



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y EL LENGUAJE
ASERTIVO DENTRO DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD Y
MERCANTIL DEL CANTÓN SANTA ELENA.**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:**

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTOR:

PALMA MENDOZA FREDDY JOEL

TUTOR:

LIC. GREGORY PETER SANTAMARÍA ROMERO, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y EL LENGUAJE
ASERTIVO DENTRO DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD Y
MERCANTIL DEL CANTÓN SANTA ELENA.**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:**

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTOR:

PALMA MENDOZA FREDDY JOEL

LINEA DE INVESTIGACION:

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

SUB-LINEA DE INVESTIGACIÓN:

RELACIONES PÚBLICAS

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| ÍNDICE GENERAL..... | 3 |
| ÍNDICE DE TABLAS | 5 |
| ÍNDICE DE GRAFICOS | 6 |
| DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD..... | 7 |
| DEDICATORIA..... | 8 |
| AGRADECIMIENTO..... | 9 |
| CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC | 10 |
| TRIBUNAL DE SUSTENTACION UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR | 11 |
| RESUMEN..... | 12 |
| ABSTRACT | 13 |
| INTRODUCCIÓN | 14 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 16 |
| 1.1. Antecedentes del problema de investigación. | 16 |
| 1.2. Formulación del problema de investigación. | 19 |
| 1.3. Preguntas de investigación | 19 |
| 1.4. Objetivos | 19 |
| 1.4.1. Objetivo general | 19 |
| 1.4.2. Objetivos específico | 19 |
| 1.5. Justificación de la investigación..... | 20 |
| 1.6. Hipótesis..... | 20 |
| 1.7. Variables..... | 20 |
| 2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL | 22 |
| 2.1. Conocimiento actual..... | 22 |
| 2.2. Fundamentación teórica y Conceptual. | 23 |
| 2.2.1. Comunicación empresarial | 23 |
| 2.2.2. Lenguaje asertivo | 24 |
| 2.2.3. Herramientas comunicacionales..... | 24 |

| | | |
|--------|---|----|
| 2.2.4. | Comunicación interna | 25 |
| 2.2.5. | Comunicación externa..... | 25 |
| 2.2.6. | Comunicación verbal..... | 26 |
| 2.2.7. | Comunicación no verbal..... | 27 |
| 2.2.8. | Barreras de la comunicación | 27 |
| 2.3. | Marco Legal | 28 |
| 3. | MARCO METODOLÓGICO..... | 30 |
| 3.1. | Enfoque de investigación | 30 |
| 3.2. | Tipo de investigación. | 30 |
| 3.3. | Diseño de investigación | 30 |
| 3.4. | Alcance de la investigación..... | 31 |
| 3.6. | Población, muestra y periodo de estudio..... | 34 |
| 3.7. | Técnicas e instrumentos de levantamiento de información. | 34 |
| 3.7.1. | Encuesta | 34 |
| 3.7.2. | Entrevista..... | 34 |
| 4. | ANÁLISIS DE RESULTADOS..... | 36 |
| 4.1. | Análisis cuantitativo: Encuesta..... | 36 |
| 4.2. | Análisis cualitativo: Entrevista | 42 |
| 5. | DISCUSIÓN | 45 |
| 5.1. | Discusión de resultados de la encuesta. | 45 |
| 5.2. | Discusión de resultados de la entrevista..... | 45 |
| 6. | CONCLUSIONES | 47 |
| 7. | RECOMENDACIONES | 48 |
| 8. | BIBLIOGRAFÍA | 49 |
| | ANEXOS..... | 53 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. ¿Considera importante la utilización de herramientas de comunicación tales como Facebook, WhatsApp o correo electrónico para el desarrollo de sus actividades laborales? .. | 36 |
| Tabla 2. ¿Cree usted que la comunicación interpersonal es un elemento fundamental para la institución? | 37 |
| Tabla 3. ¿Considera usted importante la creación de un departamento de comunicación que permita el fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa? | 38 |
| Tabla 4. ¿Cree usted que fomentando la comunicación efectiva se fortalecen las relaciones laborales dentro de las organizaciones? | 39 |
| Tabla 5. ¿Considera importante mantener buenas relaciones laborales dentro de la organización? | 40 |
| Tabla 6. ¿Considera fundamental recurrir a la comunicación efectiva para resolver conflictos que puedan surgir en el área de trabajo? | 41 |

ÍNDICE DE GRAFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1. ¿Considera importante la utilización de herramientas de comunicación tales como Facebook, WhatsApp o correo electrónico para el desarrollo de sus actividades laborales? .. | 36 |
| Gráfico 2. ¿Cree usted que la comunicación interpersonal es un elemento fundamental para la institución? | 37 |
| Gráfico 3. ¿Considera usted importante la creación de un departamento de comunicación que permita el fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa? | 38 |
| Gráfico 4. ¿Cree usted que fomentando la comunicación efectiva se fortalecen las relaciones laborales dentro de las organizaciones? | 39 |
| Gráfico 5. ¿Considera importante mantener buenas relaciones laborales dentro de la organización? | 40 |
| Gráfico 6. ¿Considera fundamental recurrir a la comunicación efectiva para resolver conflictos que puedan surgir en el área de trabajo? | 41 |

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **FREDDY JOEL PALMA MENDOZA** con C.I. **2450277229** estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es:

LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y EL LENGUAJE ASERTIVO DENTRO DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD Y MERCANTIL DEL CANTÓN SANTA ELENA, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 28 de junio 2024.

Atentamente,



Freddy Joel Palma Mendoza

C.I. 2450277229



DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado a mis padres Freddy y Janeth quienes me han apoyado de manera incondicional a lo largo de todos estos años y me han guiado por el mejor camino que haya podido seguir. De igual forma, a mis dos sobrinas Nathalia e Isabella quienes me dan una singular alegría cada vez que comparto tiempo con ellas. Así mismo, a mis futuros hijos Mason y Freya porque algún día verán parte del camino que su papá tuvo que recorrer para que ellos lleguen sanos a este mundo lleno de retos.

De manera similar a todos mis amigos y conocidos que me han ayudado de una u otra forma durante este largo, hostil y brumoso camino quienes me hicieron ver la luz al final del oscuro túnel de la adversidad.

Finalmente, a mi yo del futuro que algún día verá este documento de nuevo para recordarse que no importa el problema que esté frente a sus ojos siempre le encontrará la llave a esa puerta difícil de abrir.

Freddy Joel Palma Mendoza

AGRADECIMIENTO

Le agradezco en primer lugar a Dios que siempre me acompaña y hace que las cosas sucedan porque cada una tiene un propósito; esta obra es un ejemplo de ello. A mis padres Freddy y Janeth que me apoyaron tanto económica como emocionalmente y me hicieron entrar en razón para no abandonar la carrera y dedicarme a ser Stripper. A mis hermanos David y Diana quienes me ayudaron para la realización de mi proyecto de fin de carrera con recursos tecnológicos y la logística para llegar a la universidad cuando no podía por mis propios medios. A mis amigos y conocidos que me acompañaron en este trayecto, es imposible nombrar a todos; tendría que realizar una tesis aparte.

A mi docente guía Lic. Vilma Maribel García González, MSc quien me despejó las dudas que me surgieron respecto a la asignatura y atendió mis inquietudes satisfactoriamente. A mi maestro tutor cinturón negro en Brazilian Jiu Jitsu Lic. Gregory Peter Santamaría Romero, Mgtr por su paciencia al explicarme mis constantes fallas en citación u otro detalle e hizo posible la realización de este estudio.

Al personal del Registro de la Propiedad y Mercantil de Santa Elena por permitirme realizar mi estudio dentro de sus instalaciones. A los especialistas participantes de las entrevistas quienes me compartieron sus conocimientos en el área.

A mi técnico electrónico de confianza Aldo Yagual y su equipo quienes repararon mi computadora que había presentado fallas a pocas semanas de concluir con el estudio y que pudo recuperar la información referente a mis avances en la investigación.

Freddy Joel Palma Mendoza

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 28 de junio del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE
En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que las estudiantes **Freddy Joel Palma Mendoza** con cédula de identidad N° **2450277229** ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) y protocolos vigentes de la Carrera de Comunicación, para la implementación y desarrollo del trabajo de titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, denominado **“La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena”**.

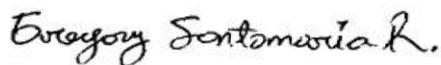
Por lo ante expuesto, recomiendo se **apruebe** el trabajo de titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)**, vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión por sus especialistas.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

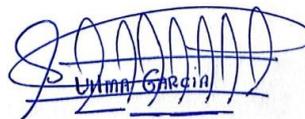


Lic. Gregory Peter Santamaría Romero, Mgtr.
Docente tutor
Trabajo Integración Curricular II CI: 0923403794
Correo Institucional: gsantamariar@upse.edu.ec

TRIBUNAL DE SUSTENTACION UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



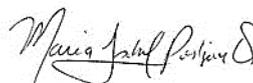
Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Vilma Maribel García González, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lic. Gregory Peter Santamaría Romero,
Mgtr.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lic. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Freddy Joel Palma Mendoza
ESTUDIANTE

La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro De La Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena.

Palma Mendoza Freddy Joel
Código Orcid: 0000-0003-1342-6708

Universidad Estatal Península de Santa Elena – Carrera de Comunicación

RESUMEN

El presente estudio sobre La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena tiene como objetivo conocer las características de la comunicación empresarial interna y externa de la empresa antes mencionada, a través de la aplicación de instrumentos del levantamiento de información que permitan estudiar los elementos comunicativos presentes. La metodología adoptada es del tipo pura con un enfoque mixto. Se empleó la técnica de entrevista mediante una guía de preguntas destinada a expertos en comunicación empresarial, así como una encuesta dirigida a los miembros de la organización a través de un cuestionario. La población está constituida por 10 personas que corresponde al número de colaboradores de la institución.

Los resultados obtenidos detallan la eficacia de la comunicación interna dentro de la compañía, así mismo se demuestra lo importante que resulta para los trabajadores la comunicación asertiva en la resolución de conflictos y el mantener buenas relaciones laborales. Se concluye que, la comunicación interna la mayor parte del tiempo es relativamente eficaz, mientras a nivel externo posee un margen de mejora que podría ejecutarse mediante la implementación de redes sociales de la empresa que contribuya a la imagen corporativa y en adición logre conectar con nuevos públicos.

Palabras clave: *Comunicación empresarial, lenguaje asertivo, resolución de conflictos, relaciones laborales, redes sociales, comunicación interna y externa.*

Business communication and assertive language within the Property and Mercantile Registry of Santa Elena.

Palma Mendoza Freddy Joel
Código Orcid: 0000-0003-1342-6708

Universidad Estatal Península de Santa Elena – Carrera de Comunicación

ABSTRACT

The present study on Business Communication and Assertive Language within the Property and Mercantile Registry of Santa Elena Canton has the objective of knowing the characteristics of the internal and external business communication of the afore mentioned company, through the application of information gathering instruments that allow the study of the communicative elements present. The methodology adopted is of the pure type with a mixed approach. The interview technique was used by means of a guide of questions addressed to experts in business communication, as well as a survey addressed to the members of the organization by means of a questionnaire. The population consisted of 10 people, which corresponds to the number of collaborators of the institution.

The results obtained show the effectiveness of internal communication within the company, as well as how important assertive communication is for workers in conflict resolution and maintaining good labor relations. It is concluded that, most of the time, internal communication is relatively effective, while externally it has a margin for improvement that could be executed through the implementation of social networks of the company that contributes to the corporate image and in addition manages to connect with new audiences.

Key words: *Corporate communication, assertive language, conflict resolution, labor relations, social networks, social media, corporate image.*

INTRODUCCIÓN

La presente investigación pretende conocer las características de la comunicación empresarial interna y externa del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena, a través de la aplicación de instrumentos del levantamiento de información que permitan estudiar los elementos comunicativos presentes. Así mismo, la investigación cumple con las líneas y componentes de investigación de la carrera de comunicación.

El estudio aporta a la generación de conocimiento de procesos comunicativos eficaces en el ámbito empresarial que actualmente con la aparición de nuevas tecnologías se enfrenta a nuevos desafíos. Así mismo, la comunicación asertiva fortalece las relaciones entre los actores internos, mejorando su desempeño como colaboradores de la institución y que a su vez impacta significativamente en el público externo de la organización. La metodología utilizada se encuentra direccionada a la investigación pura con enfoque mixto y un diseño no experimental, por lo que la información solo fue observada y analizada. Para la recolección de datos se recurrió a las técnicas de encuesta dirigida a los miembros de la organización y la entrevista destinada a expertos en comunicación empresarial. El tamaño de la población es de 10 personas que corresponde al número de colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa.

