



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

LA COMUNICACIÓN SISTÉMICA COMO ELEMENTO DE DESARROLLO
DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN DE
VIVIENDAS “HOGAR DE CRISTO”. PERÍODO 2013 - 2014.

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR: LUIS FREDDY DOMÍNGUEZ DE LA CRUZ

TUTORA: LIC. AMÉRICA MEZA BAJAÑA

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LA COMUNICACIÓN SISTÉMICA COMO ELEMENTO DE DESARROLLO
DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN DE
VIVIENDAS “HOGAR DE CRISTO”. PERÍODO 2013 - 2014.

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR: LUIS FREDDY DOMÍNGUEZ DE LA CRUZ

TUTORA: LIC. AMÉRICA MEZA BAJAÑA

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, quien con su infinita sabiduría, me colocó en el lugar adecuado, en el momento oportuno y con las personas apropiadas, me lleno de amor y paciencia permitiéndome alcanzar esta meta.

A mi querida madre, Sra. Luz María de la Cruz Alejandro, a ella que mientras mi alma sienta la luz del sol, jamás la olvidaré. A mi querida familia: Mi esposa, Sonia Mera Sánchez, a mis amados hijos: Bryan, Connie, Jeimy, Amy y Doménica, Quiero agradecer de manera especial a mi familia, hermanos y amigos que siempre estuvieron en el momento preciso, para brindarme su apoyo y ayuda incondicional.

Luis Dominguez De La Cruz

AGRADECIMIENTO

Ante todo, quiero darle gracias a Dios por permitirme alcanzar mis metas trazadas, por darme las fuerzas necesarias y nunca apartarme de su lado a pesar de las muchas adversidades que se presentaron durante este largo camino.

Agradezco de manera infinita, a cada uno de los docentes, en especial a la mi tutora, Lic. América Meza Bajaña, quien dedicó tiempo, esfuerzo y sacrificio para lograr consolidar la elaboración y culminación de esta tesis, gracias a sus consejos bien orientados tuve la facilidad para realizar este trabajo de manera eficaz.

Luis Domínguez De La Cruz



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

La Libertad, abril del 2015

Señor:
LUÍS DOMÍNGUEZ DE LA CRUZ
Egresado de la Carrera de Comunicación Social
Presente.-

De mis consideraciones:

Por medio del presente, me permito informar el resultado del informe del sistema URKUND.

Tema de tesis: LA COMUNICACIÓN SISTÉMICA COMO ELEMENTO DE DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN DE VIVIENDAS "HOGAR DE CRISTO", PERIODO 2013-2014

INFORME DEL SISTEMA URKUND 0%

Particular que elevo a su conocimiento para los fines legales y pertinentes.

Sin otro particular, me suscribo de usted,

Muy atentamente,


Lcda. América Meza B.
Bocente de la Carrera de Comunicación Social

Adj. Copia del informe

The screenshot shows the URKUND web interface. At the top, there are browser tabs and the URKUND logo. The main content area displays document information: Document: LUIS DOMINGUEZ URKUND 1.docx (D126548C1), Submitted: 2014-12-16 15:47 (-05:00), Submitted by: ameza@upse.edu.ec, Receiver: ameza.upse@analysis.arkund.com, and Message: Show full message. A progress bar indicates 100% completion. A blue box on the right contains the text: INFORME FINAL URKUND, 0%, LUIS DOMÍNGUEZ DE LA CRUZ. The bottom of the page shows a Windows taskbar with the date 13/05/2015.

Document: LUIS DOMINGUEZ URKUND 1.docx (D126548C1)
Submitted: 2014-12-16 15:47 (-05:00)
Submitted by: ameza@upse.edu.ec
Receiver: ameza.upse@analysis.arkund.com
Message: [Show full message](#)

100% of this approx. 19 pages long document consists of text present in 0

INFORME FINAL URKUND
0%
LUIS DOMÍNGUEZ DE LA CRUZ

UNIDAD I MARCO TEÓRICO I. Comunicación Según Manuel Martín Serrano (1982), la comunicación es una herramienta que el ser humano ha utilizado desde su existencia, desde la prehistoria, las sociedades buscaron formas para poder entenderse, Imitaron sonidos, gruñidos y tuvo que pasar muchos años para que esta forma de lenguaje se vaya perfeccionando, hasta tomar forma, lo que hoy se conoce como lenguaje escrito. Signos, símbolos y dibujos se utilizan para narrar los acontecimientos vividos diariamente.

Para que la relación entre las personas se logre, es necesario que se desarrolle el intercambio de comunicación e información, es de entender entonces que comunicarse no es un acto simple de intercambio de información entre dos o más personas, la realidad es que es un proceso más complejo que se aprovecha cuando su acción se ha planificado y se logra controlar para alcanzar objetivos establecidos. La palabra comunicación proviene del latín comunicare, que significa compartir o poner en común " CITATION LARSS 11 2012 (1) AROUSSE, 1985). Entonces comunicar significa transmitir una

The screenshot displays the URKUND web interface. At the top, the browser address bar shows the URL <https://secure.orkund.com>. The page header includes the URKUND logo and the user name 'MEZA BAJAÑA AMERICA JACQUELINE (meza.bajana.america)'. The main content area shows document details: Document: [CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES LUIS 2.docx \(D13378539\)](#), Submitted: 2015-02-26 17:06 (-05:00), Submitted by: ameza@upse.edu.ec, Receiver: ameza.upse@analysis.orkund.com, and Message: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES [Show full message](#). A 'List of sources' table is visible on the right, with columns for Rank, Path/Filename, Alternative sources, and Sources not used. Below the document details, a text snippet is shown, with a blue box highlighting a specific section. The text snippet reads: '3.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES Según el análisis realizado y resultado obtenido en las muestras, se concluye que: • De acuerdo a las observaciones realizadas por directivos, personal administrativo, colaboradores, la necesidad de implementar un Departamento de Comunicación en la sucursal La península de Corporación de Viviendas del "Hogar de Cristo". • Los encuestados expresaron que no existen mecanismos adecuados para una buena comunicación interna, eso afecta directamente a la externa. • La escasa comunicación afecta el entorno institucional, las respuestas obtenidas demuestran que escasamente reciben información de las actividades que se generan en la organización. • En su mayoría, las socias concuerdan que la comunicación es la base fundamental para reafirmar la imagen institucional. • La escasa difusión de información a través de los medios masivos, eso le preocupa a los solicitantes de créditos. • En su gran mayoría desconoce que la organización trabaja con responsabilidad social, esto debido a la falta de difusión de información. • A través de esta investigación se concluye que "Hogar de Cristo" necesita de manera urgente

The highlighted section in the blue box contains the following text:

INFORME URKUND 0%
LUÍS DOMÍNGUEZ DE LA
CRUZ



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

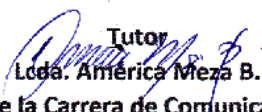
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En cumplimiento a la Resolución del Consejo Académico, mediante el cual fui designada docente-asesor del Trabajo de investigación para el Programa de Trabajo de Titulación.

CERTIFICO

Mi pronunciamiento FAVORABLE para la aprobación de la tesis elaborada por el Sr. **DOMINGUEZ DE LA CRUZ LUIS FREDDY**, con el tema : **"LA COMUNICACIÓN SISTÉMICA COMO ELEMENTO DE DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EN LA CORPORACIÓN DE VIVIENDA DEL HOGAR DE CRISTO, PERIODO 2013-2014"**, considerando la relevancia del mismo, que se relaciona con la necesidad de fortalecer la comunicación en la estructura organizacional, trabajo que ha sido desarrollado por el autor, de manera responsable y ordenada, bajo un *gran* contenido de información, lo que constituye un significativo aporte al tratamiento de un tema de actualidad.


Tutor
Lcda. América Meza B.

Docente de la Carrera de Comunicación Social

LIBERTAD- ECUADOR

CERTIFICADO DEL GRAMÁTOLOGO

Cecilia M. Del Pezo Suárez, Magíster en Docencia y Gerencia en Educación Superior, por medio del presente tengo a bien **CERTIFICAR**: Que he revisado la redacción, estilo y ortografía de la tesis de Licenciatura, elaborada por el Sr. Luis Freddy Domínguez De la Cruz con C.I.0912298205, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**.

TEMA: LA COMUNICACIÓN SISTÉMICA COMO ELEMENTO DE DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN DE VIVIENDAS "HOGAR DE CRISTO", PERÍODO 2013 – 2014

Trabajo de investigación que ha sido escrito de acuerdo a las normas ortográficas y de sintaxis vigente.



Mg. Cecilia Mirella Del Pezo Suárez

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESPECIALIZACIÓN: LITERATURA Y CASTELLANO


C.I. **0914708102**

Número de registro: **1006-09-910821**

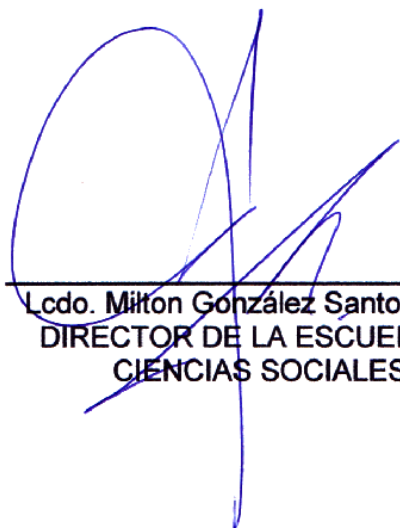
Teléfono: **2776685**

Celular: **0989727946**

TRIBUNAL DE GRADO



Lcdo. Guillermo Santamaría S, MSc.
DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS SOCIALES Y DE LA
SALUD



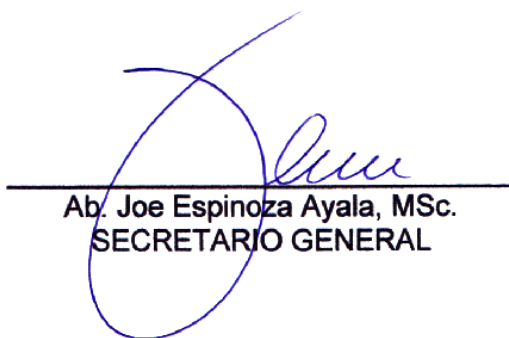
Lcdo. Milton González Santos, Mgs.
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE
CIENCIAS SOCIALES



Lcdo. Antonio Vergara López, MSc.
PROFESOR DE ÁREA



Lcda. América Meza Bajaña, Mgs.
TUTOR



Ab. Joe Espinoza Ayala, MSc.
SECRETARIO GENERAL

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

LA COMUNICACIÓN SISTÉMICA COMO ELEMENTO DE DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN DE VIVIENDAS“HOGAR DE CRISTO”. PERÍODO 2013 – 2014.

Autor: Luis Freddy Domínguez De La Cruz
Tutor: Licenciada. América Meza Bajaña

RESUMEN

La investigación tiene como propósito plantear una solución alternativa, a la falta de comunicación que existe en la corporación “Hogar de Cristo” y de esta forma, mejorar la estructura organizacional, lo que permitirá fortalecer la imagen institucional, alcanzar metas y objetivos trazados por sus dirigentes y dirigidos. La falta de un buen sistema de comunicación, permite plantear a la comunicación sistémica como elemento de desarrollo de la estructura organizacional de la Corporación de Viviendas “Hogar de Cristo”. Esta herramienta comunicacional, se ha convertido en un soporte para toda organización que pretenda mantener su posición en el mercado de productos y servicios. El teórico Manuel Martín Serrano, manifiesta que la comunicación ha sido una herramienta que los seres humanos han utilizado desde su existencia. Ellos buscaron formas de comunicarse y lo hicieron a través de sonidos, gruñidos imitando a animales, se valieron de signos, símbolos y dibujos; esta fue su forma de transmitir información. Niklas Luhmann, afirma que la comunicación es el mecanismo fundamental del avance de los sistemas sociales. Henry Mintzberg, agrega que la organización nace de la necesidad de los seres humanos, esa necesidad de colaboración, era urgente cooperar entre todos con el propósito de lograr sus metas, tanto personales o colectivas. Para la elaboración de este trabajo, se empleará el estudio correlacional, este permitirá responder las interrogantes expuestas en las dos variables, saber si están ligadas o no. Para ello se trabajará con encuestas que contendrán preguntas relacionadas al problema plantado. Plantear a la comunicación sistémica como una forma de dinamizar a una organización, al punto de mejorar su estructura organizacional. La investigación pretende aportar con conocimientos, detalles que no se han sido considerados, de ellos se puede aportar con un departamento de comunicación, el que servirá de centro de información y difusión de todo y cuanto tenga que ver con el desarrollo y progreso de “Hogar de Cristo”.

