de innovar constantemente y adaptarse a todo tipo de cambios que el entorno oferta a diario evaluando no solo los elementos técnicos de cada infraestructura, sino el recurso humano que participa en promover un buen soporte al desempeño tanto laboral como tecnológico, resaltando el buen vínculo que este tiene entre la tecnología y el desarrollo humano. Lo anterior se puede observar en la siguiente gráfica:

Ilustración 2. Vínculos entre la Tecnología y el Desarrollo Humano



Fuente: Elaboración Dubois, & Cortès, (2005). *Nuevas Tecnologías de la Comunicación para el Desarrollo Humano*. Vasco

Con respecto a las diferentes herramientas que se pueden desarrollar entorno a las organizaciones, las que se utilizan comúnmente son las tecnologías asociadas a la red de Internet y a los diferentes componentes principales que desenvuelve todo tipo de tecnología comunicativa involucrada a la interacción directa y constante de la empresa con sus colaboradores.

Las diferentes tecnologías que son empleadas en las organizaciones son un valor agregado para las actividades que desarrollan las empresas habitualmente para generar mayor rentabilidad en sus procesos, siendo un punto clave para desarrollar tecnologías más eficientes o aplicar unas nuevas que complementen a las existentes y promuevan ventajas competitivas.

Las nuevas tecnologías de información, facilitan una mejor interrelación en todas las áreas de la empresa, donde posiblemente no identificaban espacios

abiertos, que facilitarán la aplicación de estas nuevas tecnologías. Ahora, con el cambio de fluido de información dentro de los sistemas de rotación en las tecnologías, obtendremos el incremento y el intercambio progresivo en la organización, creando ventajas de producción o servicio efectivas tanto internas como externas. Así, las empresas tendrán acceso libre a la información y hacer uso de ésta para modificarla a su propio beneficio.

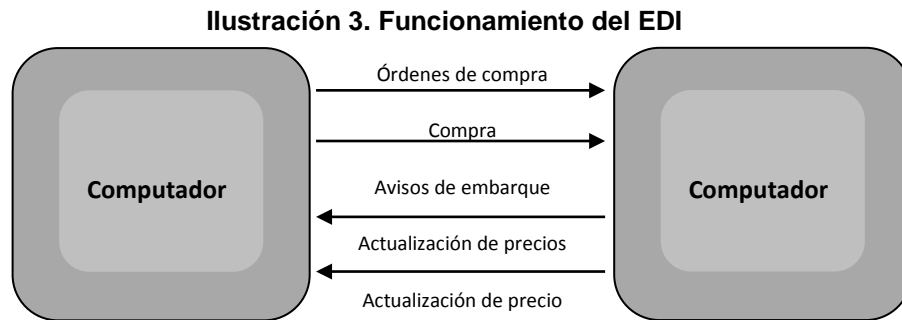
Dentro de las herramientas que se usan en la actualidad, (Gómez M., 1991) menciona las siguientes:

- ✓ Páginas web dinámicas: con este tipo de tecnología, tenemos el acceso de crear Páginas Web que actúen de forma dinámica para todo tipo de usuario a esta red, teniendo disponibilidad o acceso a diferentes herramientas de uso aplicativo.
- ✓ Bases de datos relacionales y documentales integradas al web: con este tipo de aplicación, podemos encontrar diferentes bases de datos, que nos aporte a asociarnos frente a nuestro interés común.
- ✓ Correo electrónico con interfaz web: el correo electrónico puede tener acceso directo desde cualquier parte del mundo mediante la página Web. Laudon y Laudon (2004) p. 277, dice que “El correo electrónico elimina la persecución telefónica y las costosas llamadas telefónicas de larga distancia, agilizando la comunicación entre las diferentes partes de una organización” teniendo en cuenta que hoy en día muchas organizaciones están operando con sus propios sistemas de correos electrónicos internos, para monitorear que el uso de esta herramienta sea correcta.
- ✓ Listas de correos: nos permite distribuir de forma eficaz todo tipo de información suministrada por cada lista de correo que tenemos en la plataforma.
- ✓ Sistemas de conversación en línea: se refiere a los más utilizados comúnmente que son los famosos “chats”, donde se puede realizar un grupo

de conferencia instantánea, para hablar de todo tipo de tema, ya sea formal o informal.

- ✓ Conferencias por internet: una manera en la cual se puede realizar una conferencia eficaz, es por medio de las videoconferencias o anuncios electrónicos a través del Web. Este tipo de tecnología es utilizada frecuentemente para la culminación de diferentes negocios.
- ✓ Foros electrónicos de discusión: en la empresa, para establecer una mejor comunicación, se pueden plantar foros de interacción, para que los miembros de las empresas, puedan conocer y establecer una mejor comunicación con los demás. Siendo esta herramienta, una forma de hacer llegar cierto tipo de comunicación a la cual podemos dar libremente nuestra opinión.
- ✓ Audio y video por Internet: este tipo de tecnología cuenta con una interfaz altamente sofisticada que opera en la Web, para el envío de la información tanto de audio como de video (tipo televisión) dirigido a cierto tipo de personas que atienden a esta transmisión.
- ✓ Telefonía y faxes por Internet: esta tecnología, nos brinda una comunicación mucho más sencilla y rápida para el envío de faxes y de llamadas telefónicas correspondientes a la empresa.
- ✓ Correo de voz: un sistema de correo de voz digitaliza apropiadamente el mensaje hablado por el emisor, transmitiéndolo por la red y almacenándolo en el disco para poder ser recuperado posteriormente. “Cuando el destinatario está listo para escucharlo, el mensaje se convierte en audio” Laudon&Laudon, (2004) p. 277, los destinatarios tienen la opción de guardar, eliminarlos, o digitalarlos para uso futuro o para ser enviado para otros destinatarios.
- ✓ Servicios de información digital: Los servicios electrónicos digitales, permiten que todos los usuarios de computador puedan obtener información fuera de la compañía de forma instantánea sin tener que estar en su sitio de trabajo. Variedad de artículos, noticias, catálogos etc., son algunos de los tipos de información a los que tienen acceso en línea.

- ✓ Intercambio electrónico de datos y correo electrónico: El intercambio electrónico de datos (EDI, *del inglés electronic data interchange*) es una tecnología importante para el comercio electrónico, debido a que permite el intercambio directo de computadora a computadora, como facturas, relaciones de carga, y órdenes de compra entre dos organizaciones. Laudon y Laudon (2004) p. 281, dicen “El EDI reduce los costos de transacciones porque éstas se pueden transmitir directamente de un sistema de información a otro, a través de una red de telecomunicaciones” esto nos permite, que el EDI transfiera de manera estructurada y real el correo electrónico con los campos definidos como fecha de transacción, monto de transacción, nombre del emisor y nombre del destinatario. En la siguiente Ilustración, se puede ver el claro funcionamiento del EDI:



Fuente: Elaboración de Laudon, K.C & Laudon, J.P. (2002). *Sistemas de Información Gerencial*. México: Prentice Hal

5.6 Los Sistemas de Información

Los sistemas de información, son un complemento efectivo para la toma de decisiones de una organización y se lleva a cabo mediante la tecnología y los software que hoy se tienen disponibles, lo anterior ayuda al desarrollo y crecimiento que ha venido surgiendo en la globalización a beneficio de las industrias.

Los sistemas de información son trascendentales en el éxito de los negocios, pues como su nombre lo indica, brindan a los integrantes de una organización la información necesaria y adecuada para actuar de la mejor forma de acuerdo a los intereses del negocio. Según O'Brien & Marakas, 2006, en su libro, aclaran en primera instancia el significado de sistema, definiéndolo como un conjunto de elementos que interactúan entre sí con la intención del cumplimiento de un objetivo previamente definido y hablan de los sistemas de información como "cualquier combinación organizada de personas, hardware, software, redes de comunicación y recursos de información que almacene, recupere, transforme y disemine información en una organización" (p. 6). Lo anterior nos demuestra que los sistemas de información no solo dependen de las máquinas (equipos de cómputo y demás) sino también del recurso y el talento humano con el que se cuenta en las empresas, los empleados tienen una labor muy importante con respecto a este tema, pues la capacidad de razonar es lo que permite acciones como interpretar la información para los objetivos necesarios.

Para que los sistemas de información puedan desarrollarse son necesarias *tecnologías de la información*, que aunque en ocasiones se usen indistintamente tienen un significado diferentes, estas tecnologías son "los diversos componentes de hardware necesarios para que el sistema opere" (O'Brien & Marakas, 2006, p. 6), y de acuerdo con el aporte de estos autores es importante tener en cuenta cuatro tipos de tecnologías que pueden ser utilizadas en una organización y que incluyen lo siguiente:

- ✓ Tecnologías informáticas de hardware: microcomputadoras, servidores de tamaño medio, grandes sistemas centrales, y los dispositivos de entrada, salida y almacenamiento que los apoyan.
- ✓ Tecnologías informáticas de software: sistema operativo, navegadores de web, paquetes de software y aplicaciones, como cadena de relaciones con los clientes (CRM) y administración de la cadena de proveedores.

- ✓ Tecnologías de redes de telecomunicaciones: medios de telecomunicaciones, procesadores y software que brinden acceso y apoyo, tanto por cable como inalámbrico, por internet y para redes internas como intranet.
- ✓ Tecnologías de administración de recursos de información: software de sistemas de información para el desarrollo de bases de datos, acceso y mantenimiento de las bases de datos de la empresa.

Es de gran importancia tener en cuenta que los sistemas de información deben concentrar sus esfuerzos en cinco áreas del conocimiento que explican los autores (O'Brien & Marakas, 2006) que a continuación se sintetizarán:

Ilustración 4. Cinco áreas del conocimiento de los Sistemas de Información



Fuente: Elaboración propia. Información tomada de O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2006). *Sistemas de Información Gerencial*. México: Mcgraw-Hill Interamericana.

1. Conceptos fundamentales: Allí se refiere a los conceptos básicos de comportamiento, técnicos, del negocio y gerenciales acerca de las necesidades con respecto a los componentes y las funciones de los sistemas de información de la empresa.

2. Tecnologías de Información: Conceptos esenciales y de desarrollo de software, hardware, redes, administración de datos y diversas tecnologías basadas en internet.
3. Aplicaciones de negocio: Se centra básicamente en los usos de los sistemas de información para las operaciones, administración y la ventaja competitiva de una empresa.
4. Procesos de desarrollo: Es la forma en que los profesionales de los negocios y los expertos en información planean, gestionan, desarrollan e implementan los sistemas de organización en sus empresas de modo que satisfagan oportunidades de negocio.
5. Retos administrativos/gerenciales: Se refiere a los retos y a la experticia de administrar la información con eficacia y ética a niveles de usuario final, empresarial y global del negocio.

Como se puede identificar hasta el momento, los sistemas de información son una herramienta que permite que las organizaciones tengan en forma organizada datos de sus clientes o proveedores y que esto les permita el desarrollo y la innovación de acuerdo a los stakeholders que intervienen en el negocio. Sin embargo, hasta el momento no se han determinado las funciones de un sistema de información, y tenerlas claras es importante para que la implementación de esta herramienta en una organización sea satisfactoria.

Se consideran funciones fundamentales de los sistemas de información según O'Brien & Marakas (2006) las siguientes y las ilustran así:

1. Apoyar los procesos y operaciones de la empresa.
2. Apoyar a los empleados y directivos en la toma de decisiones.
3. Apoyar las estrategias para conseguir una ventaja competitiva.

Ilustración 5. Las tres funciones principales de los Sistemas de Información



Fuente: Elaboración de O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2006). *Sistemas de Información Gerencial*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Para finalizar es importante tener en cuenta los tipos de sistemas de información y la clasificación de éstos:

Ilustración 6. Clasificación operativa y administrativa de los Sistemas de Información



Fuente: Elaboración de O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2006). *Sistemas de Información Gerencial*. México: McGraw-Hill Interamericana.

En la anterior ilustración se observa la forma en que los sistemas de información apoyan procesos operativos y administrativos/gerenciales de forma simultánea siendo efectivos para el cumplimiento de los objetivos de la organización, y

justamente eso es de gran importancia porque logra una garantía de información a la totalidad de los empleados de una empresa.

Cuando se refieren a *apoyar las operaciones* consiste en “procesar, de manera eficaz las transacciones del negocio, controlar los procesos industriales, apoyar las comunicaciones y la colaboración empresarial y actualizar las bases de datos corporativas” (O'Brien & Marakas, 2006, p. 13), por su parte los sistemas de *apoyo a la administración/gerencia* proporcionan datos relevantes para facilitar la toma de decisiones de los profesionales a cargo, teniendo en cuenta que es una labor compleja, ellos necesitarán obtener con facilidad información veraz, real y apropiada.

Así bien, se sustenta la importancia de los sistemas de información, su función y la relevancia que tienen dentro de las empresas, teniendo en cuenta y sin olvidar que no funcionan autónomamente sino que requieren la interacción con personas que hacen parte de esos mismos sistemas y que son quienes por medio del poder de razonar interpretan la información, como se mencionó al iniciar este tema.

6. MARCO METODOLÓGICO

6.1 Tipo de estudio

Para esta investigación se utilizará una metodología cuantitativa-descriptiva y a medida que se relacionen los conceptos se convertirá en correlativa, pues en principio se buscará describir los conceptos para relacionarlos en seguida, lo anterior permite llevar a cabo un estudio comparativo de aspectos claves relacionados con la comunicación organizacional interna, la tecnología y los sistemas de información utilizados en dos empresas del sector servicios, específicamente aseo industrial y salud para evidenciar el impacto que estos aspectos ocasionan en los resultados de la empresa así mismo realizar un análisis comparativo de las particularidades y características referentes a comunicación organizacional interna, identificar la forma en que afecta la comunicación organizacional y sus sistemas de información en los resultados individuales de los colaboradores y en los logros de toda la organización. Adicionalmente es un estudio de tipo cuantitativo debido al corte estadístico de los resultados que se arrojan al finalizar la aplicación del modelo de encuesta. Finalmente esta metodología permite determinar de qué forma la utilización de la tecnología influye en los procesos de comunicación y conlleva a que sea o no efectiva.

Para la recolección de información se diseñará un modelo de encuesta (Anexo 1) escrita con la cual sea posible indagar con los colaboradores de la empresa acerca de los temas relacionados con comunicación organizacional interna; se usarán en su mayoría preguntas cerradas de fácil tabulación y que arrojen resultados que puedan ser analizados con mayor precisión. Este instrumento es aplicable a las dos empresas y permitirá recoger datos e información necesaria para dar respuesta a cada uno de los objetivos propuestos

y buscar el paralelo de comparación que permita emitir conclusiones al finalizar la recolección y análisis de la información.

