

**REPÚBLICA DEL ECUADOR
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA**



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo

**ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**CARRERA DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO EN LA
PRODUCTIVIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
OSCUS AGENCIA TENA.**

Tesis de Grado, presentado como requisito parcial para optar por el Título de Tecnólogo en Administración de Empresas Mención Contabilidad y Auditoría.

AUTOR: Jairo Italo Narváez Marcillo.

DIRECTORA DE TESIS: Lcda. Roxana Elizabeth León Lara. Mg.

Tena – Ecuador

2019

**LCDA. ROXANA ELIZABETH LEÓN LARA, MG,
DOCENTE DE LA CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCION CONTABILIDAD Y AUDITORÍA.**

CERTIFICA:

Que el presente Trabajo de Titulación titulado “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS AGENCIA TENA” desarrollado por Jairo Italo Narváz Marcillo, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Tena, 30 de septiembre del 2019

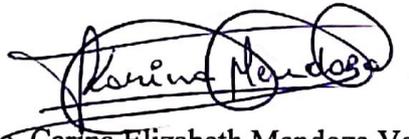


Lcda. Roxana Elizabeth León Lara, Mg.
DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS AGENCIA TENA”, presentado por el Señor: Jairo Italo Narváez Marcillo, estudiante de la carrera de Administración de Empresas Mención Contabilidad y Auditoría, del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Tena, 19 de noviembre del 2019



Eco. Carina Elizabeth Mendoza Vergara

PRESIDENTA DEL TRIBUNAL



Ing. Natali Maribel Freire Tixe

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Pisc. Bélgica Marlene Orozco Castillo

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, Jairo Italo Narvárez Marcillo, declaro ser autor del presente Trabajo de Titulación y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTOR:



JAIRO ITALO NARVÁEZ MARCILLO

CEDULA: 150095771-5

FECHA: Tena, 30 de septiembre del 2019

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR

Yo, JAIRO ITALO NARVÁEZ MARCILLO, declaro ser autor del Trabajo de Titulación titulado: “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS AGENCIA TENA”, como requisito para la obtención del Título de: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 30 de septiembre del 2019, firma del autor.

AUTOR: Jairo Italo Narvárez Marcillo.

FIRMA: 

CÉDULA: 1500957715

DIRECCIÓN: Archidona

CORREO ELECTRÓNICO: jairo290596@gmail.com

TELÉFONO: (06) 287 3940

CELULAR: 0987405831

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Lcda. Roxana Elizabeth León Lara. Mg.

TRIBUNAL DEL GRADO:

Eco. Carina Elizabeth Mendoza Vergara. (Presidenta)

Ing. Natali Maribel Freire Tixe. (Miembro)

Pisc. Bélgica Marlene Orozco Castillo. (Miembro)

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer. A mis padres, hermanas y hermano que con apoyo incondicional y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

Jairo Italo Narváez Marcillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres por ser mi pilar fundamental a mis hermanas y hermano por haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

Agradezco a mi directora de tesis Lcda. Roxana León quien con sus consejos, experiencia, conocimiento y motivación me oriento en la investigación. Al Ing. Wilson Borja por sus consejos, enseñanzas, apoyo y amistad brindada en todo este tiempo de estudio.

Agradezco a los todos docentes del Instituto Superior Tecnológico Tena con quienes compartí todos estos años de estudio que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional.

Jairo Italo Narváez Marcillo

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
CERTIFICADO DEL TUTOR	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
AUTORÍA.....	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
A. TÍTULO	xiii
B. RESUMEN.....	xiv
C. ABSTRAC	xv
D. INTRODUCCIÓN	16
E. OBJETIVOS.....	18
5.1. Objetivo general	18
5.2. Objetivos específicos.....	18
F. REVISIÓN DE LITERATURA.....	19
6.1. Antecedentes investigativos	19
6.1.1. Antecedentes internacionales	19
6.1.2. Antecedentes nacionales.....	20
6.2. Organización	21
6.2.1. Comunicación organizacional.....	22
6.2.2. Comunicación interna.	23
6.3. Rendimiento productivo de las empresas.....	27
6.3.1. Factores que influyen en la productividad de las empresas	28
6.4. Gestión de recursos humanos	29
6.5. Fundamentación Legal	30
6.6. Glosario de términos	32
G. MATERIALES Y MÉTODOS	36

7.1.	Materiales.....	36
7.1.1.	Equipos.....	36
7.1.2.	Herramientas.....	36
7.1.3.	Instrumentos.....	36
7.2.	Métodos.....	37
7.3.	Ubicación del área de estudio.....	37
7.3.1.	Ubicación política.....	37
7.3.2.	Ubicación geográfica.....	38
7.4.	Aspectos biofísicos y climáticos.....	38
7.5.	Tipo de investigación.....	39
7.5.1.	Primer objetivo.....	39
7.5.2.	Segundo objetivo.....	40
7.5.3.	Tercer objetivo.....	40
H.	RESULTADOS.....	41
8.1.	Primer objetivo.....	41
8.2.	Segundo objetivo.....	41
8.3.	Tercer objetivo.....	52
8.3.1.	Historia.....	52
8.3.2.	Misión.....	53
8.3.3.	Visión.....	53
8.3.4.	Política integrada.....	53
8.3.5.	Valores.....	53
8.3.6.	Principios.....	54
8.3.7.	Servicios.....	54
8.3.8.	Oficinas operativas.....	55
8.3.9.	Propuesta.....	55
8.3.10.	Estrategias de comunicación para mejorar la productividad en la Cooperativa OSCUS.....	59
I.	DISCUSIONES.....	65
J.	CONCLUSIONES.....	69
K.	RECOMENDACIONES.....	70
L.	BIBLIOGRAFÍA.....	71
M.	ANEXOS.....	76

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1. Análisis de la distribución del personal.....	42
Cuadro No. 2. Existe comunicación interna continúa.....	43
Cuadro No. 3. Califique el nivel de relación laboral.....	44
Cuadro No. 4. Frecuencia de reuniones para los niveles de comunicación	45
Cuadro No. 5. Colabora para facilitar la comunicación.....	46
Cuadro No. 6. Considera que una buena comunicación mejora la productividad	47
Cuadro No. 7. Existe instructivo en lo que es comunicación.....	48
Cuadro No. 8. Quién está a cargo de la comunicación en la cooperativa	49
Cuadro No. 9. La Comunicación favorece el cumplimiento de los objetivos.....	50
Cuadro No. 10. La gerencia tiene estrategias comunicacionales	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Análisis de la distribución del personal.	42
Gráfico 2. Existe comunicación interna continúa	43
Gráfico 3. Califique el nivel de relación laboral	44
Gráfico 4. Frecuencia de reuniones para evaluar los niveles de comunicación....	45
Gráfico 5. Colabora para facilitar la comunicación	46
Gráfico 6. Considera que una buena comunicación mejora la productividad.....	47
Gráfico 7. Existe instructivo en lo que es comunicación	48
Gráfico 8. Quién está a cargo de la comunicación en la cooperativa	49
Gráfico 9. La comunicación favorece el cumplimiento de los objetivos	50
Gráfico 10. La gerencia tiene estrategias comunicacionales	51

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Solicitud de autorización para la investigación en la OSCUS	76
Anexo 2. Carta de autorización emitida por parte de la OSCUS	77
Anexo 3. Encuesta dirigida a los directivos y empleados de la OSCUS	78
Anexo 4. Modelo de entrevista	80
Anexo 5. Fotografías	81

A. TÍTULO

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS AGENCIA TENA.

B. RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo: analizar la comunicación organizacional y su impacto en la productividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS agencia Tena, para cumplir este objetivo se utilizó la investigación bibliográfica, para obtener conceptos y aportes de autores, en el componente de materiales se enumeran los: equipos, insumos, materiales utilizados en la investigación; se pone la ubicación geográfica, en esta caso la empresa se localiza en el cantón Tena, en la calle 15 de noviembre y avenida. Pano, en los métodos se identifica la investigación con el enfoque cualitativa – cuantitativa; los métodos de investigación fueron: de campo para obtener la información primaria y el método de investigación descriptiva, para relatar el fenómeno tal como se presenta en el problema; de lo cual se concluyó que la comunicación en la Cooperativa OSCUS es de muy buena a excelente, existe la colaboración de los empleados para facilitar el proceso, también que todas las estrategias de comunicación inciden o tienen la finalidad de mejorar la productividad en el ámbito del crecimiento financiero y social, se hizo un informe descriptivo de la situación de la comunicación en la organización, haciendo comentarios y recomendaciones para fortalecer los procesos de comunicación en relación a la productividad, lo más importante es que se tome en cuenta al talento humano como pilar fundamental para generar productividad y por lo tanto las estrategias que se utilicen para comunicarse debe ser adecuadas, a fin de motivar y no que se genere desmotivación.

Palabras clave: INVESTIGACIÓN, COMUNICACIÓN, PRODUCTIVIDAD, MÉTODOS, ORGANIZACIÓN, COOPERATIVA OSCUS.

C. ABSTRAC

The objective of this research work was: To analyze the organizational communication and its impact on productivity in the OSCUS Association of saving and credit Tena agency, to fulfill this objective, bibliographic research was used to obtain concepts and contributions from authors, it was structured a chapter of materials, the geographical location, which determines that the entity is in Tena canton, on the 15 de November and Pano avenue. The research approach was qualitative – quantitative; field research was also used in order to obtain primary information and descriptive research, to report the phenomenon as presented; from which it was concluded that the communication in the OSCUS Association is from very good to excellent because there is the collaboration of the employees to facilitate the process, also that all the communication strategies affect or have the purpose of improving productivity in the field of financial and social growth, a descriptive report of the communication situation in the organization was made, making comments and recommendations to strengthen the communication processes in relation to productivity, the most important thing is that the human talent is taken into account as a fundamental pillar to generate productivity and therefore the strategies that are used to communicate must be adequate in order to motivate to all the employees.

Keywords: Research, communication, productivity, methods, organization, OSCUS Association, saving and credits, financial and social growth.

Reviewed by


BA. Gissela Solórzano Intriago



Coordinator of English Language Center ISTT
C.C. 1313303941

D. INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional es uno de los principales ejes para afrontar los retos que se presentan para la expansión en el mercado, la calidad y la competitividad. Por ello la visión empresarial no debe enfocarse solo en la parte económica y de producción sino también se debe incluir a la comunicación, la cultura e identidad como nuevas alternativas para el accionar empresarial ya que estos tres aspectos establecen un sistema nervioso central del resto de procesos de la dinámica integral dentro de una empresa (Balarezo, 2014).

En el Ecuador la comunicación organizacional ha ido tomando fuerza hasta llegar a ser una parte fundamental para el fortalecimiento y desarrollo institucional, dirigido principalmente a las acciones comunicativas que se basan en los vínculos internos que se van proyectando en la práctica y visibilidad de la institución financiera (Carvajal, 2015).

Por parte del autor se determina que, en el cantón Tena, las mejoras en el tema de comunicación organizacional en las entidades del sector financiero y de otras que prestan servicio, no tiene la importancia adecuada, considerando que es fundamental para la productividad, ya que el desempeño y cumplimiento de objetivos depende de una adecuada manera de comunicar lo que se espera alcanzar.

La Cooperativa OSCUS se rige por sus principios institucionales que se basan en los valores de acuerdo con la Declaración de Identidad acordados en Manchester, que define los siete principios cooperativos fundamentales, entre los principales tenemos la integridad, el respeto y la honestidad (Basantez, 2010).

La falta de comunicación interna dentro de una organización financiera puede generar algún impacto negativo dentro del ambiente laboral de los trabajadores alterando la armonía y principalmente la imagen la organización ya sea a mediano o largo plazo donde involucra el bienestar de la población actual como también de las generaciones venideras.

Por ello, transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro de la empresa, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la empresa son algunos de los objetivos que persigue la comunicación interna (Basantez, 2010).

El trabajo desarrollado facilita generar conocimientos sobre lo que es la comunicación y el desarrollo organizacional, ya que cada Entidad tiene sus particularidades, y se tienen argumentos conceptuales para los estudios de CASO, como ejemplos para situaciones similares.

La Cooperativa OSCUS, sucursal Tena, está ubicada en la avenida 15 de noviembre, es la institución en la que se realizó la investigación; la factibilidad se generó en base a la predisposición de la entidad para facilitar la realización del trabajo de investigación.

Lo más importante como producto final de este trabajo, es el modelo comunicacional que aplica la cooperativa y el impacto sobre la productividad, en un informe crítico propositivo, que facilite el mejoramiento de la comunicación en la entidad.

E. OBJETIVOS

5.1. Objetivo general

Determinar la situación actual de la comunicación organizacional y su impacto en la productividad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS de la ciudad del Tena, provincia de Napo, para identificar falencias y sugerir correctivos.

5.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar el manejo de la comunicación organizacional y la productividad de la Cooperativa OSCUS.
- Evaluar el rendimiento institucional de la cooperativa mediante la aplicación de instrumentos de Investigación.
- Elaborar una propuesta de estrategias comunicacionales, que facilite mejorar la productividad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS.