Capítulo I se aborda la formulación general del proyecto junto con la descripción del problema. Así mismo, se presenta la formulación de las preguntas del proceso de investigación científica. Luego, se estableció la justificación, la hipótesis, el planteamiento de objetivos y las variables con su respectivo estudio.

Capítulo II tiene su enfoque en el marco teórico y conceptual donde se realizó una búsqueda de estudios previos a nivel internacional, nacional y local con respecto a las variables del tema. Adicionalmente, se cubrió la fundamentación teórica y conceptual, dentro de la cual, se establecieron tanto las definiciones como las características de las variables y dimensiones de estudio.

Capítulo III se presenta la metodología de la investigación en la que se detallan los conceptos y elementos clave como: tipo, diseño, enfoque y alcance de la investigación. Así mismo, se exponen los instrumentos, técnicas, población, muestra, periodo de estudio, y el respectivo levantamiento de información.

Capítulo IV comprende el análisis de los resultados y la discusión. En esta parte se integra el procesamiento, análisis, interpretación y discusión de los resultados obtenidos. De igual modo,

se exponen las conclusiones y recomendaciones incluyendo los anexos, figuras y tablas correspondientes.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

Hoy, en el siglo XXI existen factores como son los cambios sociales, la globalización, la competitividad, la búsqueda de la mejor calidad, la búsqueda del reconocimiento, entre otros, que han hecho que las empresas grandes, medianas o pequeñas hayan puesto énfasis en el área de la comunicación. Esta es vista como una herramienta estratégica para establecer relaciones con los distintos públicos sean internos o externos. Aunado a esto, la comunicación ha conseguido establecerse en un puesto de mayor importancia en la mesa directiva de las distintas organizaciones, con ello han aparecido nuevos conceptos dentro del área de comunicación empresarial como: reputación, imagen e identidad corporativa. (Galvis y Silva, 2016).

Vinculado a esto, los departamentos de economía, producción y administración durante mucho tiempo fueron los ejes principales dentro del mundo empresarial. Sin embargo, cuando a este grupo no se le añade la parte comunicacional, la empresa corre el riesgo de estancarse en su crecimiento y que su competencia les tome la delantera. En esa misma línea, otro aspecto a tomar en consideración es la utilización de la comunicación asertiva la cual puede ser de utilidad en la resolución de conflictos emergentes, de forma que, todos los miembros de la organización laboran en armonía comprendiéndose unos con otros y evitando tomar malas decisiones, sin mencionar que también promueve la buena utilización del lenguaje. Dentro de las organizaciones la comunicación debe de ser efectiva, pues de esa forma todos los elementos de la institución se benefician ya que realizarán sus actividades con mayor motivación y un mejor desempeño (Yance et al., 2019). Dicho esto, es evidente lo fundamental de la comunicación dentro de una entidad para el rendimiento de los trabajadores.

Es así como, a través de los años la comunicación empresarial no ha sido implementada de la misma forma, ha tenido que ser adaptada a las nuevas necesidades del entorno para de esa manera continuar siendo una herramienta útil. Por ello, Zorlu y Korkmaz (2021) durante su estudio titulado “*Organizational Communication as an Effective Communication Strategy in Organizations and the Role of the Leader*” corroboran que desde el pasado hasta el presente, se han experimentado muchos cambios y transformaciones tanto a nivel social como organizativo producto del proceso de globalización y los importantes avances tecnológicos. A su vez, sostienen que la comunicación organizativa puede expresarse como un proceso sistemático en el cual se incluyen todas las relaciones, el intercambio de

información y el intercambio de ideas, tanto dentro de la organización como con sus interlocutores externos.

Al respecto, se hace énfasis en la capacidad de interactuar con la gente, tanto dentro como fuera de su empresa, dando por hecho que es una característica clave de los empresarios de éxito. Sin embargo, también existen opiniones divididas respecto a la importancia de la comunicación dentro de la empresa (Verma et al., 2022). De este modo, es evidente que la importancia que se le dé a la comunicación en el ámbito empresarial puede ser algo subjetivo.

Por otro lado, Costa et al. (2020) mediante su estudio titulado “Gestión de la comunicación en la Pequeña y Mediana Empresa. Potencial estratégico, filosofía y tendencias” realizado en Galicia, España, destacan la elevada cifra de pequeñas empresas que consideraron no realizar acciones de comunicación, dichos resultados apuntan al desconocimiento de la transversalidad de la comunicación y sus funciones, demostrando así, una falta de cultura de la misma.

De manera similar, dentro del contexto nacional se han realizado estudios respecto a esta rama de la comunicación. Moreno et al. (2021) quienes mediante su trabajo de investigación de tipo no experimental con enfoque cualitativo titulado “La comunicación empresarial como herramienta de apoyo en la gestión y desarrollo de las empresas” resolvieron que la comunicación es un proceso que necesita de políticas internas que sean debidamente establecidas, socializadas a todo el personal de la empresa y de esta manera aumentar su productividad.

En ese mismo contexto, Oyarvide et al. (2017) a través de su artículo “La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas” publicado en la ciudad de Esmeraldas, detallan que los trabajadores de una entidad, quienes corresponden al público interno se convierten en ejes fundamentales al igual que el público externo. Con ello, se hace evidente que ambos públicos a los que se dirige la empresa tienen el mismo nivel de importancia.

De igual forma, dentro de la provincia de Santa Elena se han realizado estudios de casos dentro empresas, tal es el caso de Yagual (2023) quien mediante un enfoque cualitativo de su tesis “Tipos de comunicación organizacional para la participación ciudadana, aplicadas en la Asociación de Servicios y Comercialización de Alimentos San Pablo ASOSERCOMSA.” Aseguró que la empresa situada en la zona norte de La Península posee falencias en la comunicación interna y ausencia de comunicación externa, factores que

imposibilitan la transmisión de información a la comunidad. Además, pone énfasis en que la comunicación empresarial es de suma importancia para fortalecer las relaciones laborales entre los públicos internos e impulsar su marca para dar a conocer sus productos y servicios al público externo.

En paralelo, dentro de este proyecto se aborda el estudio del lenguaje asertivo, habilidad necesaria para diversos aspectos de la vida inclusive dentro del ámbito laboral. Pipas y Jaradat (2010) por medio de su artículo “*Assertive Communication Skills*” puntualizan en la posibilidad que brinda el asertividad para manifestar los desacuerdos de forma elegante sin colocarse en una posición vulnerable, dejando así espacio para la discusión sin utilizar la agresividad.

En ese mismo contexto, Martínez et al. (2021) según su estudio “Comunicación Asertiva para Mejorar el Clima Laboral en las Organizaciones Públicas” llevado a cabo en México, aseguraron que dentro de las áreas administrativas el lenguaje asertivo es una eficaz herramienta que promueve una mejora en el desempeño de los trabajadores cuando realizan sus tareas, logrando ejecutarlas en menos tiempo y prestando un mejor servicio. Por lo cual, haciendo uso de la asertividad en el lenguaje dentro de las instituciones se pueden conseguir mejores resultados.

Por otra parte, en Ecuador la variable de estudio ha sido abarcada anteriormente en diferentes ocasiones, tal es el caso de Chávez et al. (2022) con su trabajo de investigación “Comunicación asertiva en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de Bachillerato General Unificado” llevado a cabo en la ciudad de Portoviejo, sostuvieron que con la asertividad se expresan contenidos y criterios que el individuo piensa, lo que a su vez fortalece la familiaridad con los otros y crea un vínculo entre las personas o grupos. En síntesis, la comunicación asertiva brinda la posibilidad de establecer relaciones sanas entre los individuos. En adición, los resultados arrojados en una investigación realizada en Quito por Cortez (2018) muestran como la comunicación asertiva puede abrir paso a las emociones para que surja un cambio en la sociedad que cada vez está más centrada en la competitividad de los mercados o las nuevas tecnologías, olvidando la esencia del ser humano de conectar con sus emociones y el mundo que le rodea. Por ende, esta habilidad lingüística ofrece la oportunidad de tener una mejor conexión con el entorno dentro de una sociedad cada vez más apegada a la tecnología.

Del mismo modo, Guartatanga (2011) con su obra “La Comunicación Asertiva Y Su Incidencia En Las Empresarias Independientes De La Empresa Yambal En La Provincia De Santa Elena Periodo 2010.2011.” constató que, dentro del área laboral el lenguaje asertivo se relaciona con la interpretación de la información, ya que cuando la comunicación no es clara se malinterpretan las indicaciones y las actividades no logran los resultados deseados, desatando conflictos entre el personal y la organización. En esencia, la no utilización de la asertividad en el lenguaje puede provocar importantes desacuerdos entre los miembros de la empresa.

1.2. Formulación del problema de investigación.

- ¿Cuál es la eficacia de la comunicación empresarial dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena?

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Qué tipos de comunicación empresarial existen dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena?
- ¿Cuál es el proceso comunicativo de los miembros de la organización?
- ¿Qué estrategias comunicacionales internas permitirían el fortalecimiento de la imagen corporativa de la empresa?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Conocer las características de la comunicación empresarial interna y externa del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena, a través de la aplicación de instrumentos del levantamiento de información que permitan estudiar los elementos comunicativos presentes.

1.4.2. Objetivos específico

- Examinar la comunicación empresarial dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena.
- Evaluar el proceso comunicativo de los miembros de la organización.
- Sugerir estrategias comunicacionales internas que permitan el fortalecimiento de la imagen corporativa del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena.

1.5. Justificación de la investigación

En la actualidad la comunicación empresarial tiene un papel trascendental en el fortalecimiento y posicionamiento de las entidades dentro de un mercado que en los últimos años ha tenido cambios vertiginosos. Las grandes corporaciones a nivel mundial comprenden la importancia de tener su departamento de comunicación en armonía con las otras áreas. En adición, el posicionamiento es debido a la adecuada utilización de herramientas de comunicación externa e interna que coadyuvan en la consecución de los objetivos empresariales. En ese mismo contexto, el lenguaje asertivo contribuye en gran medida para afrontar un mercado globalizado que exige cada vez más las empresas, ya que brinda una oportunidad para la resolución de conflictos y el mutuo entendimiento por parte de los trabajadores.

En ese sentido, el estudio aporta a la generación de conocimiento de procesos comunicativos eficaces en el ámbito empresarial que actualmente con la aparición de nuevas tecnologías se enfrenta a nuevos desafíos. Así mismo, la comunicación asertiva fortalece las relaciones entre los actores internos, mejorando su desempeño como colaboradores de la institución y que a su vez impactará significativamente en el público externo de la organización. De este modo, la investigación beneficia a todos los miembros de la empresa, pues extraerán conocimiento aplicable su contexto laboral y que puede ser de ayuda para realizar mejoras o innovaciones que fortalezcan la imagen corporativa de la empresa. No obstante, el estudio tiene el potencial de ser un modelo para otras empresas dentro y fuera de la provincia de Santa Elena ya sea que pertenezcan al sector público o privado.

1.6. Hipótesis

Si se analiza la comunicación empresarial y las características del lenguaje utilizado en el Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena, entonces se podrá identificar alternativas de fortalecimiento de la imagen institucional de esta entidad

1.7. Variables

Variable independiente: Comunicación empresarial

Según Montoya (2018) en concordancia con su estudio “Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos” explica que la comunicación empresarial es definida como un conjunto de técnicas que van encaminadas a facilitar el flujo de información entre los miembros de una empresa, así mismo; busca influir en las opiniones, conductas, intereses de los públicos internos y externos,

todo con el fin de cumplir los propósitos de la organización. En concreto, dentro de las organizaciones se utiliza la comunicación para lograr influir en los actores externos e internos, de este modo, tener la posibilidad de materializar los objetivos planteados por los gerentes.

Variable dependiente: Lenguaje asertivo

En particular Estrada et al. (2015) dentro de su investigación “La comunicación asertiva como estrategia pedagógica en las relaciones interpersonales entre los docentes de educación para el trabajo, sub área comercial (Caso: U. E. P. “Santa Ana”, de la ciudad de Valencia- Edo Carabobo” comentan que el lenguaje asertivo es definido como una conducta que permite a una persona actuar con base a sus intereses más importantes, defenderse sin ansiedad, expresar cómodamente sentimientos o ejercer los derechos personales, todo esto sin negar los derechos de los otros. Además, compromete la capacidad de luchar por los propios derechos, de forma que expresan pensamientos y creencias en forma directa y apropiada, sin violentar los derechos de los demás. Para simplificar, cuando una persona se encuentra en una situación en la que desea dar su punto de vista en pro de defender de sus derechos sin necesidad de violentar verbalmente a su interlocutor, podemos dar por hecho que ha utilizado la asertividad en el lenguaje.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual

La comunicación empresarial es una importante herramienta que ha sido de mucha ayuda para las corporaciones, motivo por el cual han recurrido a ella, no obstante aún queda mucho trabajo por realizar referente a ello. Tal como señalan Costa et al. (2020) en su estudio “Gestión de la comunicación en la Pequeña y Mediana Empresa. Potencial estratégico, filosofía y tendencias” manifestaron que resulta llamativo el importante incremento porcentual de pequeñas empresas que consideran no haber realizado acciones de comunicación, mencionada acción apunta al desconocimiento de la transversalidad de la comunicación y sus funciones. Por este motivo, la inexistencia de una cultura de comunicación se vuelve evidente, cuestión que debe ser abordada urgentemente desde los centros de formación universitaria especializados en comunicación y asociaciones profesionales del sector. En líneas generales, es preciso afirmar que muchas pequeñas empresas no toman en cuenta el área comunicacional, por lo que existe un desconocimiento de la misma y su virtud de transversalidad.