El modelo de encuesta (Anexo 1) está diseñado con una sub división de cinco categorías, una pregunta Si/No y dos preguntas abiertas, a continuación se puede observar el objetivo de cada categoría:

- 1. Herramientas tecnológicas:** busca validar la existencia de herramientas básicas tecnológicas para el desarrollo de las actividades diarias.
- 2. La efectividad de la comunicación:** la intención de estas preguntas es evidenciar la efectividad de la comunicación entre los colaboradores, jefes y compañeros de la empresa.
- 3. La comunicación y los objetivos:** se quiere evidenciar cómo las organizaciones marcan la pauta en los procesos por los cuales se transmite y se recibe información relacionada con los objetivos de cada cargo.
- 4. La comunicación interna:** los temas relacionados con esta categoría indagan sobre la existencia de una comunicación organizacional interna que fomente la cultura al interior de la empresa.
- 5. Gestión del conocimiento y sistemas de información:** en esta última categoría las preguntas dan a conocer aspectos relacionados con la actualización de la información general y a diario y la existencia de reuniones periódicas y herramientas informativas.

Al final una pregunta de Si/No deja conocer si los encuestados creen que hay espacios para el mejoramiento de los procesos de comunicación interna, y las preguntas abiertas permiten conocer opiniones que no pudieron expresar en las preguntas limitadas del cuestionario.

Adicional a lo anterior, se pretende indagar acerca de la existencia de un DirCom al interior de cada una de las empresas, y en caso de que exista este cargo, se realizará una entrevista a profundidad al encargado de los procesos de comunicación con el objetivo de obtener información adicional y más precisa que

permita completar la información acerca del estado de la comunicación organizacional interna de la empresa.

Esta metodología permite incluir no solo la teoría sino la realidad que viven cada uno de los colaboradores, qué tan involucrados se sienten, saber si se rompen los lazos de comunicación, cómo influye esto en los resultados individuales y colectivos, entre muchos otros aspectos que se derivan de este tema y que tienen efectos identificables y que se pueden comparar haciendo un paralelo.

6.2 Población y muestra

Para esta investigación se tomarán los casos reales de Empresa de Aseo y Cedit LTDA. cualquier empresa podría aplicar para este estudio pero el interés por comparar estas empresas nace de un conocimiento a priori que permite visualizar diferencias a grandes rasgos, las cuales se desean comprobar aprovechando el hecho de que pertenezcan al mismo sector de la economía aunque prestando servicios diferentes al público.

Teniendo en cuenta la elección y disposición de estas dos empresas y con el objetivo de ampliar la información de cada una, a continuación se detalla la información corporativa relevante:

Tabla 1. Información corporativa Empresa de Aseo

Empresa de Aseo	
Imagen corporativa	
Misión	Proveer las mejores soluciones integrales de limpieza, desinfección y mantenimiento locativo, a través de un capital humano especialmente seleccionado y calificado,

	con Buenas Prácticas en materia de salud ocupacional y seguridad industrial, con tecnología de última generación y con alto grado de responsabilidad social y ambiental; direccionada a garantizar la excelencia en la presentación e higiene de las instalaciones y la imagen corporativa de nuestros clientes.
Visión	Ser en el 2016 una de las tres mejores empresas de Aseo Industrial a nivel nacional, reconociéndonos por el excelente servicio al cliente y los protocolos de limpieza bien establecidos y ejecutados.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lavado y desinfección de paredes y pisos ✓ Lavado y desinfección de zonas de descargue ✓ Lavado y desinfección de canecas ✓ Lavado y desinfección de cuartos de desechos ✓ Lavado y desinfección de cuartos fríos, cavas y despensas. ✓ Lavado de tapetes ✓ Trabajo en alturas ✓ Limpieza de obras civiles ✓ Atención de cafetería
Código de ética	Realizar los protocolos de limpieza y desinfección como una prioridad única para los clientes aprovechando la experiencia que se tiene de más de 30 años de servicio con personal especializado y capacitado que cumple a cabalidad con todas las normas y competencias para desarrollar sus labores.

Fuente: Elaboración propia con la información suministrada por las empresas.

Tabla 2. Información corporativa Cedit LTDA.

Cedit LTDA.	
Imagen corporativa	
Misión	Brindar servicios de salud de alta complejidad con calidad humana, aplicando tecnología de punta.

Visión	Convertirnos en líderes en la atención de enfermedades de alta complejidad a corto plazo, manteniendo estándares de calidad para ser centro de referencia a nivel Nacional.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Unidad renal ✓ Consulta médica general y especializada ✓ Imágenes diagnosticas ✓ Unidad oncología ✓ Laboratorio clínico especializado ✓ Cardiología y pruebas no invasivas
Código de ética	Con este código de ética se está buscando dar una pauta de comportamiento a nuestros empleados, respecto a su forma de actuar y comportarse; y así poder brindar un buen servicio a nuestros pacientes o usuarios. Además buscamos, que este código vaya de la mano con nuestro manual de servicios, misión y visión.

Fuente: Elaboración propia con la información suministrada por las empresas.

Del total de colaboradores de las empresas se pretende aplicar el modelo de encuesta a un 70% de la población entre personal operativo y administrativo para tener información global y que permita emitir conclusiones mucho más precisas.

Las personas que responden la encuesta serán elegidas al azar en búsqueda de una muestra aleatoria en la que todas las personas tengan las mismas posibilidades de ser elegidos para esta investigación y mitigando el riesgo de que la empresa elija a los “mejores” colaboradores o aquellos que menos manifiestan su inconformidad o no oponen resistencia, así se obtendrá información que deje conocer la opinión de los colaboradores.

6.3 Tabulación y análisis de resultados

Una vez aplicada la encuesta se tabularán los resultados y se analizarán los mismos, en caso que se haya realizado entrevista de profundidad al DirCom, se

buscará validar si existe relación proporcional con respecto a las respuestas del profesional y quien en su momento habría dado información más exacta y profunda con respecto a los procesos de comunicación. Finalmente se podrán establecer argumentos de valor sustentados que comprueben las similitudes o diferencias entre las empresas.

7. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Se aplicó el modelo de encuesta elaborado para el presente estudio al 70% de los colaboradores de Empresa de Aseo y Cedit LTDA.

En un contacto directo con los directivos de cada una de las empresas se pudo indagar en primera instancia la existencia exacta de un DirCom o a cambio un profesional que hiciera las veces de este y cumpliera, si no las mismas, gran parte de sus funciones y objetivos. Con respecto a esto se conoció que ninguna de las dos empresas cuenta con esta figura al interior de la organización, y que para estas labores tienen varias opciones: contratar un externo por prestación de servicios para que actualice información de página web, servicios, etc., o un colaborador de la misma empresa pero que tiene otro cargo y adquiere labores de comunicación de un departamento que no existe, y esta persona se encarga de actualizar, comunicar, revisar la mejor forma para replicar la información, escoger canales de comunicación efectivos, etc. Lo anterior nos da un primer plano para tener en cuenta a continuación en el análisis de los resultados de las categorías de preguntas formuladas en el modelo de encuesta.

A continuación se presenta el flujo de encuestas aplicadas a cada una de las empresas:

Tabla 3. Porcentaje de encuestados por empresa

	Total colaboradores	70%
Empresa de Aseo	137	96
Cedit LTDA	143	100

Fuente: Elaboración propia.

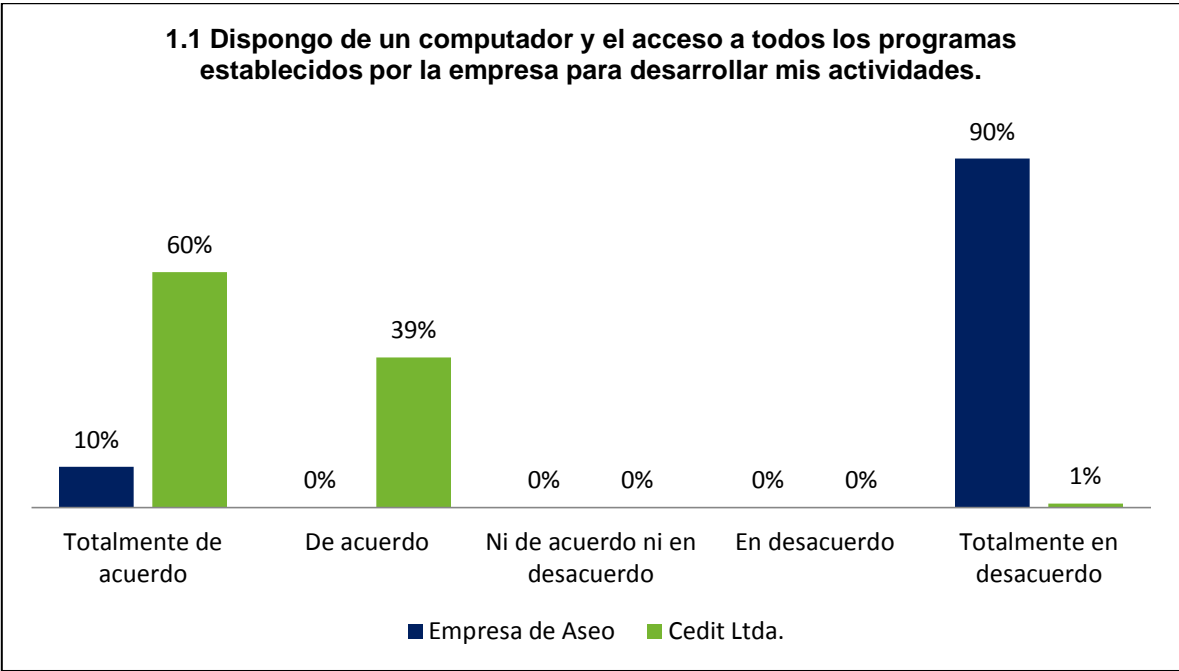
Para normalizar los resultados y teniendo en cuenta la poca diferencia en el 70% del total de trabajadores se decidió eliminar 4 encuestas al azar de Cedit LTDA. Y de esta forma hacer el análisis de las dos empresas sobre 96 encuestas.

Una vez aplicada la encuesta a la población elegida en cada una de las empresas se obtuvieron resultados significativos que a continuación se darán a conocer y analizarán. Se presentarán de forma individual cada una de las preguntas formuladas a los colaboradores con el objetivo de ver las respuestas obtenidas y realizar un paralelo entre las dos empresas.

7.1 Herramientas tecnológicas

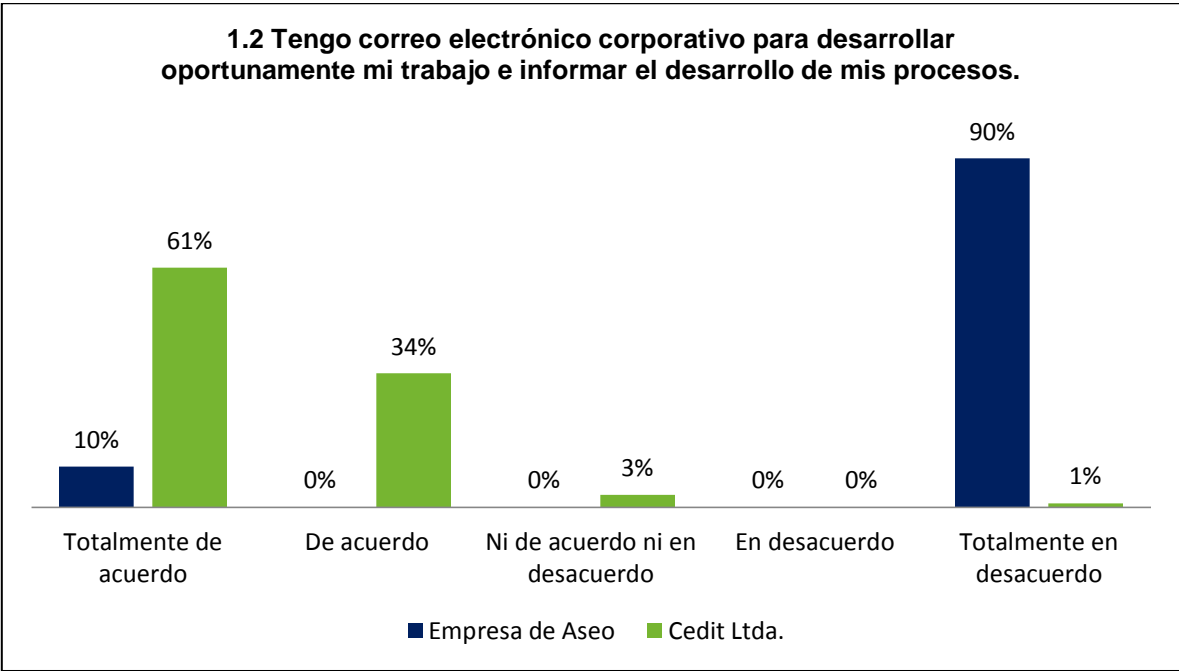
De acuerdo con las categorías planteadas para subdividir la totalidad de preguntas en el modelo de encuesta, esta primera pretende validar la existencia de herramientas básicas tecnológicas para el desarrollo diario de las actividades que se tengan a cargo, evidenciar si las tecnologías dentro de la compañía son una herramienta necesaria para responder a las exigencias laborales y que tan importante es el uso de ellas de acuerdo con el modelo de negocio de la empresa a estudiar.