ÍNDICE GENERAL

Carátula	I
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Certificación del tutor	V
Certificado del gramatólogo.....	IX
Resumen	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
Índice general	XII
Índice de cuadros.....	XVII
Índice de gráficos.....	XVIII
Introducción	1
1.....	Tema
.....	3
2.....	Planteamiento del problema
.....	3
Situación conflicto que se debe señalar.....	4
Causas del problema. Consecuencias.....	4
Delimitación del problema.....	5
Enunciado del problema	8
2.1. Posibles causas del problema	8
2.2. Planteamiento del problema	8
2.2.1. Contextualización.....	¡Error! Marcador no definido.
2.3. Formulación y selección del problema	9
2.4. Delimitación espacial y temporal.....	10
3.....	Justificación del problema
.....	10
4.....	Objetivos de la investigación
.....	11
4.1. Objetivo general	11
4.2. Objetivos específicos	12

5.....	Hipótesis	
.....		12
5.1. Variable independiente		12
5.2. Variable dependiente		12

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Comunicación		15
1.1.1. La comunicación, un fenómeno progresivo.....		16
1.1.2. Elementos que intervienen en el proceso de comunicación		17
1.1.3. La semiótica como parte de la comunicación.....		19
1.2. Comunicación sistémica		20
1.2.1. Enfoque sistemático.....		22
1.2.2. Metodología de sistemas		22
1.3. Marco referencial o contextual		23
1.3.1. Estadísticas de la provincia de santa elena		23
1.3.2. Nacionales		25
1.3.3. Internacionales.....		26
1.4. Fundamentación científica		30
1.4.1. Comunicación sistémica		30
1.4.2. Pensamiento circular.....		30
1.4.3. La estructuras en las organizaciones.....		31
1.5. Tipos de estructura organizativa		34
1.5.1. Formas organizativas principales.....		34
1.5.2. Estructura simple		35
1.5.3. Estructura funcional		35
1.5.4. Estructura divisional		36
1.5.5. Estructura matricial		37

1.6.	El trabajo y sus nuevas formas de organización	37
1.6.1.	Estructura en trébol, estructura en red	39
1.6.2.	Sistema en red	40
1.7.	Estrategias	41
1.7.1.	Estrategia corporativa	41
1.7.2.	Estrategia de unidad de negocio.....	41
1.7.3.	Estrategia operativa	42
1.8.	Conexión entre estrategia y estructura.	42
1.9.	Comunicación organizacional y relaciones públicas	44
1.9.1.	Comunicación interna	45
1.9.1.1.	Canales informales	45
1.9.1.2.	Canales oficiales	45
1.9.1.3.	Canales ascendentes.....	46
1.9.1.4.	Canales horizontales.....	46
1.9.2.	Comunicación externa	47
1.9.2.1.	Departamento de relaciones públicas	47
1.9.2.2.	Imagen corporativa	47
1.10.	Fundamentación conceptual o marco conceptual.....	50
1.10.1.	Estructura organizacional:.....	51
1.10.2.	Imagen corporativa	53
1.10.3.	Relaciones públicas	54
1.11.	Fundamentación legal.....	54

CAPITULO II

METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METOLÓGICAS

2.1.	Estrategias	58
2.2.	Metodología	59
2.3.	Diseño de la investigacion	59
2.3.1.	Modalidad de la investigación	59

2.4.	Tipos de investigación.....	60
2.4.1.	Estudios exploratorios.....	60
2.4.2.	Estudios descriptivos	61
2.4.3.	Estudios correlacionales	62
2.4.4.	Estudios explicativos.....	63
2.5.	Población y muestra.....	65
2.5.1.	Población	65
2.5.2.	Muestra	66
2.5.3.	La fórmula	66
2.6.	Procedimiento de la investigación.....	68
2.6.1.	Instrumentos de investigación.....	68
2.7.	Técnicas e nstrumentos de investigación	68

CAPITULO III

3.....	Análisis e interpretación de resultados	
.....		74
3.1.	Proceso y análisis	74
3.1.1.	Preguntas para el talento humano que labora en la institución	76
3.2.	Conclusiones y recomendaciones.....	93

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1.	Justificación	95
4.2.	Diagnóstico	95
4.3.	Fundamentación teórica de la propuesta	97
4.4.	Objetivos de la propuesta	101
4.4.1.	Objetivo general.....	101
4.4.2.	Objetivos específicos	102
4.4.3.	Comunicación externa	103

4.5.	Factibilidad de la propuesta	103
4.6.	Localización física y espacial	104
4.7.	Tareas a realizar	104
4.8.	Metodología	105
4.9.	Recursos financieros.....	105
4.10.	Legal.....	106
4.11.	Recursos técnicos	106
4.12.	Recursos humanos.....	106
4.13.	Recursos materiales	107
4.14.	Las políticas.....	107
4.15.	Descripción de la propuesta	108
4.16.	Describir criterio y estrategia de la propuesta.....	109
4.17.	Propuesta (juicio de expertos o experimentación)	110
4.18.	Descripción de aspectos que contiene la propuesta.....	111
4.19.	Preparación necesaria y concreta	113
4.20.	Preparación necesaria y masiva.....	113
4.21.	Reforzar y ampliar la información y comunicación interna.....	114
4.22.	Reforzar la información y comunicación	114
4.23.	Impacto.....	116
4.23.1.	Beneficios de directos	116
4.23.2.	Capacitación permanente	116
4.23.3.	Flexibilidad laboral en situaciones extremas.....	116
4.23.4.	Vestimenta adecuada	116
4.23.5.	Igualdad de oportunidades.....	117
4.23.6.	Ambiente laboral	117
	Conclusiones	125
	Recomendaciones	127
	Bibliografía	129
	Anexos.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

INDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1:	Cómo califica a la comunicación	76
Cuadro No. 2:	Conoce Comunicación Sistémica.....	77
Cuadro No. 3:	Tipo de comunicación.....	78
Cuadro No. 4:	Aplica comunicación sistémica a las empresas.....	79
Cuadro No. 5:	Difusión de información.....	80
Cuadro No. 6:	Conoce usted una estructura organizacional.....	81
Cuadro No. 7:	La estructura organizacional contribuye a su desarrollo.....	82
Cuadro No. 8:	Aplicar una estructura como la divisional.....	83
Cuadro No. 9:	Calificación externa de la comunicación.....	84
Cuadro No. 10:	¿Qué es Comunicación Sistémica?.....	85
Cuadro No. 11:	Tipo de comunicación.....	86
Cuadro No. 12:	Aplica comunicación sistémica a las empresas.....	87
Cuadro No. 13:	La estructura organizacional contribuye al desarrollo.....	89
Cuadro No. 14:	Aplicar una nueva estructura organizacional.....	90
Cuadro No. 15:	Beneficios de la Corporación "Hogar de Cristo".....	91

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico No. 1:	Cómo califica a la comunicación.	76
Gráfico No. 2:	Conoce Comunicación Sistémica.....	77
Gráfico No. 3:	Tipo de comunicación.....	78
Gráfico No. 4:	Aplica comunicación sistémica a las empresas.....	79
Gráfico No. 5:	Difusión de información.	80
Gráfico No. 6:	Conoce usted una estructura organizacional.	81
Gráfico No. 7:	La estructura organizacional contribuye a su desarrollo.....	82
Gráfico No. 8:	Aplicar una estructura como la divisional.	83
Gráfico No. 9:	Calificación externa de la comunicación.....	84
Gráfico No. 10:	¿Qué es Comunicación Sistémica?.....	85
Gráfico No. 11:	Tipo de comunicación.....	86
Gráfico No. 12:	Aplica comunicación sistémica a las empresas.....	87
Gráfico No. 13:	La estructura organizacional contribuye al desarrollo.....	89
Gráfico No. 14:	Aplicar una nueva estructura organizacional.	90
Gráfico No. 15:	Beneficios de la Corporación "Hogar de Cristo".....	91

INTRODUCCIÓN

Plantear un problema como la falta de comunicación sistémica como elemento de desarrollo de la estructura organizacional de la Corporación de Viviendas “Hogar de Cristo” es fundamental, de ello depende que se llegue a las personas más vulnerables del litoral ecuatoriano.

La falta de soluciones habitacionales, es de suma importancia, el estado no puede llegar a todos los sectores con su plan de viviendas populares; es allí donde “Hogar de Cristo” tiene su plan de acción. La Constitución de la República en La Sección Sexta Hábitat y Vivienda, Art. 30 dice: Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica”, pero esto contrasta con la realidad.

Familias enteras viviendo en hacinamiento, dos o tres grupos viviendo en un espacio reducido. Es verdaderamente deplorable, pero la causa no es solo la falta de viviendas, es la falta de comunicación, pues esta noble institución con más de 14 años en la provincia de Santa Elena; es escasamente conocida. La generación actual, desconoce los servicios y beneficios que ella otorga.

Esta es la causa de esta investigación, aplicar una correcta comunicación, y si es la sistémica, con mayor razón. “Hogar de Cristo” nació en el cantón, La libertad, está ubicado precisamente en el barrio “General Enríquez Gallo”, diagonal a la clínica “Virgen del Cisne”. La falta de una correcta difusión de información está sumiendo en el olvido a esta noble institución, lo que motiva a que este estudio permita corregir estas faltas, dando cabida a una nueva forma de hacer comunicación.

El tema en sí, es de suma importancia, este permite comprender mejor porque la comunicación sistémica, está ligada a la estructura organizacional, esta nueva forma de manejo de las empresas, permite dirigir, ordenar, dinamizar y optimizar los recursos con los que cuenta la comunicación.

El creer que únicamente se trabajaría con la necesidad urgente de tener una vivienda por parte de los peninsulares, el no utilizar las herramientas con los que cuenta la comunicación, han disminuido la posibilidad de que el público conozca de los servicios y beneficios con los que cuenta “Hogar de Cristo”.

Este trabajo consta de varios capítulos:

CAPITULO I
MARCO TEÓRICO

CAPITULO II
METODOLOGIAS O ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

CAPITULO III
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

CAPITULO IV
PROPUESTA.

1. TEMA

“LA COMUNICACIÓN SISTÉMICA COMO ELEMENTO DE DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN DE VIVIENDAS “HOGAR DE CRISTO”. PERÍODO 2013–2014”.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las distintas actividades que se realizan en una empresa están basadas en el manejo de una buena comunicación, esta es la plataforma o base para que la comunicación funcione de manera exitosa dentro y fuera de cada organización. La sociedad siempre está pendiente de cada acción, es decir, la comunicación ya dejó de ser únicamente de los medios masivos, para ser parte fundamental del desarrollo corporativo.

Esos viejos paradigmas deben de ser cambiados y dar paso una nueva forma de hacer comunicación, sumado a una excelente estructura organizacional que permita aplicar los recursos comunicativos necesarios para el desarrollo y funcionamiento de cualquier organización.

Toda organización está regida por reglas, normas que contienen instrucciones que direccionan a sus integrantes. Algunas empresas son pequeñas y sencillas, otras grandes y complejas. Cada una con su propia estructura; pero las estructuras organizacionales no son estáticas, su cambio es continuo, dependiendo de la influencia de sus miembros, de cómo interactúen. Para que la comunicación sistémica funcione, todos los involucrados deben participar de manera activa, hablar el mismo idioma ya que de lo contrario el fracaso estará presente.

La publicidad es una herramienta eficaz para toda organización, es por este motivo que la nula o escasa aplicación de la publicidad en las instituciones y sobre todo en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, objeto de este estudio, ha contribuido para que no sea conocida por esta nueva generación, y lo que más preocupa es el escaso interés de sus directivos por mantener la imagen institucional.