F. REVISIÓN DE LITERATURA

6.1. Antecedentes investigativos.

Como parte del marco teórico, los antecedentes de la investigación se refieren a la revisión de trabajos previos sobre el tema en estudio, realizados en instituciones de educación superior. Constituyen fuentes primarias, ya que aportan los datos del estudio, sean de naturaleza numérica o verbal: muestra, población, categorías emergentes, resultados y validaciones, entre otros (Sampieri, 2014)

Estos hacen referencia a la teoría que existe sobre las variables de la investigación, es decir, a todo aquello que se ha escrito sobre tales variables ya sea a nivel nacional, regional o internacional. Estos estudios no son de campos (o experimentales) sino básicamente teóricos, no son producto de un trabajo de campo y no han sido generados por la aplicación de instrumentos. (Orozco & Díaz, 2018)

En este contexto, con los antecedentes investigativos, se busca enriquecer los conocimientos del investigador sobre el tema identificado, ya que en los trabajos de investigación que se han logrado los objetivos, se emiten experiencias interesantes de los investigadores.

6.1.1. Antecedentes internacionales

La comunicación organizacional es una joven disciplina que tiene sus matrices conceptuales y teóricas en la Psicología Social, la Sociología y las Ciencias de la Administración, por ello ha sido explicada a través de enfoques mecánicos, psicológicos, sistémicos, contingenciales, interpretativos y críticos, los cuales han estado escasamente asociados a los cuerpos conceptuales que han estudiado la comunicación masiva a pesar de tener puntos coincidentes. Sin embargo, actualmente se aprecian nuevas tendencias en su estudio e interpretación, así como

su presencia en lo que se ha dado en llamar campo de la Comunicación Social. (Saladrigas , 2015)

Se resume el origen de la comunicación, pero sobre todo se hace notar la importancia de la comunicación social, que es como se denomina en la actualidad y que se considera una forma masiva de comunicarse.

La presente investigación tiene como finalidad analizar los vínculos existentes entre comunicación corporativa, relaciones públicas y logística en el marco de la dinámica organizacional; como reflexión preliminar del proyecto de investigación “Auditoría de comunicación como herramienta de control gerencial”, para lo cual se requiere definir la dinámica organizacional; establecer los elementos que sirven de soporte a la comunicación corporativa; identificar los aspectos fundamentales de la logística organizacional; establecer los aspectos fundamentales de las relaciones públicas en el marco de las organizaciones; y determinar los vínculos entre las funciones de comunicación corporativa; relaciones públicas y logística. (Rincón Quintero, 2014)

La parte importante de resaltar es la posibilidad de identificar aspectos fundamentales de la logística organizacional, en base a la comunicación, considerando que el comunicarse es parte del quehacer de las personas.

6.1.2. Antecedentes nacionales

La presente investigación se la ha realizado en base al problema existente que atraviesa la organización, con el objetivo de brindar una solución eficaz. La problemática nace de la deficiente comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE. (Balarezo, 2014)

Como la mayoría de investigaciones, nacen de un problema que está presente en una Organización, esto es lo que promueve al investigador tratar de buscar una solución al problema de la comunicación organizacional en una empresa privada.

“Gestión de la comunicación interna organizacional en la optimización del clima laboral y resolución de conflictos”, resume:

En general, las organizaciones y empresas en el Ecuador conservan ciertas debilidades en cuanto al manejo de la comunicación organizacional con el público interno, influyendo tanto en las interrelaciones de la empresa como en la imagen y en la relación con sus clientes y el entorno. No se debe dejar a un lado la falta de conocimiento y quizás la falta de interés de quienes tienen la decisión y autoridad administrativa, ya que con el manejo descuidado de estos elementos que en su momento son fundamentales para la gestión empresarial, se consigue como resultado, el mal aprovechamiento de los recursos tanto materiales como humanos, los cuales se reflejan en los resultados financieros y en los objetivos de la organización. (Cardona, 2012)

Se identifica los problemas que se tiene con las organizaciones en el tema comunicacional, de acuerdo a una visita preliminar, se determina que la Cooperativa OSCUS, también tiene problemas internos de comunicación, que facilita promover un trabajo de investigación, para identificar exactamente los problemas en la Institución.

6.2. Organización

Una organización es un sistema de actividades conscientemente coordinadas, formado por dos o más personas cuya cooperación recíproca es esencial para su existencia y creación de una organización; la organización existe cuando: hay personas capaces de comunicarse, están dispuestas a actuar conjuntamente y desean obtener un objetivo común. (Chiavenato, 2011)

La organización es pues un sistema orgánico inmerso en un medio hostil con el que se intercambia energía, materia, información y dinero, es decir, que la organización es un sistema socio-técnico abierto, el cual posee, relaciones de entradas (insumos), salidas(productos) y retroalimentación o ciclos de retorno para modificar el propio sistema, en estructura, operación, función o propósito, permitiendo su permanencia en el tiempo, además de procesos internos de readaptación, construcción y auto

reparación, que le permiten interrelacionarse adecuadamente con un entorno. (Velásquez, 2017)

Está demostrado que una organización está conformada por dos o más personas, que tienen capacidad de comunicarse y tienen objetivos comunes, se unen para lograr desarrollo y en algunos casos bienestar, así como ejemplo el matrimonio es una forma de organizarse, ahora la Cooperativa OSCUS, es una organización del componente de la economía popular y solidaria.

6.2.1. Comunicación organizacional.

La comunicación es un fenómeno que ha estado presente desde el origen de la humanidad, en diversas manifestaciones: oral, escrita, pictográfica, kinésica, paralenguaje, proxémica, entre otras. Siendo ésta misma la amalgama entre el ser humano y las relaciones entre ellos. Por lo anterior, el estudio de la comunicación se vuelve de vital importancia, ya que, si se cuenta con una estrategia de comunicación adecuada dentro de la organización, la empresa logrará ser más efectiva y productiva. (Soria & Pérez, 2013)

Comprender la comunicación como un proceso permanente de transmisión y recepción de valores, actitudes, acciones e ideas, nos permite crecer y desarrollarnos como grupos y organizaciones que tienen la firme convicción de superar las adversidades y de alcanzar más dignidad en favor de la vida. (Favaro, 2013)

Primero explica que la comunicación siempre estuvo, se diría desde los orígenes del hombre, sin embargo, hablar de comunicación organizacional tiene otro nivel ya que se trata de lograr efectividad y ser productiva, es decir se da un valor agregado a la comunicación, ya que se trata de dar y recibir ideas, valores, actitudes, acciones, por eso que la gente aprende comunicándose.

6.2.2. Comunicación interna.

Si bien la teoría siempre nos marca el lado positivo del actuar de las empresas, en la realidad frecuentemente ocurre lo contrario, nos topamos con empresas que no contienen formas de actuar adecuadas y que en muchas de las ocasiones una mala dirección lleva a la empresa a una variedad de problemas. La carencia de sistemas comunicacionales bien establecidos dentro de las empresas, así como la poca importancia que se le da a la comunicación dentro de las organizaciones, afecta el logro de objetivos y metas organizacionales. (Soria & Pérez, 2013)

Considera que éste se dirige a los empleados de la empresa partiendo de los principios siguientes:

- Dirige su atención al cliente –empleado– y a su información.
- Se ocupa del tratamiento de las quejas y de la mejora de las condiciones laborales del empleado.
- Procura la instrumentación de la organización para incrementar la iniciativa del personal.
- Concentración directa y personalizada en el empleado. Pese a que el autor no utiliza la denominación de marketing interno, estos objetivos descansan en la base de lo que según diversos autores –entre ellos. (Ansedo, 2010)

Al hablar de comunicación interna en las organizaciones se debe referir necesariamente a la comunicación de los jefes, administradores y personal dentro de la organización, en todo lo referente a la transmisión a lo que son actos de recibir y entregar mensajes.

Importancia de la comunicación interna.

Se realiza una lista del por qué es necesaria la comunicación dentro de una organización:

- Conduce a una mayor efectividad.
- Ayuda a que las personas sean tomadas en cuenta.
- Permite que los miembros sientan que participan en la empresa y aumentan la motivación para tener un buen desempeño.
- Aumenta el compromiso con la organización.
- Logra mejores relaciones y entendimientos entre colegas, jefes y subordinados, así como las personas dentro y fuera de la empresa.
- Ayuda a los empleados a entender la necesidad de cambios, cómo manejarlos, y cómo reducir la resistencia al cambio.
- Los procesos comunicacionales se vuelven parte fundamental del éxito de una empresa, si se cuenta con un sistema de comunicación que genere confianza, baja incertidumbre, participación, así como una serie de sentimientos positivos, los empleados trabajaran en armonía. (Soria & Pérez, 2013)

Las organizaciones no son ajenas a los cambios y avances tecnológicos y el estudio de las comunicaciones en las organizaciones adquiere una gran importancia, tal es así que aproximadamente el 80% del tiempo de los gestores de las organizaciones se dedica a solventar cuestiones en las que la comunicación tiene una incidencia decisiva. (Ansede, 2010)

Facilita el intercambio de: hechos, opiniones, ideas, actitudes y emociones dentro de la organización, conduce a una mayor efectividad que es lo que busca la Cooperativa OSCUS y es en lo que se enmarcan los objetivos de la investigación para tratar de mejorar la productividad de la entidad financiera.

Tipos de comunicación interna

Se identifica dos tipos de comunicación interna:

- **Comunicación formal:** es la comunicación directa a través de los canales existentes en el organigrama de la empresa que se deriva de la alta administración. El mensaje se transmite y se recibe dentro de los canales formalmente establecidos por la empresa.
- **Comunicación informal:** se desarrolla fuera de los canales de comunicación establecidos por el organigrama y es todo tipo de relación social entre los colaboradores. De esta manera, los funcionarios pueden obtener más información a través de los conocidos rumores. A través de ella, se puede conseguir información sobre opiniones e insatisfacciones de los colaboradores sobre el clima organizacional. (Montoya, 2018)

Se pueden clasificar distintos tipos de comunicación según la manera en que se produzcan. Damos aquí algunos ejemplos.

- **Formal:** es la comunicación cuyo contenido está relacionado con aspectos institucionales. En general, se utiliza la escritura como medio (como comunicados, memorandos). La velocidad es lenta debido a que tiene que cumplir todas las formalidades establecidas.
- **Informal:** es el tipo de comunicación que contiene aspectos institucionales, pero utiliza canales no oficiales (por ejemplo, la reunión alrededor del botellón de agua, encuentros en los pasillos). Es más veloz que la formal.
- **Vertical:** es la comunicación que se genera en las áreas directivas de la organización y desciende utilizando los canales oficiales. En una comunicación corporativa óptima, debería existir la comunicación vertical ascendente que posibilite el intercambio.

- **Horizontal:** conocida también como comunicación plana y ubica a todos los actores en un mismo nivel de información y de circulación de la misma. Generalmente se produce entre las personas de un mismo nivel. Muy pocas veces se utiliza los canales oficiales y es totalmente informal por lo que es difícil operar sobre ella. (Favaro, 2013)

Se concluye que la clasificación de los tipos de comunicación, tiene mucho que ver con el criterio de los autores, pero en general se tienen dos tipos de comunicación que son la interna referida a los actos comunicacionales dentro de la organización y la externa de los entes de la organización con el usuario, cliente sociedad u otro rango de representación de persona natural y jurídica. Dentro de estas existen grupos que se pueden definir como horizontal y vertical, la primera de jefe a subordinado y la segunda igual, pero tomando en cuenta los niveles.

Acciones de la comunicación interna.

La misma autora asevera: “Las organizaciones nacen por una inquietud o necesidad de cumplir uno o más objetivos, el cual o los cuales sólo pueden lograrse mediante esfuerzos y acciones conjuntas de un grupo de personas, de tal forma que la colaboración colectiva supera las limitaciones individuales y logran cierto grado de efectividad a través de acciones convenidas y coordinadas con otros. Desde el momento que surge dicha idea, una inquietud o necesidad, y no es posible llevarla a cabo de manera individual entramos en el terreno de la comunicación para formar una organización”. (Cardona, 2012)

La comunicación organizacional se estructura por medio de mensajes. Una cadena comunicativa, cualquiera que sea su longitud, se articula mediante una serie de eslabones: los mensajes que se producen entre dos sujetos. Es obvio que en la organización hay muchos mensajes circulando a través de soportes escritos o técnicos. (Ansede, 2010)

La comunicación promueve generar acuerdos para lograr los objetivos ya que solo se pueden lograr mediante esfuerzos comunes, de nada serviría si se trabaja cada uno aisladamente, esto es importante tener en cuenta ya se trata de una cadena comunicativa que se articula mediante eslabones o fases en donde se transmiten y reciben mensajes que circulan dentro y fuera de la organización, por más que sea interno a veces los mensajes emigran así por ejemplo rumores de que una cooperativa está en quiebra.

6.3. Rendimiento productivo de las empresas

Si bien al interior de las organizaciones hay componentes controlables o que se pueden coordinar en lo referente a la comunicación existen elementos que deben tomarse en cuenta y que afectan sus acciones internas como el hecho de que estas se encuentra con un contexto cambiante, una época compleja, competida y cargada de incertidumbre, teniendo que buscar las mejores estrategias para acrecentar sus recursos y seguir en el mercado, privilegiando para ello la cultura y clima de la organización entre otros aspectos claves. (Saladrigas , 2015)

Mediante la comunicación organizacional interna se aportará a la productividad, sin embargo, algunos autores comprueban en un estudio realizado a Micro, pequeñas y medianas empresas, una relación positiva entre información y producción, en empresas con nueve o más empleados, en su estudio son las que tienen los mejores sistemas de información para la toma de decisiones y en las que existe más confianza entre sus integrantes. Además, mayor información para la toma de decisiones es un factor que coincide con el aumento de la producción. (Montoya, 2018)

Los dos autores coinciden en la necesidad de comunicarse para ser más productivo, es decir cuando mejor es la comunicación interna mejor productividad se consigue, en relación a esto se toma el siguiente párrafo: “Si el gerente no mantiene a sus subalternos inmediatos bien informados acerca de sus propias actividades, se sentirán perdidos, no podrán trabajar de manera comprensiva y serán privados del

goce que provoca la comprensión del hecho de formar parte del cuadro total”. (Eliott, 2014).