De manera similar, Bozas et al. (2021) en su artículo “Comunicación organizacional en las empresas del sur de Veracruz en tiempos de COVID-19” argumentan que debido al confinamiento causado por el Covid-19 la transición de trabajar de manera presencial a remota fue más sencilla para aquellas empresas que contaban con un plan de comunicación bien estructurado, lo cual resultó en un gran problema para aquellas que carecían del mismo. Por tanto, se puede afirmar que las organizaciones deben contar con planes de comunicación que reflejen mecanismos de comunicación a utilizar en momentos de crisis, así como la selección de canales de comunicación adecuados. A partir de estas afirmaciones, se puede enfatizar que a raíz de la pandemia se hizo más evidente lo indispensable que puede ser el departamento de comunicación dentro de una empresa. Para lo cual, se debe poner énfasis en el diseño de planes de comunicación en pro de ejecutar mejoras dentro de la organización

En segunda instancia, Lesmes et al. (2020) en su artículo titulado “Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial?” resumieron que la comunicación asertiva desde el enfoque de estrategia en la competencia empresarial ha sido y seguirá siendo un pilar para los gerentes, líderes o directores de una organización. Su principal función está basada en mantener el equilibrio informacional en todos los niveles de la corporación. De esta manera, es posible imaginar distintos escenarios desfavorables que se podrían presentar dentro de una institución si los profesionales que ejercen allí no utilizaran la asertividad en sus relaciones laborales.

Por otro lado, García (2023) durante su estudio “Comunicación asertiva para la resolución de conflictos laborales en el Área de Recursos Humanos de la circunscripción Judicial de Ñeembucú” pudo comprobar que los datos recolectados a través de las técnicas de recolección de la información, mismos que han sido obtenidos de los sujetos de estudio, permitieron comprobar la existencia de una comunicación asertiva para la resolución de conflictos laborales. Ésta se encuentra instalada como sistema de interrelación personal y laboral en las personas estudiadas, dado que no se encontraron barreras en la comunicación. En síntesis, se puede afirmar que esta habilidad del lenguaje no solamente promueve una mejor comunicación dentro del entorno laboral, sino que en adición, tiene el potencial de resolver conflictos entre los miembros de la organización.

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.

2.2.1. Comunicación empresarial

Dentro de las instituciones mantener una buena comunicación es crucial para su mejora y fortalecimiento, pues facilita el proceso de adaptación ante los cambios sociales o del mercado. También, ofrece a los *coworkers* desempeñar sus actividades en un clima laboral óptimo en los que se pongan en práctica valores de responsabilidad, pertenencia, motivación y compromiso. Según Suhairi et al. (2023) en su tesis “*Business Communication Ethics*” argumentan que la comunicación empresarial es el intercambio de información, opiniones, orientaciones, recomendaciones e ideas con objetivos específicos dentro de un entorno corporativo. Se puede establecer de manera personal o impersonal recurriendo tanto al lenguaje verbal como al no verbal, todo ello con el fin de fortalecer las relaciones, lograr un entendimiento mutuo, mejorar el rendimiento de los trabajadores y en consecuencia alcanzar resultados organizacionales. En concreto, la comunicación empresarial es un área primordial para el correcto funcionamiento de la compañía, pues permite conectar a todos los miembros entre sí.

De manera similar, Moreno (2023) en su libro “Gestión de la publicidad y de la comunicación corporativa” manifestó que dentro de la comunicación empresarial se abarca la creación y difusión de mensajes claros en los que se reflejen la misión, visión y valores de la corporación. Así mismo, engloba la comunicación interna dirigida a los empleados y la comunicación externa destinada a clientes, medios de comunicación, inversores u otros. De esta manera, se confirma la utilidad de la comunicación empresarial como herramienta para la emisión de mensajes encaminados al reconocimiento de la compañía.

2.2.2. Lenguaje asertivo

El lenguaje asertivo entre muchas cosas lo que busca es resolver problemas y generar los máximos resultados. Dentro del contexto empresarial, al recurrir a esta habilidad lingüística se pueden resolver diferencias o situaciones de conflicto sin agresiones, ni malicia. Citando a Páez et al. (2022) durante su estudio “Comunicación Asertiva En Carreras De Ciencias Y Humanidades: Universidad De Boyacá. Colombia” indicaron que el lenguaje asertivo es una habilidad que se va mejorando con la práctica y promueve el entendimiento entre los participantes al interactuar entre sí dentro de cualquier entorno social. De la misma manera, afirman que al manifestar opiniones, sugerencias o sentimientos a partir de la sinceridad es posible evitar trabas o malos entendidos. Es así como, el lenguaje asertivo se convierte en una habilidad muy útil para los miembros de una empresa tomando en consideración que los conflictos están siempre latentes.

De igual modo, Bernal et al. (2022) en su publicación titulada “La comunicación asertiva y su aporte en el proceso de enseñanza y aprendizaje” redactan como la comunicación asertiva resulta ser aquella que implica dos factores fundamentales necesarios en el juego de la comunicación: dar y aceptar. En ésta se comprende el dar como aquella aceptación propia como persona y por el otro lado hace énfasis en el reconocimiento de las diferencias individuales, así como la diversidad de carácter de los demás. Por tanto, se comprueba que la aceptación propia y de las demás personas, promueven una mejor comunicación interpersonal, lo cual se traduce en un mayor rendimiento dentro de la entidad.

2.2.3. Herramientas comunicacionales

Las herramientas de comunicación dentro de las empresas contribuyen a operativizar las estrategias que han sido planteadas y que a su vez contribuya al logro de los objetivos comunicacionales deseados. No obstante, en muchas ocasiones esta área es considerada como un gasto mas no como una inversión, sin tomar en cuenta que se trata de un campo dialectico que requiere un continuo análisis. Citando a Salikhova et al. (2023) quienes con su investigación “*Communication tools and social media usage: Assessing self-perceived communication competence*” sostuvieron que un gran número de personas recurren a plataformas digitales como Facebook, LinkedIn, Instagram o Twitter para intercambiar ideas, información o contenido. En esa misma línea, sugieren realizar una selección de medios o canales adecuados en función del objetivo a alcanzar y del formato que mejor se adapte a la audiencia. En síntesis, identificar a la audiencia para conocer cuáles son los canales y formatos que más utilizan se convierte en una labor necesaria.

En adición, Matošková (2020) dentro de su estudio *“Communication tools as drivers of employees’ knowledge sharing: evidence from the Czech Republic”* descubrió que la elección de medios o herramientas para comunicarse estaba definida por las actitudes, declaraciones o comportamientos de los supervisores y compañeros. En ese mismo contexto, sostuvo que el uso de los medios debe de estar adaptado a los niveles jerárquicos de la compañía para que este sea útil. Por tanto, se podría afirmar que la elección de los medios dependerá de los niveles de la jerarquía empresarial.

2.2.4. Comunicación interna

En los tiempos actuales, la comunicación interna se ha convertido en uno de los fragmentos empresariales imprescindibles para fortalecer las relaciones laborales, lo que al mismo tiempo incrementa los niveles de productividad por parte de los altos mandos y los empleados. Tal como sugieren Saldaña et al. (2023) en su estudio *“Comunicación interna y su relación en el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el nororiente peruano”* la comunicación interna se convierte en parte indispensable de cualquier organización sin importar el rubro en que se desenvuelva, así mismo se debe desarrollar bajo la participación de todo el personal incluyendo los directivos ofreciendo la escucha activa y logrando estar informados de las novedades internas a la empresa. Por ende, este mecanismo concede la posibilidad de mantener a todos los miembros de una empresa conectados entre sí.

De manera similar, Miquel y Aced (2019) en su estudio *“Objectives and difficulties in the evaluation of internal communication in Spanish companies.”* Detallan que la comunicación interna es cada vez más utilizada como herramienta de gestión estratégica que al conocer como evaluar su eficacia contribuye de gran manera a consolidar su influencia dentro de la compañía. Al mismo tiempo, en las empresas donde se valoran los equipos la CI desempeña un papel más significativo. En definitiva, la comunicación interna es un recurso importante para las compañías indistintamente de su constitución.

2.2.5. Comunicación externa

La comunicación externa es uno de los enfoques que en la actualidad se utilizan dentro de los planes de comunicación de las instituciones, se realiza en función del público objetivo con la finalidad de obtener apoyo, confianza, reconocimiento y fortalecer las relaciones entre la compañía y su audiencia. De acuerdo con Sánchez y Arana (2023) mediante su estudio *“Comunicación Externa E Imagen Corporativa En La Empresa Fumibox E.I.R.L. Iquitos, Año 2023”* argumentan que la comunicación externa engloba las interacciones de una empresa con individuos, grupos u otras entidades fuera de su estructura organizacional. De igual forma,

manifiesta que cuando se lleva a cabo un buen proceso de comunicación fuera de la institución, su imagen corporativa tendrá un impacto sumamente positivo. Por tanto, supone una gran herramienta para promover la imagen de la compañía con un gran margen para generar una retroalimentación favorable por parte de su público externo.

Por su parte, Zambrano (2019) basándose en su trabajo de investigación “Estrategias de comunicación externa y su influencia en el posicionamiento de la marca del Delfín Sporting Club de la ciudad de Manta” nos confiere que la comunicación externa, tiene como objetivo velar por el bien común de todo lo que compone la organización, dándola a conocer en todas sus áreas. De esta forma, se espera lograr una imagen externa que transmita los valores que se desean comunicar. Por ende, se puede constatar que un factor que compone a la comunicación externa es el posesionarse en el mercado mediante el trabajo de su imagen institucional que está dirigida a su audiencia.

2.2.6. Comunicación verbal

La comunicación verbal entre los individuos ha sido y seguirá siendo fundamental tanto para el acceso e intercambio de información como para la creación de relaciones sociales. Para ello, se puede recurrir a un gran repertorio de estrategias lingüísticas que propicien la realización eficiente del proceso comunicativo. En dicho proceso, intervienen el emisor y receptor quienes interactúan a través de un mensaje creado a partir de un contexto o idea. Citando a Mammadzada (2023) mediante su informe “*Verbal And Non-Verbal Communication In Linguistics*” comenta que existe una discusión dentro de la lingüística en la cual se distinguen el lenguaje verbal-oral, que se considera una forma eficaz de comunicación debido a que brinda la posibilidad de retroalimentar ideas y la atención del oyente se centra en la información. Sin embargo, menciona la importancia del discurso escrito que puede abarcar un público más amplio y perdurar en el tiempo. Por ende, se evidencian las dos formas de transmitir información utilizando el lenguaje verbal que a su vez poseen singulares características.

De manera semejante, Abdikarimova et al. (2021) en su artículo “*Developing Students Verbal Communication Skills and Speech Etiquette in English Language Teaching*” se refieren a la comunicación verbal como una herramienta que ayuda a manifestar las necesidades propias y formular interrogantes para obtener una determinada información. Así mismo, se recurre a ella para describir acontecimientos, personas o ideas logrando llegar al receptor por medio del habla. En definitiva, la comunicación verbal brinda la posibilidad de compartir información de cualquier índole entre dos o más personas.

2.2.7. Comunicación no verbal

El ser humano como especie se ha fundamentado de los gestos, movimientos corporales o los sonidos para comunicarse con sus semejantes antes de que existiera el habla. Además, se conoce que alrededor del 70% de todo lo que se comunica es no verbal, lo cual le da evidentemente una mayor relevancia a este aspecto dentro de la interacción. Según Wanko et al. (2020) en su informe “*Evidence of nonverbal communication between nurses and older adults: a scoping review*” sugieren que la comunicación no verbal es un conjunto de comportamientos comunicativos en los que no se incluye contenido lingüístico. De igual forma, se le puede considerar como una contramedida o complemento al lenguaje verbal, evitando así posibles incoherencias en la comunicación. En pocas palabras, la comunicación no verbal ofrece la posibilidad de complementar el lenguaje transmitido con las palabras, haciendo que el mensaje sea más creíble y congruente. De manera similar, Hall et al. (2019) en su informe “*Nonverbal Communication*” aseguraron que la comunicación no verbal es el factor común en la vida social, ya que este comportamiento se da en todo momento incluso de manera involuntaria. Además, es reconocida como la conducta de la cara, el cuerpo o la voz, es decir todo menos las palabras. Por consiguiente, el estudio de la comunicación no verbal se centra en todos los aspectos que intervienen en la comunicación exceptuando el lenguaje hablado.