Situación conflicto que se debe señalar

El objetivo que se debe perseguir es crear un ambiente de confianza que solo se logra con una buena comunicación, tomando en cuenta que para ello es necesario contar con una excelente estructura organizacional, que permita la confianza entre dirigentes, dirigidos y públicos metas. La prensa juega un rol primordial, de ellos depende que la difusión de la información llegue a cada rincón de la provincia.

Los servicios y beneficios que ofrece una organización, jamás serán conocidos y reconocidos si es que no se emplea una comunicación efectiva; como pasa con la corporación “Hogar de Cristo”, no basta solo con creer que la necesidad juegue a su favor, es necesario planificar, construir e informar del progreso realizado en favor de la clase menos favorecida de la provincia de Santa Elena.

Causas del problema. Consecuencias

Según nos explica María Antonieta Rebeil Corella y Abraham Nosnik Ostrowiak: Ellos suponen que los sujetos en las organizaciones tienen la capacidad de aprender a tomar decisiones, trabajar en equipo, proponerse objetivos comunes y desde luego apoyarse en las nuevas tecnologías de información que son herramientas fundamentales.(Corella, 1996)

Henry Mintzberg (1989), en cambio define a la estructura organizacional, como a las diversas formas donde pueden ser compartidos los trabajos dentro de las organizaciones, luego lograr una buena coordinación para de esta forma alcanzar los objetivos trazados. Pero nada funciona de manera improvisada, debe regirse por mecanismos efectivos, coordinación, trabajo, comunicación y control; estos son necesarios para que se logren resultados óptimos.

En Ecuador desde 1980 se comienza a aplicar la comunicación organizacional en muy pocas instituciones tanto públicas como privadas, y es que al parecer no se tenía conciencia de la importancia de la comunicación organizacional, todo lo que se realizaba estaba basado en el empirismo o experimentado sus resultados.

Delimitación del problema

En 1971, el padre Francisco García S.J. fundó en Guayaquil “Hogar de Cristo”, permitiendo que se visualice de esta manera las miserables condiciones de vida de tantos ciudadanos y sus necesidades insatisfechas y más aún en lo que respecta a vivienda.

Han transcurrido 43 años entre avances y retrocesos, de ellos 14 años establecidos en la Provincia de Santa Elena. Esta organización sin duda alguna transformó la vida de cientos de familias ávidas de un sitio donde cobijarse, un sitio para establecerse y cuidar de sus hijos. Este proceso no es el único, existe también el área de Banca Comunal, que consiste en otorgar microcréditos, esto no constituye un fin sino un medio para facilitar la calidad de vida, rescatar la dignidad y fortalecer el auto estima, sobre todo en la población femenina.

El fortalecimiento del espíritu de la clase menos favorecida, el rescate de su dignidad, el brindarles nuevas oportunidades, a quienes son los menos favorecidos de esta sociedad. Aunque es necesario destacar que existe un minoritario grupo humano que trabaja arduamente para que esta función y se desarrolle adecuadamente; “el público interno”, y el externo; dos grupos de gran valor para toda institución, que en muchos casos no son escuchados, pues la clase administrativa cree tener la razón en la toma de decisiones y no entiende razones generadas en el campo laboral.

Todo lo expuesto dejaría de tener sentido si no se aplica la Comunicación Organizacional. Para entenderlo mejor el escritor Robbins Pearson lo define así: “Comunicación Organizacional debe definirse como la construcción y fortalecimiento de representaciones comunes en consonancia con la meta de la organización y el respeto a las diferencias para propiciar la identidad y cohesión como fuerza de grupo.

Esta teoría deberá allanar el camino en la tarea de construcción de esos significados comunes que hacen a los hombres formar parte de la organización, penetrando en sus niveles de conciencia para impactar en su conducta en aspectos determinados por la organización pero respetando las diferencias individuales; esencia misma de la perspectiva presente y futura de la Comunicación Organizacional.(Pearson, Comportamiento Organizacional, 2004)

"Nos encargamos de mantener en paz a los jodidos para que muy contentos sigan haciendo su trabajo"(Pearson, Comportamiento Organizacional, 2004)

Esta forma de plantear los diferentes escenarios dentro de las organizaciones, nos permite analizar otras definiciones: Según Teresa del Pilar Niño: "Si concebimos el papel de la comunicación en la empresa

como determinante en el mantenimiento de las buenas relaciones interpersonales, debemos asumir una posición en contra de las prácticas administrativas que fomenten la existencia de una única forma de comunicación; es así como el valor y la importancia de las buenas comunicaciones en la organización.(Niño, 1993)

Basta solo apreciar, dos de las tantas definiciones, para concluir que es necesario que la Comunicación Sistémica, sea planteada en esta organización. Que no solo basta la estructura organizacional o la estructura física, se necesita que el público interno sienta ese respaldo de la institución, que sus necesidades sean tomadas en cuenta, que es parte fundamental para proseguir la labor, que brinde esa seguridad de ser escuchados para resolver las distintas problemáticas del día a día.

Es necesario resolver los conflictos internos, mantener satisfecho al talento humano, luego proyectar esa satisfacción al público externo, eso permitirá que la imagen institucional despegue del letargo en que se ha estancado.

No basta solo trabajar con la necesidad urgente del público, el posicionamiento de una marca es tan indispensable como el accionar mismo del servicio que se presta. Mario Ríos Quispe lo define así: La imagen institucional, es el conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicaciones directas o indirectas de personas, productos, servicios, marcas, empresas o instituciones. (Quispe)

La imagen es tan importante para toda empresa, sea pública o privada. Es lo que fomenta una representación mental o virtual, es la parte motivante que al ser aplicada funciona de forma positiva o negativa, el público asocia la imagen con el servicio que se presta; este aspecto

emocional permite sumar hechos que se perciben en la sociedad, hechos que expresen y expliquen la imagen que se proyecta.

El espíritu que se forjó al crear una institución como esta, está sustentada en beneficiar a la clase más vulnerable del país; pero también es cierto que si no se reorganiza, no habrá forma de que surjan cambios positivos; las malas decisiones tomadas sin consultar opiniones entre los diferentes públicos, internos y externos, no les permite ver con exactitud en qué se está fallando, el justificar una acción, sin tomar la corrección, es sinónimo de ocultar información que en vez de solucionar los conflictos, únicamente los agrava y provoca la deserción del excelente talento humano.

Enunciado del problema

“LA COMUNICACIÓN SISTÉMICA COMO ELEMENTO DE DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN DE VIVIENDAS“HOGAR DE CRISTO”. PERÍODO 2013–2014.”

2.1. POSIBLES CAUSAS DEL PROBLEMA

Deficiente difusión de información
Escasez de comunicación sistémica
Inexistencia del Departamento de comunicación
La comunicación como derecho de la comunidad

2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. ¿Cómo influye la escasa información sistémica en una sociedad de consumo?

2. ¿Cómo incide la inexistente comunicación sistémica en el público actual ávido de información de las actividades que las empresas locales realizan?
3. ¿Cuáles son los efectos que conlleva el no aplicar una buena estructura organizacional dentro de su empresa?
4. ¿Es importante que una buena estructura organizacional, permita difundir información por los medios locales, destacando servicios y beneficios que brinda cada organización?

2.2.1. Contextualización

La escasa comunicación sistémica en la Corporación Hogar de Cristo (Santa Elena), trae como consecuencia que la ciudadanía desconozca de manera parcial y en ocasiones totalmente, cuales son los servicios que presta esta organización

La falta de interés por mantener la imagen corporativa y lo que es peor, el aspecto estético y logístico, han logrado mermar en cierta forma a esta noble institución, cuyo fin fue prestar servicios a los más pobres de la provincia. Por ello es necesario implementar una buena estrategia comunicativa que levante a esta organización.

2.3. FORMULACIÓN Y SELECCIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo aplicar la Comunicación Sistémica y que sea elemento de desarrollo en la estructura organizacional de la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”.

2.4. DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL

Esta investigación será realizada en los tres cantones Salinas, La Libertad y Santa Elena, en el período 2013 – 2014.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El trabajo planteado está acorde con la línea de investigación de la carrera de Comunicación Social, precisamente basado en relaciones públicas; herramienta que es indispensable en toda organización bien estructurada. Este elemento es el que mantiene en contacto a los diferentes públicos que buscan servicios y beneficios de las distintas organizaciones.

La tarea investigativa está proyectada a facilitar información a la ciudadanía de la provincia de Santa Elena. Esto se debe realizar a través de los diferentes medios de comunicación y con las distintas formas y recursos con los que cuenta, ahora de forma continua y precisa.

La investigación permitirá examinar y determinar cuáles son los errores en los que está incurriendo la organización. Las herramientas a emplear son: sondeos, encuestas, entrevistas, fichas de observación, consultas bibliográficas, y los beneficiados serán; los miembros de la fundación, el público interno, externo y la sociedad en general.

El difundir los distintos servicios, beneficios y actividades que desarrolla la corporación, utilizar el recurso de los productos comunicacionales con los que debe contar la corporación “Hogar de Cristo”; permitirá que se solucione la falta de comunicación sistémica existente entre el público interno y externo de la organización.

La no existencia de un departamento de comunicación, no permite que se informe correctamente a los beneficiarios directos e indirectos de “Hogar de Cristo”: los distintos sectores de la urbe, las zonas rurales, sin excepción de religión, cultura, raza, edad, etc.

La misión consiste en dar un cambio radical; dejar de lado lo actuado en los años anteriores. A través de esta reorganización los únicos que serán beneficiados, será la clase más desprotegida de la provincia. Los recursos comunicacionales permitirán que “Hogar de Cristo” desarrolle estrategias que permitan llegar directamente a los más necesitados.

La Constitución de la República del Ecuador declara en su Art. 61, Capítulo Quinto, Derechos de Participación, que los ciudadanos tienen derecho a ser informados sobre lo que sucede alrededor de su comunidad. Esta es la función que debe cumplir el Departamento de Comunicación, al emplear los recursos comunicacionales de los cuales debe hacer uso.

Para que la propuesta tenga el éxito deseado, es necesario el trabajo en conjunto. Es necesario entonces que la cooperación sea parte fundamental de la organización. Para que funcione de manera efectiva, es necesario de una estructura organizacional, permita que el propósito que se tiene en común, se alcance a la perfección.

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Objetivo general

¿Determinar si la Comunicación Sistémica es elemento de desarrollo, por medio de un diagnóstico situacional, para el mejoramiento en la estructura organizacional de la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”?

4.2. Objetivos específicos

1. Indagar a través de mecanismos como encuestas, entrevistas y opinión pública a los beneficiarios de la corporación “Hogar de Cristo”; saber qué tipo de comunicación deberían aplicar, para difundir sus productos y servicios.
2. La investigación científica permitirá emplear correctamente la comunicación sistémica y estructura organizacional que estará al servicio de los ciudadanos de la provincia de Santa Elena.
3. Desarrollar una correcta comunicación sistémica en las oficinas de Hogar de Cristo de Santa Elena y así servir de manera eficiente a la población peninsular.

5. HIPÓTESIS

Si la Comunicación Sistémica es un elemento de desarrollo para la corporación de vivienda “Hogar de Cristo”, entonces esto permitirá el mejoramiento de la estructura organizacional permitiendo la optimización de resultados.

5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Comunicación Sistémica

5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Estructura organizacional

CUADRO 1.