Significa entonces que para mejorar el rendimiento productivo de las empresas a más de disponer de todos los recursos necesarios se debe tener una adecuada comunicación interna.

6.3.1. Factores que influyen en la productividad de las empresas

“La productividad es una medida del grado en el que se ponen a buen uso sus recursos, incluyendo su recurso humano”. (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2016)

Se describen tres factores que influyen en la productividad:

El capital humano: incluye las competencias, la actitud y la agilidad intelectual de las personas que forman la entidad. Recoge los conocimientos, aptitudes, motivación, formación, etcétera, de las personas trabajadoras; así como, el sistema de remuneración y política de contratación que posibilitan tener los efectivos adecuados para el futuro. En este sentido, la situación relativa de hombres y mujeres, el capital humano potencial de la empresa, y su posibilidad de actuar en la empresa resultarán determinantes para el resultado empresarial.

El capital estructural: es aquel conocimiento que la empresa internaliza y que permanece en la organización, ya sea en su estructura, en sus procesos o en su cultura, aun cuando los empleados y empleadas abandonan esta. Las políticas de igualdad de oportunidades, el clima laboral, la cultura organizacional están fuertemente afectadas por el grado de igualdad existente y su formalización, ya que los procesos informales están muy vinculados con las personas concretas dentro de la organización.

El capital relacional: consiste en las relaciones con el exterior que aportan valor a la empresa. La diversidad interna permite que surjan formas diversas de relacionarse con el exterior, lo que supone la posibilidad de adaptarse en mayor medida a un entorno cambiante y de incertidumbre. (González & Henar , 2012)

Estos tres componentes claves son lo que mantiene la productividad de las empresas, además de los recursos disponibles que se mencionan también, pero una cosa importante es la estructura de la empresa, ya que de esto depende mucho, en algunas ocasiones los empleados se cambian, pero cuando se tiene una estructura sólida la productividad se sostiene de alguna manera, en resumen son elementos y componentes que interactúan en la productividad, estos se les denomina recursos, dentro de los cuales están los humanos que tienen la capacidad de comunicarse.

6.4. Gestión de recursos humanos

“Cuando se habla de la administración de los recursos humanos, se toma como referencia la administración de las personas que participan en las organizaciones en las cuales desempeñan determinados roles. Las personas pasan la mayor parte del tiempo viviendo y trabajando en organizaciones” (Chiavenato, Administración de recursos humanos, 2014).

- Existe un vínculo entre el recurso humano y la productividad empresarial, así como también entre el recurso humano y la competitividad. Usted ve cómo las personas influyen en la productividad y hacen que su negocio sea más competitivo, lo que se traduce en un mejor rendimiento y mayores ganancias.
- El recurso humano es importante para la productividad y la rentabilidad de su empresa. Usted se beneficia al tratar a su personal con respeto y comprensión.
- Los empleados competentes y que tienen una actitud positiva son un factor decisivo en el aumento de la competitividad de su negocio.

Una mejor capacitación de los empleados eficientes dará lugar a más ventas. Debe prestarse atención al proceso de selección para evitar tener una plantilla excesiva y contratar a empleados eficientes. También, garantizar un lugar de trabajo seguro y saludable reducirá la pérdida de productividad debido a la mala salud o a la rotación de los trabajadores. (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2016)

El tema de la gestión del Talento Humano, es amplio por eso que se estudia como un elemento particular, sin embargo, para resumir el talento humano necesita capacitación y actualización permanente, adecuados canales de comunicación un sistema de incentivos y reconocimientos a su labor y que se respeten sus derechos que están concebidos en las leyes y normas del Estado.

6.5. Fundamentación Legal

La Constitución de la República del Ecuador establece:

El artículo 283, establece que el sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios;

El artículo. 309, señala que el sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario;

El artículo 311, señala que el sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria;

El artículo 319 establece que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas;

En él (Registro Oficial 444, 2011), de esta Ley se rescata los componentes más importantes que se relacionan con la investigación según la (Asamblea Nacional, 2014)

Sección 3. De las Organizaciones del Sector Cooperativo

Art. 21.- Sector Cooperativo. - Es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social.

Las cooperativas, en su actividad y relaciones, se sujetarán a los principios establecidos en esta Ley y a los valores y principios universales del cooperativismo y a las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

Art. 22.- Objeto. - El objeto social principal de las cooperativas, será concreto y constará en su estatuto social y deberá referirse a una sola actividad económica, pudiendo incluir el ejercicio de actividades complementarias ya sea de un grupo, sector o clase distinto, mientras sean directamente relacionadas con dicho objeto social.

6.6. Glosario de términos

Ámbito: Se refiere al campo de acción de una estrategia o trabajo que se está realizando, permite describir al contorno o límite perimetral de un sitio, lugar, espacio o territorio. La idea de ámbito, por lo tanto, puede presentarse como aquella que refiere al área que está contenida o comprendida dentro de ciertos límites.

Comunicación: Acción de intercambiar mensajes, opiniones, recomendaciones otros elementos de importancia. Es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones.

Comunicación Organizacional: Ocurre dentro de un sistema complejo y abierto que es influenciado por el medio ambiente e influye en él; implica mensajes, flujos, propósitos, dirección y medios empleados, se involucran actitudes, sentimientos, relaciones y habilidades personales.

Comunicación formal: Es aquella en donde los mensajes siguen los caminos oficiales dictados por la jerarquía y especificados en el organigrama de la organización. Por regla general, estos mensajes fluyen de manera descendente, ascendente u horizontal. Aquella que las organizaciones adoptan como algo formal mediante documentos escritos.

Comunicación descendente: Sirve para enviar los mensajes de los superiores a los subordinados. Uno de los propósitos más comunes de estos comunicados es proporcionar las instrucciones suficientes y específicas de trabajo: quién debe hacer qué, cuándo, cómo, dónde y por qué.

Comunicación ascendente: Es la que va del subordinado hacia los superiores. El principal beneficio de este tipo de comunicación es ser el canal por el cual la administración conoce las opiniones de los subordinados, es importante subrayar, que este tipo de comunicación es una manera de estar en contacto con las necesidades del empleado y una forma eficaz para la toma de decisiones adecuadas.

Comunicación horizontal: Es lo que se desarrolla entre personas de un mismo nivel jerárquico en donde los individuos tienen la posibilidad de comunicarse directamente entre sí. Está relacionada con la formación de grupos dentro de una organización.

Comunicación informal: Es establecida por los propios empleados sobre lo que pasa en la propia organización. Comunica asuntos y situaciones reales o percibidas y no por eso es menos importante. Generalmente es la verbal, la que no es oficial, mediante los documentos escritos.

Comentarios: Versiones que se generan en relación a un tema y que pueden ser positivos o negativos. Es una apreciación o escrito sobre cualquier cosa puesta en análisis. El comentario implica emitir un juicio valorativo, lo que implica que es totalmente diferente a una opinión o una publicación.

Competencia: aptitud; cualidad que hace que la persona sea apta para un fin. Suficiencia o idoneidad para obtener y ejercer un empleo. Idóneo, capaz, hábil o propósito para una cosa. Capacidad y disposición para el buen desempeño.

Dinámica: Que es amplia, se interrelaciona fácilmente, no tiene restricciones, facilita procesos. También es posible hablar de distintos cambios en el mercado que están sujetos a leyes específicas, como la oferta y la demanda.

Externa: Referido en este caso a lo que está fuera de la organización. Es aquella que se dirige al público exterior, es decir, la que emite un mensaje fuera de la empresa. Este tipo de comunicación está enfocada a la opinión pública (ciudadanos, instituciones, etc). El principal objetivo de la comunicación externa es informar sobre la empresa, a la vez que actuar e influir sobre la imagen que se da de ésta.

Interno: Que se encuentra dentro de la organización y se puede controlar fácilmente. Es aquella que va dirigida a la empresa, es decir, los empleados, sea cual sea su rango dentro de la organización, está ligado a la necesidad de las compañías de motivar a su equipo humano, de integrarlo en el sí de la organización

y es que, con un personal motivado, la empresa puede ser más competitiva y eficiente.

Indicadores de productividad: Son herramientas aplicadas frecuentemente en la gestión empresarial, con el fin de evaluar el rendimiento y la eficiencia de los procesos en las empresas. Básicamente, sirven para medir la cantidad de recursos que utilizan las empresas para generar un producto o servicio en particular.

Organización: Es una unidad social rigurosamente coordinada, compuesta de dos o más personas, que funciona en forma relativamente constante para alcanzar una meta o un conjunto de metas comunes. Grupo de personas unidas por un bien común pueden ser de derecho o, de hecho.

Opinión: Se hace un comentario sobre una situación con el afán de mejorar generalmente. Es la valoración subjetiva en relación con un tema determinado, o para describir el concepto o fama en que se tiene a una entidad o cosa

Productividad: Que logra niveles adecuados de producción dentro del ámbito de su trabajo. Es la cantidad de productos obtenida mediante un sistema productivo y los recursos empleados en su producción. En este sentido, la productividad es un indicador de la eficiencia productiva.

Productividad laboral: Es un indicador de eficiencia que se obtiene de la relación entre el producto obtenido y la cantidad insumos laborales invertidos en su producción. En este sentido, el objetivo de toda empresa es un alto nivel de productividad, es decir, un alto aprovechamiento de los recursos en el proceso de producción que redunde en una mayor producción, y, en consecuencia, una mayor rentabilidad.

Responsabilidad económica: Sostiene que las organizaciones son la unidad económica básica de la sociedad, cuya responsabilidad es generar los productos y servicios que la sociedad requiere y maximizar las utilidades para sus propietarios y accionistas.

Responsabilidad ética: Considera los comportamientos que no necesariamente están enmarcados en la ley o en los intereses económicos de la organización, pero que velan por la justicia, equidad e imparcialidad con la que se trata a las personas.

Talento Humano: Referido al capital humano de una organización, empresa o Institución. Consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también como control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo.

G. MATERIALES Y MÉTODOS

7.1. Materiales.

Para cumplir los objetivos de la investigación se utilizaron los siguientes equipos, herramientas e instrumentos:

7.1.1. Equipos.

- Computadora.
- Impresora
- Cámara fotográfica
- Cámara de video.

7.1.2. Herramientas.

- Esferográfico.
- Papel bond.
- Memoria USB
- Apoya manos

7.1.3. Instrumentos.

- Internet
- Libros.
- Revistas
- Trípode para cámara.
- Encuestas

- Entrevistas

5.1.4. Insumos

- Información recopilada
- Aportes teóricos de los autores

7.2. Métodos.

Se debe indicar que la investigación no es experimental, se trata de una investigación cualitativa, en donde las ideas se expresan en forma ordenada, tratando de explicar el impacto de la comunicación en el desarrollo de la organización en este caso de la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS.

7.3. Ubicación del área de estudio.

El lugar de la investigación se ubica en el cantón Tena, capital de la provincia de Napo, en donde viven 62000 habitantes, y existen 11 Instituciones financieras que se vinculan al sector de la economía popular y solidaria; la provincia de Napo, está en la parte central de la Amazonía ecuatoriana.

7.3.1. Ubicación política

- Provincia: Napo
- Cantón: Tena
- Parroquia: Tena
- Dirección: Avenida Pano y avenida 15 noviembre, frente al Colegio Maximiliano Spiller

7.3.2. Ubicación geográfica

El cantón Tena limita con los siguientes cantones:

- Norte: Archidona y Loreto (Orellana)
- Sur: Arosemena Tola, Baños (Tungurahua) y Arajuno (Pastaza)
- Este: Orellana (Orellana)
- Oeste: Latacunga (Cotopaxi), Salcedo (Cotopaxi) y Baños (Tungurahua)

Mapa 1. Ubicación geográfica de la Cooperativa OSCUS. Ltda.



Fuente: Cooperativa OSCUS Ltda.

7.4. Aspectos biofísicos y climáticos

La ciudad del Tena se encuentra situada en los flancos externos de la cordillera oriental de los Andes, en el valle del río Misahuallí, al sur de la provincia de Napo, a tres horas y media de Quito y a tres horas de Ambato. Se encuentra a 510 m sobre el nivel del mar. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Tena, 2015)

Tena tiene un clima tropical monzónico (*Am* en la clasificación climática de Köppen), A lo largo del año tiene precipitaciones constantes por lo que no hay una estación seca bien definida, y tiene temperaturas que van desde los 18°C a 36°C. La temperatura promedio anual es 23°C. Mediante el estudio realizado se pudo evidenciar que es conveniente determinar un tiempo mínimo de descanso para los empleados que laboran en la Cooperativa OSCUS ya que la situación del clima es agotador por las altas temperaturas de calor registrados de igual forma al estar expuesto mucho tiempo al aire acondicionado puede traer afectaciones en el personal y reducir el buen desempeño laboral, debido a que las estaciones del año no son sensibles en la zona ecuatorial, tiene exclusivamente dos estaciones.