Tabla 4.Herramientas tecnológicas



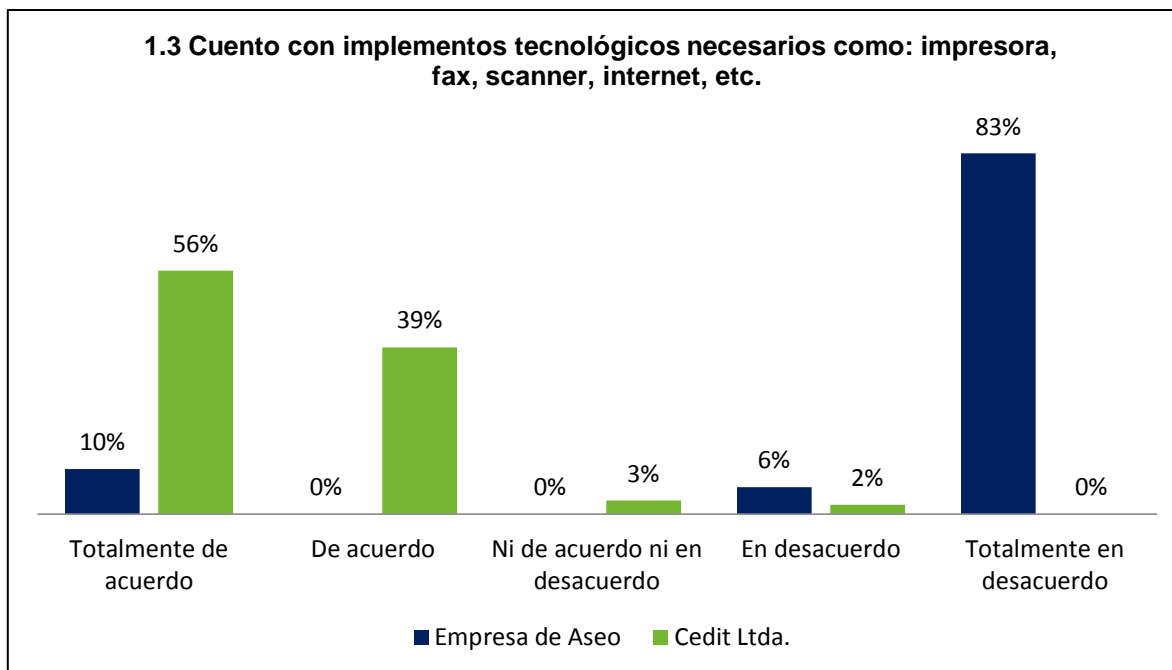
En esta primera pregunta se evidencia que un 90% de los encuestados de Empresa de Aseo no tienen acceso a un computador para desarrollar sus actividades diarias, característica que se sustenta en el modelo de negocio de la misma. Por su parte, Cedit LTDA. tiene un 60% empleados encuestados que responden *Totalmente de Acuerdo* y un 39% *De Acuerdo* también justificado en el hecho de que para atender los requerimientos del clientes de acuerdo al servicio ofertado es completamente indispensable un computador y acceso a las herramientas básicas y a las demás propias de la empresa.

Tabla 5



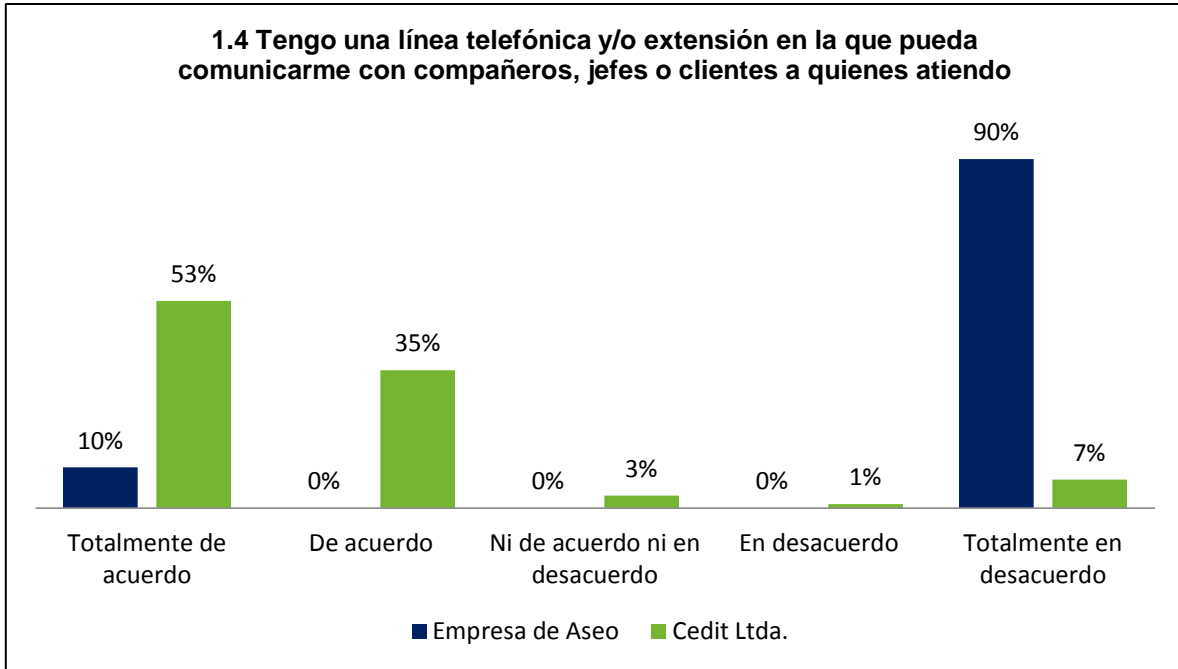
La gráfica anterior ratifica los resultados de la primera pregunta, para Empresa de aseo un 90% de empelados encuestados no tiene correo electrónico mientras en Cedit LTDA. el 61% de los encuestados cuenta con esta herramienta de comunicación.

Tabla 6



Para esta tercera pregunta los resultados de las empresas siguen teniendo una tendencia, para Empresa de Aseo un 83% de los colaboradores encuestados no cuentan con implementos tecnológicos mientras en Cedit LTDA. un 56% responde *Completamente de Acuerdo* y un 39% *De Acuerdo*.

Tabla 7



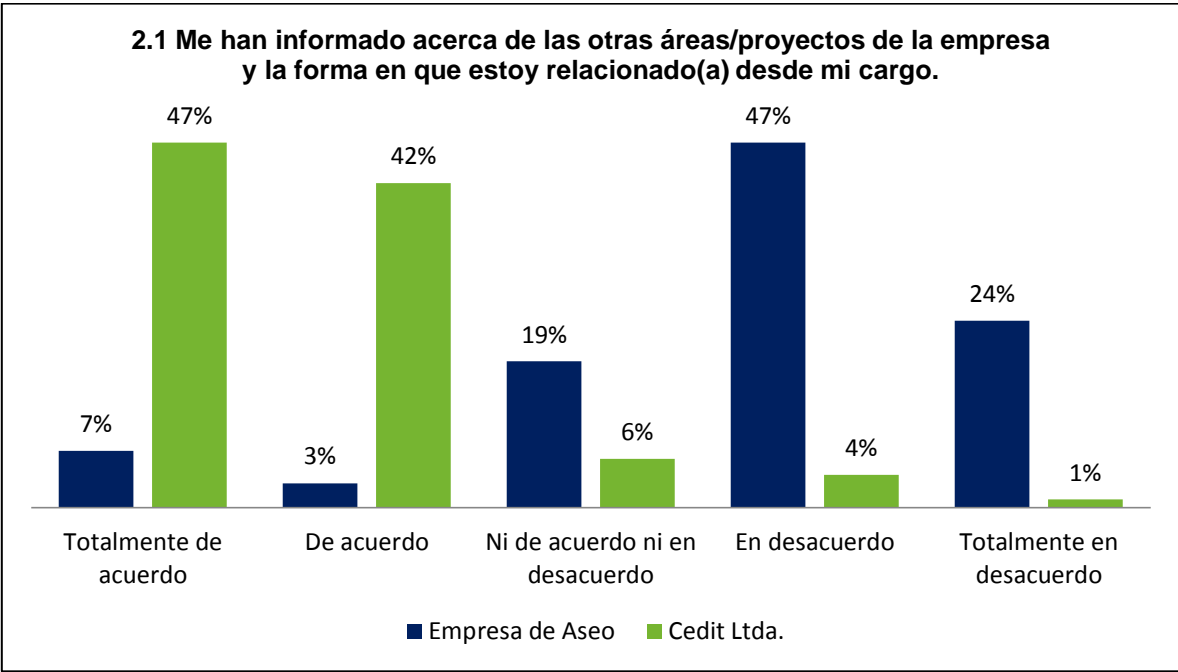
Siguiendo los resultados anteriores la gráfica de la pregunta cuatro muestra que los empleados de Empresa de Aseo tiene 90% de empleados encuestados sin línea telefónica mientras Cedit LTDA. tiene un 53% de colaboradores encuestados *Completamente de Acuerdo* y un 35% *De Acuerdo*.

Los resultados que se evidencian anteriormente, dejan ver que existe una gran diferencia entre Empresa de Aseo y Cedit LTDA. Lo anterior sustentado en que Cedit LTDA. es una empresa que presta servicios enfocados a la salud, para lo cual es fundamental tener tecnologías acordes para el desarrollo y cumplimiento de todas sus actividades y labores en general, que hagan que la empresa pueda cumplir con el objetivo de su negocio. Mientras que Empresa de Aseo brinda sus servicios de aseo industrial a empresas y esto lo obliga a tener a sus colaboradores en las instalaciones de las empresas contratantes lo que conlleva a que sea un servicio independiente en el cual no se requieren herramientas tecnológicas ni equipos de cómputo en uso constante para el desempeño de las labores del personal.

7.2 La efectividad de la comunicación

Con respecto a esta categoría las preguntas se direccionaron a conocer si las personas saben de las prioridades de su trabajo, si se comunican con sus jefes y con el personal administrativo, si tienen información acerca de los canales y las personas a quien dirigen sus inquietudes, si conocen oportunamente los cambios del personal administrativo, entre otros; que al final del ciclo evidenciarían la efectividad de la comunicación entre colaboradores, jefes y compañeros de la empresa.

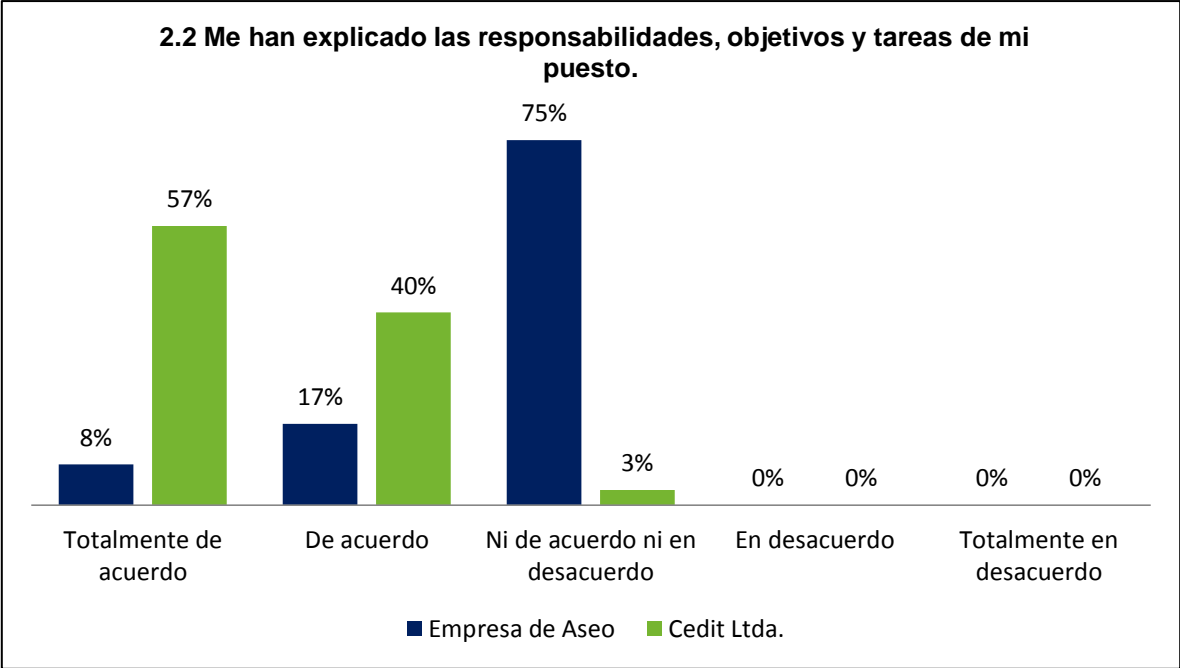
Tabla 8.La efectividad de la comunicación



En esta primera pregunta de la segunda categoría se puede observar que una gran mayoría de empleados encuestados de Empresa de Aseo coinciden al responder que no los han informado viéndose reflejado en un 24% *Totalmente en Desacuerdo* y un 47% *En Desacuerdo*. Por el contrario Cedit LTDA. tiene un 47%

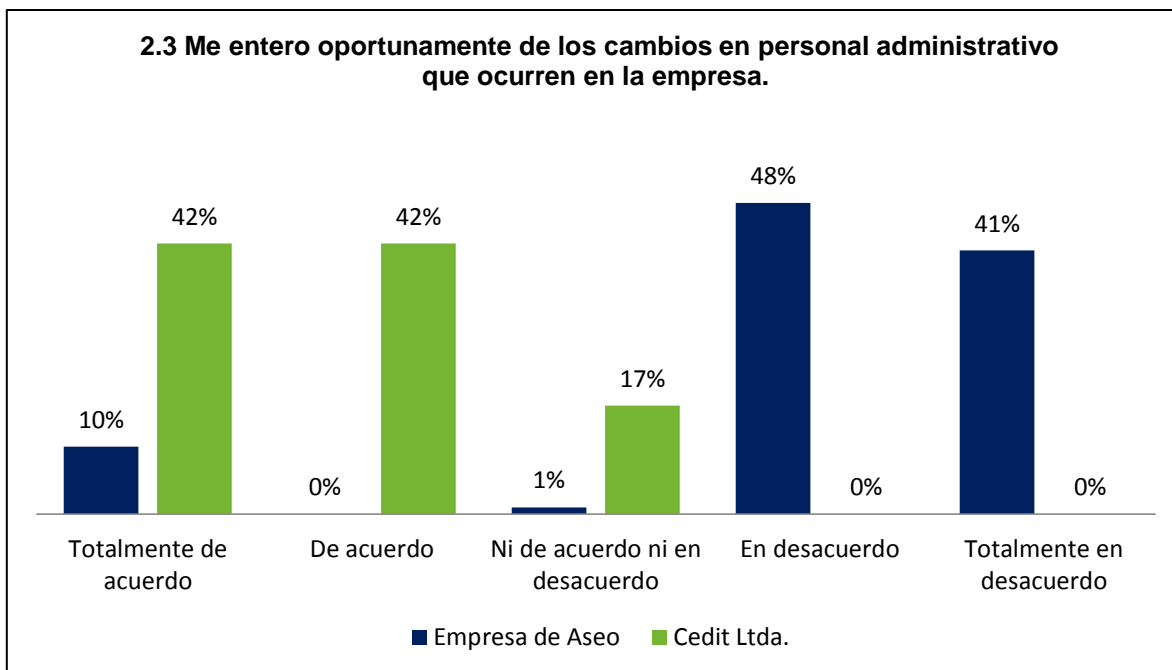
de encuestados que responden *Completamente de Acuerdo* y un 42% *De Acuerdo*.