2.2.8. Barreras de la comunicación

En la actualidad, las empresas necesitan de tener un plan de comunicación para lograr alcanzar diversos objetivos. No obstante, es imperativo tener en consideración las barreras de la comunicación, mismas que son catalogadas como obstáculos que pueden estar presentes dentro de cualquier proceso comunicativo y con el potencial de entorpecer o tergiversar el mensaje que en un inicio se desea compartir. Citando a Hernández y Duana (2021) en su informe “*Barreras de comunicación*”, sostienen que las barreras de comunicación son definidas como aquellos impedimentos dentro del proceso de comunicación, éstos limitan o dificultan a las personas lograr acceder a la información, así como influir negativamente en su capacidad para expresarse y tener una comunicación efectiva con su semejante. Por ende, las barreras que puedan existir en el proceso de comunicación al momento de interactuar con nuestros semejantes tienen el potencial de entorpecer la interacción, de forma que la información no logra ser compartida, y en consecuencia no se concreta la recepción del mensaje.

De igual manera, Hernández et al. (2022) con su titular “Barreras de comunicación y su influencia en la adherencia al tratamiento dentro del Instituto Nacional De Rehabilitación Lgii” resolvieron que dentro del proceso de la comunicación se pueden identificar numerosos aspectos que, de ser erróneos o mal interpretados, podrían generar consecuencias. Además, cualquier factor que bloquee el significado de lo que se está comunicando o que pueda impedir que el receptor lo entienda es catalogado como una barrera en la comunicación. Por tanto, las barreras de comunicación son aquellos factores que pueden crear interferencia en la recepción del mensaje, esto por consiguiente puede ocasionar efectos negativos dentro de la interacción entre los interlocutores

2.3. Marco Legal

Con base en la Constitución De La República Del Ecuador (2021) en su tercera sección “Comunicación e información” artículo 16, apartado 2 decreta que:

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación

De igual modo, la Constitución De La República Del Ecuador (2021) mediante el artículo 18 apartado 2 dicta lo siguiente:

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará información

En ese mismo contexto, la Constitución De La República Del Ecuador (2021) a través del artículo 393 resuelve que:

El estado garantizará la seguridad humana a través de políticas y acciones integradas, para asegurar la convivencia pacífica de las personas, promover una cultura de paz y prevenir las formas de violencia y discriminación y la comisión de infracciones y delitos. La planificación y aplicación de estas políticas se encargará a órganos especializados en los diferentes niveles de gobierno.

Por otro lado, la Ley Orgánica De Comunicación (2019) mediante su artículo 35 “Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación” establece que:

Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Así mismo, la Ley Orgánica De Comunicación (2019) citando su artículo 62 “Prohibición” apartado 1 confiere que:

Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

El tipo de investigación con enfoque mixto es un modelo híbrido que combina las técnicas de la encuesta con la de la entrevista para obtener datos cuantitativos y cualitativos. Citando a Hernández et al. (2014) en su libro “Metodología de la investigación”:

El enfoque cuantitativo es utilizado para consolidar las creencias (formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico) de manera que establezca con exactitud patrones de comportamiento de una población. Por otra parte, el cualitativo es utilizado para que el investigador se forme creencias propias sobre el fenómeno estudiado. (p. 10).

En concreto, el enfoque mixto de la investigación permite la obtención de datos numéricos basándose en la lógica y la formulación de teorías a partir de los resultados compilados.

3.2. Tipo de investigación.

Para la realización del estudio se utilizó el tipo de investigación pura, la cual se adapta a los objetivos de la misma. Tal como confiere Nieto (2018) “Es un tipo de investigación que tiene como objetivo describir las características de un fenómeno o situación. Se utiliza para recopilar información sobre un tema determinado, sin buscar establecer relaciones causales o predecir resultados” (p. 2). Por ende, recurrir a este tipo de investigación brinda la posibilidad de recabar información respecto al tema de estudio.

3.3. Diseño de investigación

El diseño seleccionado para la realización del estudio es el óptimo para recopilar los datos o información deseada. Desde la posición de Hernández et al. (2014) enfatizan que:

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (p. 152).

En concreto, este diseño de investigación enfatiza su análisis a partir de la observación de un determinado fenómeno tal cual como se presenta.

3.4. Alcance de la investigación.

Con este trabajo de investigación, se pretende que el Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena, conozca la importancia del área comunicacional dentro de una empresa, esto es beneficioso tanto para que los miembros de la entidad (actores internos) estén informados de las novedades, como para los clientes (actores externos) ya que por medio de las distintas herramientas comunicacionales existe la posibilidad de compartir información y en consecuencia podrán conocer más de los servicios que la organización ofrece. Además, se busca que esta labor investigativa pueda utilizarse como un modelo para que otras organizaciones dentro de la provincia, como fuera de ella lo repliquen y trabajen en el fortalecimiento del área de comunicación empresarial. De la misma forma, que esta rama de la carrera de comunicación tenga un mayor peso en el plan de estudio de la Universidad Estatal Península de Santa Elena como en otras universidades del país

3.5. Operacionalización de las variables

| Tema | Variable | Definición | Dimensión | Indicadores | Escala de medición |
|---|--------------------------|--|--|--|--|
| La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena | Comunicación empresarial | Se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio. (Montoya, 2018) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Herramientas comunicacionales 2. Comunicación interna 3. Comunicación externa | <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué herramientas comunicacionales utiliza el Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena durante el proceso de sus actividades diarias? 2. ¿Cuáles son los elementos de la comunicación interna que se utilizan en el Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena? 3. ¿Qué estrategias de comunicación externa Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena? 4. ¿Existe un departamento de comunicación en el Registro de la Propiedad y Mercantil | <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista |

| | | | | | |
|--|-------------------|---|---|--|---|
| | | | | del cantón Santa Elena? | |
| | Lenguaje asertivo | Es la habilidad de expresar tus pensamientos, sentimientos y percepciones, de elegir cómo reaccionar y de hablar por tus derechos cuando es apropiado. (Elizondo, 1999) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicación verbal 2. Comunicación no verbal 3. Barreras de la comunicación | <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo influye la comunicación asertiva en la construcción de relaciones laborales? 2. ¿La comunicación interpersonal es el eje principal de las buenas relaciones laborales? 3. ¿La comunicación efectiva contribuye a la resolución de conflictos dentro de la empresa? 4. ¿Los conflictos que se presentan dentro de la institución se resuelven a través de una buena comunicación? | <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevista |

3.6. Población, muestra y periodo de estudio.

Acotando a Pineda et al. (1994) con su obra “Metodología de la investigación en Manual para el desarrollo de personal de salud” explican que:

Es el grupo de elementos al que se generalizaran los hallazgos. Por esto es importante identificar correctamente la población desde el inicio del estudio. Al mismo tiempo, puede estar construida por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales, entre otros. (p. 108).

En concreto, la población hace referencia a la totalidad numérica de los individuos considerados para el estudio a realizar, lo que a su vez está comprendido por personas u otros objetos. Para este caso de estudio que comprende desde el 2 de abril hasta el 19 de julio del 2024, se procederá a tomar como población a las 10 personas que laboran dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

3.7.1. Encuesta

La técnica empleada para la recolección de datos fue la encuesta con escala de Likert que comprende los siguientes niveles: (1) Muy de acuerdo, (2) De acuerdo, (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, (4) En desacuerdo, (5) Muy en desacuerdo. De acuerdo con López y Fachelli (2015) en su libro “Metodología de la investigación social cuantitativa” definen que:

La encuesta se considera en primera instancia como técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. (p. 8).

Por ende, con la utilización de esta técnica se recolectará de manera sistemática información sobre los sujetos del estudio establecidos anteriormente que dentro del proyecto corresponde a los miembros del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena.

3.7.2. Entrevista

De igual forma se recurrió a la entrevista para recopilar información necesaria acerca de las variables de estudio. “La entrevista dirigida consiste en un cuestionario de preguntas abiertas donde existe un importante grado de direccionalidad en la formulación y el orden de las preguntas pues éstas están preestablecidas” (López y Fachelli, 2015, p. 10). En este

sentido, mediante el cuestionario dirigido a especialistas en el área de comunicación empresarial se obtuvieron datos que fueron útiles para la consecución del estudio.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

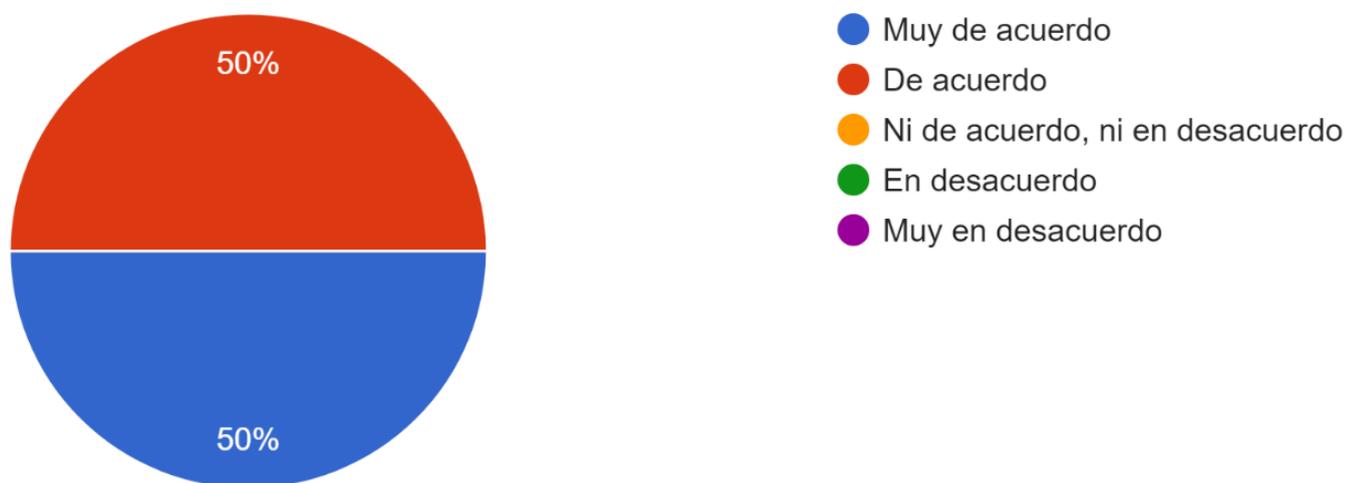
4.1. Análisis cuantitativo: Encuesta

Tabla 1. *¿Considera importante la utilización de herramientas de comunicación tales como Facebook, WhatsApp o correo electrónico para el desarrollo de sus actividades laborales?*

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| Muy de acuerdo | 5 | 50% |
| De acuerdo | 5 | 50% |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0% |
| En desacuerdo | 0 | 0% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 10 | 100% |

Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena
Elaborado por: Freddy Palma
Fecha: junio 2024.

Gráfico 1. *¿Considera importante la utilización de herramientas de comunicación tales como Facebook, WhatsApp o correo electrónico para el desarrollo de sus actividades laborales?*



Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena
Elaborado por: Freddy Palma
Fecha: junio 2024.

Análisis e interpretación

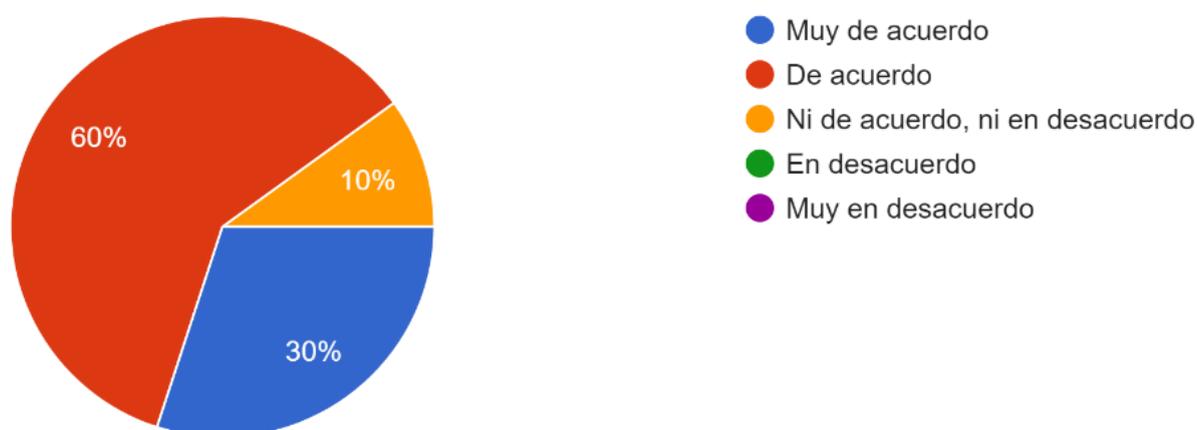
Según los datos obtenidos se determinó que; 5 de los encuestados manifestaron estar Muy de acuerdo con la interrogante, lo cual equivale al 50%, por su parte los otros 5 miembros de la empresa se mostraron estar De acuerdo que equivale al otro 50% del total la muestra respecto a la importancia que tienen las herramientas de comunicación tales como Facebook, WhatsApp o correo electrónico para el desarrollo de sus actividades laborales.