En la ciudad del Tena mediante la realización del trabajo de investigación se pudo constatar que existen alrededor de 11 cooperativas de ahorro y crédito y entre ellas se encuentra ubicada la Cooperativa OSCUS Ltda. La cual cuenta con una infraestructura propia que le permite brindar un mejor servicio a sus usuarios.

7.5. Tipo de investigación

Tiene enfoque cualitativo, ya que se definen cualidades de la comunicación; además para el análisis de las encuestas se debe acudir al enfoque cuantitativo para estructurar cuadros y demostrar con gráficos estadísticos.

7.5.1. Primer objetivo

Diagnosticar el manejo de la comunicación organizacional en la productividad de la Cooperativa OSCUS.

Investigación bibliográfica: Mediante la revisión de textos, revistas, artículos técnicos, paginas como el Google Académico, para obtener información referida a lo que es la comunicación y su impacto en la productividad, esto sirve para sustentar de mejor manera el análisis y tener argumentos científicos para analizar los resultados.

7.5.2. Segundo objetivo

Evaluar el rendimiento institucional de la cooperativa mediante la aplicación de instrumentos de Investigación.

Investigación de campo: Consiste en llegar a la Cooperativa OSCUS, tomar contacto con el gerente y otros responsables para obtener la información primaria, mediante la aplicación de instrumentos de investigación.

Investigación descriptiva: Para el análisis e interpretación de los resultados, se describe sistémicamente todo lo que se obtiene mediante una interpretación razonada del fenómeno tal como se presenta en la organización.

Instrumento de investigación: Encuesta dirigida a empleados y directivos de la Cooperativa OSCUS, con el instrumento cuestionario con preguntas cerradas.

7.5.3. Tercer objetivo

Elaborar una propuesta de estrategias comunicacionales, que facilite mejorar la productividad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS.

Método descriptivo: Durante todo el proceso de estructuración del documento se describen hechos, fundamentados en una idea inicial y los aportes e información primaria y secundaria, con lo cual se estructura un texto, que contiene información ordenada y relevante que debe contener un Informe detallado de la situación actual de la comunicación organizacional para la Cooperativa OSCUS en la ciudad de Tena.

H. RESULTADOS

8.1. Primer objetivo

Diagnosticar el manejo de la comunicación organizacional en la productividad de la Cooperativa OSCUS.

Este objetivo se cumplió con toda la información bibliográfica contenida en la Revisión de Literatura, en la misma que puede revisar información coherente y responsable respecto al tema en sus dos variables estas son:

- La comunicación organizacional
- Impacto en la productividad

Cada uno de estos temas fueron sustentados y al final de la cita de cada autor, se incluye un criterio personal del investigador a manera de parafraseo y razonamiento del mensaje o idea que un autor puede dar al respecto.

8.2. Segundo objetivo

Evaluar el rendimiento institucional de la cooperativa mediante la aplicación de instrumentos de investigación.

Para cumplir este objetivo, se analiza e interpreta los resultados de las encuestas propuestas a los directivos y empleados de la Cooperativa OSCUS Ltda.

1. Distribución del personal

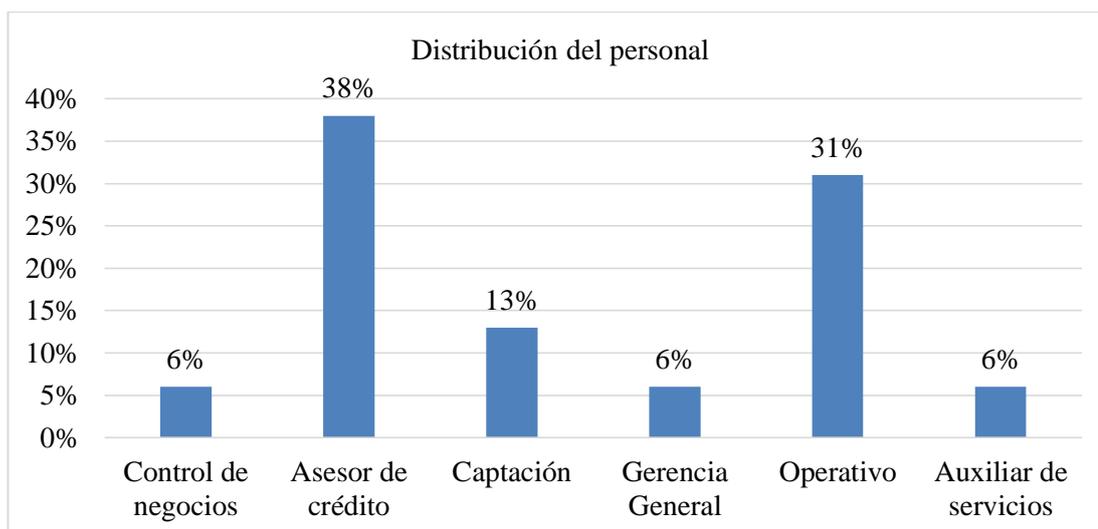
Cuadro No. 1. Análisis de la distribución del personal

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
Control de negocios	1	6%
Asesor de crédito	6	38%
Captación	2	13%
Gerencia General	1	6%
Operativo	5	31%
Auxiliar de servicios	1	6%
Total	16	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 1. Análisis de la distribución del personal.



Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. Los datos en porcentaje determinan que el 38% son asesores de crédito, 31% son operativos, 13% de captaciones, 6% es gerencia, control de negocios y auxiliar de servicios.

Se puede decir entonces que la mayoría del personal se encuentra en el área de asesoría de créditos con un 38%, resulta razonable, dado que el objetivo fundamental de la Institución financiera es otorgar créditos.

2. ¿Existe comunicación continua entre empleados y directivos?

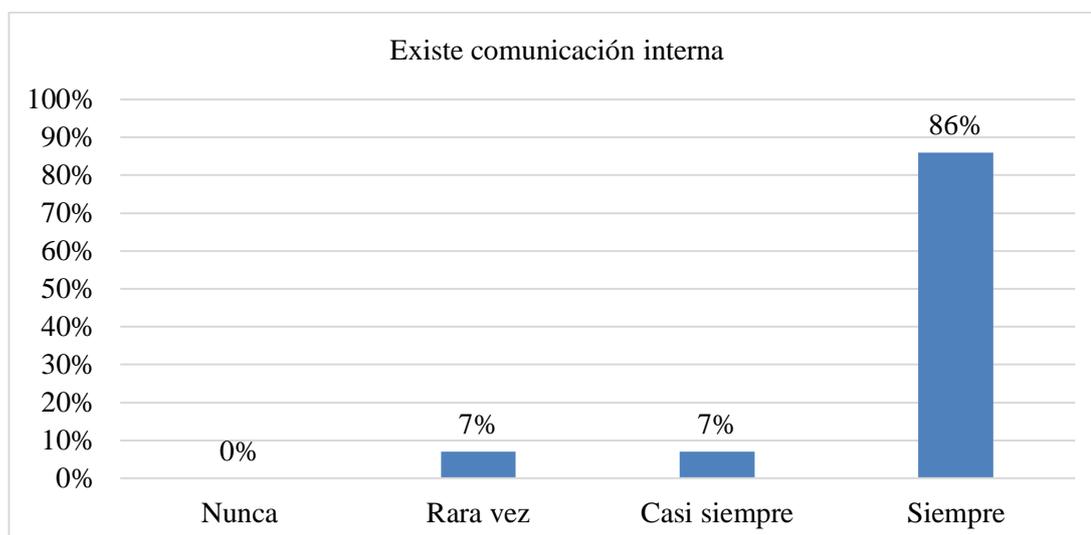
Cuadro No. 2. Existe comunicación interna continua

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Rara vez	1	7%
Casi siempre	1	7%
Siempre	13	86%
Total	15	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 2. Existe comunicación interna continua



Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. De acuerdo a los resultados en donde los encuestados responden en un 86% que siempre hay una buena comunicación, el 7% casi siempre y el 7% rara vez.

En base a estos resultados se determina que en la Cooperativa de Ahorro y Crédito siempre existe comunicación, entre todos los que integran el staff de empleados y directivos de la entidad.

3. ¿Califique el nivel de relación laboral que existe entre los diferentes departamentos?

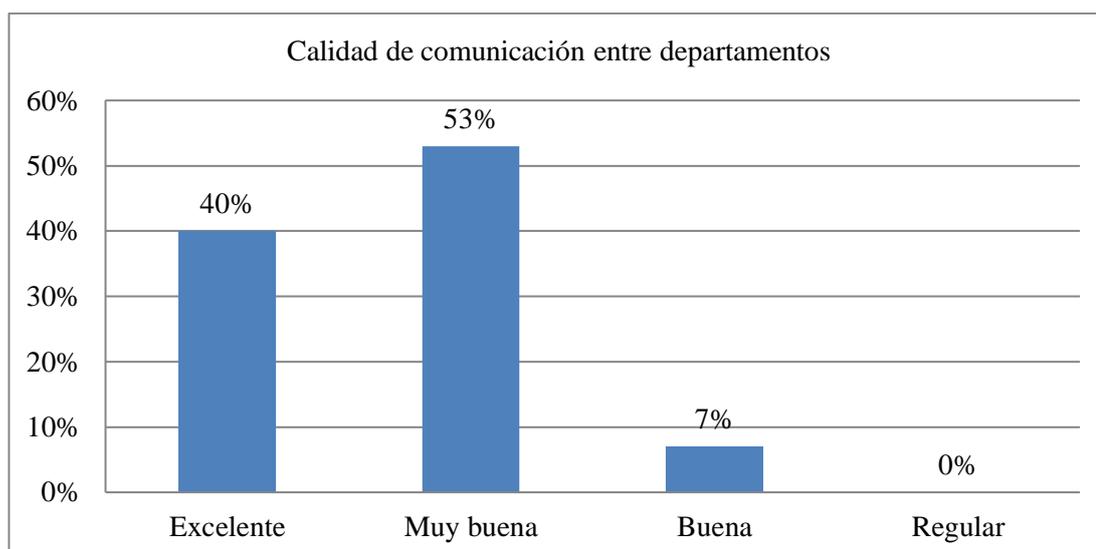
Cuadro No. 3. Califique el nivel de relación laboral

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
Excelente	6	40%
Muy buena	8	53%
Buena	1	7%
Regular	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 3. Califique el nivel de relación laboral



Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. Los resultados de las encuestas, arrojan los siguientes resultados: 40% excelente, 53% muy buena, 7% buena, 0% regular.

En base a estos resultados, se concluye que los niveles de comunicación interna en la Cooperativa OSCUS, están en el rango de muy buenos a excelentes lo que significa que la comunicación es fluida y que, por lo tanto, se debe mantener estos niveles adecuados.

4. ¿Con qué frecuencia se realizan reuniones para comunicar novedades e instructivos entre empleados y directivos?

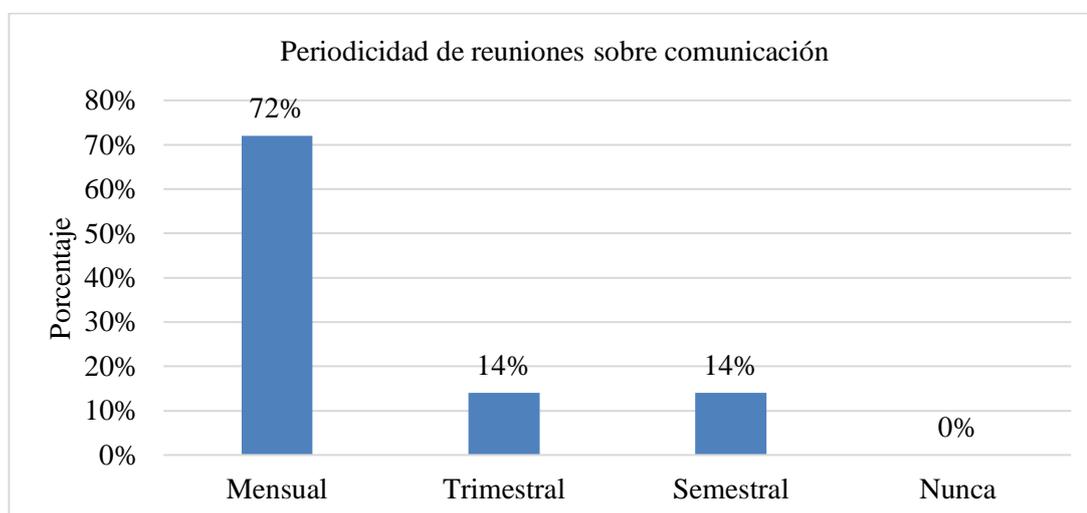
Cuadro No. 4. Frecuencia de reuniones para los niveles de comunicación

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
Mensual	11	72%
Trimestral	2	14%
Semestral	2	14%
Nunca	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 4. Frecuencia de reuniones para evaluar los niveles de comunicación



Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. Los resultados de las encuestas reflejan: 72% mensual, 14% trimestral, 14% semestral y 0% nunca, esto en lo que corresponde al periodo de reuniones sobre comunicación.

En base a estos resultados se determina que existe buena comunicación en lo que se refiere al periodo de reuniones sobre la comunicación en la Cooperativa OSCUS, con una colaboración adecuada para mejorar la comunicación.