Tabla 9



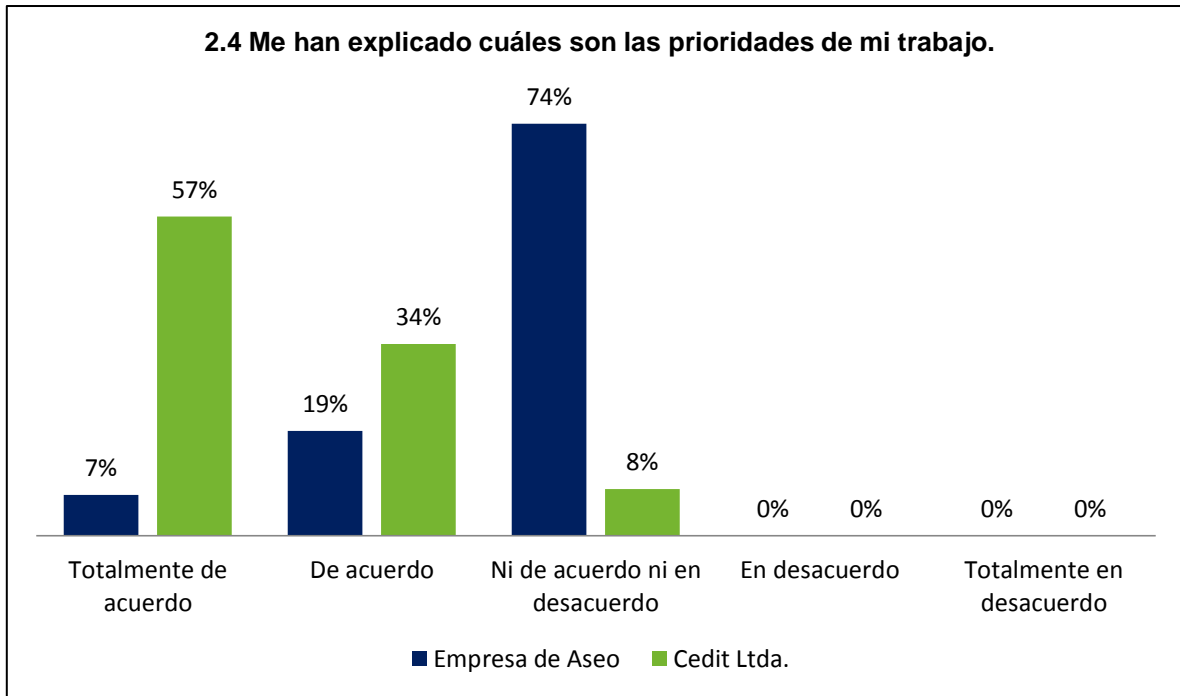
En la gráfica anterior para Empresa de Aseo hay un 75% de empleados encuestados que responden *Ni de acuerdo Ni en Desacuerdo* mientras en Cedit LTDA. una gran mayoría considera que le han informado sus responsabilidades reflejándose esto en 57% *Completamente de Acuerdo* y un 40% *De Acuerdo*.

Tabla 10



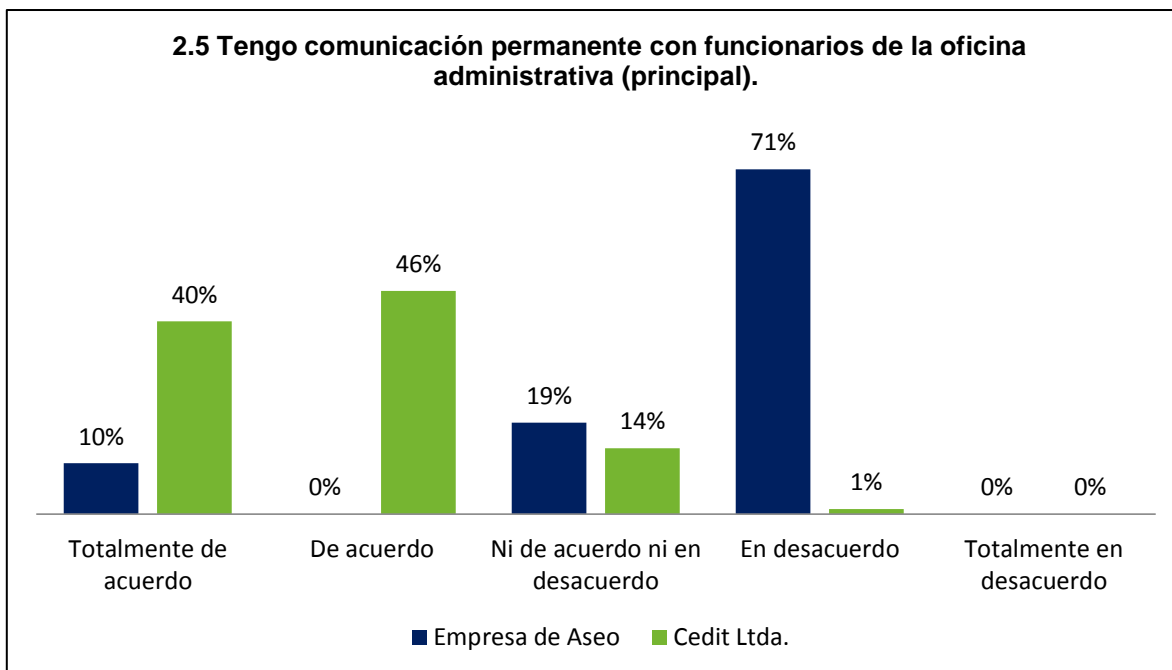
En la tercera pregunta se observa que Empresa de Aseo tiene la mayoría de los encuestados con respuestas desfavorables con un 41% *Completamente en Desacuerdo* y 48% *En Desacuerdo*, en Cedit LTDA. sucede lo opuesto al reflejar resultados del 42% de encuestados *Completamente de Acuerdo* y 42% *De Acuerdo*.

Tabla 11



En esta cuarta gráfica Empresa de Aseo tiene la mayoría de sus encuestados con un 74% respondiendo *Ni de acuerdo Ni en Desacuerdo* con respecto a las prioridades de su trabajo, y en Cedit LTDA. Un 57% de empleados encuestados *Completamente de Acuerdo* y un 34% *De Acuerdo*.

Tabla 12



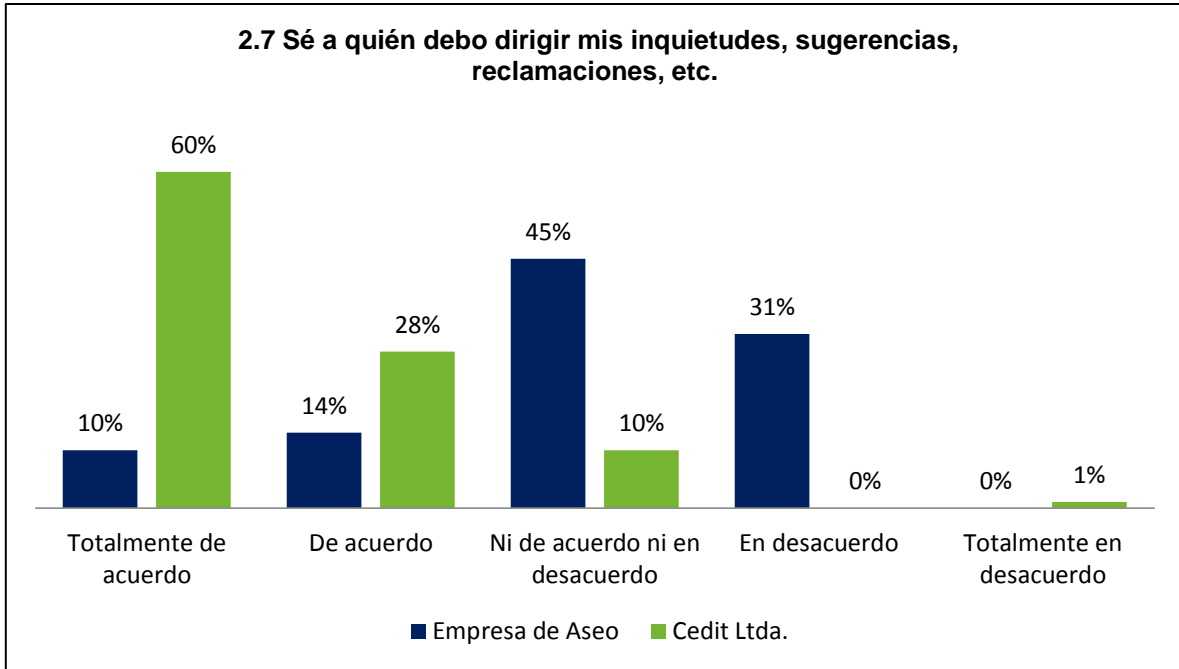
Para la gráfica anterior Empresa de Aseo tiene la mayoría de sus encuestados con un 71% respondiendo *En Desacuerdo*, mientras en Cedit LTDA. Un 40% de empleados encuestados están *Completamente de Acuerdo* y un 46% *De Acuerdo* con respecto a la comunicación con funcionarios de la oficina administrativa.

Tabla 13



La sexta pregunta de la segunda categoría referente a la comunicación con personal administrativo refleja que un 58% de empleados encuestados de Empresa de Aseo responde *Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo* mientras en Cedit LTDA. Un 40% está *Completamente de Acuerdo* y un 45% *De Acuerdo*.

Tabla 14



Finalmente la última pregunta muestra el conocimiento que tienen los empleados para dirigir sus requerimientos arrojando resultados en Empresa de Aseo de un 45% *Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo* y un 31% *En Desacuerdo*, por su parte para Cedit LTDA. Sobresale el 60% de los empleados encuestados.

Con respecto a la segunda categoría de preguntas, las gráficas anteriores muestran que en general Cedit Ltda. procura una comunicación permanente con el colaborador, las personas saben a qué persona administrativa dirigir sus requerimientos y reciben respuestas oportunas, no tienen dificultades con el canal de comunicación porque se encuentran ubicados en un mismo sitio y eso les facilita acercarse a los demás. De igual manera conocen las prioridades de su cargo y las responsabilidades que tienen que asumir, adicionalmente la empresa se encarga de dar a conocer a los colaboradores los futuros proyectos y cambios que se realizarán al interior de la organización, en pro de que los colaboradores se sientan incluidos y vean la importancia desde sus cargos.

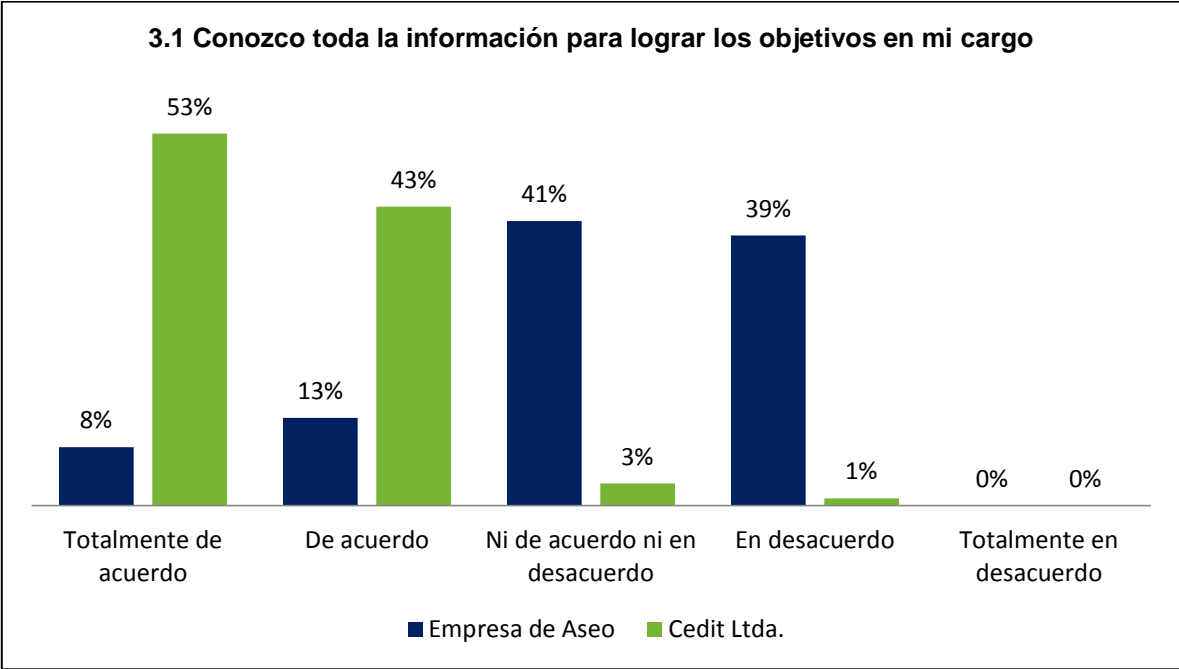
Con respecto a Empresa de Aseo los resultados son contrarios por la naturaleza de la misma y el modelo de negocio en el que tienen que trabajar para llevar el mejor servicio a sus clientes. El hecho de que los colaboradores estén contratados de forma directa pero desempeñen sus labores en los puntos de servicio solicitados por los clientes, hace que la comunicación permanente con la oficina principal no sea de forma continua y que por este mismo motivo no haya un canal de comunicación constante en ocasiones el primer contacto del colaborador es el Supervisor de la empresa cliente o de su propia empresa (colaborador que también está alejado de la oficina principal). Las responsabilidades del cargo y las prioridades del mismo son explicadas de forma rápida en el proceso de contratación por la premura de cubrir las vacantes y cumplir el contrato, sin embargo, las especificaciones se proporcionan directamente en los puntos de trabajo. Finalmente el hecho de estar desempeñando su cargo en otro lugar hace que en la mayoría de las ocasiones los colaboradores no se enteren de forma oportuna de los nuevos proyectos o cambios al interior de la organización.