Hipótesis	Variables	Definiciones Conceptuales	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Si la Comunicación Sistémica de “Hogar de Cristo” es utilizada con eficacia a través de los productos comunicacionales entonces esto incidirá en el desarrollo de la estructura organizacional que tendrá como resultado que la sociedad conozca las actividades que se desarrollan	V.I. Comunicación Sistémica	La Comunicación Sistémica, es la reducción de lo complejo a través de procesos dinámicos, es decir un proceso se aplica a otro para su esclarecimiento. Cada pieza de un sistema, es la respuesta a la intervención de otro, es un proceso circular, se ajustan unos a otros. Está compuesta de mensajes, es una cadena comunicativa, realizada con símbolos verbales y no verbales de forma circular, esta estructura permite la retroalimentación provocando cambios sustentables. es decir cada información estimula una respuesta. Existen diferentes tipos de comunicaciones. Los actores tienen comportamientos reflexivos. Von Bertalanffy	Comunicación Sistémica Proceso circular Retroalimentación Tipos de comunicación	Verbal No verbal Estructuras normas Público interno y externo Horizontal vertical Ascendente Descendente	¿Sabe usted qué es Comunicación Sistémica? ¿Cree usted que es suficiente emplear folletos para difundir información? ¿Qué tipos de recursos técnicos utiliza la Corporación? ¿Es necesario que Hogar de Cristo tenga oficina comunicacional? ¿Cómo califica a la comunicación que existe internamente en Hogar de Cristo? ¿Es necesario aplicar normas a la Comunicación Sistémica en las empresas? ¿Qué tipo de comunicación, cree usted que utiliza la Corporación para difundir información? ¿Considera importante que su empresa difunda información continua?	Ficha de observación Encuesta Entrevista.

CUADRO 2.

Hipótesis	Variables	Definiciones Conceptuales	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Si la Comunicación Sistémica de “Hogar de Cristo” es utilizada con eficacia a través de los productos comunicacionales , entonces esto incidirá en el desarrollo de la estructura organizacional que tendrá como resultado que la sociedad conozca las actividades que se desarrollan	V:D: Estructura organizacion al	La estructura organizacional, son las diversas formas como pueden ser compartidos los trabajos dentro de las organizaciones, lograr una buena coordinación y de esta forma alcanzar los objetivos trazados. Existen diversos tipos de estructuras, dependiendo de cada empresa, grande o pequeña. Pero nada funciona de manera improvisada, debe regirse por mecanismos, normas y reglas efectivas, coordinación, trabajo, comunicación y control; estos mecanismos técnicos y tácticos son necesarios para que se logren resultados óptimos. Henry Mintzberg (1989),	Tipos de estructuras organizacional Técnicas Tácticas Normas y reglas	Simple Funcional Divisional Matricial Red Científicas empíricas Instrucciones Y direcciones	¿Conoce usted que es una estructura organizacional? ¿Cree usted que la estructura organizacional que posee Hogar de Cristo, contribuye a su desarrollo? ¿Es propicio aplicar una estructura como la divisional a una empresa grande? ¿A través de qué métodos se mide la satisfacción del público? ¿Es necesario tener una muestra real o simplemente al azar? De los diferentes servicios que brinda Hogar de Cristo, ¿En qué se ha beneficiado?	Ficha de observación Encuesta Entrevista

Elaborado por: Luis Domínguez.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Comunicación

Según, Manuel Martín Serrano (1982), la comunicación es una herramienta que el ser humano ha utilizado desde su existencia, desde la prehistoria las sociedades buscaron formas para poder entenderse, imitaron sonidos, gruñidos y tuvo que pasar muchos años para que esta forma de lenguaje se vaya perfeccionando, hasta tomar forma, lo que hoy se conoce como lenguaje escrito. Signos, símbolos y dibujos se utilizaron para narrar los acontecimientos vividos diariamente.

Para que la relación entre las personas se logre, es necesario que se desarrolle el intercambio de comunicación e información, es de entender entonces que comunicarse no es un acto simple de intercambio de información entre dos o más personas, la realidad es que es un proceso más complejo que se aprovecha cuando su acción se ha planificado y se logra controlar para alcanzar objetivos establecidos. La palabra comunicación proviene del latín "*communicare*", que significa compartir o poner en común. (LAROUSSE, 1985)

Entonces comunicar significa transmitir una información, difundirla a través de los medios de comunicación masivos, a través de sus distintas formas; verbales o no verbales. Los conceptos señalados dicen que la comunicación es poseer una información que luego se difundirá. En otras palabras, trata de ponerlas en común para que el resto participe del mensaje que se ha querido compartir.

1.1.1. La comunicación, un fenómeno progresivo

Niels Bohr (1995) expresó que ningún fenómeno es tal, hasta ser observado; él concluyó que todo fenómeno es un hecho observable.

Martin Heidegger (1993), lo expone como ser y tiempo; él manifiesta que la verdad es una representación temporal, con tendencia al cambio, no es estable.

Por su lado, Niklas Luhmann, afirma que la comunicación es el mecanismo fundamental del avance de los sistemas sociales; para él, dentro de la comunicación siempre existirá disidencia, discrepancias, controversias. Dentro de estas discrepancias, la comunicación permite tomar decisiones de la información referida, la cual deberá de ser bien entendida, lo que le permitirá al perceptor, admitirla o rechazarla.

Manuel Dasi, Rafael Martínez (1996), explican que existen muchas formas de comunicación: Intrapersonal, es cuando existe conversación consigo misma, en forma de introspección individual, interpersonal, siendo la forma más común de comunicación entre emisor y uno o varios receptores, aquí se da un intercambio de información, ya sea de forma verbal o no.

Comunicación grupal, aquí intervienen grupos, que emiten ideas, mensajes que se evalúan, luego de un consenso, a esta acción se recurre para resolver conflictos. Comunicación masiva, se da entre un solo emisor y un gran número de receptores, aquí se utiliza técnicas, es decir medios o canales de comunicación masiva.

1.1.2. Elementos que intervienen en el proceso de comunicación

Manuel Dasi y Rafael Martínez – Vilanova Martínez en su obra titulada “Comunicación y negocio comercial”, afirman que existen 9 elementos que intervienen en este proceso comunicativo. Mas existe un elemento adicional expuesto por Adriana Amado Suarez y Carlos Castro Zuñeda en la obra “Comunicaciones públicas”, los autores coinciden que son 10 los elementos que intervienen en el proceso comunicativo; así tenemos los siguientes:

1. **Fuente:** Se trata del sitio, lugar donde se obtiene la información, es decir quien la proporciona
2. **Emisor:** Persona(s) que difunden un mensaje, previamente contrastado.
3. **Receptor:** Persona(s) o grupo hacia donde se dirige el mensaje.
4. **Mensaje:** Es la información, dentro de este lleva una parte medular integrado por códigos, símbolos, claves e imágenes que tanto el emisor como el receptor intercambiarán de manera eficaz.
5. **Código:** Regido por normas, dentro del lenguaje existen símbolos que se emplean al momento de articular o transmitir cualquier mensaje y que al momento de su recepción sea comprensible.
6. **Canal:** Medio a través del cual se difunde el mensaje.
7. **Contexto:** Ambiente, entorno, lugar donde acontece la comunicación. Sitio influyente para la interpretación y comprensión de la información
8. **Ruido:** Es un factor tanto interno como externo que dificulta la correcta decodificación del mensaje.
9. **Filtros:** Son factores de suma importancia que tienen que ver con la formación del individuo, cultura, educación o valores que inciden como barreras mentales.
10. **Retroalimentación o Feedback:** esto permite el análisis del grado de aceptación que el receptor emite de manera positiva o negativa.

Para los estudiosos del tema, la buena comunicación resulta de la predisposición que exista entre el emisor y receptor. En un diálogo, las personas pueden cambiar de idea, se puede dar también un cambio de información de forma individual o cultural. Por ejemplo: la transmisión de información padres e hijos, en la actualidad es muy diferente, ahora existe relaciones abiertas y no cerradas, este cambio se produce con el transcurrir de los años.

Hablar de la comunicación, es entrar en un mundo fascinante, así lo manifiestan NORBERT WIENER (1948), CLUDE ELWOOD SHANNON y WARREN WEAVER(1949), quienes concuerdan al decir que las ciencias de la comunicación e información, son el producto de la transmisión e intercambio de mensajes que ocurre entre los seres humanos.

Sin embargo, YURI LOTMAN (1998), va más allá al afirmar que es posible superar la contraposición decimonónica (anticuado o pasado de moda), entre las ciencias exactas y las ciencias humanas (matemáticas, comunicación y cibernética). Esto le ha servido al hombre para su accionar, orientándolos hacia las prácticas profesionales de la comunicación en áreas tales como publicidad, relaciones públicas, marketing, propaganda política, comunicación corporativa, etc.

Cada uno de los elementos que intervienen en el proceso fue analizado de tal manera que sus creadores Fernando de Manuel Dasi y Rafael Martínez – Vilanova Martínez, en su obra “Comunicación y Negociación Comercial”, donde enumeran una serie de pasos para detallar el proceso.

- El emisor debe tener una idea clara de lo que desea comunicar y así no confundir al receptor.

- Los datos a difundir, deben ser reales, además que el emisor debe ser un profesional con ética, eso implica una planificación en cuanto al proceso de codificación al momento de la transmisión del mensaje.
- El canal a utilizarse, debe ser bien elegido por el emisor, este será el vehículo de transmisión. El mensaje debe tener un código común (Lenguaje, signos, símbolos, etc.), que el receptor entienda de manera efectiva.
- El entorno debe ser propicio, nada puede interrumpir el mensaje, para ello, el emisor debe comprobar los filtros de ruidos, ya que estos pueden distorsionar el mensaje.
- El receptor recibe y decodifica el mensaje, le da un significado que incide en su cambio de actitud (positiva o negativa).
- El mensaje debe ser enviado y recibido mediante signos; son percibidos el uno del otro, su retroalimentación les permite valorar lo que significa la información que ha recibido.

1.1.3. La semiótica como parte de la comunicación

Según Vanessa Guzmán Paz (2012), dice que muchos autores consideran al lenguaje como una forma de comunicarse, a través de un sistema de signos. La semiótica, según la Real Academia Española (RAE), es la ciencia que estudia las diferentes clases de signos, al igual que sus reglas que regulan su generación, producción, transmisión, recepción, intercambio e interpretación. A decir de ella, la comunicación está ligada a la semiótica y a su significación.

Charles Sanders Peirce (1839), fue el primer hombre en aplicar la palabra semiótica. Enseñaba que si bien el conocimiento cognitivo, no se limitaba a los signos, teniendo conocimientos de objetos, no significa sin embargo que todo conocimiento sea necesariamente signo.

1.2. Comunicación Sistémica

Para Niklas Luhmann (1990), creador de la Teoría de los Sistemas Sociales, argumenta que se trata de la reducción de la complejidad, que se produce por la diferencia de los sistemas en relación con su entorno y medio ambiente, pero también construye complejidad propia. El autor señala también que “Los sistemas de una organización no es solo una forma de acción específica”, pero toda acción que acontece a través del proceso comunicativo, reduce su complejidad; este proceso toma el nombre de auto – simplificación de sistemas.

Luhmann cambia su eje de análisis del todo y las partes, de la oposición sujeto / objeto, por sistema y entorno. El autor considera que los sistemas sociales, son sistemas constituyentes de sentido. Es necesario interactuar para la obtención de mejores resultados, es decir, un sistema no es un ente estable, este se forma por sucesos, son las decisiones que crean nuevas selecciones y generan nuevas oportunidades, pero esta acción necesita ser fluida, continua y autorreferencial.

La Dra. Hada Miluska Sánchez Gonzáles (2006), en la obra “Las relaciones sistémicas en la Ciencia del Periodismo” indica que: A partir de la segunda Guerra Mundial y tras el progreso intelectual, nace la Teoría general de los Sistemas de Ludwig Von Bertalanffy (Filósofo austriaco). Esta teoría se enfoca en el estudio de áreas las ciencias experimentales (Matemáticas, Física, biología, etc.) El objetivo era la reducción de lo complejo, a través de procesos dinámicos, es decir un sistema se aplica a otro para su esclarecimiento.

Este proceso llamado Comunicación Sistémica, hace referencia a la frase del Filósofo Griego Aristóteles: “El todo es más que la suma de las partes”.

Por su parte, Von Bertalanffy en la década de 1940), expuso por primera vez el concepto de Teoría general de los Sistemas. Los sistemas comunicativos provocan retroalimentación informativa y comunicativa, dentro del contexto socio - cultural, tiene una causa y una razón.