5. ¿Colabora adecuadamente para facilitar la comunicación dentro de la Institución?

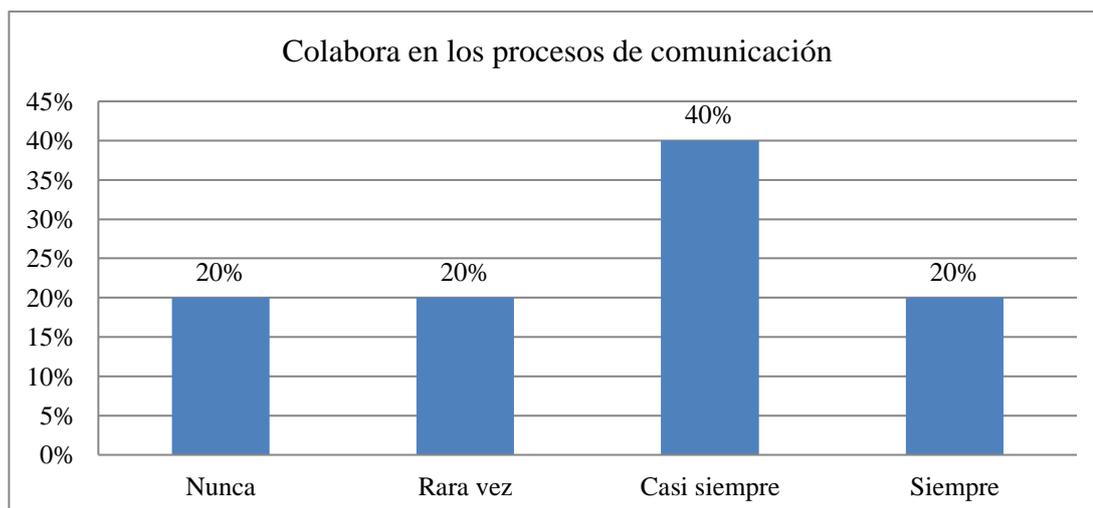
Cuadro No. 5. Colabora para facilitar la comunicación

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
Nunca	3	20%
Rara vez	3	20%
Casi siempre	6	40%
Siempre	3	20%
Total	15	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narvález Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 5. Colabora para facilitar la comunicación



Elaborado por: Jairo Ítalo Narvález Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. Los resultados de las encuestas reflejan: 40% casi siempre, 20% Siempre, 20% rara vez y 20% nunca, esto en lo que corresponde a la colaboración en los procesos de comunicación.

En base a estos resultados se determina que existen diferencias en lo que se refiere a colaborar adecuadamente para que la comunicación interna en la Cooperativa OSCUS sea más fluida y adecuada, existen personas que son tóxicas inclusive, que nunca colaboran adecuadamente para mejorar la comunicación.

6. ¿Considera que una buena comunicación organizacional interna, mejoraría la productividad de la Empresa en sus diferentes áreas?

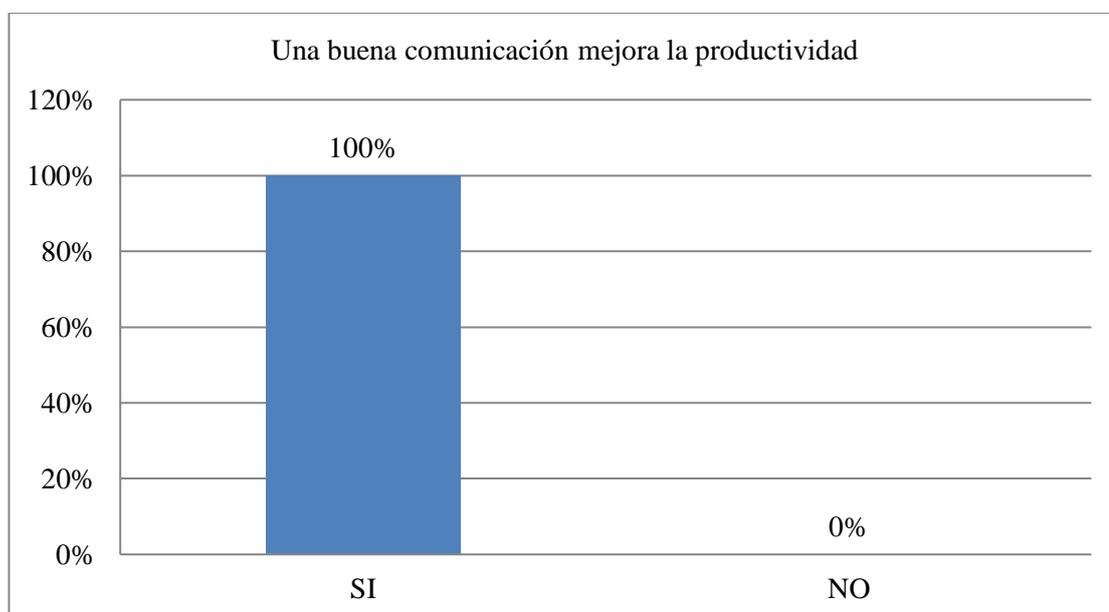
Cuadro No. 6. Considera que una buena comunicación mejora la productividad

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 6. Considera que una buena comunicación mejora la productividad



Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. Los resultados de las encuestas indican un 100% Si, que una buena comunicación mejora la productividad en la Empresa.

Se interpreta entonces que los empleados y directivos de la Cooperativa OSCUS, están conscientes que al existir una buena comunicación la productividad de la Empresa mejora.

7. ¿La institución cuenta con un instructivo y cadena de valor en lo que es comunicación?

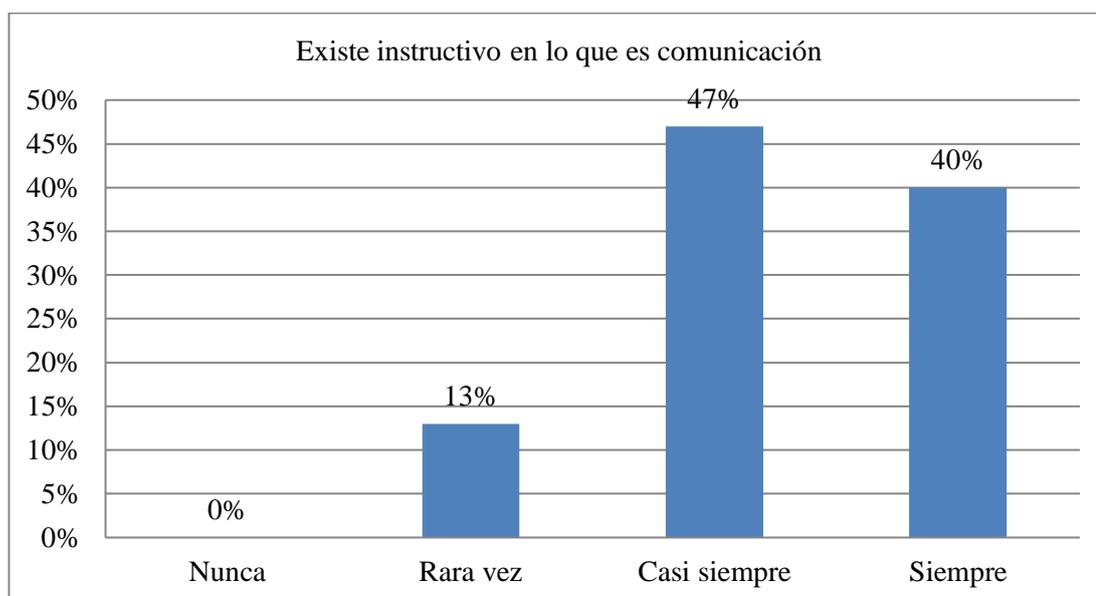
Cuadro No. 7. Existe instructivo en lo que es comunicación

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Rara vez	2	13%
Casi siempre	7	47%
Siempre	6	40%
Total	15	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 7. Existe instructivo en lo que es comunicación



Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. Los datos de las encuestas a la pregunta 7, sobre la existencia de un instructivo y cadena de valor de la comunicación, se obtiene que 47% considera casi siempre, 40% siempre, 13% rara vez y 0% nunca.

De esto se concluye, que se tiene un instructivo y una cadena de comunicación en la Cooperativa OSCUS, proceso que debe mejorarse para ser eficientes en la comunicación.

8. ¿Quién está a cargo de la comunicación interna de la cooperativa?

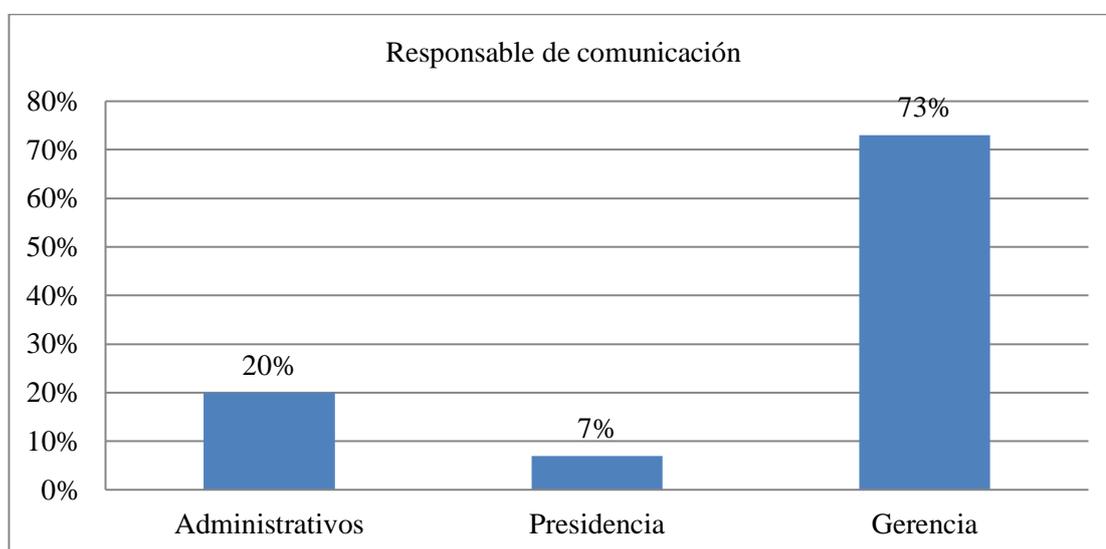
Cuadro No. 8. Quién está a cargo de la comunicación en la cooperativa

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
Administrativos	3	20%
Gerencia	1	7%
Presidencia	11	73%
Total	15	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narváez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 8. Quién está a cargo de la comunicación en la cooperativa



Elaborado por: Jairo Ítalo Narváez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. Los resultados de quién está a cargo de la comunicación, son: 20% administrativos, 7% la presidencia, 73% la gerencia.

De acuerdo a los datos, la responsabilidad mayor de la comunicación recae en la gerencia, las personas que contestaron los otros rangos, deben ser porque ellos reciben también comunicaciones de niveles intermedios que también son necesarios.

9. ¿Considera que la comunicación interna y externa favorece para el cumplimiento de los objetivos institucionales?

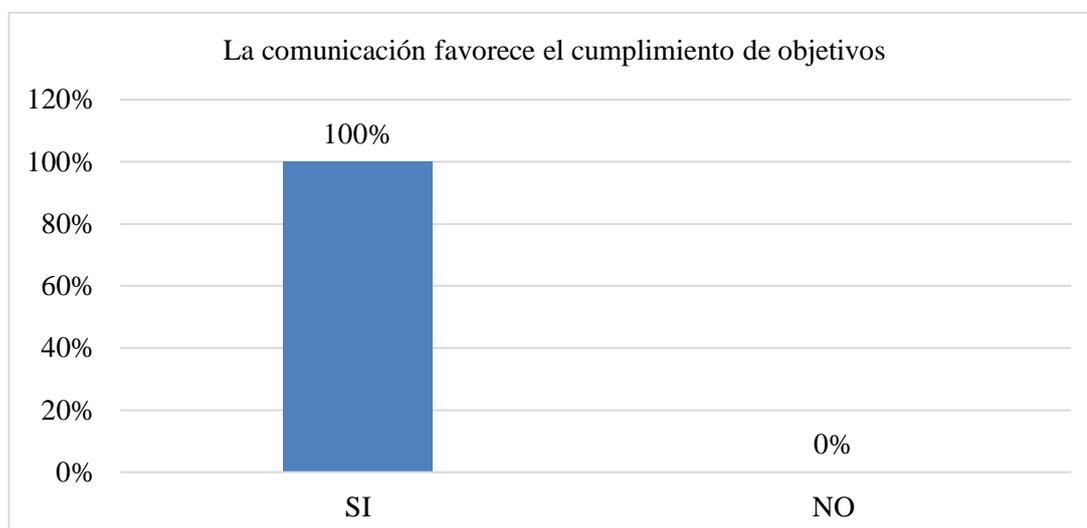
Cuadro No. 9. La Comunicación favorece el cumplimiento de los objetivos

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
SI	15	15%
NO	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 9. La comunicación favorece el cumplimiento de los objetivos



Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. Los resultados de las encuestas dan un 100%, para el SI y un 0% para No.

Significa entonces que todos los 15 empleados encuestados de la Cooperativa OSCUS están de acuerdo en que la comunicación favorece el cumplimiento de los objetivos de la Entidad.