7.3 La comunicación y los objetivos

Con la elección de esta categoría, se quiere evidenciar como las organizaciones marcan una gran pauta en los procesos por los cuales se trasmite y se recibe información relacionada con los objetivos de cada cargo y la información que se requiere para poderlos cumplir. Es un proceso que puede afectar considerablemente todas las jerarquías de una organización. Tanto Empresa de Aseo como Cedit LTDA se componen de un amplio personal y grupos de trabajo que exigen un alto nivel de comunicación para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos planificados en cada labor, además el establecimiento y la aplicación de los mecanismos de información orientados a la comunicación como punto de referencia para mejorar cada proceso interno, son un reflejo de cómo las

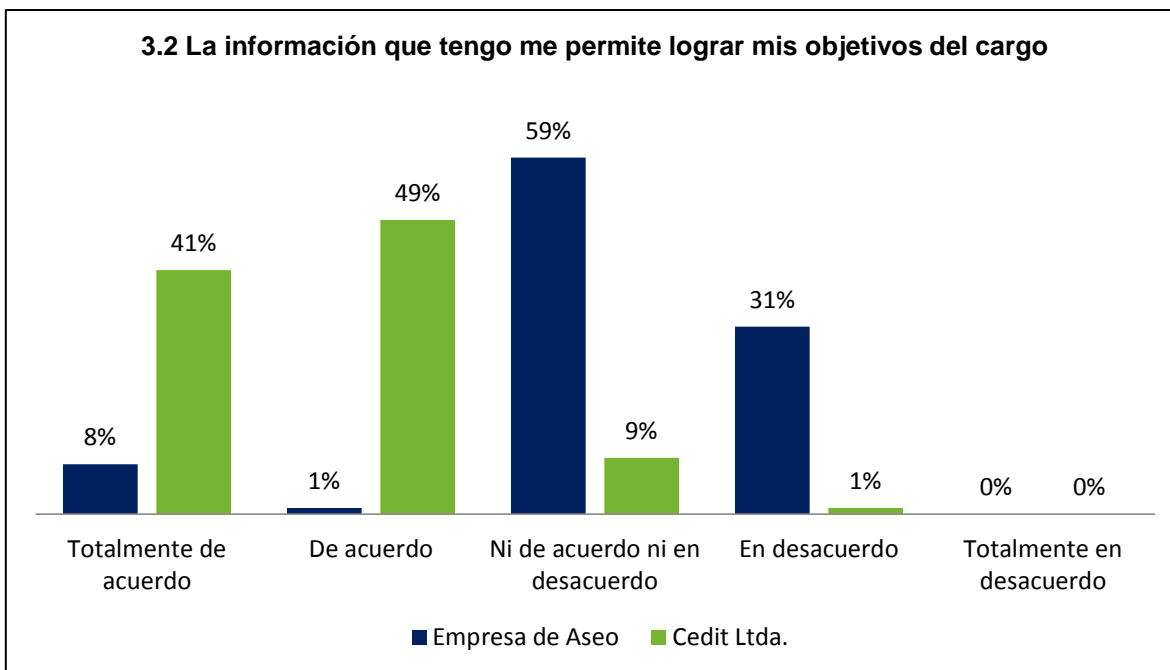
compañías estudiadas manejan un modelo de comunicación diferente de acuerdo al sector que comparten y al modelo de negocio en el que difieren.

Tabla 15. La comunicación y los objetivos



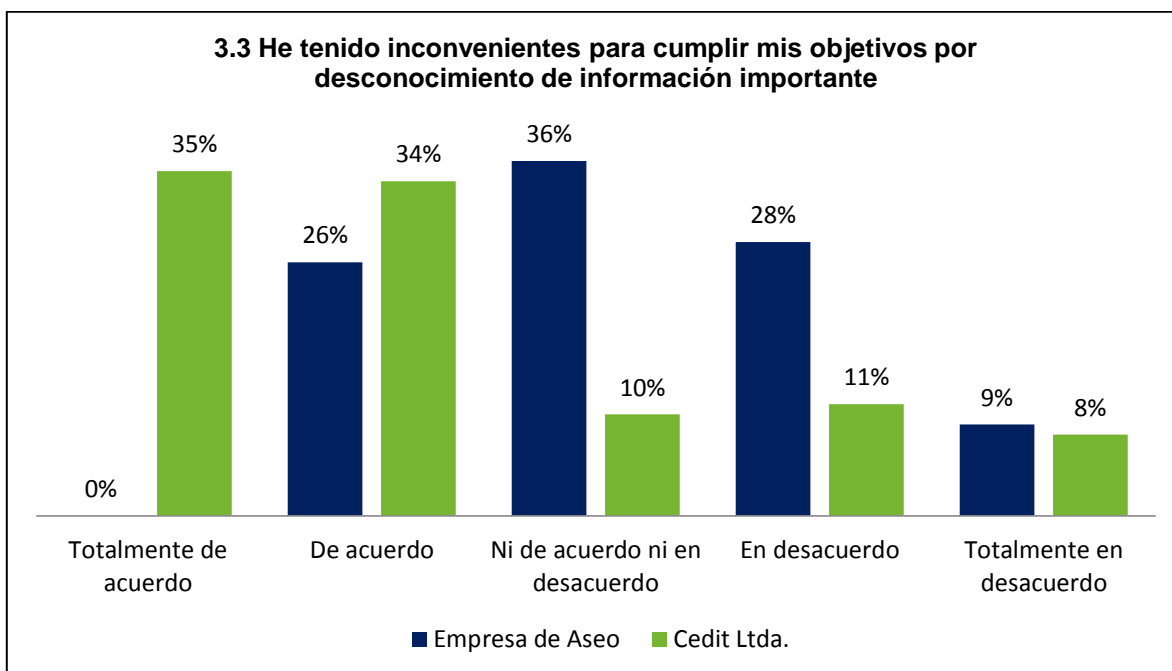
La primera pregunta referente al conocimiento de la información para lograr los objetivos refleja resultados en los que Empresa de Aseo tiene un 41% de los empleados encuestados *Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo* y un 39% *En Desacuerdo* mientras en Cedit LTDA. Un 53% está *Completamente de Acuerdo* y un 43% *De Acuerdo*.

Tabla 16



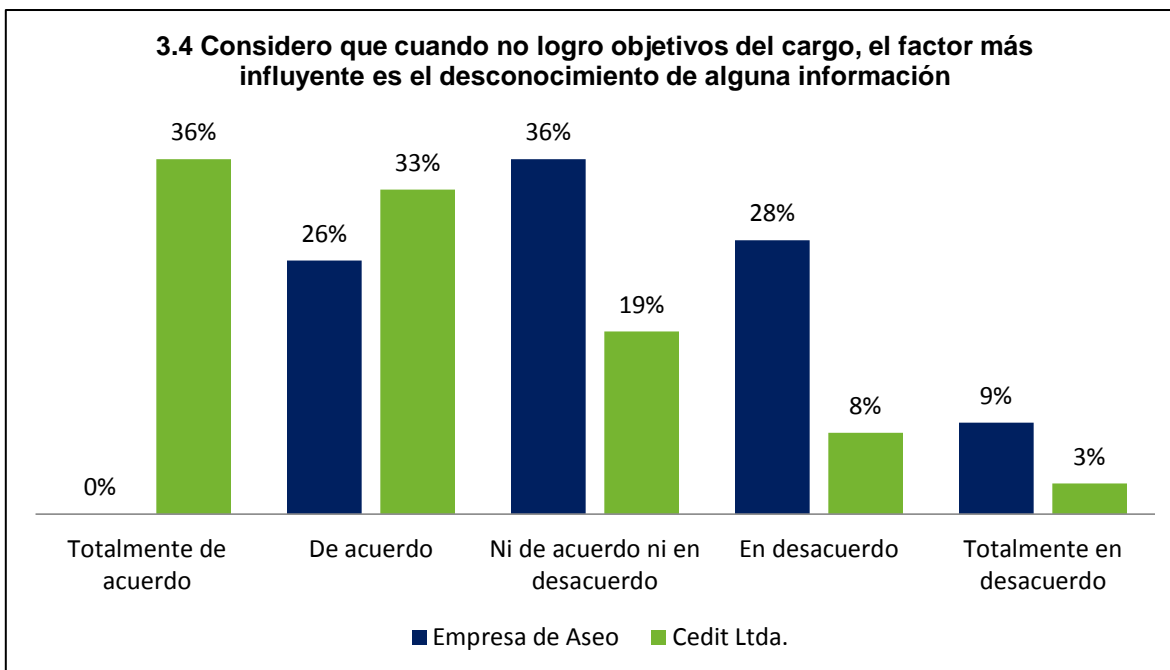
La gráfica anterior muestra en Empresa de Aseo tiene un 59% de los empleados encuestados *Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo* y un 31% *En Desacuerdo* mientras en Cedit LTDA. Un 41% está *Completamente de Acuerdo* y un 49% *De Acuerdo*.

Tabla 17



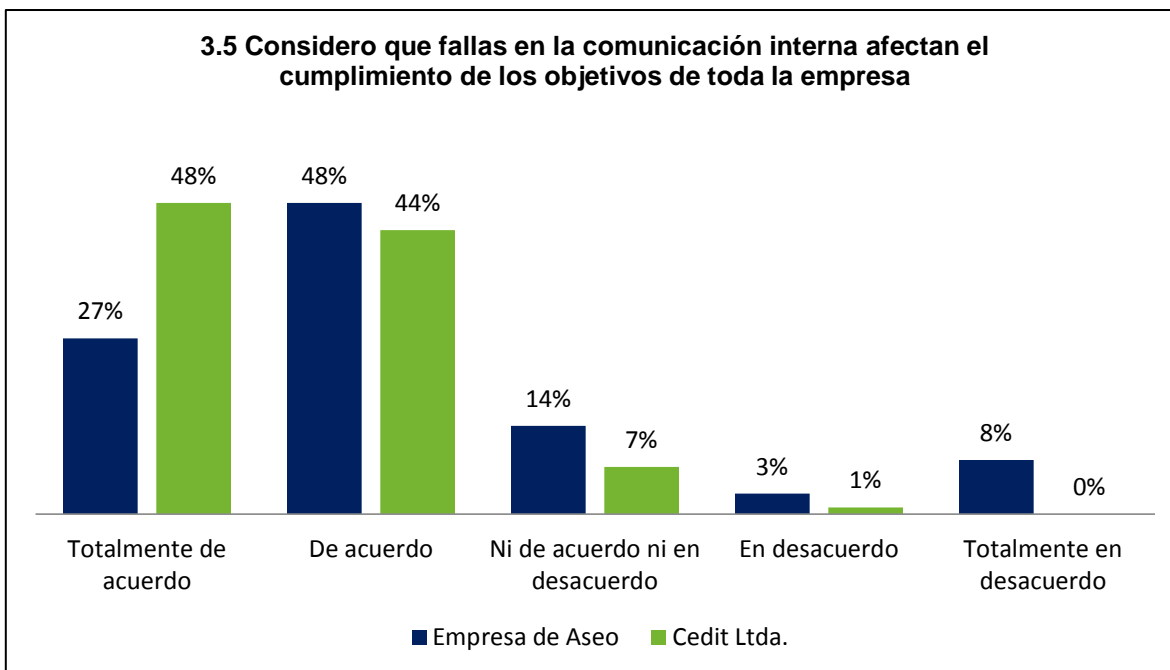
La gráfica de la pregunta tres muestra que Empresa de Aseo tiene un 36% de los empleados encuestados *Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo* y un 28% *En Desacuerdo* mientras en Cedit LTDA. Un 35% está *Completamente de Acuerdo* y un 34% *De Acuerdo*. Lo anterior referente a los inconvenientes para cumplir objetivos.

Tabla 18



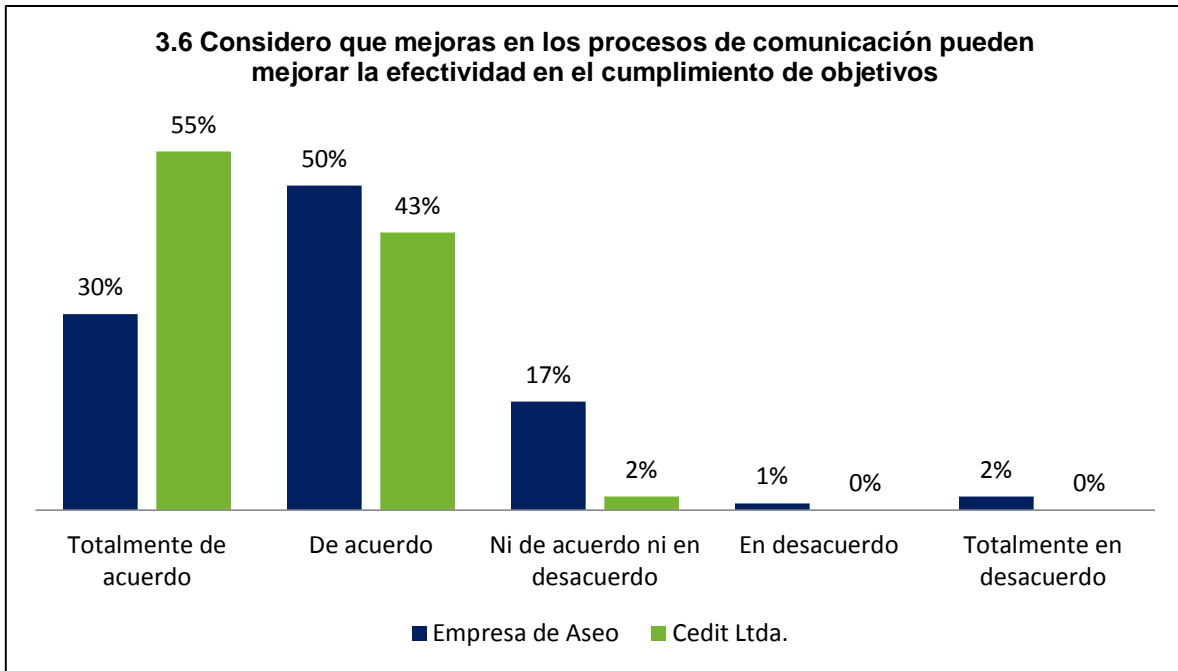
La gráfica anterior muestra que Empresa de Aseo tiene un 36% de los empleados encuestados *Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo* y un 28% *En Desacuerdo* mientras en Cedit LTDA. Un 36% está *Completamente de Acuerdo* y un 33% *De Acuerdo*.

Tabla 19



En esta gráfica con respecto al impacto de las fallas en la comunicación para cumplir los objetivos se refleja que Empresa de Aseo tiene un 48% de los empleados encuestados *De Acuerdo* y en Cedit LTDA. Un 48% está *Completamente de Acuerdo* y un 44% *De Acuerdo*.

Tabla 20



Finalmente en la última pregunta un 50% de los empleados encuestados de Empresa de Aseo está *De Acuerdo* y en Cedit LTDA. un 55% está *Completamente de Acuerdo* y un 43% *De Acuerdo*.

De acuerdo con los resultados de esta categoría, encontramos que las dos empresas muestran similitudes en el sentido que los colaboradores consideran que las mejoras en los procesos pueden conllevar a una mayor efectividad en el cumplimiento de los objetivos. De igual manera los encuestados coinciden en que algunas fallas en el flujo de la información afectan los resultados de las metas organizacionales.