La comunicación, interactúa con el resto de las ciencias, este estudio se expondrá a partir de las ciencias sociales, dentro de la misma encontraremos la Sociología, regida por las ciencias nomotéticas (ciencia que enuncia leyes de validez universal o principios generales). Pero las ciencias de la información están compuestas por reglas que rigen el campo de los medios. La Sociología se enlaza con la Psicología y la comunicación en el estudio social, la razón, es que interactúan con el público inmerso en un sistema socio-cultural, actúa como actor principal.

Para Vanessa Guzmán Paz (2012), los modelos iniciales de comunicación consideraban a la comunicación sistémica, una forma de difundir información de un emisor a un receptor, utilizando un código común y se apoya en los principios fundamentales de la comunicación.

Ella argumenta que la comunicación es un fenómeno que se interrelaciona, dice que la unidad base, está menos en el sujeto que en la relación establecida entre sujetos. Es decir cada pieza de un sistema, es la respuesta a la intervención del otro. Entonces la comunicación es un proceso circular, es decir cada información estimula una respuesta.

El modelo sistémico se define como una igualdad, los actores tienen comportamientos reflexivos, es decir consta de un proceso de interlocución en la temática, el contexto y el lenguaje que debe pertenecer al mismo intercambio simbólico. Otro modelo que está ligado es el complementario; este asegura que los intérpretes deben adoptar conductas que de manera continua se ajusten unos a otros. La relación

complementaria no descarta que sea jerárquica, es decir dentro de la misma se contiene posición alta o baja

1.2.1. Enfoque sistemático

El sistema, el todo, la unidad, tiene partes interactuantes cuyas características y / o comportamientos depende al menos de otra parte y afectan las características y / o comportamiento del todo. Ver la realidad como sistema resulta indispensable. Solo así se integran lo tangible y lo intangible; lo formal y lo informal. A nivel del individuo se integran el cuerpo y la mente, lo somático y lo psicológico y lo espiritual, pero sobre todo, se integraran al individuo y su contexto. (Alvarado, 1997)

Dentro de este marco de referencias generales, el autor dice que este sistema está formado por tres conjuntos de conceptos que se interrelacionan.

- ➡ Enfoque de sistemas (sistémico)
- ➡ Inter – trans disciplina (participación)
- ➡ Metodología de sistemas (o sistemas)

Los tres conjuntos de conceptos incluyen un sinnúmero de elementos, de suma importancia para la promoción, aplicación y difusión de sistemas inmersos en una variedad de acciones, sociales, humanístico, científico y tecnológico. Este trabajo investigativo está enfocado en la indagación de conceptos básicos, que describen el enfoque sistémico.

1.2.2. Metodología de sistemas

Germán Sergio Monroy Alvarado (1997), dice que, la metodología de sistemas se encarga del como buscar, encontrar, integrar; a decir del autor integrarse con los otros dos conceptos básicos. El buscar la ruta, el

método, para lograr descubrir lo que se investiga. Nuevos métodos para responder preguntas y resolver problemas.

Bajo la perspectiva de entender y resolver las dificultades que encierra la falta de una buena comunicación, sobre todo en las organizaciones, es necesario que este elemento sea aplicado para mejorar la estructura organizacional de la corporación de Vivienda “Hogar de Cristo”. Hay que entender que existen empresas que no logran alcanzar sus metas, esto se debe al bajo nivel de competitividad, que el talento humano no está bien remunerado, carecen de estímulos de superación, motivación para que su trabajo sea realizado con entusiasmo.

1.3. Marco Referencial o Contextual

1.3.1. Estadísticas de la Provincia de Santa Elena

El Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) 2010, publicó la cantidad de habitantes en Ecuador, cuya cifra es de 14 millones 306 mil 876 habitantes, lo que quiere decir que la población crece de forma considerable a cada instante, es decir que mientras más personas nacen, mayor es la necesidad de soluciones habitacionales.

En cuanto al déficit habitacional en la provincia de Santa Elena, el INEC, proporciona datos exactos de la tendencia de vivienda de los peninsulares. El 41.3 % tiene vivienda propia, totalmente pagada, el 19.4% casa propia (regalada, donada o por posesión), el 13.9 % de habitantes en cambio tienen vivienda prestada, el 13.0 % tiene vivienda que la está pagando y finalmente el 9.9 % vive arrendando una vivienda. Los datos demuestran por qué las familias buscan un lugar para poder habitar, un espacio donde radicarse y desarrollar una vida digna. No siempre se logra esta meta, unos viven en constante hacinamiento, dos o

tres familias en una superficie reducida, lo que ocasiona conflictos familiares.

Lo que contrasta con lo que dice el art. 30 de La Constitución de la República en la sección Sexta Hábitat y Vivienda: “Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica”.

Basándose en esta problemática social, que no ocurre únicamente en Ecuador, sino a nivel mundial, el sacerdote jesuita, Alberto Hurtado, en el año de 1944, fundó en Chile una de las instituciones más importantes de Latinoamérica denominada “Hogar de Cristo”.(Lozano, 2010).

La propuesta nace con el único propósito de proporcionar un hogar digno a las personas que vivían en la calle. El padre Hurtado jamás pensó que su trabajo tendría una connotación tan importante fuera de su país.

Eduardo vega (2010), señala que en 1971 el sacerdote jesuita padre Francisco García, acoge la propuesta y la incorpora en Guayaquil, Provincia del Guayas. Aquí nace la fundación “Hogar de Cristo”, cuya misión fue facilitar los procesos de desarrollo humano sustentable a las personas en mayor situación de pobreza, vulnerabilidad o exclusión del litoral ecuatoriano.

La institución trabaja para promover el rescate de la dignidad, principios y valores de las personas, al igual que su cultura, así como también la recuperación de su plena ciudadanía. Se impulsa a las organizaciones sociales y comunidades de base, asumir su identidad y el progreso central de su propio destino; se trabaja en equipo, con colaboradores y voluntarios comprometidos, motivados, capacitados, con mística de servicio y sentido ecuménico.

Como lo señala la memoria institucional (2010), Francisco García Jiménez (Tío Paco), como se lo conocía cariñosamente al sacerdote, palpo directamente la falta de viviendas dignas, sobre todo en los sectores marginales de Guayaquil, debido a la gran migración campo – ciudad que se ubicaban en la periferia urbana. Es así que se crea “Hogar de Cristo”, con la colaboración del fundador del Servicio Latinoamericano, Africano y Asiático de Vivienda Popular (SELAVIP). 1971 .Padre Josse Van Der Rest.

El fenómeno climático conocido como el niño, año 1982 – 1983, fue precisamente lo que motivó a las monjas sin hogar (Hermanas Clarisas), quienes solicitan al padre Roberto Costa, se les construya un monasterio, aunque sea de caña y madera. Este fue el inicio, y luego de tres décadas, él considera que difícilmente habría logrado servir a tantas familias sin el maravilloso equipo de talento humano que le apoyó.

La institución recibe aportes de organismos nacionales e internacionales tales como:

1.3.2. Nacionales

Ajecuador (Big Cola), Almacenes Boyacá, Almacenes Tía, Anglo automotriz, Mafre Atlas, Antonio Pino Icaza, Autolasa, Banco Bolivariano, Cámara de Comercio, Cervecería Nacional, Créditos Económicos, Ecuavisa, Teamazonas, RTS, Univisa, y más de 98 empresas aportantes que permiten que las viviendas lleguen a las sociedades más pobres del país.

Trabajando con responsabilidad social, de manera mancomunada, ellos realizan aportes económicos significativos, que lo canalizan a través de la

institución, aportes tanto de empresas públicas o privadas, tanto nacionales como internacionales.

1.3.3. Internacionales

Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Caritas Diocesanas de Valencia, Ayuntamiento Valladolid, Ayuntamiento Madrid, Fondo Canadá Iniciativas Sociales, Fundación Barceló, Fundación Repsol YPS, Gobierno Vasco, Iglesia Presbiteriana EE:UU, Rotary Internacional, alrededor de 60 instituciones aportantes, quienes entregan sus contribuciones para continuar con el trabajo emprendido por el padre Eduardo Vega, en favor de la clase más vulnerable del país.

Desde el año de 1993, “Hogar de Cristo” se consolida en materia de acceso de viviendas populares. En 1996, recibe por parte de Naciones Unidas, el premio World Habitat World; en 1999 el Congreso Nacional le otorga la medalla “Al Mérito”, el padre Francisco García Jiménez, es premiado por su labor de entregar 100 casas mensuales. Desde 1997 la Fundación se ve obligada a crecer, instalando nuevas fábricas en Esmeraldas y Manabí; este crecimiento debido al fenómeno del niño catapultó la fabricación, que en un principio era de 35, luego pasó a 50 y posteriormente alcanzando hasta las 1.000 casa mensuales.

La demanda de vivienda fue creciendo, a tal punto que ciudades como; Quevedo, Daule, Quinindé, Babahoyo, Libertad, Durán, Playas, Yaguachi, El Guabo, Portoviejo, Santa Rosa, Machala, Chone, Manta y Jipijapa, en donde se instaló sucursales, para servir mejor a quienes no tenían un techo, un hogar.

Según datos del Instituto Nacional De Estadísticas y Censo (Inec). Año 2010, son 24 provincias en Ecuador, Santa Elena es la más joven. Con

una población de 208.693 habitantes, distribuidas en tres cantones: Salinas 68.675 habitantes, 33.239 son mujeres y 35.436 hombres. La Libertad tiene 95.942 habitantes, 47.912 son mujeres y 48.030 Hombres. Santa Elena tiene 144.076 habitantes, 70.680 son mujeres y 73.396 hombres.

Santa Elena tiene un déficit habitacional considerable, El INEC (2010), señala que el 77% de los habitantes tienen una casa tipo villa, el 7,5 % tienen como vivienda un rancho, el 5,5 % mediagua, el 5,4 % viven en departamentos, el 2,6 % viven en covachas, 1 % en cuartos, el 0,6 % otras viviendas particulares y el 0,3 % lo hace en chozas.

El cantón La Libertad es fue el punto escogido para instalar la oficina de Hogar de Cristo. Es así que desde el 8 de noviembre del año de 1999, y gracias a la ayuda brindada por el sacerdote jesuita, padre Mariano Merchán Serrano, la sucursal está ubicada en el barrio General Enríquez Gallo, desde allí se logra servir a las miles de familias de los tres cantones de esta provincia.

En sus inicios la Corporación proporciona viviendas hechas de madera y caña guadua, el techo fue de zinc, cimientos de mangle y una dimensión de 4.8 m por 4.9 m; presentaban pocos documentos, en la actualidad únicamente se necesita que el solicitante presente documentos del solar y saber dónde se ubicaría la vivienda, luego de una corta inspección para llenar la información requerida, procede a la entrega de la vivienda. La Corporación dentro de sus políticas establece el derecho de beneficiar a la clase más desprotegida del país, sobre todo al género femenino.

Es precisamente para este género, que se crea en el año 2002, el programa de microcrédito con el apoyo del Club Rotario GYE, y adoptando la metodología Grammen, esta palabra que significa “Aldea”

en lengua Bengalí, se trata de grupos de entre 15 a 30 personas, quienes se reúnen, eligen un líder y luego de un asesoramiento financiero, son beneficiados con pequeños préstamos que sirven para financiar actividades remunerativas extras, dándoles oportunidad de crear sus micro empresas.

BANCA COMUNAL

Ley de la economía popular y solidaria

Con una duración de 16 semanas que es el periodo del préstamo; las beneficiadas además reciben capacitación, acompañamiento, programas para promover el desarrollo personal, atención médica en SOLCA, un seguro mortuario, talleres de capacitación en patillaje, artesanías en calzado, arreglo de globos y adornos navideños; todo eso en la Península, mientras que en Guayaquil, la Corporación cuenta con escuelas, centros médicos, talleres de costura, artesanales, entonces no es solamente una vivienda digna lo que promueve esta noble institución.

Cientos de familias buscan en esta Institución poder concretar sus sueños; sueños que de otra manera serían un tanto complicados poder cumplirlos, llegan desde todas partes de la provincia, desde los lugares más recónditos en busca de ayuda, y allí la encuentran. Desde Salinas, Anconcito, José Luis Tamayo, La Libertad con sus distintos barrios. Santa Elena con sus comunas: San Pablo, Monteverde, Jambeli, Palmar, Pueblo Nuevo, Ayangue, Barcelona, Cadeate, Manglaralto, Montañita, Olón, Las Núñez, La Entrada y La Rinconada, eso por la zona norte.