10. ¿La Gerencia tiene estrategias comunicacionales adecuadas para facilitar la productividad en la cooperativa?

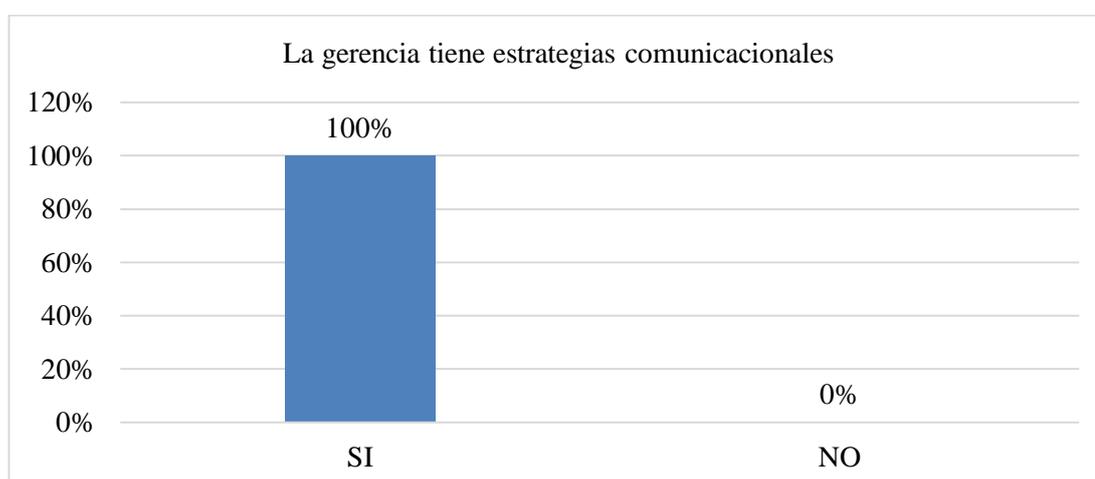
Cuadro No. 10. La gerencia tiene estrategias comunicacionales

Alternativa	Respuestas	Porcentaje
SI	15	15%
NO	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Gráfico 10. La gerencia tiene estrategias comunicacionales



Elaborado por: Jairo Ítalo Narvárez Marcillo (2019).

Fuente: Datos de encuestas realizados (2019)

Interpretación. El 100% de los encuestados responden que SI.

Permite inferir que el gerente, si tiene estrategias comunicacionales para mejorar la productividad en la Cooperativa OSCUS.

8.3. Tercer objetivo

Elaborar una propuesta de estrategias comunicacionales, que facilite mejorar la productividad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS.

8.3.1. Historia

Cada 29 de mayo se celebra un año más de vida institucional y servicio a la comunidad, Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Ltda., celebró la noche del 02 de junio del presente año su Sesión Solemne con la presencia de sus representantes, directivos, autoridades, cooperativas fraternas, funcionarios y de manera especial engalanaron este acto solemne sus Socias/os, quienes recibieron reconocimientos por parte de la cooperativa tales como; a la confianza y lealtad, que se les otorga a los Socios más antiguos de la institución, A la familia que crece con OSCUS, creciendo con OSCUS, a través de reconocimientos a las niñas/os con cuenta “Mini Coop” y aprendiendo a ahorrar con OSCUS, producto destinado para los adolescentes con cuentas “New.ec”.

Adicionalmente en el marco del aniversario, se realizó el reconocimiento a ex directivos de la cooperativa, en donde se homenajeo a la Dra. Lilian Vega, Msc. Domingo Canseco e Ing. Abdón Calderón Ex Directivos del CAD y CV, quienes tuvieron una trayectoria de reconocimiento dentro de OSCUS.

Los funcionarios de la institución también fueron reconocidos con insignias por su tiempo de desempeño laboral dentro de la institución de 25 y 10 años.

Se entregó la séptima beca del concurso de pintura infantil denominado “Ganador de Ganadores”, con el título “Pinta tus Sueños” y de la beca universitaria, las que ayudan a los estudiantes que terminan el colegio para que tengan la posibilidad de continuar con sus estudios universitarios.

La cooperativa, crece en su capital social en cada período ya que el reglamento, determina que el 30% de las utilidades, debe capitalizarse.

8.3.2. Misión.

Somos una Cooperativa sólida que apoya al progreso de nuestros Socios, Clientes y la comunidad ofreciendo productos financieros y servicios eficientes e innovadores.

8.3.3. Visión.

Ser una cooperativa de excelencia que crece con responsabilidad social.

8.3.4. Política integrada

Asumimos el compromiso de ofrecer productos financieros y servicios dirigidos a nuestros Socios y Clientes, así como el cumplimiento de los requisitos aplicables, sustentados en la cultura organizacional, el mejoramiento continuo, la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información; con un equipo humano calificado y permanente innovación organizacional.

8.3.5. Valores

La cooperativa se basará en los valores universales de:

Ayuda mutua: Logro de metas comunes.

Responsabilidad: Calidad y eficiencia en la gestión corporativa.

Democracia: Gobierno Participativo.

Igualdad: Mismos derechos y obligaciones.

Equidad: Reconocimiento del esfuerzo de manera justa y equilibrada.

Solidaridad: Compromisos con sus asociados y comunidad.

Comunicación: Horizontal y vertical, con equidad.

8.3.6. Principios

La Cooperativa se basará en los principios universales enunciados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) de:

- Adhesión abierta y voluntaria.
- Control democrático de los socios.
- Autonomía e independencia.
- Educación, capacitación e información.
- Cooperación entre cooperativas.
- Compromiso con la comunidad.

8.3.7. Servicios

Cuentas: Ahorro a la vista, Ahorro Más, New Ec, Mini Coop, Inversiones a plazo fijo, Ahorro Dorado.

Créditos: Credi Oscus, sobregiro, Facilito, Menor al Ahorro, Menor a la inversión, AutOscus, Emergente, Casa Oscus, Nómina anticipo.

Servicios: Remesas Luca giros, remesas Oscus, CapaciOSCUS, Red médica Oscus, Oscus on line, Servipagos, 1800 Oscus.

Tarjetas: Solicitar tarjetas

8.3.8. Oficinas operativas

- OSCUS Mall de los Andes – Ambato
- OSCUS Latacunga
- OSCUS Riobamba
- OSCUS Quito
- OSCUS Guayaquil
- OSCUS Patate
- OSCUS Baños
- OSCUS Pelileo
- OSCUS Píllaro
- Cooperativa OSCUS – Ambato
- OSCUS Tena
- OSCUS Norte - Ambato
- OSCUS Sur –Ambato

8.3.9. Propuesta

Plan de estrategias con la implementación de indicadores de productividad para la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Ltda. Agencia Tena

a) Plan de estrategias

El conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo considerándolo como el proyecto que incluye un diagnóstico de la posición actual de una entidad, la(s) estrategia(s) y la organización en el tiempo de las acciones y los recursos que permitan alcanzar la posición deseada. (Frankli, 2007)

El Plan estratégico es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben

recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen (Lisette, 2011).

Plan estratégico el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo (Marciniak, 2013)

Los tres autores coinciden en que para que una empresa/organización pueda tener una mayor productividad tiene que tener en cuenta cuáles serán las mejores decisiones o estrategias que se deben tomar para tener una ventaja competitiva en este caso en el ámbito financiero.

b) Objetivos

• Objetivo General

Proponer estrategias de comunicación para mejorar la productividad en la Cooperativa OSCUS.

• Objetivo Especifico

- Analizar las diferentes variables que pueden intervenir en el mejoramiento de la productividad de la cooperativa.
- Identificar los puntos frágiles de la productividad de la cooperativa mediante la utilización de los indicadores de productividad.

c) Análisis

Mediante la aplicación de encuestas y entrevistas se detectó que en la cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Agencia Tena existe falencia en la productividad del personal por ende se emite el siguiente plan de estrategias con la implementación de indicadores de productividad para la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Ltda., con la implementación de indicadores que permitan mejorar la productividad de manera significativa.

d) Indicadores

Un indicador es una estadística simple o compuesta que refleja algún rasgo importante de un sistema dentro de un contexto de interpretación. (Lisette, 2011)

Según expuesto por el autor manifiesta que los indicadores son factores fundamentales para poder analizar la situación de la empresa para que tenga una mayor productividad y competitividad en el mercado.

e) Aspectos que se deben considerar en la formulación de los indicadores

Según expuesto por el autor Franklin (2007) Los aspectos a considerar para la formulación de los indicadores son:

- Definir el objetivo que se pretende alcanzar.
- En su formulación se deben considerar acciones para llevar a cabo su instrumentación por el personal normativo y operativo, con base en los factores que faciliten su operación.
- Deben enfocarse preferentemente en la medición de resultados y no en la descripción de procesos o actividades intermedias.

- Deben ser acordados mediante un proceso participativo en el que las personas que intervienen son tanto sujetos como objetos de evaluación, a fin de mejorar conjuntamente la gestión organizacional.
- Deben estar formulados mediante el método deductivo, implementados por el método inductivo y validado a través del establecimiento de estándares de comportamiento de las partes del proceso que se pretende medir.

f) **Indicadores financieros**

Los indicadores que aquí se incorporan son los que, tradicionalmente, emplean las organizaciones para apoyar la evaluación cuantitativa de los hallazgos que se obtienen durante una auditoría, y que sirven para determinar las relaciones y tendencias de los hechos. Es claro que su adecuada utilización está subordinada al correcto conocimiento de su significado y alcance. (Frankli, 2007)

De acuerdo a la razón social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS para una entidad financiera se recomienda utilizar las siguientes fórmulas más relevantes para la institución con la finalidad de poder obtener mayor productividad y beneficios:

- **Rentabilidad**

$$EFCIENCIA DE OPERACIÓN = \frac{UTILIDAD OBTENIDA}{UTILIDAD ESTIMADA} \times 100$$

- **Producción**

$$CAPACIDAD UTILIZADA = \frac{PRODUCCIÓN REAL}{CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN}$$

- **Fuerza laboral**

$$NIVEL DE CAPACITACIÓN = \frac{EMPLEADOS CAPACIDADES}{TOTAL DE EMPLEADOS}$$

En lo expuesto por el autor Franklin (2007) en su libro de Auditoría Administrativa manifiesta para que una empresa tenga mayor productividad se tienen que

considerar la aplicación de los planes estratégicos mediante la aplicación de los indicadores de productividad para poder alcanzar con los objetivos planteados.

8.3.10. Estrategias de comunicación para mejorar la productividad en la Cooperativa OSCUS.

a) Origen

La Comunicación formal se origina, solamente en la Gerencia de la Cooperativa, según lo que se ha podido determinar todo tipo de comunicación se origina en la Gerencia, de hecho, que la comunicación siempre se hace para:

- Corregir errores, que inciden en la productividad.
- Generar disposiciones que mejoren la productividad
- Emitir disposiciones para generar eficiencia en la gestión financiera.
- Dar disposiciones para cobros de haberes, a fin de recuperar cartera y esto también es productividad.

En Conclusión, la comunicación formal se genera desde la Gerencia y todas las acciones encaminan a mejorar la eficiencia, eficacia y productividad de la Cooperativa OSCUS.

La Comunicación informal, se originan en diferentes fuentes, partiendo del supuesto de una disposición de la Gerencia, este tipo de comunicación en cambio no es muy productiva, es decir que no impacta en la productividad, ya que en muchas ocasiones son comentarios con poco fundamento y carecen de veracidad, lo que más bien pone en riesgo el prestigio de la Cooperativa.

Propuesta: El Gerente debe apoyarse en otras personas para generar y difundir la información, para que sea más dinámica, esto en el caso de la comunicación formal, los canales deben ser en el sentido horizontal y vertical, puesto que en ocasiones si

el Gerente como ejecutivo no está presente, en ese período de tiempo estaría paralizada.

Para el caso de la comunicación informal, debe tratar de eliminar si esta es prejuiciosa o dar una orientación mejor para que contribuya en algo a la productividad, mejorando la comunicación formal, se puede atenuar el algo la comunicación informal, también se hace necesario mantener reuniones consecutivas para trabajar sobre los efectos de una comunicación informal prejuiciosa.

b) Tipo de comunicación

Desde el origen a los subordinados la Comunicación es Vertical, una vez que llega a los empleados, la comunicación se convierte en horizontal, en este caso solo tiene un nivel de comunicación vertical y después solo es horizontal.

Para el caso de la comunicación informal, esta solo es horizontal en la que generalmente no interviene el Gerente, sino se entera después por comentarios de “pasillo”, como se califica generalmente.

Propuesta: En general en todas las organizaciones la comunicación debe ser en doble sentido horizontal y vertical y además se debe generar estrategias para que se tenga retroalimentación, que es lo que no se visualiza en la Cooperativa OSCUS; analizando la situación de que es tácita y vertical desde la gerencia.

Los aportes de las personas que forman parte del equipo, pueden sugerir actividades para mejorar la productividad, aun siendo parte mismo del equipo de trabajo, no siempre el “Jefe” es el que tiene la última palabra, el diálogo y el intercambio de experiencias y opiniones facilitan mejorar la comunicación y también solucionar algunos problemas internos que pueden presentarse en el ejercicio de la gestión de la organización.

c) **Calidad de comunicación**

Se ha determinado que la comunicación en la cooperativa esta de muy buena a excelente, esto quiere decir que la gerencia, maneja adecuadamente los canales y métodos de comunicación para llegar efectivamente a los empleados y lograr de ellos una respuesta positiva a los requerimientos, tomando en cuenta que todo lo que se comunica es para corregir, mejorar, innovar y posicionarse en el mercado, porque también se debe trabajar en función de la competencia.