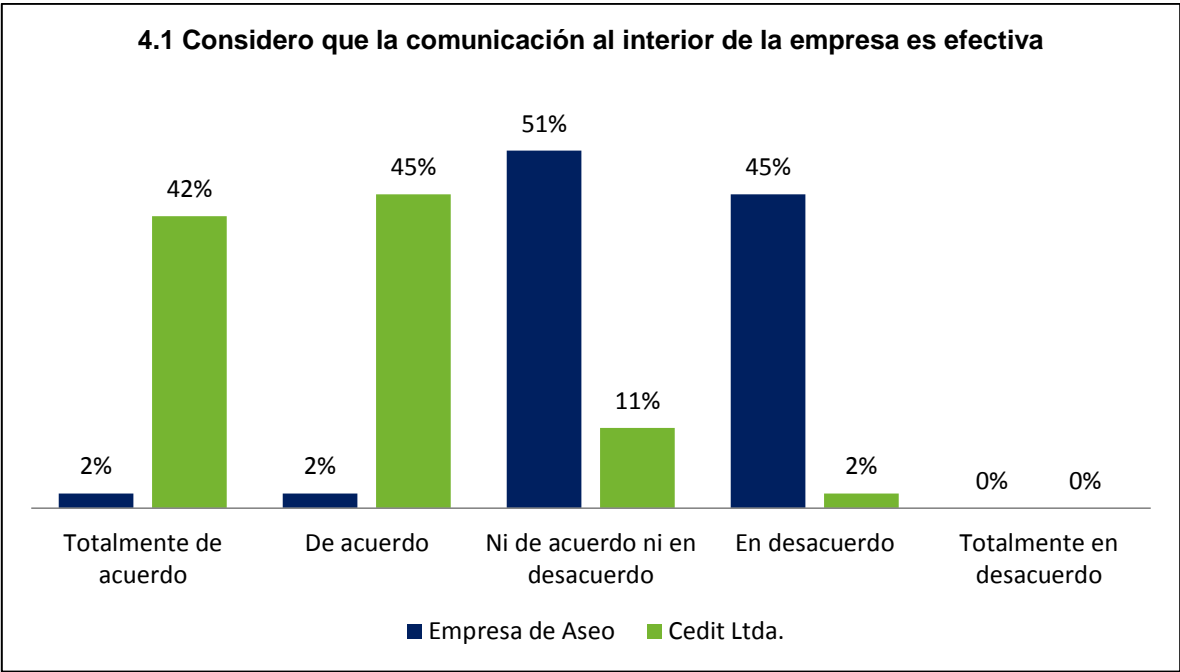
Sin embargo las personas responden que aunque conocen la información relativa al cargo, un porcentaje significativo no la tiene en su poder y esto también afecta el cumplimiento de sus objetivos a nivel individual de acuerdo al cargo y rol que desempeña. Importante resaltar en este punto que en Cedit LTDA. los colaboradores han sentido en algún momento que el incumplimiento de objetivos se debe a la falta de acceso a información relevante mientras que Empresa de

Aseo muestra resultados contrarios pues sus colaboradores prestan el servicio al cliente y alguna información no influye en el cumplimiento de sus metas.

7.4 La comunicación interna

Los temas relacionados con esta categoría indagan sobre la existencia de una comunicación organizacional interna que fomente la cultura al interior de la empresa. De la misma manera otras preguntas están orientadas a determinar la efectividad, pertinencia y permanencia de la comunicación con los superiores, el conocimiento de las políticas internas como la misión y visión. Lo anterior para dar un marco global de temas puntuales que afectan la comunicación interna y que demuestran una identidad y sentido de pertenencia por parte de los colaboradores con su empresa.

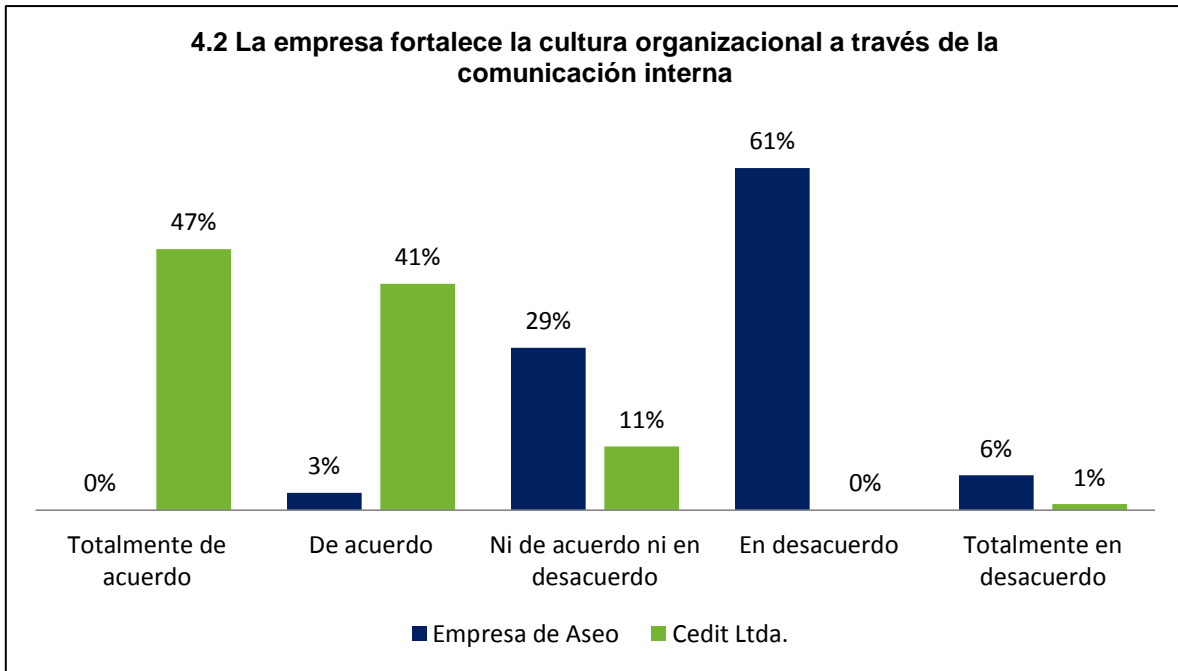
Tabla 21. La comunicación interna



En esta gráfica referente a la efectividad de la comunicación interna un 51% de los empleados encuestados de Empresa de Aseo está *Ni de Acuerdo Ni en*

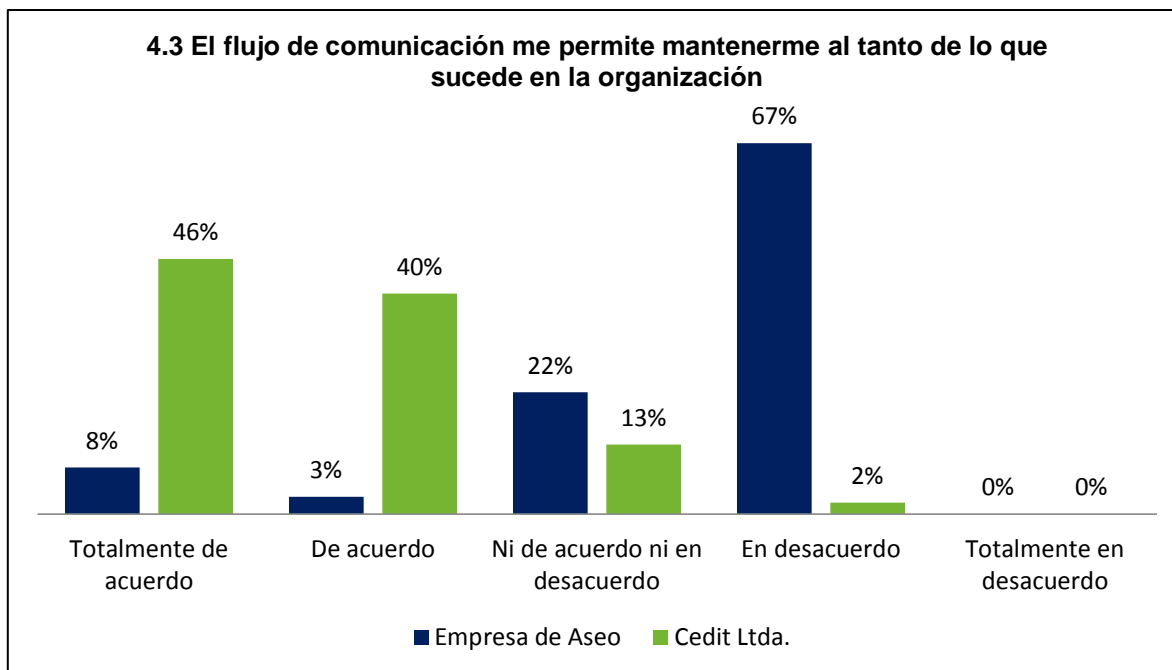
Desacuerdo y un 45% En Desacuerdo en Cedit LTDA. un 45% está De Acuerdo y un 42% Totalmente de Acuerdo.

Tabla 22



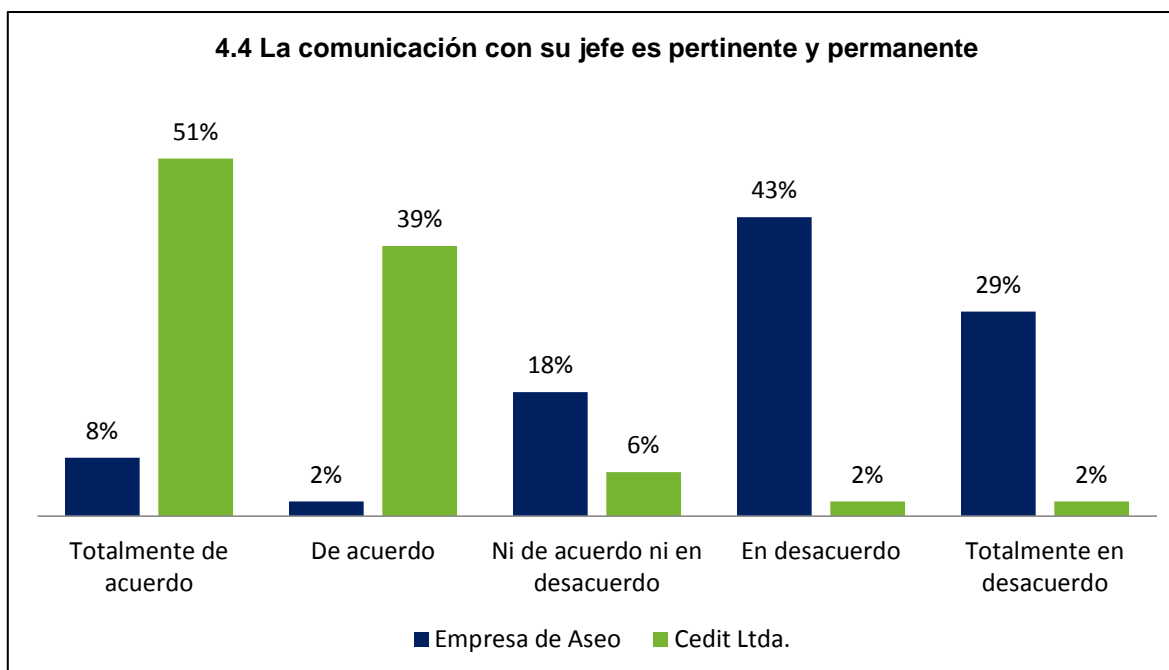
En la gráfica anterior correspondiente a los esfuerzos de la empresa por fortalecer la cultura a través de la comunicación, un 61% de los empleados encuestados de Empresa de Aseo está *En Desacuerdo* y en Cedit LTDA. Un 41% está *De Acuerdo* y un 47% *Totalmente de Acuerdo*.

Tabla 23



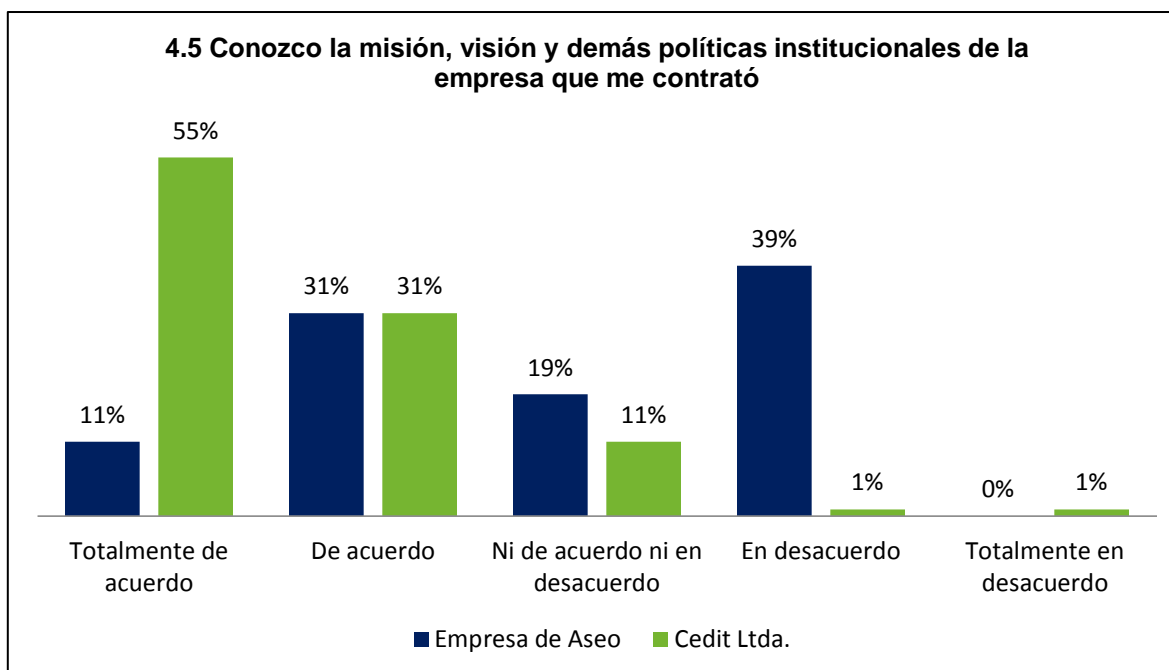
En la gráfica anterior correspondiente al flujo de la comunicación, 67% de los empleados encuestados de Empresa de Aseo está *En Desacuerdo* y en Cedit LTDA. Un 40% está *De Acuerdo* y un 46% *Totalmente de Acuerdo*.

Tabla 24



En los resultados de esta cuarta pregunta referente a la pertinencia y permanencia de la comunicación con el jefe, 43% de los empleados encuestados de Empresa de Aseo está *En Desacuerdo* y 29% *Totalmente en Desacuerdo* y en Cedit LTDA. un 39% está *De Acuerdo* y un 51% *Totalmente de Acuerdo*.