Tabla 2. ¿Cree usted que la comunicación interpersonal es un elemento fundamental para la institución?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| Muy de acuerdo | 3 | 30% |
| De acuerdo | 6 | 60% |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 1 | 10% |
| En desacuerdo | 0 | 0% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 10 | 100% |

Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena
Elaborado por: Freddy Palma
Fecha: junio 2024.

Gráfico 2. ¿Cree usted que la comunicación interpersonal es un elemento fundamental para la institución?



Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena
Elaborado por: Freddy Palma
Fecha: junio 2024.

Análisis e interpretación

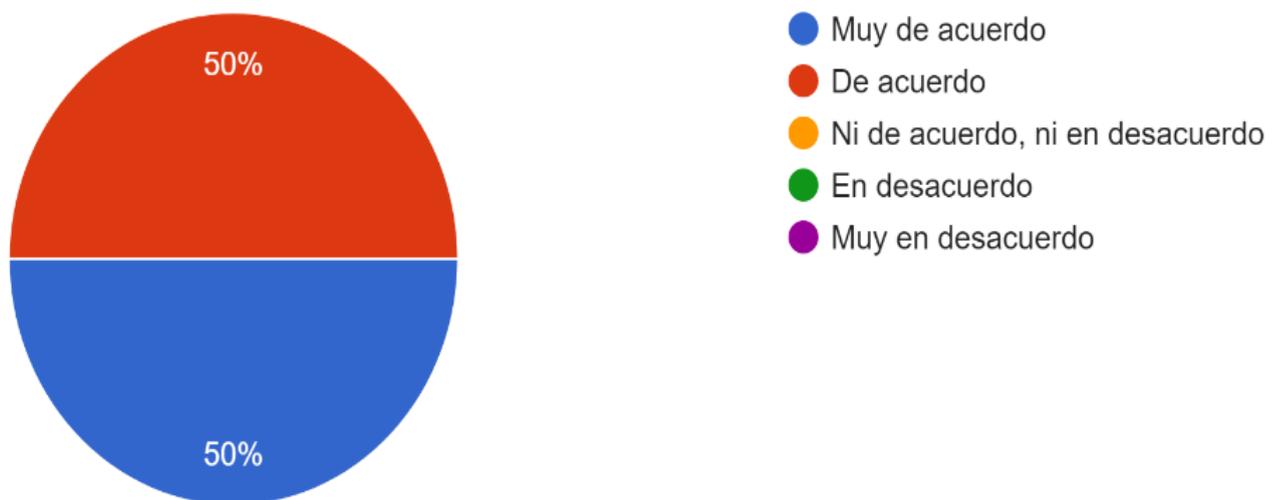
Según los datos obtenidos de la encuesta se determinó que; 3 de los encuestados manifestaron estar Muy de acuerdo con la interrogante, lo cual equivale al 30%, 6 de ellos resolvieron estar De acuerdo, mismo que se traduce en 60% y solo 1 expresó ni de acuerdo ni en desacuerdo equivalente al 10% respecto a si la comunicación interpersonal es un elemento fundamental para la institución.

Tabla 3. ¿Considera usted importante la creación de un departamento de comunicación que permita el fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| Muy de acuerdo | 5 | 50% |
| De acuerdo | 5 | 50% |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0% |
| En desacuerdo | 0 | 0% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 10 | 100% |

Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena
Elaborado por: Freddy Palma
Fecha: junio 2024.

Gráfico 3. ¿Considera usted importante la creación de un departamento de comunicación que permita el fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa?



Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena
Elaborado por: Freddy Palma
Fecha: junio 2024.

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos en la presente encuesta se determinó que; 5 de los encuestados manifestaron estar Muy de acuerdo con la interrogante, lo cual equivale al 50% y los otros 5 miembros de la corporación que abarcan el 50% restante se mostraron estar De acuerdo, respecto a si consideran importante la creación de un departamento de comunicación que permita el fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa

Tabla 4. ¿Cree usted que fomentando la comunicación efectiva se fortalecen las relaciones laborales dentro de las organizaciones?

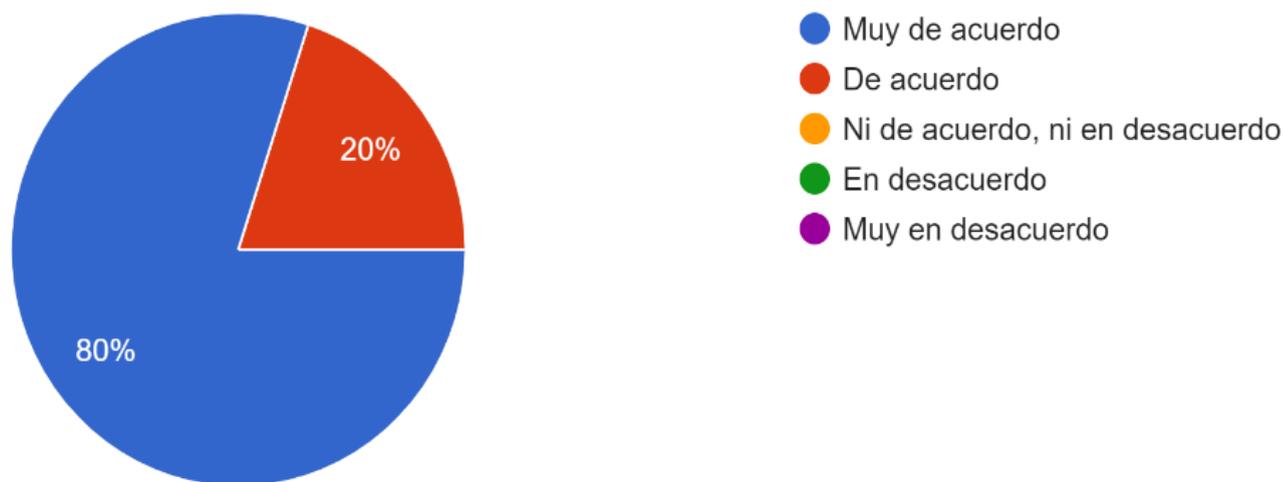
| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| Muy de acuerdo | 8 | 80% |
| De acuerdo | 2 | 20% |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0% |
| En desacuerdo | 0 | 0% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 10 | 100% |

Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena

Elaborado por: Freddy Palma

Fecha: junio 2024.

Gráfico 4. ¿Cree usted que fomentando la comunicación efectiva se fortalecen las relaciones laborales dentro de las organizaciones?



Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena

Elaborado por: Freddy Palma

Fecha: junio 2024.

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos en la presente encuesta se determinó que 8 de los colaboradores de la entidad respondieron con la opción Muy de acuerdo con la interrogante planteada, lo cual equivale al 80% y 2 de ellos que corresponde al 20% restante se mostraron estar De acuerdo, respecto a si fomentando la comunicación efectiva se fortalecen las relaciones laborales dentro de las organizaciones.

Tabla 5. ¿Considera importante mantener buenas relaciones laborales dentro de la organización?

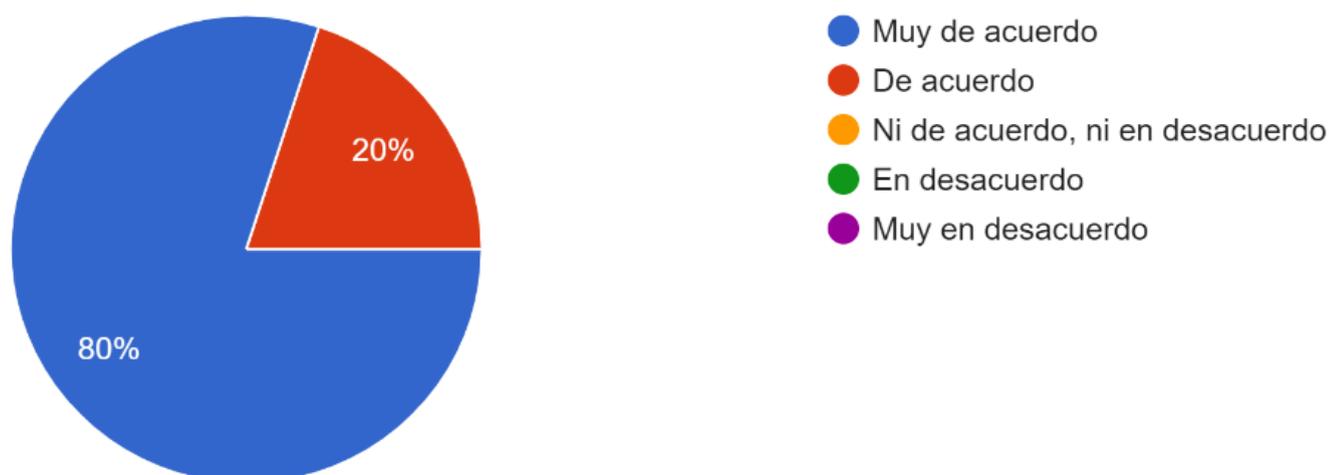
| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| Muy de acuerdo | 8 | 80% |
| De acuerdo | 2 | 20% |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0% |
| En desacuerdo | 0 | 0% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 10 | 100% |

Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena

Elaborado por: Freddy Palma

Fecha: junio 2024.

Gráfico 5. ¿Considera importante mantener buenas relaciones laborales dentro de la organización?



Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena

Elaborado por: Freddy Palma

Fecha: junio 2024.

Análisis e interpretación

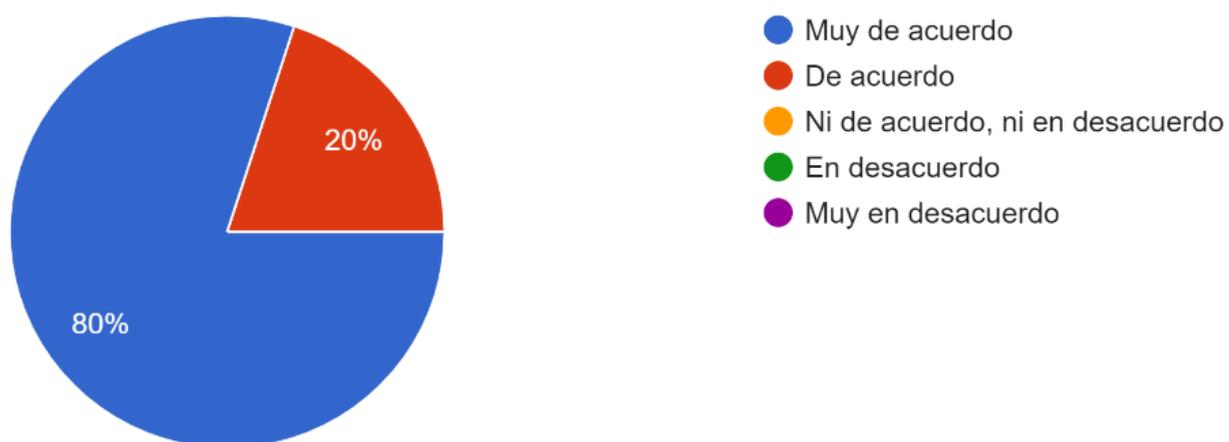
Según los datos recopilados durante la ejecución del presente formulario se determinó que 8 de los colaboradores de la entidad respondieron con la opción Muy de acuerdo a la interrogante planteada, lo cual equivale al 80%, mientras los 2 restantes correspondiente al 20% se mostraron estar De acuerdo, respecto a si consideran importante mantener buenas relaciones laborales dentro de la organización.

Tabla 6. ¿Considera fundamental recurrir a la comunicación efectiva para resolver conflictos que puedan surgir en el área de trabajo?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| Muy de acuerdo | 8 | 80% |
| De acuerdo | 2 | 20% |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0 | 0% |
| En desacuerdo | 0 | 0% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 10 | 100% |

Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena
Elaborado por: Freddy Palma
Fecha: junio 2024.