La zona central compuesta por Colonche, Bambil Collao, Bambil Deshecho, Calicanto, Febres Cordero, Cerezal Bellavista, La Aguadita, Loma Alta, Manantial de Colonche, Manantial de Guangala, Salanguillo, San Marcos, Las Balsa, Cerro Alto, San Miguel, San Vicente, Sayá

Por el sur: Atahualpa, Bajada de Chanduy, El Real, Engunga; Chanduy, Manantial de Chanduy, Puerto Chanduy, Pechiche, Olmedo, Cienaga, Rio Verde, San Rafael, Sucre, Tugaduaja, Villingota, El Azúcar, Zapotal, Bellavista, Barranca de Julio Moreno, Bellavista, Juntas del Pacifico, Sacachun, Limoncito, Julio Moreno, Sube y Baja, La Frutilla.

Son 14 años de servicio ininterrumpidos que Hogar de Cristo lleva en la Península al servicio de la clase popular. La Corporación trabaja con responsabilidad social; luego de un análisis zonal, las personas que han caído en una extrema pobreza son beneficiadas con la entrega de una vivienda, también grupos o empresas, instituciones gubernamentales financian parte de los costos o su totalidad, estas viviendas también son entregadas a familias que por circunstancias adversas sus viviendas ya no brindan seguridad.

El espíritu con el que nació la corporación Hogar de Cristo, es la misma fuerza con que contaba el Servicio Latinoamericano, Africano y Asiático de Vivienda Popular (SELAVIP), institución que cuenta con 40 años apoyando a proyectos de vivienda para familias muy pobres en las ciudades de América Latina, Asia y África. Este grupo se encarga de hacer realidad las obras de manera urgente, lo que a través de los sistemas convencionales no lograrían cumplir sus sueños.

Han transcurrido más de 40 años de labor fructífera dentro del territorio, ecuatoriano se ha beneficiado a cientos de familias, con los bienes y servicios que brinda la corporación Hogar de Cristo; sin embargo las nuevas generaciones desconocen esta trayectoria, ciertos ciudadanos no conocen siquiera la dirección donde queda ubicada, otros recién se enteran que no solo se facilita viviendas, desconocen los servicios y beneficios que esta institución ofrece.

Son 14 años que la corporación Hogar de Cristo se desarrolla en la península de Santa Elena, facilitando varios tipos de viviendas, la más común es una estructura de caña guadua y madera, con una dimensión de 4.8 por 4.8 metros con techo ardex, piso de madera; también se distribuyen casas tipo mixtas, una casa con estructura metálica de 6 por 6 metros, con contra piso, baño, lavamanos, lavaplatos y divisiones internas.

Sin embargo, la información de todos estos detalles no son expuestos de forma masiva. La limitante que ha reinado, al parecer se debe a la falta de difusión de información, es allí donde la comunicación entra como una herramienta activa sencilla y común, entonces es necesario preguntar, cómo, cuándo, dónde y por qué se produce. Definitivamente no habría posibilidad de convivir sin comunicación.

1.4. Fundamentación científica

1.4.1. Comunicación sistémica

Joseph O'Connor y Ian McDermott (2009), expresan que la comunicación sistémica nace del debate relacionado con la ciencia, en ella se plantea un método alternativo al científico que piense en las partes.

1.4.2. Pensamiento circular

El pensamiento sistémico, es un pensamiento circular, es decir está asociada a una estructura que le permite retroalimentarse, lo que provoca transformaciones constantes, la estimulación permite los cambios, ello afirma que sin retroalimentación no hay sistema.

Para Vanessa Guzmán Paz (2012), la comunicación y las organizaciones están unidas profundamente. Más en los últimos años esta cultura se ha

reafirmado. En las organizaciones se utilizan distintos medios para fortificar la cultura, algunos de ellos son: símbolos, conductas, políticas, procedimientos, normas, instalaciones, tecnología, entonces se puede apreciar que la comunicación no es de una sola persona, en realidad es una responsabilidad compartida. Cada uno tiene un papel de suma importancia dentro de las organizaciones.

La comunicación es elemental para los seres humanos, lo que conlleva a realizar un estudio de lo que significa este recurso. Además se analizará a la comunicación sistémica como elemento fundamental en el área organizacional.

1.4.3. La estructuras en las organizaciones

Se puede expresar que la organización, aparece como consecuencia de una necesidad de cooperación por parte de la humanidad. Los humanos se han visto en la necesidad de cooperar a fin de alcanzar sus metas personales, esto se debe a que existen límites, tanto físicos, psicológicos y sociales. Si se tiene una estructura definida, esta cooperación podría ser productiva y económica.

Henry Mintzberg (1989), expresa que a comienzos del siglo XX, nace un mejor criterio sobre estructura organizacional, la idea expresa “una mejor forma”. Una forma correcta y otra incorrecta, los fracasos así lo reflejan, lo que es bueno para unos, no lo es para el otro. Esto ha modificado la orientación, al punto de que ahora el enfoque se centra en “todo depende de”, lo que se conoce como la “teoría de la contingencia”. Esta estructura muestra la realidad de la organización, tales como: edad, tamaño, sistema o tipo de producción, complejidad, dinamismo y medio ambiente.

Richard Henry Hall (1996) explica de una manera práctica, qué es una estructura organizacional, él argumenta que se trata de algo parecido a un conducto de ingreso, un lugar a donde llega toda información, puede ser una o dos oficinas, ambas constituyen una estructura, que son parte de una organización. La similitud en comparación a la estructura de un edificio, allí se puede ubicar puertas, por allí se entra, de la misma forma las organizaciones tienen acceso a ingreso, pasillos, corredores, ellos dirigen los movimientos.

Toda organización está regida por reglas, normas que contienen instrucciones que direccionan a sus integrantes. Algunas empresas son pequeñas y sencillas, otras grandes y complejas. Pero las estructuras organizacionales no son estáticas, su cambio es continuo, dependiendo de la influencia de sus miembros, de cómo interactúen.

Henry Mintzberg (1989), define a la estructura organizacional, como a las diversas formas como pueden ser compartidos los trabajos dentro de las organizaciones, luego lograr una buena coordinación y de esta forma alcanzar los objetivos trazados. Pero nada funciona de manera improvisada, debe de regirse por mecanismos efectivos, coordinación trabajo, comunicación y control; estos mecanismos son necesarios para que se logren resultados óptimos.

1. **Ajuste Mutuo:** La comunicación informal como herramienta de coordinación en las labores. Gran responsabilidad con el poder otorgado, aún en los trabajos más simples.
2. **Supervisión directa:** Las acciones e instrucciones a seguir, deben ser supervisadas y coordinadas, este es un mecanismo esencial que se debe aplicar antes de comenzar el trabajo; este mecanismo marca la diferencia.

3. **Estandarización de métodos de labores:** Reglas, normas que regulen el desarrollo de las actividades
4. **Estandarización de obtención de resultados:** Normas escritas que reglamentan el producto final de una labor
5. **Estandarización de habilidades o conocimientos:** Los integrantes deben de poseer estas destrezas para ser óptimos para ocupar cualquier cargo.

Gabriela Hutt y María Belén Marmioli (2011), argumentan que, los mecanismos utilizados dependerán de las circunstancias de las organizaciones. Además, exponen que los mecanismos son sustituibles entre sí. Debe haber una división de trabajo, (sectores), que permita su observación de manera dividida. El núcleo operativo, se enfoca en el personal que realiza la parte básica, ligada a la producción, bienes y servicios. Parte esencial, de ella depende el abastecimiento de insumos que luego del proceso adecuado terminarán en producto de consumo.

Distribuir los productos, son funciones que permiten el apoyo o asistencia inmediata para la entrada, innovación y elaboración de productos. En cuanto a las estrategias, son asumidas por las personas que brindan apoyo directo, el trabajo se lo realiza a manera de repetición de forma estándar y por ciclos largos. Son mecanismos coordinados. Las estrategias son fórmulas que aseguran la eficacia de la misión u objetivo de la organización.

Pero: ¿Qué es una estructura organizacional?

Guillermo de Haro (2007), explica que una estructura organizacional en una empresa ayudará a precisar que se debe hacer y quien debe hacerlo. Es la base de la empresa, el sistema permite integrar, coordinar a todo el talento de la organización, aprovechar los recursos, optimizar y dinamizar

a la empresa. La estructura disipa interrogantes: ¿Cómo se compartirá el trabajo? ¿Cómo serán los grados de administración? ¿Cómo se concentran y comparten los segmentos que forman la empresa? ¿Cuáles son los métodos que debe implementar la empresa?

1.5. Tipos de estructura organizativa

Eduardo Bueno Campos (2007), señala que lo mejor y más importante dentro de una organización, es el talento humano con que cuenta, depende también de cómo se organicen, esto es trascendente para sus resultados. Él expone la necesidad de combinar principios, parámetros de diseños y variables organizativas extremas.

Siguiendo con la investigación se identificará los tipos o modelos de las estructuras más comunes.

Para Garry Jhonson y Kevan Scholes (1999), existen tres clases de formas organizativas genéricas, con sus modelos o estructuras principales. Formas simples y complejas de los que se detallan a continuación.

1.5.1. Formas organizativas principales

1. Estructura simple
2. Funcional
3. Forma compleja clásica - divisional
4. Matricial
5. Forma compleja nueva – trébol
6. Red

1.5.2. Estructura simple

La estructura simple se la considera no formal, la organización está controlada por una sola persona. La mayor parte de empresas pequeñas poseen este tipo de estructuras. En ciertas ocasiones puede estar acompañada de un socio, más casi nunca se da responsabilidad directiva, cuando existen más de una persona implicada. Es complicado que una sola persona lleve el control general de una empresa. Dependerá del tamaño del negocio. Esta estructura tiene la ventaja de ser flexible, costes bajos y responsabilidades definidas. No es rígida, es flexible.

1.5.3. Estructura funcional

Esta estructura agrupa a talento con especialidades definidas, como finanzas, contabilidad y marketing. Se aplica a los distintos departamentos de la organización. Un modelo así es aplicable a empresas de ciertas dimensiones, ideal para las industrias, allí se trabaja con procesos productivos y regulados. Esta estructura coloca mayor énfasis en principios (parámetros del diseño horizontal), este busca coherencia en la administración, lo que permitirá incrementar la producción y por ende la economía.

Existe un director general, él controla todas las funciones, reduce y simplifica los mecanismos que permiten el control de cada directivo departamental. Pero este mecanismo tiene desventajas también, la responsabilidad crece a medida que lo hace la organización, los altos directivos pueden encontrar sobre carga de trabajo, dejar de confiar del talento especializado, esto se debe a la falta coordinación y comunicación.

1.5.4. Estructura divisional

Eduardo Bueno Campos (2007), explica que este tipo de estructura divide a la empresa en unidades, fracciones autónomas, de acuerdo a la zona geográfica, se distribuyen productos y servicios. Existe una ventaja en esta estructura que consiste en que cada división resuelve sus problemas y amplía sus oportunidades, de acuerdo a su entorno.

Una empresa opera con diversos productos y en distintos mercados, esto dificulta realizar todas las funciones en forma equilibrada. Para ello se crea divisiones ligadas estrechamente a la unidad estratégica de la empresa, facilita el control por parte de la persona encargada de la división.

Esta estructura presenta una cierta cantidad de problemas, en relación a la decisión, de qué negocio se debe asignar a cada división, la función por nivel y funciones que deben situarse en la sede central. Existe la posibilidad de complicaciones si las divisiones crecen de forma vertiginosa. Otra desventaja es el alto coste, discrepancias en las divisiones debido al no saber su grado de responsabilidad.

El modelo también ofrece ventajas de las que se destacan las virtudes que ofrecen los talentos de cada división, los procesos se innovan y se centran en ciertos grupos de productos, mercado, consumidores, necesidades o tecnología. Facilita el control de cada parte de la división, es decir una parte del todo. Esta estructura permite evaluar resultados por unidades.