Tabla 25



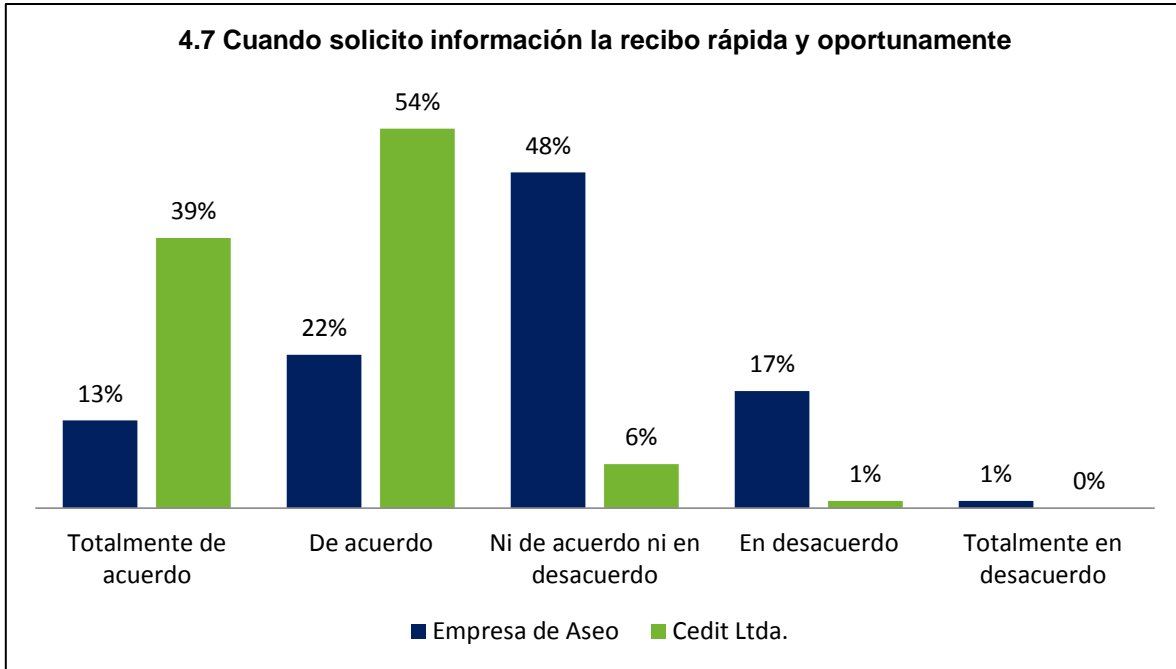
En los resultados de esta quinta pregunta referente al conocimiento de la misión y demás políticas 39% de los empleados encuestados de Empresa de Aseo está *En Desacuerdo* y en Cedit LTDA. Un 55% está *Totalmente de Acuerdo*.

Tabla 26



En los resultados de esta sexta pregunta 57% de los empleados encuestados de Empresa de Aseo está *Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo* y 26% *En Desacuerdo* mientras en Cedit LTDA. Un 46% está *De Acuerdo* y un 40% *Totalmente de Acuerdo*.

Tabla 27



Finalmente en los resultados de esta pregunta referente a recibir la información rápida y oportunamente, un 48% de los empleados encuestados de Empresa de Aseo está *Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo* y en Cedit LTDA. Un 54% responde estar *De Acuerdo*.

Los resultados de la categoría anterior muestran como el flujo de comunicación es facilitado y permitido por Cedit LTDA., de esta manera la mayoría de los colaboradores encuestados responden estar Totalmente de acuerdo o De acuerdo, y lo anterior también se observa de forma similar al tema de comunicación permanente con los superiores. Mientras tanto, los resultados de Empresa de Aseo son opuestos al recibir respuestas en su mayoría catalogadas como Totalmente en desacuerdo y En desacuerdo, sin olvidar las características de cada una de las empresas y su forma de trabajo.

En Cedit LTDA. el tener a los colaboradores en una misma sede y tener un contacto permanente tanto con clientes como con integrantes de la organización permite que se fomente una identidad corporativa en la cual los directivos

organizacionales pueden actuar como fuente de información significativa, verdadera y veraz.

En conclusión, Empresa de Aseo evidencia resultados mayoritarios en las opciones de respuesta Totalmente en Desacuerdo y Desacuerdo porque en su modelo de negocio es posible que no requieran este tipo de elementos, que si bien es cierto fortalecen el sentido de pertenencia del colaborador, no son estrictamente necesarios teniendo en cuenta que los procesos de Empresa de Aseo hacen que los colaboradores se sientan más identificados con la empresa cliente que con la contratante.

En este punto del análisis se va fortaleciendo la tendencia de que Cedit LTDA. obtiene mejores resultados de acuerdo con su negocio y Empresa de Aseo aunque evidencia las respuestas más bajas en la escala Licker son fundamentadas en la forma que prestan el servicio al cliente.

7.5 Gestión del conocimiento y sistemas de información

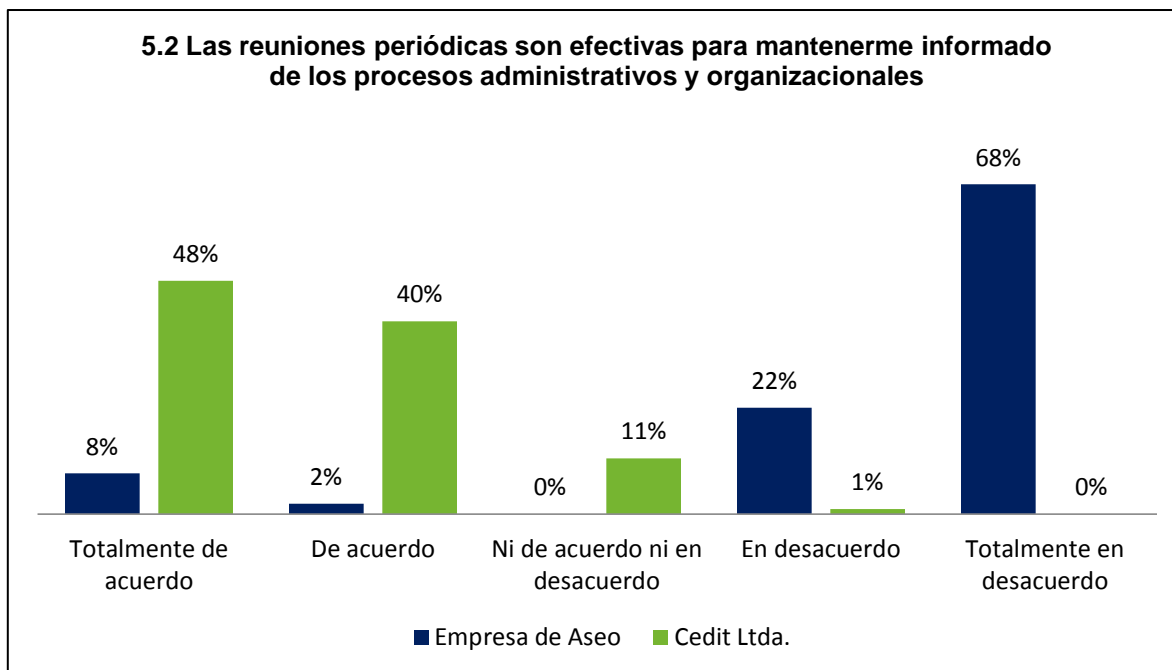
En esta última categoría, el grupo de preguntas da a conocer aspectos relacionados con la actualización de la información general y a diario, la existencia de reuniones periódicas en las que se transfiera información en forma de cascada (de los rangos superiores a los inferiores) y lo referente a estrategias comunicativas que permitan mejores procesos al interior de la organización. Estos aspectos dejan ver cómo es la gestión y la organización de cada una de las empresas analizadas, dependiendo de herramientas informativas para apoyar la totalidad de sus actividades.

Tabla 28. Gestión del conocimiento y sistemas de información



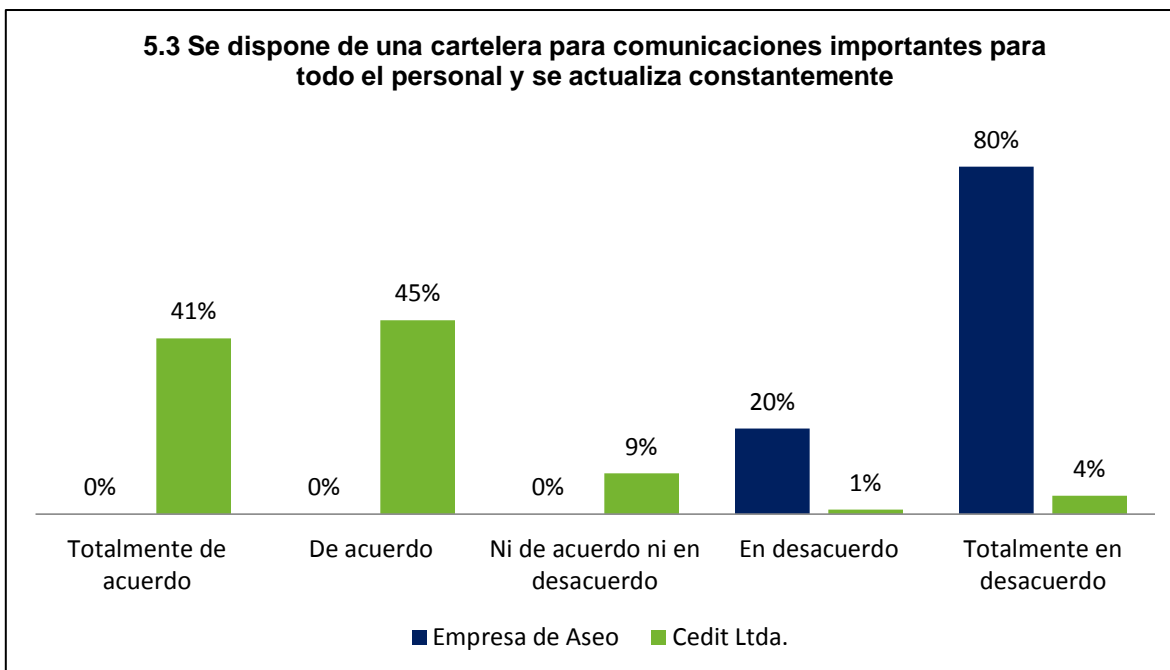
Para la pregunta referente a la actualización de la información, los resultados demuestran que para Empresa de Aseo una mayoría del 58% se encuentran *En Desacuerdo* por su parte Cedit LTDA distribuye sus porcentajes en 36% *Completamente de Acuerdo* y un 47% *De Acuerdo*.

Tabla 29



La gráfica anterior refleja resultados en los que Empresa de Aseo tiene un 68% de colaboradores encuestados *Totalmente en Desacuerdo* mientras en Cedit LTDA. Un 48% responde *Completamente de Acuerdo* y un 40% *De Acuerdo*.

Tabla 30



La gráfica de los resultados de la tercera pregunta reflejan que Empresa de Aseo tiene un 80% de colaboradores encuestados *Totalmente en Desacuerdo* mientras en Cedit LTDA. Un 41% responde *Completamente de Acuerdo* y un 45% *De Acuerdo*.

Tabla 31



La gráfica de los resultados de esta última pregunta reflejan que Empresa de Aseo tiene un 94% de colaboradores encuestados *Totalmente en Desacuerdo* lo que indica que no se cuenta con un diario de noticias, mientras en Cedit LTDA. Un 41% responde *Completamente de Acuerdo* y un 45% *De Acuerdo*.

Para finalizar, en las gráficas de esta categoría se observa que la tendencia continúa en el sentido en que los colaboradores encuestados de Empresa de Aseo manifiestan que no existe un comunicado diario de noticias importantes, ni una cartelera con noticias de interés. Mientras los colaboradores de Cedit LTDA. responden a estos aspectos de forma positiva. Lo mismo sucede con los resultados que se evidencian referentes a reuniones periódicas, y esta diferencia es natural debido a que los colaboradores de Cedit LTDA. están en una misma sede (ubicación) mientras los de Empresa de Aseo están distribuidos en los puntos de servicio.

De esta manera se evidencia que las empresas aplican un modelo de gestión y sistemas de información diferente, debido a que se desenvuelven en un

ambiente totalmente distinto por el modelo de negocio y por lo que no es apropiado emitir juicios de valor diciendo que la empresa es *deficiente* porque en la encuesta ha obtenido resultados inferiores.

7.6 Pregunta Si o No

Antes de concluir la encuesta, los colaboradores elegidos tenían una pregunta de respuesta Si o No que generalizaba la percepción de ellos en cuanto a las posibilidades de mejoramiento en el proceso de comunicación interna. Independientemente de las diferencias en las condiciones actuales de cada una de las empresas, de las herramientas tecnológicas con las que dispone cada colaborador, la cantidad de sistemas de información actualizados que poseen para la labor diaria, entre otros, los resultados de las dos empresas tienden a ir en una misma dirección de acuerdo con la percepción reflejada en lo que respondieron los encuestados.

Tabla 32. Preguntas abiertas



Como se observa en las gráficas la gran mayoría en Empresa de Aseo y Cedit LTDA., 89% y 83% respectivamente, los empleados encuestados coinciden al responder que consideran que la comunicación interna se puede mejorar.

Tabla 33



Estas graficas son de gran importancia para las dos empresas teniendo en cuenta que, sin importar la actualidad del proceso de comunicación los encuestados visualizan un campo de acción en el que aún se puede mejorar para hacer efectiva la comunicación generando un flujo apto en el que todos estén informados de lo mismo y tengan la misma información, no solo para conocerla sino para gestionar desde sus cargos y apropiarse de la identidad de la empresa.

7.7 Preguntas abiertas

Finalmente el modelo de encuesta le permitió al colaborador encuestado expresar opiniones adicionales que de repente ninguna de las preguntas formuladas le dejaba dar a conocer. Las dos preguntas fueron: *¿Cómo mejoraría usted el tema de comunicación interna para mantenerse y/o que sus jefes lo mantengan informado?* y *Escriba aquí cualquier otra opinión o sugerencia que considere importante con respecto al tema de comunicación.*

Al analizar estas encuestas se evidencian respuestas repetitivas que se han resumido de la siguiente forma teniendo en cuenta los aspectos mencionados por los colaboradores, vale la pena anotar que las respuestas de cada empresa se ven sesgadas debido a que el modelo de negocio que hemos mencionado es diferente y a las necesidades de cada empleado.