Gráfico 6. ¿Considera fundamental recurrir a la comunicación efectiva para resolver conflictos que puedan surgir en el área de trabajo?



Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena
Elaborado por: Freddy Palma
Fecha: junio 2024.

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos del formulario se conoció que 8 de los encuestados se mostraron Muy de acuerdo respecto a la interrogante formulada, es decir 80% del total. Por su parte, los 2 colaboradores restantes concerniente al 20% se mostraron estar De acuerdo, con relación a si consideran fundamental recurrir a la comunicación efectiva para resolver conflictos que puedan surgir en el área de trabajo.

4.2. Análisis cualitativo: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena

Objetivo: Conocer la opinión acerca de la importancia de las herramientas comunicacionales y la comunicación efectiva dentro del entorno laboral.

Entrevistado: Lic. Lorena Panimboza
Cargo: Administradora de mercados de Salinas
Especialidad: Relaciones públicas
Entrevistador: Freddy Palma

Entrevistado: Lic. María Isabel Posligua Quinde, MsC.
Cargo: Docente de la carrera de Comunicación
Especialidad: Identidad Corporativa
Entrevistador: Freddy Palma

Entrevistado: Lic. Fabian Tumbaco
Cargo: Reportero CostaTV
Especialidad: Marketing
Entrevistador: Freddy Palma

| Variables | Preguntas | Respuestas | Observación |
|--|---|--|---|
| Variable Independiente: Comunicación empresarial. | ¿Cuáles son las ventajas de utilizar herramientas comunicacionales dentro del entorno laboral en una empresa? | Son importantes para que una empresa se dé a conocer, utilizando medios tradicionales o alternativos, en adición sirven para estar a la vanguardia de todos los temas externos e internos que se puedan necesitar. En ese mismo contexto, contribuyen a mejorar la eficiencia en la transmisión de información, facilitando la colaboración entre equipos o departamentos y promoviendo una cultura organizacional transparente. | Con relación a la interrogante (Rojas, 2011) argumenta como cada uno de los canales deben de responder a las necesidades de los públicos específicos, pues la comunicación al ser un proceso de interacción social se reconoce la influencia de los participantes del proceso y la relación que se forma entre ellos. |
| | ¿Qué le sucede a una empresa que no dispone de un departamento de comunicación? | El departamento de comunicación es la parte neurálgica de toda organización, es quien maneja todo tipo de comunicado u información, por ende, una empresa que no cuenta con este departamento recurre a contratar servicios de publicidad externa para darse a conocer. Además, podrían surgir malentendidos entre los colaboradores, reflejar una imagen corporativa inconsistente o una | Respecto al enunciado (Mesa y Marfil, 2018) Sugieren que profesionalizando el departamento de comunicación y adaptándose a las nuevas tecnologías es como se deja atrás antiguos paradigmas que en los tiempos actuales no permiten ser eficaces en la comunicación. |

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>¿Qué ocurre con las organizaciones que no manejan redes sociales?</p> | <p>pérdida de oportunidades de negocio Las organizaciones que no gestionan sus redes sociales pueden perder oportunidades significativas de interacción con sus clientes, lo que resulta en una menor visibilidad de su marca reflejando desconexión con sus audiencias, lo cual puede afectar negativamente su competitividad. Además, las empresas que no utilizan redes sociales tienden a desaparecer, es por ello que inclusive los medios tradicionales en los actuales momentos optan por utilizar las RRSS para difundir su contenido.</p> | <p>Conforme a (Limas y Sierra, 2023) se evidencia como las redes sociales son un conjunto de herramientas cada día más utilizadas por las organizaciones, representan un gran aporte para el desarrollo de sus operaciones a tal punto de convertirse en una necesidad dentro de la institución.</p> | |
| <p>¿Qué estrategias de comunicación empresarial externa considera aplicable en el campo de las organizaciones?</p> | <p>Entre las estrategias de comunicación empresarial externa más efectivas destaca el desarrollo de relaciones públicas sólidas, la gestión proactiva de la presencia en medios digitales, la realización de campañas publicitarias focalizadas y la implementación de estrategias de marketing de contenido. Adicionalmente, se debe tener en cuenta que en la actualidad los videos de corta duración son tendencia, por lo que la información debe de ser rápida, concisa y precisa.</p> | <p>Según (De la Vera et al., 2019) el manejo de una comunicación externa efectiva por medio de las redes sociales y los medios tradicionales contribuye al posicionamiento de la marca en un mercado cada vez más competitivo.</p> | |
| <p>Variable dependiente: Lenguaje asertivo.</p> | <p>¿Por qué son importantes las relaciones laborales dentro de una empresa?</p> | <p>Es importante hacer sentir importante a todos los miembros de la empresa recordando que todos apuntan a un mismo objetivo para que la empresa siga creciendo. De la misma forma, las relaciones laborales sólidas contribuyen a la resolución efectiva de conflictos y a la creación de una cultura corporativa positiva.</p> | <p>Para (Cujia et al., 2023) es importante que las empresas destaquen las labores realizadas por los miembros o en su defecto debatir sobre sus desaciertos en pro de ejecutar mejoras en el futuro.</p> |
| <p>¿De qué manera influye la comunicación interpersonal en la construcción de relaciones laborales?</p> | <p>La comunicación interpersonal efectiva es fundamental en la construcción de relaciones laborales sólidas, debido a que permite la expresión clara y respetuosa tanto de ideas como preocupaciones. Así mismo, mantener un trato respetuoso y realizando una escucha activa hacia la otra persona se promueve el entendimiento a un tema en específico evitando así malentendidos.</p> | <p>(Hanco et al., 2021) Fundamentan que teniendo interacciones sociales basadas en la comunicación efectiva con los demás se construyen relaciones sociales más sólidas tomando en consideración que cada persona es diferente y se debe adaptar el trato según sus características. (Baixauli, 2016) Los problemas de una empresa pueden convertirse en problemas</p> | |
| <p>¿Considera que la comunicación efectiva contribuye a la resolución de</p> | <p>Dentro de esta cuestión toma más protagonismo el departamento de Recursos Humanos (RRHH), sin embargo, el área de comunicación</p> | | |

| | | |
|---|---|--|
| conflictos? | debe de poner énfasis en el cuidado de la información que se comparte para evitar malentendidos. Una comunicación clara, abierta y respetuosa permite identificar las causas subyacentes de los conflictos, facilita la negociación y el compromiso, y ayuda a encontrar soluciones mutuamente beneficiosas. Por otro lado, una comunicación clara, abierta y respetuosa permite identificar las causas subyacentes de los conflictos, facilita la negociación, el compromiso y ayuda a encontrar soluciones mutuamente beneficiosas. | de comunicación y aislamiento, por lo que al no abordar la problemática de forma asertiva existe la posibilidad de surgir inconvenientes de mayor magnitud como el acoso entre compañeros, baja autoestima o en casos más extremos la depresión y el suicidio. |
| ¿Qué estrategias de comunicación empresarial interna recomendaría para las diferentes organizaciones? | Es aconsejable implementar canales de comunicación bidireccionales (intranets, foros de discusión), la realización de reuniones regulares y efectivas, así mismo la promoción de una cultura de <i>feedback</i> (retroalimentación) constructivo y la utilización de herramientas digitales para la colaboración en tiempo real. De la misma manera, es fundamental que la comunicación interna esté basada en crear contenido con propósitos determinados e ideas claras potenciándose con el uso de la virtualidad | (Charry, 2017) Sugiere recurrir a diferentes estrategias como la comunicación personal, boletines, llamadas telefónicas, revistas, correos electrónicos o correos postales |

Fuente: Colaboradores del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena
Elaborado por: Freddy Palma
Fecha: junio 2024

5. DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados de la encuesta.

Los resultados obtenidos una vez finalizada la encuesta señalan aspectos importantes en cuanto a la comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena

En relación con la interrogante 1, **¿Considera importante la utilización de herramientas de comunicación tales como Facebook, WhatsApp o correo electrónico para el desarrollo de sus actividades laborales?** Se logró conocer que 50% de los encuestados estuvieron Muy de acuerdo y el otro 50% está De acuerdo con la pregunta planteada. Estos datos se relacionan con la recomendación de (Angulo, 2022) quien manifiesta que al emplear canales de comunicación interna el flujo de información dentro de la empresa se vuelve más eficiente.

Referente a la pregunta 4, **¿Cree usted que fomentando la comunicación efectiva se fortalecen las relaciones laborales dentro de las organizaciones?** Se determinó que el 80% de los colaboradores de la empresa se encuentran Muy de acuerdo. Los resultados se asemejan a lo que menciona (Valle, 1999) en cuanto a cómo la comunicación alcanzó un estatus de herramienta valiosa para la empresa a su vez que permite su correcta operacionalización a través de la conciliación de las relaciones laborales.

Tomando en consideración la interrogante 5, **¿Considera importante mantener buenas relaciones laborales dentro de la organización?** El 80% de los encuestados pusieron de manifiesto estar Muy de acuerdo con la pregunta planteada. En concordancia con el criterio de (Quijije y Alejandro, 2024) quienes sugieren que a través de relaciones laborales positivas se fomenta la colaboración, el trabajo en equipo y la resolución de conflictos de manera conjunta

5.2. Discusión de resultados de la entrevista

Por otra parte, se realizaron entrevistas dirigidas a expertos en el área de comunicación empresarial, en las cuales se destaca su aporte en tres de las interrogantes formuladas.

Destacando la interrogante 3, **¿Qué ocurre con las organizaciones que no manejan redes sociales?** Aquellas empresas pueden perder oportunidades para interactuar con sus clientes obteniendo menos visibilidad, y riesgos de desaparecer. En referencia a lo que argumenta (Terán, 2023) las medianas y pequeñas empresas a través de las redes sociales

proyectan su compromiso con su grupo de interés, así como una mayor rapidez de comunicación y profesionalidad en sus labores.

Con relación a la pregunta 6, **¿De qué manera influye la comunicación interpersonal en la construcción de relaciones laborales?** Influye en la construcción de relaciones sociales más sólidas dentro de la empresa tomando en cuenta que cada persona es distinta una de otra. Tal como sugieren (Ullauri et al., 2024) la comunicación toma relevancia en la integración de los actores principales de la compañía alineando esfuerzos para conseguir el mismo objetivo, lo que a su vez genera un ambiente laboral donde abunda el positivismo

Referente a la pregunta 7, **¿Considera que la comunicación efectiva contribuye a la resolución de conflictos?** Al abordar situaciones de conflicto asertivamente se previenen inconvenientes de mayor magnitud como acoso laboral o baja autoestima en los colaboradores. Citando a (Musheke y Phiri, 2021) manifiestan que la comunicación al ser utilizada de manera eficaz dentro de la empresa, los objetivos y propósitos poseen mayor tendencia a su correcta ejecución. En adición, previene huelgas o desacuerdos internos entre los colaboradores.

6. CONCLUSIONES

- El presente trabajo investigativo concluye que, la comunicación empresarial en el Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena a nivel interno es relativamente efectiva, mientras a nivel externo aún tiene margen de mejora.
- De acuerdo con el estudio realizado, la comunicación dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena es bien ejecutada la mayor parte del tiempo, tomando en consideración la importancia que sus miembros le otorgan a esta área.
- Los miembros del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena señalan la importancia de la comunicación en sus labores cotidianas, por lo que su proceso comunicativo es habitualmente eficaz.
- De acuerdo con el estudio, se evidenció el uso de herramientas de comunicación interna Facebook, WhatsApp o correo electrónico en el Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena, éstas les permiten fortalecer la imagen corporativa.
- Como conclusión, mediante la encuesta realizada a los miembros del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena se demuestra la importancia que se tiene respecto a la comunicación interna a través de la utilización de herramientas de mensajería como WhatsApp o correo electrónico. Así mismo, se determina la importancia de las relaciones laborales dentro de la organización, mismas que se fortalecen mediante el uso correcto de la comunicación asertiva en situaciones de conflicto. Por otro lado, los resultados de las entrevistas realizadas a expertos comprueban el rol primordial de la comunicación en varios aspectos como la resolución de conflictos, las relaciones laborales, la difusión de información y en general el correcto funcionamiento de la empresa. Finalmente, se resalta la importancia de las redes sociales en las empresas a nivel interno para una comunicación fluida entre los *coworkers* y para darse a conocer a nivel externo.