1.5.5. Estructura matricial

Eduardo Bueno Campos, analiza también este tipo de estructura y añade que la matricial es una combinación tanto de la forma por divisiones geográficas como también por productos o estructuras funcionales, divisionales que funcionan de forma simultánea. Esta estructura contiene factores condicionantes que implique que no sea adecuada al referirse a la funcional o condicional pura. Otros autores que dicen que la estructura no es auténtica, este tipo de estructura no solo se da en empresas complejas, la usan empresas pequeñas o de servicios profesionales.

El sistema matricial es de suma importancia, ya que sirve de enlace en las empresas. Ella permite el enlace coordinado y de esta forma se logra integrar relaciones laterales. Esta estructura permite mejorar la eficacia a la hora de tomar decisiones en condiciones riesgosas. El sistema matricial permite motivar a sus directivos, el desarrollo y participación en la creación de estrategias.

El modelo matricial presenta también ciertas dificultades unidas a factores como: no tomar en cuenta las prioridades, la información que se emite al talento de la empresa, es que todo es importante, que todo se debate con igualdad, lo que toma mayor tiempo en la toma de decisiones, en conclusión dentro de esta estructura se deben resolver problemas internos, lo que sirve para clarificar el compromiso de responsabilidad de cada parte de la organización.

1.6. EL TRABAJO Y SUS NUEVAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN

Bueno Campo; también señala a las estructuras convencionales, las que tienen urgencia de cambios organizativos, el enfoque de flexibilizar una estructura, ya sea de base variable o virtual, estas deben adaptarse al cambio, es decir al entorno actual. Él expresa que en el último medio

siglo, las organizaciones han evolucionado, han crecido y también su estructura, además de otros factores de cambio; en la actualidad existe resquebrajamiento de modelos convencionales, entre los que se encuentran el simple, múltiples y complejas o el modelo flexible y virtual. En la última década, el enfoque contractual, (de contratos económicos), trata de explicar el crecimiento a través de este enfoque, facilitando la adaptación a su entorno, sin perder su independencia, además gana flexibilidad y efectividad, esto se debe a acuerdos, alianzas. .Actualmente los diseños organizativos, necesitan cambios profundos, las estructuras conocidas como piramidales comienzan a presentar fallas debido a ciertas causas; ineficiencia en la directiva, rigidez organizativa, lentitud en respuesta, falta de autoridad y conflictos.

La crisis organizacional es tan evidente, que en la actualidad han surgido nuevas estructuras de las que se exponen los siguientes:

- La estructura conformada en el sentido red, la misma que difunde información continua, orientado a la toma de decisiones, acciones que se proyectan a la supervisión y control de tareas.
- La empresa se debe alinear a una estructura flexible, debe poseer capacidad de variabilidad las relaciones y recursos, además de potenciar la forma en relación al núcleo operativo.
- Es necesario apostar a la descentralización y cambiarlo por el mantenimiento en la eficacia operativa, sin dejar a un lado la eficiencia organizativa, además de unificar la dirección.

Existen formas organizativas nuevas de las que se destacan:

1.6.1. Estructura en trébol, estructura en red

El sistema en trébol nace como respuesta a la crisis de las estructuras piramidales, se consideraban que no eran eficientes para ciertas empresas, se basa en la profesionalización, descentralización, reduce jerarquía y orienta a la empresa en el mercado, su meta primordial, el cliente. El sistema trébol busca concentrar actividades, ser eficiente y ser flexible en situaciones extremas.

La estructura trébol tiene dos fases. Fase una, representada por el clásico trébol de tres hojas y dos, que incorpora una cuarta hoja, que es la que aligera y dinamiza la actividad corporativa. Inicialmente se focaliza el centro de alta dirección que debe ser lo más pequeño posible, la estructura está constituida por directivos y trabajadores; el alma de toda organización, es decir el núcleo profesional. Esta se considera la primera hoja del trébol.

Seguidamente, se necesita determinar qué tipos de tareas, actividades es importante en núcleo profesional, se puede dinamizar si se subcontrata a otras empresas vinculadas a ciertas actividades en relación. Se designa como la segunda hoja.

Cerrando el trébol de tres hojas, se hace referencia a la filosofía que dice que no hay necesidad de integrar a todos los talentos al núcleo profesional, ni las mismas reglas, ya sea por actitud, habilidades del talento o bien por otras razones, operativas o estratégicas.

La fase dos del diseño trébol, incorpora una cuarta hoja; esta pretende que el cliente realice su propio trabajo, conseguir su autonomía, es decir que el cliente no necesita de una empresa, para ello deberá hacer uso de la tecnología, lo que se llama "autoservicio". El modelo busca adaptarse

de forma organizativa y permanente, esta estructura flexible se debe aplicar ante los cambios sociales, tecnológicos o económicos que pueden afectar a la empresa.

1.6.2. Sistema en red

Esta estructura constituye el modelo de fragmentación máxima de una compañía, la separación de actividades, las rupturas estructurales de la empresa, sustituyendo la forma convencional por pactos entre empresas. Esta estructura es la combinación de clases distintas de relaciones contractuales, suele ser una figura de grupo empresarial abierta.

Según Enrique Louffat Olivares (2007), explica que una estructura en red, es un armazón que está de base para realizar el trabajo de forma simultánea, coordinada, equilibrada e integrada a una organización. Definitivamente el modelo red coordina las actividades, los procesos de división de tareas que tiene el equipo madre. Allí se destacan las capacidades y competencias a desarrollarse. En conclusión, este modelo no muestra estructura definida, su sistema básico está basado en alianzas, está compuesta por estructura abierta flexible.

Enrique Louffat Olivares, resalta que un elemento que está ligado en forma directa a cualquier estructura, es la estrategia a aplicar en una empresa.

Para que una empresa funcione, necesita utilizar estrategia, que no es otra cosa que la acción de plantear hacia futuro lo que se espera y los métodos para alcanzarlos, es decir que la propuesta surta el efecto planificado. La estrategia se la puede considerar como investigación de mercado continuo, obtener la suficiente información y luego proporcionarla al equipo de trabajo a fin de aumentar la producción.

1.7. ESTRATEGIAS

En una empresa se aplican estrategias por niveles, ellas son las que influyen sobre la estructura de la organización.

Garry .Jhonson y Kevan. Scholes (1999), afirman que existen al menos tres distintos niveles de estrategias aplicables a una organización, la corporativa, la de unidad de negocios y las operativas.

A continuación se detalla varias de las principales estrategias:

1.7.1. Estrategia corporativa

La estrategia expone cual es la misión y los objetivos de una organización, a fin de optimizar y proteger su competitividad, esto conlleva a establecer políticas y objetivos operativos. La estrategia es esencial, ella permite que los líderes descubran en que negocio se debe invertir en el futuro, productos que se pueden comercializar, plazas por actuar, evaluar el entorno, recursos y objetivos de la organización. Las ideas nacen en gerencia o alta dirección.

1.7.2. Estrategia de unidad de negocio

Esta estrategia define como apostar y ganar con éxito en un mercado determinado, conocer de antemano cuáles son sus opciones en referencia a la competencia, cuáles serán sus nuevos métodos a emplearse o crear nuevos dentro del mercado, los productos, servicios que se introducirán en el mercado y grado de aceptación dependerá de la satisfacción de las necesidades del consumidor; esto ayudará a alcanzar los objetivos trazados por la empresa.

La unidad estratégica de negocios (UEN), es una unidad operativa que concentra a diferentes productos o servicios, dirigidos a un grupo seleccionado de clientes, estos se enfrentan directamente a competencia. Esta estrategia tiene mucho que ver con el posicionamiento del negocio, creando expectativa en el cliente, logrando llegar con ofertas por sobre la competencia.

1.7.3. Estrategia operativa

Se la determina como nivel tres, se ocupa de los distintos equipos, concerniente a recursos, procesos, personas y habilidades, estos componentes hacen posible la estrategia. Las empresas de gran éxito, basan objetivos en las decisiones tomadas en el nivel operativo. Este tipo de estrategias se presentan como programas, proyectos y políticas operativas desplegadas en cierto tiempo para lograr objetivos deseados. También se crea políticas operativas, estas sirven de guía y norma el accionar, aporte de recursos para el plan.

1.8. CONEXIÓN ENTRE ESTRATEGIA Y ESTRUCTURA.

Alfred Chandler (1962), es quien plantea la conexión de la estrategia corporativa y la estructura organizativa. Él señaló que ambos sistemas tenían conexiones entre sí, debido a lo experimentado por empresas americanas. La ausencia de conexión provocaría ineficiencia administrativa y resultados negativos.

Sin embargo, Chandler en la obra "Strategy & Structure", realizó estudios de empresas americanas y llegó a la conclusión de que cualquier economía corporativa funciona en base a la recopilación, almacenamiento y manejo de información. Él concluyó el análisis diciendo:

“Las estructuras de las grandes empresas americanas, fueron determinadas gradualmente por su estrategia de mercado. La estrategia es solo un medio de la empresa para operar la estrategia”. “Si la estructura no sigue a la estrategia, el resultado final será la ineficiencia”

Depende también del ambiente en que se desarrolle la actividad, lo que les obligará a adoptar distintas estrategias y por ende distintas estructuras organizacionales.

Eduardo Bueno Campos (2007), expresa que existen elementos que pueden influir en el desarrollo de una organización.

1. **Entorno:** enmarca todo lo que es ajeno a la organización; productos, clientes, competidores, entorno, geografía, situación económica o política incluido la meteorológica donde se debe desarrollar. La extensión geográfica general, así como la específica intervienen sobre cualquier estructura y su comportamiento organizacional. Otros factores que influyen directamente son la diversificación, hostilidad de mercado donde se desarrolla la organización, el entorno y su complejidad que dará estabilidad o no a la empresa.
2. **Antigüedad:** Período, tiempo de labor en el campo laboral o mercado. Se han observado marcadas muestras de que las estructuras cambian a medida que esta crece. El tiempo de vida en el mercado influye y condiciona muchos aspectos del diseño de la organización.
3. **La dimensión de una organización:** un criterio único que diga si una empresa es grande o pequeña, no existe, no solo se mide por el tamaño, se lo hace por el volumen de ventas, el capital de inversión, la cantidad de colaboradores, beneficios, etc. Lo que en verdad es real, que mientras mayor sea el tamaño, más compleja será su estructura. Mayor será el grado de formación profesional y así poder controlarla de forma correcta.

4. **Tecnología:** son los medios técnicos, usados de forma directa e indirecta para convertir los factores de producción en productos. El sistema técnico promueve el desarrollo de la estructura y estimula la labor de la organización. La sofisticación de tecnología, necesita una administración formal.

Dentro de toda organización la parte fundamental es sin duda la comunicación, este recurso que aplicado de forma adecuada, dentro de las empresas se la conoce como relaciones públicas, este sistema permite el desarrollo de cada compañía.

1.9. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS

Manuel Dasi, Rafael Martínez (1996), explican que estos recursos se funden para diseñar y formar estrategias que crearán una identidad propia. Se proyecta dentro y fuera del territorio, posiciona y solidifica su imagen corporativa, para lo cual se dispondrá de canales y estrategias de comunicación interna y externa.

La Comunicación Organizacional y las Relaciones Públicas son urgencia para las empresas exitosas, es decir el recurso se extiende más allá de un programa de publicidad. Lo que implica que toda empresa debe de contar con un departamento de Relaciones Públicas. El campo es muy amplio, el profesional en el área investiga, planifica, ejecuta y controla métodos y acciones comunicacionales de la empresa, tanto con su público interno y externo.

Amado Suarez, Adriana Castro y Carlos Zuñeda (1999), señalan que:

“La comunicación empresarial pueden ser interna (dirigidas a las personas que integran la organización como los accionistas, propietarios,

directivos y empleados). La externa se da dentro del entorno, es decir en el mercado, integrada por clientes, intermediarios, consumidores”.

1.9.1. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna integra a la dirigencia empresarial y sus jerarquías para que se cumpla el plan trazado y afirmar su imagen. El proceso busca difundir la cultura corporativa de la empresa a sus colaboradores con el propósito de involucrarlos en la idea general, solidificarlos en un solo núcleo, mantenerlos siempre motivados a fin de que su objetivo sea siempre en favor de la empresa. Para realizar la comunicación interna existen dos canales que son los informales y los oficiales.