Tabla 34. Consolidado respuestas abiertas Encuesta

Empresa de Aseo	Cedit LTDA.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comunicar a tiempo los cambios. ✓ Hacernos partícipes de los procesos. ✓ Tener reuniones en la oficina principal. ✓ Recibir constantemente información de los administrativos. ✓ Que no nos dejen abandonados en los puntos de servicio. ✓ Que nos involucren en los proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se pueden implementar nuevas estrategias de comunicación efectiva. ✓ Se pueden plantear métodos para que la comunicación genere buen rendimiento en todas las áreas. ✓ La comunicación es importante debido a que es la base de buenos procesos ✓ Si se pretende ser la mejor empresa se deben aplicar esfuerzos mayores en aspectos internos que se reflejen al cliente externo. ✓ Siempre será bueno mejorar la comunicación día a día. ✓ Al mejorar la comunicación también se mejora el rendimiento en las labores. ✓ Mejorar los procesos de comunicación cara a cara porque muchas personas se limitan al correo electrónico y convierte la comunicación en impersonal. ✓ Es primordial mejorar falencias al interior para ser el mejor en el sector. ✓ Habría mejor rendimiento si la empresa tiene a todo el personal informado. ✓ Usar más métodos tecnológicos.

Fuente: Elaboración propia.

8. CONCLUSIONES

Para concluir es necesario resaltar varios temas encontrados durante todo el proceso de investigación y análisis que se realizó para lograr como producto final este documento. En primer lugar mencionaremos la importancia que tiene para cualquier organización contemplar dentro de sus cargos la figura de Dircom, enseguida mencionaremos aquellos aspectos supremamente importantes que encontramos en los resultados obtenidos posterior a la realización del modelo de encuesta a las dos empresas y finalmente definir de qué forma se ven afectados los objetivos individuales y colectivos de estas empresas de acuerdo al modelo de comunicación organizacional que aplican y los sistemas de información que utilizan.

Cuando se mencionó en el marco teórico lo referente a DirCom se expuso la importancia de esta figura al interior de todas las organizaciones y en este estudio hemos evidenciado que ninguna de las dos empresas estudiadas tienen en su distribución organizacional este cargo específico normalmente asignan las tareas más sencillas del DirCom a una persona con otro cargo que de forma periódica (no diaria) y sin descuidar sus responsabilidades pueda actualizar información básica. Resaltando de lo anterior que esta persona no plantea estrategias de comunicación y hay que recordar que el DirCom se caracteriza por ser estratega, generalista y polivalente, entendiendo que cada uno de estos adjetivos le atribuye ciertas actitudes y aptitudes.

A lo largo de la revisión de las respuestas obtenidas y al ver la comparación de las dos empresas, en cada una de las preguntas formuladas se fue encontrando una tendencia notoria en la que sobresalía Cedit LTDA. Mientras Empresa de Aseo quedaba un poco rezagada y no precisamente porque estén desarrollando mal sus procesos sino porque su modelo de negocio ha hecho que las características de la comunicación se transformen de acuerdo con las

necesidades. Se evidenció que había puntos que siendo claves para la operación y gestión en Cedit LTDA., no existían en la otra empresa pero tampoco interferían en la prestación del servicio al cliente.

Resultados de Empresa de Aseo revelaron evidencias de que aunque el colaborador no requiere de herramientas tecnológicas o de sistemas de información, si se siente alejado de lo que sucede en la empresa que lo contrató, y en ocasiones desinformado de cosas básicas como cambios en el personal administrativo o más trascendentales como lo son nuevos proyectos y estrategias a implementar por la empresa.

Los colaboradores encuestados en las dos empresas coincidían desde sus perspectivas en la importancia de seguir mejorando los procesos de comunicación interna, lo que da a conocer que existen aún espacios en los que se puede trabajar aunque ya se tengan herramientas básicas o un poco avanzadas. Los sistemas de información y la tecnología avanzan muy rápido y es por este motivo que si empresas como Cedit LTDA. quieren mantener su información y procesos basados en buenos sistemas tendrán que estar actualizados y dispuestos al cambio que se esté generando. Con el paso del tiempo y la evolución del recurso humano en las empresas, las personas son cada vez más importantes por lo que se debe tener una conciencia de hacer partícipes a los colaboradores en los procesos, no excluirlos y demostrarles la disposición de escuchar sus opiniones y tenerlas en cuenta, sin importa el cargo o rol que ocupen y desempeñen. Lo anterior constituye todo un proceso de comunicación que empieza desde lo básico que son las relaciones interpersonales.

Enmarcando los resultados anteriores en las consecuencias que cada empleado apreciaba con respecto al cumplimiento de objetivos (individuales y colectivos) se evidencia que en ocasiones los colaboradores no conocen información o conocen información importante para su cargo pero no tiene acceso a ella y esto conlleva al incumplimiento. Inicialmente cada empleado puede verse

afectado por la falta de información y por este motivo no puede cumplir los objetivos de su cargo, sin embargo al analizar este tema de forma holística se debe aceptar que el incumplimiento individual poco a poco conlleva a que los objetivos colectivos (de toda la empresa) tampoco se lleven a feliz término.

Una vez se estudiaban los resultados, se fue identificando la correlación de las respuestas con el modelo de negocio de cada una de las empresas, por ejemplo en la empresa que no es necesario el correo electrónico las respuestas coincidían con esta realidad, como sucede con Empresa de Aseo, y en la empresa que requiere la tecnología para mantener actualizadas las bases de datos de clientes también se evidenciaban resultados que coincidían. Lo anterior proporcionó la base más importante de información para evaluar a las empresas antes de juzgarlas pero teniendo como sustento la actividad económica de cada una de las empresas y la razón de ser del tener o no elementos y sistemas tecnológicos.

Finalmente este estudio comparativo deja ver que independientemente del sector económico hay un factor más influyente en el momento que los directivos de las empresas deciden y eligen las herramientas tecnológicas asignadas a cada cargo y los sistemas de información necesarios, este factor influyente se refiere a la actividad económica, teniendo en cuenta que marca la pauta de lo que se requiere hacer y tener con respecto a tecnología. De igual manera permite evidenciar que fallas en los procesos de comunicación pueden conllevar a rupturas en procesos de cada cargo y con esto incumplimiento en los objetivos, y que los colaboradores más allá de trabajar por trabajar quieren sentirse involucrados en todos los proyectos y actualizados en la forma en que éstos afectan y/o se involucran con su trabajo.

ANEXO 1

Modelo de Encuesta

Somos estudiantes de Lenguas Modernas – Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad EAN y estamos realizando esta encuesta como parte fundamental en el desarrollo de nuestro trabajo de grado. Agradecemos de antemano responda con la mayor sinceridad, marcando con una X la respuesta de su selección teniendo en cuenta la escala de 1 a 5, siendo 1 Totalmente en desacuerdo y 5 Totalmente de Acuerdo.

1. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS						
1.1	Dispongo de un computador y el acceso a todos los programas establecidos por la empresa para desarrollar mis actividades.	1	2	3	4	5
1.2	Tengo correo electrónico corporativo para desarrollar oportunamente mi trabajo e informar el desarrollo de mis procesos.	1	2	3	4	5
1.3	Cuento con implementos tecnológicos necesarios como: impresora, fax, scanner, internet, etc.	1	2	3	4	5
1.4	Tengo una línea telefónica y/o extensión en la que pueda comunicarme con compañeros, jefes o clientes a quienes atiendo	1	2	3	4	5
2. LA EFECTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN						
2.1	Me han informado acerca de las otras áreas/proyectos de la empresa y la forma en que estoy relacionado(a) desde mi cargo.	1	2	3	4	5
2.2	Me han explicado las responsabilidades, objetivos y tareas de mi puesto.	1	2	3	4	5
2.3	Me entero oportunamente de los cambios en personal administrativo que ocurren en la empresa.	1	2	3	4	5
2.4	Me han explicado cuáles son las prioridades de mi trabajo.	1	2	3	4	5
2.5	Tengo comunicación permanente con funcionarios de la oficina administrativa (principal).	1	2	3	4	5
2.6	Comunicarse con personal administrativo es fácil y no se presentan retrasos.	1	2	3	4	5
2.7	Sé a quién debo dirigir mis inquietudes, sugerencias, reclamaciones, etc.	1	2	3	4	5
3. LA COMUNICACIÓN Y LOS OBJETIVOS						
3.1	Conoce toda la información para lograr sus objetivos en el cargo	1	2	3	4	5
3.2	La información que tiene le permite lograr sus objetivos en el cargo	1	2	3	4	5
3.3	Ha tenido inconvenientes para cumplir sus objetivos por desconocimiento de información importante	1	2	3	4	5
3.4	Considera que cuando no logra objetivos del cargo, el factor más influyente es el desconocimiento de alguna información	1	2	3	4	5
3.5	Considera que fallas en la comunicación interna afecta el cumplimiento de los objetivos de toda la empresa	1	2	3	4	5
3.6	Considera que mejoras en los procesos de comunicación pueden mejorar la efectividad en el cumplimiento de objetivos	1	2	3	4	5
4. LA COMUNICACIÓN INTERNA						
4.1	Considera que la comunicación al interior de la empresa es efectiva.	1	2	3	4	5
4.2	La empresa fortalece la cultura organizacional a través de la comunicación interna	1	2	3	4	5
4.3	El flujo de comunicación le permite mantenerse al tanto de lo que sucede en la organización	1	2	3	4	5
4.4	La comunicación con su jefe es pertinente y permanente	1	2	3	4	5
4.5	Conozco la misión, visión y demás políticas institucionales de la empresa que me contrató	1	2	3	4	5
4.6	Los directivos organizacionales son un recurso para mantenerse bien informado	1	2	3	4	5
4.7	Cuando solicita información la recibe rápida y oportunamente	1	2	3	4	5
5. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN						
5.1	Hay estrategias comunicativas para mantener la información actualizada	1	2	3	4	5
5.2	Las reuniones periódicas son efectivas para mantenerlo informado de los procesos	1	2	3	4	5

administrativos y organizacionales					
5.3 Se dispone de una cartelera para comunicaciones importantes para todo el personal y se actualiza constantemente	1	2	3	4	5
5.4 Cuentan con un comunicado diario de las noticias de mayor interés	1	2	3	4	5

Sus opiniones adicionales son muy importantes para el desarrollo de este trabajo investigativo, por lo que lo invitamos a responder lo siguiente.

- a) ¿Considera que la comunicación al interior de la organización se puede mejorar? SI NO
- b) ¿Cómo mejoraría usted el tema de comunicación interna para mantenerse y/o que sus jefes lo mantengan informado?

- c) Escriba aquí cualquier otra opinión o sugerencia que consideres importante con respecto al tema de comunicación

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, H. (2002). Definición y enlace de la comunicación organizacional. En C. F. Collado, *La comunicación en las organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- Bartoli, A. (1992). *Comunicación y organización*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Castillo Esparcia, A. (2008). Estudio sobre el uso de las Tecnologías de la Comunicación en la comunicación interna. *Anagramas - Universidad de Medellín*, 93 - 105.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones*. Editorial Thomson.
- Costa, J. (2009). *DirCom Estrega de la Complejidad. Nuevos paradigmas para la Dirección de la comunicación*. Valencia: Publicaciones Universidad de Valencia.
- Fernández Collado, C. (2002). *La comunicación en las Organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- García Solarte, M. (2010). Clima Organizacional y su diagnóstico: Una aproximación conceptual. *Cuadernos de Administración Vol. 42*, 43-61.
- Goldhaber, G. (1986). *Comunicación Organizacional*. México: Editorial Diana.
- Gómez M., C. (1991). *Nuevas Tecnologías de Comunicación*. México: Editorial Trillas.
- Hernández Sampieri, R. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial McGraw Hill.
- Kreps, G. L. (1995). *La comunicación en las Organizaciones*. España: Addison-Wesley Iberoamericana.
- Krieger, M. (2001). *Sociología en las Organizaciones*. Argentina: Prentice Hall.
- Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (1988). *Comunicación organizacional práctica*. México: Editorial Trillas.

- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2006). *Sistemas de Información Gerencial*. México: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Pizzolante, I. (2004). *El poder de la comunicación estratégica*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento Organizacional*. México: Prentice Hall.
- Tessi Parisi, M. (s.f.). *Manuel Tessi Comunicación Interna*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2012, de http://www.manueltessi.com/articulos/que_hacemos_cuando_hacemos_ci.pdf
- Tessi Parisi, M. (s.f.). *Manuel Tessi Comunicación Interna*. Recuperado el 29 de Diciembre de 2012, de http://www.manueltessi.com/articulos/Debe_existir_un_area_de_Comunicacion_Interna.pdf
- Velilla, J. (17 de Marzo de 2008). *Impresiones Javier Velilla*. Recuperado el 20 de Octubre de 2012, de <http://www.javiervelilla.es/wordpress/2008/03/17/el-dircom-es-un-estratega-generalista-y-polivalente-joan-costa-dixit/>
- Yong Castillo, E. (2008). La formación de proyectos a través de las tecnologías de información y comunicación. *Revista Académica e Institucional de la UCPR*, 53 - 74.

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo EVELYN ALEXANDRA CORDÓN LÓPEZ

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 1032.446.226

Nombre Completo LUIS HERNANDO FLOREZ AMAYA

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 80.347.980

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

ESTUDIO COMPARATIVO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SUS
TECNOLOGÍAS ASOCIADAS EN DOS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,
ESPECÍFICAMENTE, ASEO Y SALUD.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: FUEJIN ALEXANDRA CORON
FIRMA: Alexandra Co
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 1032.416 226
FACULTAD: HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA ACADÉMICO: LENGUAS MODERNAS

NOMBRE COMPLETO: JOSÉ HERNANDO FLORES AMAYA
FIRMA: Hernando
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 80.197.930
FACULTAD: HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA ACADÉMICO: LENGUAS MODERNAS

NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: ENERO - 29 - 2013

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo EVELYN ALEXANDRA CORDÓN LÓPEZ

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 1032.446.226

Nombre Completo LUIS HERNANDO FLOPEZ AMAÑA

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 80.347.980

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

ESTUDIO COMPARATIVO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SUS
TECNOLOGÍAS ASOCIADAS EN DOS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,
ESPECÍFICAMENTE, ASEO Y SALUD.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: FUEZON ALEXANDRA COROÓN
FIRMA: Alexandra Co.
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 1032.416.226
FACULTAD: HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA ACADÉMICO: LENGUAS MODERNAS

NOMBRE COMPLETO: JOSÉ HERNANDO FLORES AMAYA
FIRMA: [Firma]
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 80.197.930
FACULTAD: HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA ACADÉMICO: LENGUAS MODERNAS

NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: ENERO-29-2013