7. RECOMENDACIONES

- Es recomendable continuar trabajando a nivel externo con el objetivo de brindar un mayor posicionamiento a la empresa, de tal forma habrá mayor probabilidad de conectar con nuevos públicos y atraer potenciales clientes.
- Sería oportuno seguir utilizando el lenguaje asertivo o comunicación efectiva en momentos de conflicto para resolver ágilmente los desacuerdos presentados en los colaboradores.
- Se recomienda crear contenido orgánico en redes sociales como Facebook o Instagram en los que el público externo pueda conocer las últimas novedades de la compañía e interactuar con ellos. Además, que las herramientas comunicacionales como WhatsApp o correo electrónico las cuales son utilizadas por los colaboradores continúen siendo implementadas de manera recurrente.
- Se sugiere informarse de las nuevas tendencias en cuanto a comunicación empresarial interna y externa, las cuales contribuyen a la difusión de información en ambos niveles.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Abdikarimova, M., Tashieva, N., kyzy, A., & Abdullaeva, Z. (2021). Developing Students Verbal Communication Skills and Speech Etiquette in English Language Teaching. *Open Journal of Modern Linguistics*.
- Angulo, A. (2022). *Comunicación Interna: Canales De Comunicación Implementados Por El Departamento De Comunicación De La Upse*.
- Baixauli, E. (2016). *La Mediación Empresarial Una Herramienta Para La Prevención Del Mobbing*.
- Bernal, Á., Cañarte, C., Macias, T., & Ponce, M. (2022). La comunicación asertiva y su aporte en el proceso de enseñanza y aprendizaje. *Polo del Conocimiento*, 7(4), 682-695. <https://doi.org/10.23857>
- Bozas, V., Jose, S., Dominguez, J., Quezada, Z., & Valencia, J. (2021). Comunicación organizacional en las empresas del sur de Veracruz en tiempos de COVID-19. (12), 185-205.
- Charry, H. (2017). *Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional*.
- Chávez, P., De la Peña, G., & Zambrano, J. (2022). Comunicación asertiva en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de Bachillerato General Unificado. *Cognosis*.
- Constitución De La República Del Ecuador. (2021). *Art. 16*. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Constitución De La República Del Ecuador. (2021). *Art. 18*. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Constitución De La República Del Ecuador. (2021). *Art. 393*. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Cortez, A. (2018). *Indicadores de comunicación asertiva del docente y la generación del clima escolar en el aula en situaciones de aprendizaje*.
- Costa, C., Túñez, M., & Miguez, M. (2020). *Gestión de la comunicación en la Pequeña y Mediana Empresa. Potencial estratégico, filosofía y tendencias*. Complutense.
- Cujia, S., Builes, S., & Aaron, L. (2023). *La Comunicación Como Recurso Para Optimizar Relaciones Laborales E Incrementarla Productividad*. Maracaibo: Encuentros.
- De la Vera, M., Yance, K., & Zambrano, F. (2019). *Análisis del Método de Comunicación Externo de la marca Analucila Jewelry Design*.
- Elizondo, M. (1999). *Asertividad y escucha activa en el ámbito académico*. Trillas.
- Estrada, T., Graterol, L., & Ríos, J. (2015). *La comunicación asertiva como estrategia pedagógica en las relaciones interpersonales entre los docentes de educación para el*

trabajo, sub área comercial (Caso: U. E. P. “Santa Ana”, de la ciudad de Valencia-Edo Carabobo.

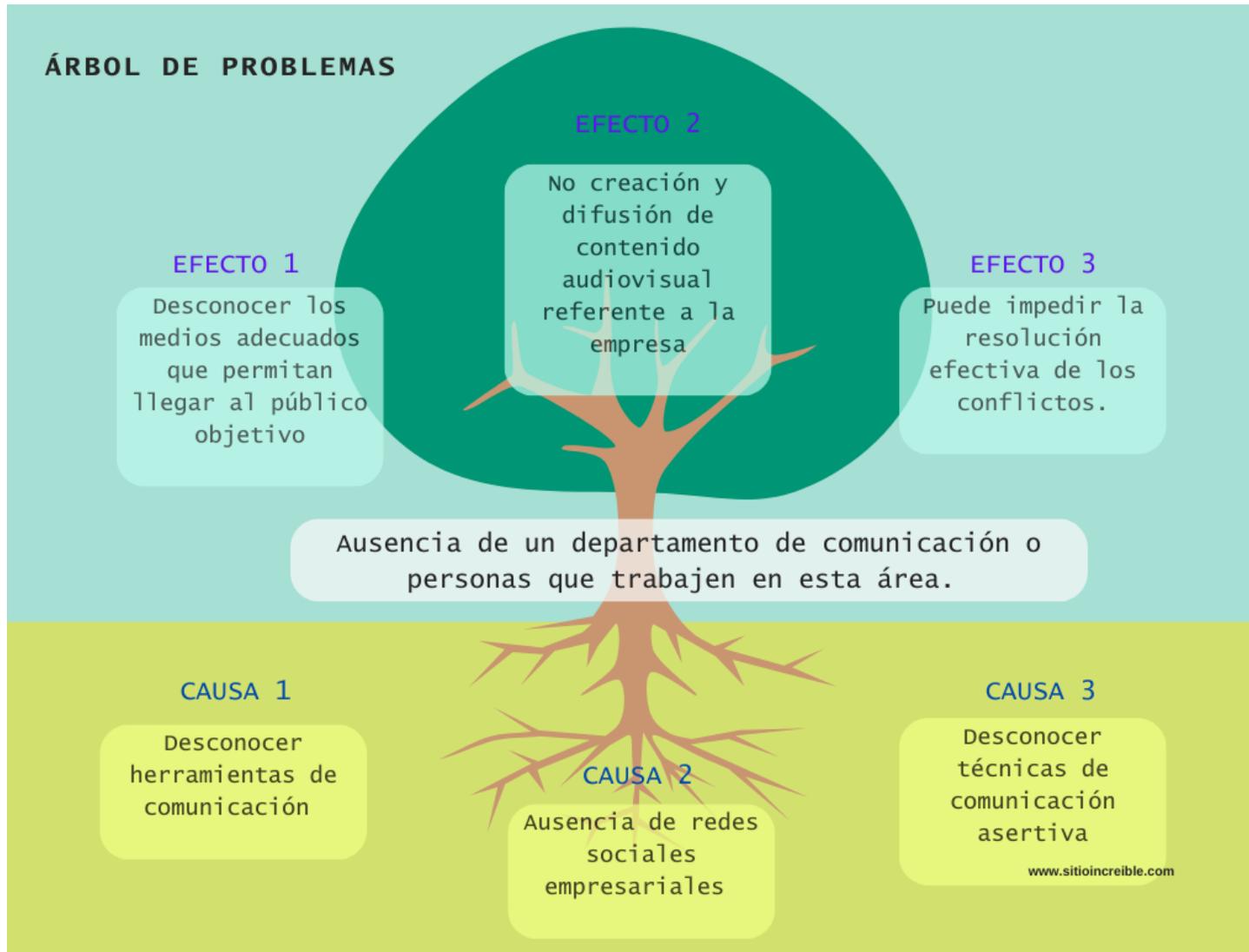
- Galvis, Y., & Silva, M. (2016). Comunicación: reputación y crecimiento empresarial. En *Pensamiento & Gestión* (págs. 194-239).
- García, F. (2023). Comunicación asertiva para la resolución de conflictos laborales en el Área de Recursos Humanos de la circunscripción Judicial de Ñeembucú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 9045-9064. <https://doi.org/10.37811>
- Guartatanga, A. (2011). *La Comunicación Asertiva Y Su Incidencia En Las Empresarias Independientes De La Empresa Yambal En La Provincia De Santa Elena Periodo 2010.2011*. Santa Elena.
- Hall, J., Horgan, T., & Murphy, N. (2019). Nonverbal Communication. *Annual Review of Psychology*.
- Hanco, M., Carpio, A., Laura, Z., & Flores, E. (2021). Relaciones interpersonales y desempeño laboral en hoteles turísticos del departamento de Puno.
- Hernández, M., Mercado, V., & Serrano, C. (2022). *Barreras de comunicación y su influencia en la adherencia al tratamiento dentro del Instituto Nacional De Rehabilitación Lgii*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. MCGRAW-HILL.
- Hernández, S., & Duana, D. (2021). Barreras de comunicación. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(18), 47-48.
- Lesmes, A., Barrientos, E., & Cordero, M. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? 8(1), 147-153. <https://doi.org/10.15649/234>
- Ley Orgánica De Comunicación. (2019). *Art. 35*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Ley Orgánica De Comunicación. (2019). *Art. 62*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Limas, S., & Sierra, L. (2023). *Uso de las redes sociales como herramienta de gestión administrativa en el sector empresarial*. CEA.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología De La Investigacion Social Cuantitativa*.
- Mammadzada, S. (2023). *Verbal And Non-Verbal Communication In Linguistics*. RS Global.
- Martínez, A., Cornelio, R., & Suárez, A. (2021). Comunicación Asertiva para Mejorar el Clima Laboral en las Organizaciones Públicas. In *Hitos De Ciencias Económico Administrativas* (pp. 276-293).
- Matošková, J. (2020). Communication tools as drivers of employees' knowledge sharing: evidence from the Czech Republic. *Business Perspectives*.
- Mesa, Ó., & Marfil, R. (2018). *Diseño y propuesta de un modelo de análisis para la gestión de la comunicación corporativa local*. Ámbitos.

- Miquel, S., & Aced, C. (2019). *Objectives and difficulties in the evaluation of internal communication in Spanish companies*. El profesional de la información.
- Montoya, M. (2018). Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razón Y Palabra*, 22, 778-795.
- Moreno, C., Mora, V., & Pacheco, A. (2021). *La comunicación empresarial como herramienta de apoyo en la gestión y desarrollo de las empresas*. Machala.
- Moreno, R. (2023). *Gestión de la publicidad y de la comunicación corporativa*. RA-MA.
- Musheke, M., & Phiri, J. (2021). The Effects of Effective Communication on Organizational Performance Based on the Systems Theory. *Open Journal of Business and Management*.
- Nieto, N. (2018). *Tipos de investigación*.
- Oyarvide, H., Reyes, E., & Montaña, M. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. Esmeraldas: Dominio de las ciencias.
- Páez, A., Castellanos, J., & Neuman, M. (2022). Comunicación Asertiva En Carreras De Ciencias Y Humanidades: Universidad De Boyacá, Colombia. *Revista Científica Electrónica de negocios*(52), 47-61. <https://doi.org/10.5281>
- Pineda, E. B., de Alvarado, E. L., & de Canales, F. H. (1994). *Manual para el desarrollo de personal de salud*.
- Pipas, M., & Jaradat, M. (2010). Assertive Communication Skills.
- Quijije, J., & Alejandro, C. (2024). *El Clima Organizacional Y Su Efecto En Las Relaciones Laborales: Caso Empresa Atunera Marbelize S.A.*
- Rojas, P. (2011). *La Comunicación Interna: Una Herramienta Para Generar Pertenencia Y Aumentar La Productividad En Las Organizaciones*. Revista Nacional de Administración.
- Saldaña, E., Horna, R., & Troya, D. (2023). Comunicación interna y su relación en el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el nororiente peruano. *Economía & Negocios*, 5(1), 226-238. <https://doi.org/10.33326>
- Salikhova, N., Grigoryeva, O., Semenova-Poliakh, G., Salikhova, A., Smirnikova, O., & Sopun, S. (2023). *Communication tools and social media usage: Assessing self-perceived communication competence*. Online Journal of Communication and Media Technologies.
- Sanchez, D., & Arana, L. (2023). *Comunicación Externa E Imagen Corporativa En La Empresa Fumibox E.I.R.L. Iquitos, Año 2023*.
- Suhairi, Fachri, F., Khinaya, M., & Pangestu, A. (2023). Business Communication Ethics. *International Journal of Economic Research and financial Accounting (IJERFA)*, 1(4), 202 - 213.
- Terán, F. (2023). Redes sociales en las pymes y su incidencia en la rentabilidad. *Journal of Economic and Social Science Research*.

- Ullauri, M., Benítez, K., Zambrano, K., & Gálvez, K. (2024). Comunicación asertiva y desempeño laboral como estrategia para mejorar la educación. *Revista Venezolana de Gerencia*.
- Valle, M. (1999). *Comunicación y relaciones de trabajo*. Anagramas.
- Verma, A., Ansari, S., Bagaria, A., & Jain, V. (2022). *The Role of Communication for Business Growth: A Comprehensive*. *World Journal of English Language*.
<https://doi.org/10.5430>
- Wanko, E., Kerr, J., & Jarvis, M. (2020). *Evidence of nonverbal communication between nurses and older adults: a scoping review*. *BMC Nursing*.
- Yagual, M. (2023). *Tipos de comunicación organizacional para la participación ciudadana, aplicadas en la Asociación de Servicios y Comercialización de Alimentos San Pablo ASOSERCOMSA*. Santa Elena.
- Yance, K., Zambrano, F., & De la Vera, M. (2019). *Análisis del Método de Comunicación Externo de la marca Analucila Jewelry Design*. *INNOVA Research Journal*.
- Zambrano, P. (2019). *Estrategias de comunicación externa y su influencia en el posicionamiento de la marca del Delfín Sporting Club de la ciudad de Manta*.
- Zorlu, K., & Korkmaz, F. (2021). Organizational Communication as an Effective Communication Strategy in Organizations and the Role of the Leader. En H. Dincer, & S. Yüksel, *Management Strategies to Survive in a Competitive Environment* (págs. 305-320). Springer.

ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas



Anexo 2. Instrumentos

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario

Tema: La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena

Objetivo: conocer la opinión de los colaboradores acerca de la utilidad de las herramientas de comunicación y la comunicación efectiva dentro de su entorno laboral

Escala de Likert: Muy de acuerdo (1) De acuerdo (2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (4) Muy en desacuerdo (5)

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| Comunicación empresarial | | | | | | |
| 1. | Considera importante la utilización de herramientas de comunicación tales como Facebook, WhatsApp o correo electrónico para el desarrollo de sus actividades laborales. | | | | | |
| 2. | Cree usted que la comunicación interpersonal es un elemento fundamental para la institución. | | | | | |
| 3. | Considera usted importante la creación de un departamento de comunicación que permita el fortalecimiento de la imagen institucional de esta entidad. | | | | | |
| Lenguaje asertivo | | | | | | |
| 4. | Cree usted que fomentando la comunicación efectiva se fortalecen las relaciones laborales dentro de las organizaciones. | | | | | |
| 5. | Considera importante mantener buenas relaciones laborales dentro de la organización. | | | | | |
| 6. | Considera fundamental recurrir a la comunicación efectiva para resolver conflictos que puedan surgir en el área de trabajo. | | | | | |

Gregory Santamaría R.

Lic. Santamaría Romero Gregory Peter Mgr.

Juez Experto

C.I: 0923403794

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena

Objetivo: Conocer la opinión acerca de la importancia de las herramientas comunicacionales y la comunicación efectiva dentro del entorno laboral.

Entrevistado: Lic. Lorena Panimboza
Cargo: Administradora de mercados de Salinas
Especialidad: Relaciones publicas
Entrevistador: Freddy Palma

Entrevistado: Lic. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
Cargo: Docente de la carrera de Comunicación
Especialidad: Identidad Corporativa
Entrevistador: Freddy Palma

Entrevistado: Lic. Fabián Tumbaco
Cargo: Reportero CostaTV
Especialidad: Marketing
Entrevistador: Freddy Palma

| | | Respuesta |
|---------------------------------|---|-----------|
| Comunicación empresarial | | |
| 1. | ¿Cuáles son las ventajas de utilizar herramientas comunicacionales dentro del entorno laboral en una empresa? | |
| 2. | ¿Qué le sucede a una empresa que no dispone de un departamento de comunicación? | |
| 3. | ¿Qué ocurre con las organizaciones que no manejan redes sociales? | |
| 4. | ¿Qué estrategias de comunicación empresarial externa considera aplicable en el campo de las organizaciones? | |
| Lenguaje asertivo | | |
| 5. | ¿Por qué son importantes las relaciones laborales dentro de una empresa? | |
| 6. | ¿De qué manera influye la comunicación interpersonal en la construcción de relaciones laborales? | |
| 7. | ¿Considera que la comunicación efectiva contribuye a la resolución de conflictos? | |
| 8. | ¿Qué estrategias de comunicación empresarial interna recomendaría para las diferentes organizaciones? | |

Gregory Santamaría R.

Lic. Santamaría Romero Gregory Peter Mgr.

Juez Experto

C.I: 0923403794

Anexo 3. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

| | |
|----------------|---|
| TÍTULO: | La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena |
| AUTOR: | Freddy Joel Palma Mendoza |

| VARIABLE | DIMENSIÓN | INDICADOR | ITEMS | OPCIÓN DE RESPUESTA | | | | | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN | | | |
|--|-------------------------------|-----------|--|---------------------|------------|---------------|---------------|-------------------|-------------------------|----|--------------------------|----|-------------------------------|---------------------|----|--------------------------------|
| | | | | Muy de acuerdo | De acuerdo | Ni en acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo | VARIA BLE Y DIMEN SIÓN | | DIMEN SIÓN E INDIC AD OR | | | INDIC A DOR E ITEMS | | ITEMS Y OPCIO N DE RESPU EST A |
| | | | | | | | | | SI | NO | SI | NO | | SI | NO | |
| Variable Independiente: Comunicación empresarial | Herramientas comunicacionales | | ¿Qué herramientas comunicacionales utiliza el Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena durante el proceso de sus actividades diarias? | | | | | | | | | x | | x | | |
| | | | ¿Cuáles son los elementos de la comunicación interna que se utilizan en el Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena? | | | | | | | | | | | | x | |

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

| | |
|---|--|
| Promedio: | 100 |
| Juez Experto | Lic. Santamaría Romero Gregory Peter Mgtr. |
| CI: | 0923403794 |
| Teléfono | 0994700776 |
| E-mail: | gsantamariar@upse.edu.ec |
|  Firma | |

Anexo 5. FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Guía de preguntas – Comunicación empresarial – Lenguaje asertivo

| Indicadores | Criterios | Deficiente | | | | Regular | | | | Buena | | | | Muy Buena | | | | Excelente | | | | OBSERVACIONES |
|------------------------|--|------------|----|----|----|---------|----|----|----|---------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|-----|---------------|
| | | 0 - 20 | | | | 21 - 40 | | | | 41 - 60 | | | | 61 - 80 | | | | 81 -100 | | | | |
| ASPECTOS DE VALIDACIÓN | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 | |
| | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | |
| 1. Claridad | Esta formulado con un lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 2. Objetividad | Expresa conductas observables | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 3. Actualidad | Adecuado al enfoque teórico | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 4. Organización | Organización lógica entre sus ítems | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 5. Suficiencia | Comprende los aspectos necesarios | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 6. Intencionalidad | Valorar las dimensiones del tema | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 7. Consistencia | Basado en aspectos teóricos- científicos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 8. Coherencia | Relación en variables e indicadores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 9. Metodología | Adecuada y responde a la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

| | |
|--|--|
| Promedio: | 100 |
| Juez Experto | Lic. Santamaría Romero Gregory Peter Mgtr. |
| CI: | 0923403794 |
| Teléfono | 0994700776 |
| E-mail: | gsantamariar@upse.edu.ec |
|  Firma | |

Anexo 6. VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

| DATOS DEL ESTUDANTE | | |
|---|---|--------------|
| Apellidos y Nombres: | Palma Mendoza Freddy Joel | |
| TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN | | |
| La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena | | |
| DATOS DEL INSTRUMENTO | | |
| Nombre del instrumento: | Cuestionario – Encuesta | |
| Objetivo: | Conocer la opinión de los colaboradores acerca de la utilidad de las herramientas de comunicación y la comunicación efectiva dentro de su entorno laboral | |
| Dirigido a: | Miembros del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena. | |
| JUEZ EXPERTO | | |
| Apellidos y Nombres: | Lic. Santamaría Romero Gregory Peter MSc. | |
| Documento de Identidad: | 0923403794 | |
| Grado Académico: | Magister en Comunicación Máster en Gestión educativa | |
| Especialidad: | Comunicación y Educación | |
| Experiencia Profesional (años): | 15 años | |
| JUICIO DE APLICABILIDAD | | |
| Aplicable | Aplicable después de Corregir | No Aplicable |
| X | | |
| Sugerencia: | | |

Fecha: La Libertad, 30 de mayo 2024

Gregory Santamaría R.

Lic. Santamaría Romero Gregory Peter MSc.

Juez Experto

C.I: 0923403794

Anexo 7. VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

| DATOS DEL ESTUDANTE | | |
|---|---|--------------|
| Apellidos y Nombres: | Palma Mendoza Freddy Joel | |
| TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN | | |
| La Comunicación empresarial y el lenguaje asertivo dentro del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena | | |
| DATOS DEL INSTRUMENTO | | |
| Nombre del instrumento: | Guía de preguntas - Entrevista | |
| Objetivo: | Conocer la opinión acerca de la importancia de las herramientas comunicacionales y la comunicación efectiva dentro del entorno laboral. | |
| Dirigido a: | Expertos en comunicación empresarial | |
| JUEZ EXPERTO | | |
| Apellidos y Nombres: | Lic. Santamaría Romero Gregory Peter MSc. | |
| Documento de Identidad: | 0923403794 | |
| Grado Académico: | Magister en Comunicación Máster en Gestión educativa | |
| Especialidad: | Comunicación y Educación | |
| Experiencia Profesional (años): | 15 años | |
| JUICIO DE APLICABILIDAD | | |
| Aplicable | Aplicable después de Corregir | No Aplicable |
| X | | |
| Sugerencia: | | |

Fecha: La Libertad, 30 de mayo 2024

Gregory Santamaría R.

Lic. Santamaría Romero Gregory Peter MSc.
Juez Experto

C.I: 0923403794

Anexo 8. Carta de autorización del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Santa Elena

Santa Elena, 09 de abril del 2023

Licenciada

Liliana Susana Molina Benavides

DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN - UPSE

De mis consideraciones:

Abogado Jorge Héctor Falquez Maldonado, en calidad de Registrador de la Propiedad del Cantón Santa Elena, por medio del presente, apruebo lo solicitado, y comunico, que daremos toda la apertura necesaria al estudiante Freddy Joel Palma Mendoza, para la elaboración de su proyecto de investigación.

Con los sentimientos más altos de estima, consideración y deseos de éxitos en sus funciones.

Atentamente.

Ab. Jorge Falquez Maldonado
REGISTRADOR DE LA PROPIEDAD Y MERCANTIL
DEL CANTÓN SANTA ELENA (E)

Correo: registropmsa20@gmail.com
Dir.: Calle Olmedo entre Guayaquil y 24 de Mayo esquina

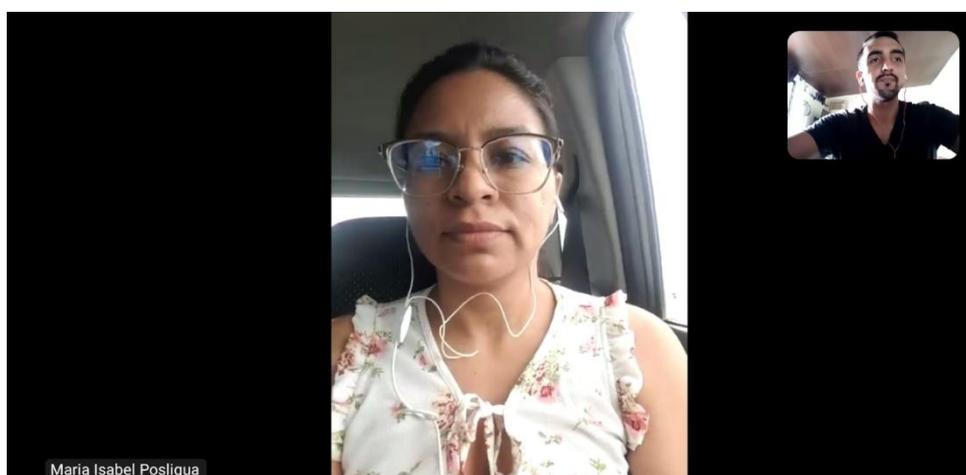


Anexo 9. Entrevista a expertos

Experto 1. Lic. Lorena Panimboza



Experto 2. Lic. Maria Isabel Posligua. MSc



Experto 3. Lic. Fabian Tumbaco



Anexo 10. Formulario de Google Forms.

Tesis

Preguntas Respuestas 10 Configuración

10 respuestas [Vincular con Hojas de cálculo](#)

No se aceptan más respuestas

Mensaje para los encuestados

Ya no se aceptan respuestas en este formulario

Resumen **Pregunta** Individual

Considera importante la utilización de herramientas de comunicación tales como Facebook, WhatsApp o correo electrónico para el desarrollo de sus actividades laborales. [Copiar](#)

10 respuestas

| Respuesta | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 50% |
| De acuerdo | 0% |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 0% |
| En desacuerdo | 0% |
| Muy en desacuerdo | 0% |

Tesis

Preguntas Respuestas 10 Configuración

Comunicación Empresarial

Saludos, me llamo Freddy Palma estudiante de la UPSE, la presente encuesta tiene como objetivo conocer su opinión respecto a la comunicación empresarial, tema principal de mi trabajo de titulación. Agradecería su ayuda completando el formulario, mismo que será utilizado con fines netamente académicos.

Considera importante la utilización de herramientas de comunicación tales como * Facebook, WhatsApp o correo electrónico para el desarrollo de sus actividades laborales.

Muy de acuerdo

Anexo 11. Envío de formulario vía WhatsApp