Propuesta: Tomar como elementos los elementos de las normas ISO 9001, que son:

La empresa tiene que establecer las comunicaciones internas y externas concernientes al Sistema de gestión de la calidad, lo que debe incluir:

- Qué comunicar
- Cuando comunicarlo
- A qué persona comunicárselo
- Cómo realizar la comunicación
- Quién es la persona encargada de realizar la comunicación

Puesto que en la Cooperativa OSCUS, se tiene una muy buena comunicación, es necesario incrementar la precisión en aspectos de comunicación externa e interna para que sea mucho más eficiente, se deben establecer canales de comunicación con los que se tenga claro qué, cuándo y con quién vemos realizar la comunicación.

La organización debe establecer de cierta forma lo que quiere comunicar sobre diferentes asuntos del sistema de gestión.

Resulta muy importante saber cómo y cuándo realizar la comunicación para así llevar un control y saber reacciones ante situaciones de estrés.

d) Estrategias de comunicación utilizadas

La comunicación formal tiene dos tipos de estrategias:

- **Escrita:** Internamente por medio de memorando, este es el tipo de documento que se utiliza con más frecuencia en sentido vertical, es decir desde la gerencia a los empleados de la cooperativa.
- **Oral:** Mediante reuniones que mantiene el gerente con los empleados y que la frecuencia es mensual, en estas en cambio comunica verbalmente directrices, aspectos de la cooperativa, motiva al personal a un trabajo responsable y toma decisiones inmediatas, en presencia de los empleados.

La comunicación informal es verbal únicamente, la estrategia es la que se denomina de boca en boca, es decir alguien se inventó alguna cosa y pasa a otro empleado y así se transfiere en todo el grupo.

Propuesta: La comunicación que se efectúa con la estrategia de reuniones, debe tener la modalidad de intervención mutua, es decir que no solo el Gerente debe hablar, sino también debe escuchar de los empleados, que hagan observaciones, aporten positivamente para mejorar la productividad de la Cooperativa, también estos espacios sirven para identificar falencias o generar estrategias para mejorar situaciones identificadas como debilidades, algo que es importante dejar sentado en un acta de reunión en la que conste los acuerdos y compromisos, que se deben evaluar periódicamente para verificar de su cumplimiento de los mismos.

Durante las reuniones, no solo deben existir formalidades, es necesario intercalar conferencias sobre motivación, desarrollo personal, trabajo en equipo, que sirve para cambiar la actitud del personal.

e) La comunicación externa

Esta comunicación es la referida de la Cooperativa a los clientes, organizaciones y usuarios externos, en este caso esta comunicación es vertical, generada igualmente desde la Gerencia, pero en este caso si tienen dos niveles más, los empleados y el usuario externo, ya que para citar ejemplos cuando se trata de un cobro de un crédito la persona de captaciones, hace la comunicación al moroso en este caso, exigiendo el pago.

Igualmente, cuando se trata de los servicios que se presta, así los créditos el Asesor de crédito, explica las condiciones del crédito, los requisitos y otras condiciones, siempre asegurando que va cobrar el mismo con sus respectivos intereses, todo en unión de generar lucro social, transformado en productividad.

Otra estrategia, que se utiliza en la comunicación externa es el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para ello la Cooperativa dispone de una página web Institucional, donde difunde información de los servicios, las acciones que ejecuta, las perspectivas e inclusive los logros obtenidos, se puede visualizar hasta el estado financiero de la Entidad.

Propuesta: Se ha revisado la página web, y se nota que existe dificultad para encontrar la información, por lo que se recomienda que esta sea más dinámica y facilite al usuario revisar los servicios y estado actual de la Cooperativa.

También es importante que se identifiquen otros canales de comunicación, ya que si bien las tecnologías de la información y comunicación, son universales, todavía existen personas que se consideran analfabetos informáticos y por lo tanto no revisan este medio de comunicación e información, para este grupo de personas se puede utilizar la radio, hojas volantes, trípticos o también difundir información en la Cartelera Organizacional, la misma que debe estar siempre actualizada y al servicio del público.

f) La comunicación y el impacto en la productividad

De acuerdo al análisis sistémico de la situación de la Comunicación, todas las estrategias que se ejecutan tienen el objetivo de mejorar una situación actual, en este caso de la Cooperativa OSCUS, se hace comunicaciones para:

- Mejorar rendimiento de los empleados.
- Mejorar los servicios a los clientes.
- Recuperar cartera.
- Generar nuevos servicios.

Todas estas acciones son para lograr mayor eficiencia, eficacia y productividad.

Propuesta: Es importante que la Cooperativa reconozca el trabajo de los empleados, generando espacios no solo de reconocimiento con una placa, sino con actividades para mejorar el ambiente interno y lo que ahora es parte de la Ley, velar por la Seguridad y salud ocupacional, con charlas y reuniones de motivación a los que son colaboradores directos para el logro de los objetivos Institucionales.

I. DISCUSIONES

9.1. Primer objetivo

Diagnosticar el manejo de la comunicación organizacional y la productividad de la Cooperativa OSCUS.

El propósito de la investigación documental – bibliográfica es detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos (fuentes secundarias), (Herrera, Medina, & Naranjo, 2011).

Tomando como base esta cita, se planteó el primer objetivo, dado que el autor del trabajo de investigación, además del aporte de las experiencias y la formación del tutor, debió sustentar de mejor manera el tema de la comunicación en relación al impacto en la productividad, en este caso sirvió de mucho, ya que se identifica que la comunicación es con las personas, se ha logrado conocer los tipos de comunicación, los canales de comunicación, aspectos importantes para poder analizar con mejor criterio la situación de la comunicación en la Cooperativa OSCUS Ltda.

9.2. Según objetivo

Evaluar el rendimiento institucional de la Cooperativa mediante la aplicación de instrumentos de Investigación.

La encuesta es una técnica de recolección de información, por la cual los informantes responden por escrito a preguntas entregadas por escrito (Sampieri, 2014)

Se utilizaron las encuestas para conocer la situación de la Cooperativa OSCUS, los niveles de rendimiento Institucional mediante la aplicación de las encuestas, siempre relacionando a la comunicación como una variable independiente, en este caso la variable dependiente sería el rendimiento o productividad como se plantea en el tema central.

Para ello se estructuraron 10 preguntas cerradas, empezando por conocer la distribución del personal en sus roles que cumplen, se determinó que los operativos y asesores de crédito son mayoría y se justifica dado que uno de los principales objetivos es la colocación de créditos, y se diría que la productividad de la Entidad financiera se sustenta en la colocación y la recuperación de los créditos.

También se determina que la comunicación interna es de muy buena a excelente, se facilita esto a nuestro criterio, dado que el origen de la Comunicación es de un solo emisor, en este caso el Gerente, puesto que cuando hay diferentes emisores, en algunas veces la comunicación se distorsiona y en algunas veces llega al usuario final cambiada totalmente.

También se ha podido determinar que la mayoría de los empleados colaboran adecuadamente para facilitar la comunicación formal, se debe hacer notar esto ya que de una fase de indagación y observación previa se pudo determinar que también existe comunicación informal, que es poco favorable para el cumplimiento de los objetivos Organizacionales.

Montoya (2018), explica:

Mediante la comunicación organizacional interna se aportará a la productividad, sin embargo, algunos autores comprueban en un estudio realizado a Micro, pequeñas y medianas empresas, una relación positiva entre información y producción, en empresas con nueve o más empleados, en su estudio son las que tienen los mejores sistemas de información para la toma de decisiones y en las que existe más confianza entre sus integrantes. Además, mayor información para la toma de decisiones es un factor que coincide con el aumento de la producción. (p. 5)

Relacionando la aseveración de Montoya y los resultados obtenidos de las encuestas, se coincide ya que la Cooperativa solo tiene 15 empleados, sin contar con el Gerente, en donde se facilita la comunicación, también esta es directa y es un componente importante en la productividad, no hay que descuidar que la comunicación es con seres humanos, los mismos que también tienen intereses y necesidades, por lo que también el saber comunicar es incentivar para que cumpla adecuadamente su trabajo.

Los resultados obtenidos coinciden con los objetivos de la productividad y en este caso la Cooperativa cumple sus objetivos.

9.3. Tercer objetivo

Elaborar una propuesta de estrategias comunicacionales, que facilite mejorar la productividad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS.

Si bien durante el análisis de las respuestas a las encuestas se fue realizando un análisis y discusión de los resultados, después de cada pregunta, se hizo necesario investigar algo más de la Organización, como: historia, misión, visión, valores, productos.

Es como si se hubiese realizado una auditoría interna a la situación actual de la Comunicación en la Cooperativa OSCUS, que en conclusión es buena, con algunas cosas que mejorar, pero se nota que esta situación le ha servido para crecer mucho, pues al revisar las agencias se encuentran 12 agencias a nivel nacional, que para una Entidad de la Economía Popular y Solidaria a la que pertenece se considera muy exitoso.

Posteriormente en la fase propositiva, se han realizado propuestas y estrategias para mejorar aún más a la Cooperativa, puesto que por ejemplo tener solo un canal de comunicación no es adecuado o que sobre el Gerente recaiga toda la responsabilidad de generar la comunicación tampoco es bueno.

Algo que es importante hacer notar y que muchas Organizaciones modernas lo aplican es vincular las acciones y especialmente lo de comunicación con lo que son las Normas ISO 9001, que corresponde a la mejora continua, es decir que no se debe quedarse tranquilo con lo que se tiene, se debe seguir mejorando cada día, puesto que son estrategias de mercado que sirven para mantenerse en el ranking adecuado.

J. CONCLUSIONES

- Se cumplió con el objetivo principal al determinar la situación actual de la comunicación organizacional y su impacto en la productividad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS de la ciudad del Tena, Provincia de Napo. En la Cooperativa OSCUS se aplicó encuestas a quince personas que representan el 100% de la población, recopilando información bibliográfica documental referente a la comunicación y la productividad de las Organizaciones, aplicado al caso de la Cooperativa OSCUS; enriqueciendo así el presente trabajo de investigación en cuanto a conceptos, aseveraciones, técnicas, lo que facilitó el análisis y discusión de los resultados.
- Se evidenció que el 86% de los empleados encuestados consideran que la comunicación institucional va desde muy buena a excelente, es decir; que existen buenos canales de comunicación y los empleados colaboran adecuadamente para de esta manera lograr los objetivos organizacionales, sin embargo, esta se encuentra por debajo del límite de óptimo que debería ser el 100%, por lo que la bibliografía revisada permitió generar un tríptico informativo para los empleados de la Cooperativa OSCUS agencia Tena el cual está denominado como Estrategias de comunicación para mejorar la productividad en la cooperativa OSCUS.
- Se finaliza, proponiendo un plan de estrategias con la implementación de los Indicadores con el fin de mejorar la productividad en la Cooperativa y fomentar acciones de mejora continua en lo que comunicación tomando en cuenta que es la base para desarrollar una buena productividad en una organización lo cual está demostrado en base a los resultados de la investigación y la bibliografía consultada por lo tanto, es apropiado proponer acciones positivas, para que la Cooperativa se mantenga en el ranking adecuado dentro del mercado financiero.

K. RECOMENDACIONES

- Se sugiere que para toda investigación se debe obtener un sustento bibliográfico – documental, lo que facilita ampliar los conocimientos, pero se considera importante decir que no solo es el hecho de revisar y obtener información referente a un tema, se debe analizar, interpretar y vincular al trabajo de investigación que se está realizando, en donde realmente esta actividad toma sentido.
- Se propone que la Cooperativa además de tener una muy buena comunicación, se preocupe de lo que es el talento humano, ya que se considera el capital intangible de una Organización y es la que genera la productividad, mediante su trabajo, de lo que se analiza la comunicación es buena y en lo que sea posible se debe mejorar.
- Se recomienda que el Gerente y el equipo de Asesor revise la parte propositiva del trabajo de investigación, puesto que se dan ideas y estrategias que son prácticas y que al aplicar adecuadamente mejorará la productividad y se mantendrá dentro del ranking apropiado en el mercado financiero nacional.

L. BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, R., Rieradevall, M., Prat, N., & Ríos, B. (2009). Propuesta de un protocolo de evaluación de la calidad ecológica de los Ríos Andinos (CERA) y su aplicación a dos cuencas en Ecuador y Perú. *Diposit digital de docmunets de la UAB*, 35-64.
- Adaptación Rengifo S., C. (s.f.). *DOCPLAYER*. Obtenido de DOCPLAYER: <http://docplayer.es/24240749-Guia-principales-ordenes-de-macroinvertebrados.html>
- Agua Ecuador. (4 de junio de 2012). *Agua Ecuador*. Obtenido de Agua Ecuador: <http://agua-ecuador.blogspot.com/2012/06/biodindicadores-acuaticos-de-la-calidad.html>
- Andrade, H. (2011). *Comunicación Organizacional Interna*. Barcelona: Gesbiblo.
- Ansele, P. (2010). *La comunicación en las Organizaciones en la sociedad del conocimiento*. Coruña: Universidad de la Coruña.
- APHA-AWWA-WPCF. (1992). *Metodos normalizados para el analisis de aguas potables y residuales*. Ediciones Diaz de Santos.
- Asamblea Nacional. (2014). *Ley de economía popular y solidaria*. Quito: Lexus.
- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e..pdf>
- Basantez, J. (2010). *IMPLEMENTACIÓN DEL METODO COSO PARA LA EVALUACIÓN TEMPRANA DEL RIESGO DE LIQUIDEZ EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS LTDA*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11089/1/41127_1.pdf.
- Cardona, K. (2012). *Gestión de la comunicación interna organizacional en la optimización del clima laboral y resolución de conflictos*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Carrera Reyes, C., & Fierro Peralbo, K. (2001). *Manual de Monitoreo: Los Macroinvertebrados Acuaticos como Indicadores de la calidad del agua*. Quito: Ecociencia.

- Carvajal, K. (2015). *PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER LA CULTURA ORGANIZACIONAL DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS- INEC*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:VvKsLuk6-QsJ:repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8179/PLAN%2520DE%2520COMUNICACION%2520INTERNA%2520PARA%2520FORTALECER%2520LA%2520CULTURA%2520ORGANIZACIONAL%2520DEL%2520INSTITUTO%2520NACIONAL>
- Celi, J., Guerra, N., & Rodes, M. (2018). *Guía de Evaluación del Estado de los Ríos*. Tena.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. Bogotá: McGraw - Hill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2014). *Administración de recursos humanos*. Bogotá: McGraw - Hill Interamericana.
- Echeverry, J. M., & Londoño Cedano, L. M. (9 de Febrero de 2011). *ilbca*. Obtenido de <https://ilbca.wordpress.com/bioindicadores/>
- Ecuador Ambiental. (2011). *Plan de Manejo Ambiental: Ecuador Ambiental*. Recuperado el 19 de 06 de 2015, de Ecuador Ambiental: <http://www.ecuadorambiental.com/consultores-ecuador.php?p=6>
- Encalada, A. C., Rieradevall, M., Ríos Touma, B., García, N., & Prat, N. (2011). *Protocolo simplificado y guía de evaluación de la calidad ecológica de ríos andinos (CERA-S)*. Quito: Universidad San Francisco de Quito, FONAG, AECID, UB.
- Estadística, D. A. (julio de 2004). <http://www.metropol.gov.com>. Obtenido de http://www.metropol.gov.co/observatorio/Expedientes%20Municipales/Documentos%20tecnicos/Aspectos_Metodologicos_Indicadores_Linea_Basica.pdf
- Eugène, A. (2000). *Écologie des eaux courantes*. París: Librairie Tec & Doc.
- Facultad de Ciencias Químicas Universidad Autónoma de Chihuahua. (s.f.). Obtenido de <http://www.oocities.org/edrochac/sanitaria/parametros1.pdf>
- Favaro, D. (2013). *Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones*. Buenos Aires: Grancharoff.
- Fernandez, A., & Panza, V. (2010). H2O Elixir de vida. *Elementalwatson "la" revista*, 28.
- Frankli. (2007). *Auditoria Administrativa*. México.

- Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid. (2016). *Manual de comunicación para investigadores*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- GAD Municipal de Tena. (2014). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE TENA 2014-2019*. Tena .
- Geissler, G., & Arroyo, M. (2011). *El AGUA como un Recurso Natural Renovable*. Mexico: TRILLAS.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Tena. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial*. Tena: Departamento de Cultura.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena . (2014). *PDOT (Plan de Desarrollo y ordenameinto Territorial)*. Tena .
- González, E., & Henar , L. (2012). *Factores que inciden en la productividad y relación con la igualdad*. Bilbao: Centro de Estudios económicos Tomillo.
- Gunther , G., & Arrollo, M. (2011). *El Agua como Recurso Natural Renovable*. México: Trillas.
- Hanson, P., Springer, M., & Ramirez, A. (2017). Introduccion a Los Grupos de Macrovertebrados Acuaticos. . *Revista de Biología Tropical*, 7.
- Henao, L., & Henao, M. (2011). *Diseño de una propiuesta de un modelo de comunicación interna visrtual para Bancolombia y su conectividad con el entorno empresarial*. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:0EB4X5oa7zYJ:https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/226/Dise%25C3%25B1o%2520de%2520una%2520propuesta%2520de%2520un%2520modelo%2520de%2520comunicaci%25C3%25B3n%2520interna%2520virtual%252>
- Hernandez, E. (2010). Importancia del Agua para los seres vivos. *Elementalwatson "la" revista*, 9.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2011). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito: Diemerino editores.
- Ladrera Fernández, R. (2012). Los macroinvertebrados acuáticos como indicadores del estado ecológico de los río. *Dialnet*, 28.
- Lisette. (2011). *Planificación Estrategica* <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/planificacion-estrategica.html>.
- Mafla Herrera, M. (2005). *Guía para Evaluaciones Ecológicas Rápidas con Indicadores Biológicos en Ríos de Tamaño Mediano Talamanca - Costa*

Rica. Turrialba: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, CATIE.

- Marciniak. (2013). *Gestión de Plan Estratégico*
<https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>.
- Montoya, M. (2018). Comunicación Organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razón y palabra*, 1-18.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2016). *Mejore su negocio*. Ginebra: Oficina Internacional del trabajo.
- Orozco, J., & Díaz, A. (2018). ¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa? *Conocimientos, saberes y prácticas*, 1-17.
- Oscos Escudero, J. (2009). *Guía de campo Macroinvertebrados de la Cuenca del Ebro*. España: Confederación Hidrográfica del Ebro.
- Payeras, A. (2011). *Bonsai Menorca*. Obtenido de <http://www.bonsaimenorca.com/articulos/articulos-tecnicos/parametros-de-calidad-de-las-aguas-de-riego/>
- Peinado Lorca, M. (1997). *Avances en Evaluación de Impacto Ambiental y Ecoauditoria*. España: TROTTA.
- Ramos, E. (2015). *La Comunicación Interna y su Incidencia en la Productividad de la Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda La Merced Ltda., en la Ciudad de Ambato*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5GBJNHU74gIJ:repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/13947/1/397%2520MKTsp.pdf+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec#19>
- Registro Oficial 444. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y solidaria*. Quito: Presidencia de la República.
- Reyes Morales, F. (2012). *Macroinvertebrados acuáticos como indicadores de la calidad del agua en la cuenca del lago de Atitlán*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Rincón Quintero, Y. (2014). Comunicación corporativa, relaciones públicas y logística en la dinámica Organizacional. *Revista encuentros*, 47-59.
- Roldán Pérez, G. (1999). Los macroinvertebrados y su valor como indicadores de la calidad del agua. *Revista de la Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales*, 379.
- Roldán Pérez, G. (2003). *Biondicación de la calidad del agua en Colombia*. Medellín: Universidad de Antioquia.

- Roldán Pérez, G. (2003). *Guía para el estudio de los macroinvertebrados acuáticos del departamento de Antioquia*. . Colombia: Universidad Antioquia.
- Rosenberg, D., & Resh, V. (1993). *Freshwater Biomonitoring and Benthic Macroinvertebrates*. New York: Chapman & Hall.
- Saladrigas , H. (2015). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. *Redalyc.org*, 1-7.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Soria, R., & Pérez, A. (2013). *Impoerancia de la comunicación organizacional como factor de la efectividad organizacional*. México: Núcleo Universitario.
- Trijullo, L. (2017). *INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMAORGANIZACIONAL DE LOS EMPLEADOS DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DESCENTRALIZADAS DEL SECTOR ENERGÍA Y MINAS; 2017*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:0bBIn9cbBsgJ:repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%2520DE%2520TRUJILLO%2520MARI%25C3%2591O%2520LUPE%2520KARIN.pdf%3Fsequence%3D2+&cd=14&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Velásquez, A. (2017). La Organización, el sistema y su dinámica. *Revista de administración de negocios*, 129-155.

M. ANEXOS

Anexo 1. Solicitud de autorización para la investigación en la OSCUS

Tena, 22 de mayo de 2019

Eco.

Carlos Gallo

GERENTE DE LA OFICINA TENA DE LA COOPERATIVA OSCUS

Presente.-

Yo, Narvárez Marcillo Jairo Ítalo, con cedula de identidad No. 1500957715; en calidad de estudiante del Instituto Tecnológico Superior Tena; la carrera de Administración de Empresas mención Contabilidad y Auditoría actualmente me encuentro en el último periodo de la especialidad mencionada con anterioridad, solicito se me permita realizar el trabajo de Titulación en la empresa que está bajo su acertada dirección.

Con el siguiente Tema del Proyecto de Titulación; Manual organizacional de mejora continúa aplicado en el personal administrativo y financiero en la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y crédito Oscus en la ciudad del Tena.

Con la seguridad de contar con su aprobación anticipo mis agradecimientos de consideración y estima.

Atentamente,



Narvárez Marcillo Jairo Italo

ESTUDIANTE DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR TENA



Anexo 2. Carta de autorización emitida por parte de la OSCUS



OSCUS cuenta con un SGC certificado

GNE.ADC.751.RGO.034
REV. 00

Oficio No. 064-GOT-2019
Tena, 16 de junio de 2019

Magister
Lorena Yanez
RECTOR DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "TENA"
Presente.-

De mi consideración:

La Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Ltda. ha aceptado la realización del trabajo de titulación del estudiante de sexto semestre de la carrera de administración empresas, mención Contabilidad y Auditoría señor Jairo Italo Narvaez Marcillo, el tema del estudio es: "LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS, AGENCIA TENA".

El estudiante se compromete a mantener el sigilo de la información de nuestros socios/clientes, así como de la institución, esta información únicamente podrá ser utilizada para la ejecución del presente trabajo.

Atentamente,


Eco. Carlos Gallo Duche
GERENTE OFICINA TENA

www.oscus.coop

Anexo 3. Encuesta dirigida a los directivos y empleados de la OSCUS

ENCUESTA DIRIGIDA A DIRECTIVOS Y EMPLEADOS DE LA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉCITO OSCUS LTDA. EN LA CIUDAD DE TENA.

Objetivo: Identificar como la comunicación interna afecta a la productividad de la Cooperativa OSCUS Agencia Tena.

Instrucciones: Lea las preguntas y conteste con toda sinceridad, la información que usted nos proporcione será confidencial.

Distribución del personal

1. ¿En qué área labora usted?

<input type="checkbox"/>	Administración	<input type="checkbox"/>	Gerencia General
<input type="checkbox"/>	Asesor crédito	<input type="checkbox"/>	Cajero
<input type="checkbox"/>	Asesor consumo	<input type="checkbox"/>	Asistente operativo
<input type="checkbox"/>	Asesor recuperación	<input type="checkbox"/>	Auxiliar de servicios

Información específica

2. ¿Existe comunicación continua entre empleados y directivos?

<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre
<input type="checkbox"/>	Rara vez	<input type="checkbox"/>	Siempre

3. Califique el nivel de relación laboral que existe entre los diferentes departamentos

<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>	Buena
<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>	Regular

4. ¿Con qué frecuencia se realizan reuniones para comunicar novedades e instructivos entre empleados y directivos?

<input type="checkbox"/>	Mensual	<input type="checkbox"/>	Semestral
<input type="checkbox"/>	Trimestral	<input type="checkbox"/>	Nunca

5. ¿Colabora adecuadamente para facilitar la comunicación dentro de la Institución?

<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre
<input type="checkbox"/>	Rara vez	<input type="checkbox"/>	Siempre

6. ¿Considera que una buena comunicación organizacional interna mejoraría la productividad de la empresa en sus diferentes áreas?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

7. La institución cuenta con un instructivo y cadena de valor en lo que es comunicación

<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi siempre
<input type="checkbox"/>	Rara vez	<input type="checkbox"/>	Siempre

8. ¿Quién está a cargo de la comunicación interna de la cooperativa?

<input type="checkbox"/>	Administrativos
<input type="checkbox"/>	Gerencia
<input type="checkbox"/>	Comunicador

9. ¿Considera que la comunicación interna y externa favorece para el cumplimiento de los objetivos Institucionales?

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

10. ¿La Gerencia tiene estrategias comunicacionales adecuadas para facilitar la productividad en la Cooperativa?

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

Anexo 4. Modelo de entrevista

MODELO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE Y RESPONSABLE
DE COMUNICACIÓN DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉCITO
OSCUS LTDA. EN LA CIUDAD DE TENA.

Objetivo: Identificar como la comunicación interna afecta a la productividad de la cooperativa OSCUS Agencia Tena.

N	Pregunta	Respuesta
1	¿Existe una adecuada comunicación interna en la Cooperativa OSCUS?	
2	¿Qué canales se utilizan para la comunicación externa?	
3	¿La comunicación externa es adecuada?	
4	¿La comunicación que se maneja es del tipo horizontal o vertical?	
5	¿Se tiene establecido un flujograma de orden en la comunicación?	
6	¿Qué estrategias comunicacionales se utilizan para ser eficientes internamente?	
7	¿Se realizar reuniones de evaluación para verificar los niveles de comunicación?	
8	¿Cómo influye una buena comunicación en la productividad?	
9	¿Piensa que se debe mejorar la comunicación?	
10	¿Cómo haría usted para relacionar la comunicación con la productividad?	

Anexo 5. Fotografías

FOTO 1



Entrevista al Jefe de Agencia OSCUS Tena

FOTO 2



Encuesta Jefe de Agencia OSCUS Tena