1.9.1.1. Canales informales

La información que circula en el interior de la empresa, que no es oficial, se la conoce también como rumor, esta es una información no confirmada, este rumor confunde, crea incertidumbre, no se puede controlar. En ocasiones termina en problemas. Sin embargo, si se la utiliza adecuadamente ayuda a aprobar nuevos proyectos, reduce el golpe de noticias malas.(Dasi & Martinez, 1996).

1.9.1.2. Canales oficiales

Son los instaurados por la empresa, siguiendo las políticas comunicacionales de la misma. Su forma de difusión es mediante canales descendentes, ascendentes y horizontales, el propósito es la fusión de todos los niveles jerárquicos de la empresa. Los descendentes, nacen de las altas direcciones y se distribuyen en las esferas bajas. En ellas se incluyen instrucciones, órdenes, destinadas a cumplir las actividades

propuestas. Este tipo de comunicación es de suma importancia para cualquier empresa, provee información al detalle.(Dasi & Martinez, 1996).

Lo que los autores detallan es que este tipo de comunicación previene malos entendidos, corrige errores, ya que la información que se recibe es exacta y detallada. Crea respeto y seguridad entre todos los involucrados en la organización.

Refuerza la jerarquía direccional, publica información del entorno, evolución de las metas de la empresa, las tácticas empleadas en los canales descendentes son de suma importancia, las reuniones cortas, reuniones de formación; entrevistas personales, privadas, manuales direccionales, cartas, memos, informes, boletines, etc.

1.9.1.3. Canales ascendentes

La información se origina en la base de la empresa, su destino es llegar a la alta dirección, ya que ellos necesitan estar al tanto de todo lo que ocurre en las esferas inferiores. Se debe tomar en cuenta a las bases, ellas son las fuerzas productivas, por ello es necesario que su ambiente laboral sea confortable. Lo que se persigue es mejorar la comunicación entre directivos y talento humano. Evaluar estrategias, retroalimentar de información a los involucrados. Las más usadas son: reuniones continuas, entrevistas personales, círculos de calidad.(Dasi & Martinez, 1996).

1.9.1.4. Canales horizontales

Esta información circula entre personas o departamentos que tienen la misma jerarquía. La idea es la integración, coordinación de trabajos entre equipos. Lo que se persigue es formar un ambiente de empresa, donde no existan malos entendidos y no crear confusión. Generar confianza,

facilitar la toma de decisiones y unificar el compañerismo. Su forma más común de utilizarlas son: reuniones de labor entre departamentos, cartas, informes, periódicos, revistas institucionales, medios electrónicos etc. (Dasi & Martinez, 1996).

1.9.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

Esta herramienta permite la comunicación entre el público externo y la empresa, personas que de una u otra forma tienen relación directa e indirecta con la empresa. El relacionista público utiliza esta herramienta para crear una imagen firme que permita alcanzar la colaboración del público externo con la empresa. Dentro de este público, se encuentran proveedores, accionistas, distribuidores, familiares del personal, todos los allegados a la empresa. (Avila, 1999).

1.9.2.1. DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS

Este departamento es importante debido al nivel de dirección gerencial y subgerencia, es decir tiene relación máxima con la autoridad central de la empresa; se las considera como asesoras directas. Roberto Ávila Lammertyn dice: “El departamento debe de estar protegido por leyes laborales. Los profesionales del área se proyectan con los mismos presupuestos y condiciones que cualquier otra área”. Es que finalmente la imagen se ha convertido en un activo más de cualquier empresa; ella distingue la una de la otra.

1.9.2.2. IMAGEN CORPORATIVA

Roberto Ávila Lammertyn (1999), dice que la palabra imagen proviene del latín imago que significa representación o retrato. A su concepto es una representación mental que el público crea debido a la información que se

recibe de la empresa, cada público se forma un concepto diferente como consecuencia de la información recibida, de esta forma los públicos se forman una imagen de la empresa.

Paul Capriotti (1992), dice que la imagen también se forma de la información recibida de la competencia y el entorno social; él señala que influye de forma positiva o negativa que puede alterar o posicionar la imagen. Sin embargo, para que la imagen se posicione debe de estar a cargo de profesionales en comunicación. Es decir el departamento debe tener un plan estratégico de imagen que recibirá su público, tal como a ella le concierne.

El profesional planifica y diseña estrategias comunicacionales que luego serán difundidas hacia su público. La imagen proyecta lo que el público desea ver. La imagen se puede considerar como un valor agregado, un respaldo, se posiciona en la mente de la sociedad. La imagen proporciona reacciones positivas o negativas en la sociedad.

Por lo expuesto a través de esta investigación, la estructura organizacional está compuesta por objetivos, actividades, puestos, divisiones de trabajo, unidades operativas y administrativas, especializaciones, tramos de control, etc. Entonces la estructura organizacional es la que se encarga de buscar distribuir el trabajo y responsabilidades de cada colaborador, funcionario o empleado, en cada departamento respectivamente, la coordinación del equipo mediante el desempeño individual o colectivo.

La Corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, está regida por políticas que permiten el desarrollo institucional.

1. Objetivo

Facilitar la comunicación al interior y exterior de la institución; cuidar el buen desarrollo y uso de los productos comunicacionales.

Normar los procedimientos inherentes a la comunicación, en cada departamento, para lo cual se necesitará una guía o medios de consulta que permita su aplicación correcta.

2. Alcance

Las políticas aplicadas, son descritas por un manual guía.

- Planificación anual de comunicaciones
- Recepción, evaluación y ejecución de requerimientos

El objetivo del proceso es regular las actividades comunicacionales, no solo en la matriz, también en los procesos desconcentrados, distribuidos en todo el territorio nacional.

3. Políticas

- El departamento de Relaciones Públicas, es responsable de aplicar los diferentes procesos de comunicación, dentro y fuera de la Corporación de Viviendas “Hogar de Cristo”, ellos deben contar con un Manual Corporativo.
- El grupo debe tener una base de datos al día, que involucre a todos y cada uno de los colaboradores directos e indirectos, así como imágenes y videos.
- La base de datos es confidencial, de uso exclusivo del departamento de comunicación.

- Cada producto comunicacional de corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, será analizado y producido por el departamento, jefatura revisará la calidad del producto y los canales por los cuales se va a difundir.
- Si un proceso desconcentrado necesita realizar algún tipo de información, este debe estar ceñido al manual de la institución, estos materiales serán revisados por el equipo de comunicación de la Corporación.
- El Director social será el responsable de dar el visto bueno para su elaboración, y difusión del material de información.
- Los directores, gerentes, jefes de procesos desconcentrados y la jefatura de comunicaciones, serán los responsables de posicionar ante la opinión pública.
- Cualquier evento que requiera el aporte del equipo de trabajo, socios/os dentro y fuera de corporación de viviendas “Hogar del Cristo” deben estar incluidos en el plan de trabajo de comunicación y autorizados por el director social.

En virtud de toda esta investigación, se rescata la parte fundamental de corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, a la que se atribuye la restitución de los derechos de las personas en mayor situación de pobreza, vulnerabilidad o exclusión. El propósito es contribuir al cambio estructural, dirigida hacia una sociedad más justa, equitativa e incluyente en el Ecuador.

1.10. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL O MARCO CONCEPTUAL

La investigación que se presenta, necesita fundamentar los conceptos, las palabras que permiten esclarecer el sentido del trabajo que se presenta.

Comunicación.-Es la acción y efecto de comunicarse: es el intercambio de mensajes a través de un canal y mediante un código común al emisor y un receptor.(Larusse, 2006).

Sistémico.-Que sigue o se ajusta a un sistema o conjuntos de elementos ordenados: metódico que se ajusta a un conjunto organizado de reglas. (Larusse, 2006).

Estructura.-Conjunto de relaciones que mantienen entre sí las partes de un todo: Modo de estar organizado, conjunto de piezas o elementos que sirven de soporte rígido de algo, una armadura o una armazón. (Uno, 2007).

1.10.1. Estructura Organizacional:

1. Una estructura organizacional, es un medio que posee una organización que le permite conseguir sus objetivos de forma eficaz.(www.monografias.com/trabajos6/napro/napro.shtml, 2007)
2. Lo que se busca con una estructura organizacional es el desarrollo del talento que labora en una institución y que realice su trabajo de forma óptima y la planificación de los resultados deseados.(www.gestiopolis.com/recursos/documentos/ger/laestructorgauch.htm, 2007)
3. La estructura define las guías, parámetros y los procedimientos necesarios para el equipo de trabajo. La meta es alcanzar los objetivos trazados, para ello se definen prioridades en forma de jerarquías.(www.losrecursoshumanos.com/contenidos/5168-estructura-organizacional.html, 2007)

4. Es que la estructura se define como las múltiples formas en que se puede dividir un trabajo, realizar una adecuada coordinación para lograr los objetivos.(www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf, 2007)
5. La estructura, es el marco que direcciona a cualquier organización, en este esquema se divide los trabajos, los grupos se coordinan y controlan a fin de conseguir objetivos.
6. Dentro de una estructura se puede dividir grupos, coordinar actividades, en referencia directa entre gerentes y empleados; entre gerentes y gerentes, empleados y empleados. Se estructuran los departamentos en tres formas básicas: función, producto y mercado o matriz.
7. (admindeempresas.blogspot.com/2007/conceptos-sobre-estructura.html, 2007)

Una empresa siempre diseña una forma de organización, que sirva para establecer con qué recursos está contando; este diseño debe ser minuciosamente analizado y estudiado; para ello se recurre a la investigación en textos o manuales que despejen dudas y sirvan como guía, ellos detallan procesos, modelos, es decir, una estructura que direcciona a una empresa para que consiga resultados óptimos.(Sevilla, 2013).

Estrategia: Alfred Dupont Chandler (1962), define qué es una estrategia; él dice que son las metas y objetivos a largo plazo de una compañía, la aplicación de acciones, la asignación de recursos que permitan lograr los objetivos.

Kenneth Andrews (1971), expresa que una estrategia no es otra cosa que el patrón de objetivos, propósitos o metas. Sus políticas, planes necesarios para alcanzarlos, se plantean un sistema que permita posicionar la compañía, de esta forma se pretende enfocar, qué tipo de empresa se crea o se plantea crear.

Políticas: Ciencia que trata del gobierno o la dirección de los estados, las ciudades o las colectividades en general. Modo que tiene una entidad o persona que lleva o dirige sus asuntos; habilidad o diplomacia para tratar un asunto y conseguir un determinado fin. (Larousse, 2006).

Organización: es un sistema diseñado para alcanzar metas y objetivos; la organización funciona mediante normas establecidas las cuales se las debe dar cumplimiento.(Cultural, 2000).

Comunicación interna: es la que se realiza entre los departamentos de la Comisión y dentro de las demás instituciones. (Uno, 2007).

Comunicación externa: va dirigida exclusivamente a los clientes, también a los proveedores y a todo actor externo, se afianza en posicionarse ante su público, servicio al cliente. (Uno, 2007)

1.10.2. Imagen Corporativa

Es el conjunto de cualidades que los clientes le otorgan a una empresa, es decir lo que para ellos representa, es como la sociedad lo percibe. Generalmente esta es la responsabilidad de los relacionistas públicos de cada empresa, ellos emplean campañas de comunicación en los diferentes medios de comunicación masivos, ahora también se emplean las tics, los que les permite la difusión de información de manera continua y periódica.(ABC, 2014).

1.10.3. Relaciones Públicas

Las relaciones públicas son un conjunto de acciones dentro de la comunicación, que permite realizar estrategias, coordinarlas y sostenerlas a lo largo del tiempo, tiene como objetivo principal fortalecer las uniones de los distintos públicos. Estos los escucharán, les informarán y persuadirán y luego de un consenso se apoyarán en acciones presentes y futuras. Para ello se emplearan estrategias de marketing, que reforzará el entorno social. (Martini, 1998).

1.11. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La Constitución de la República en La Sección Sexta Hábitat y Vivienda, Art. 30 dice: Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica”.(Constitución, 2008).

La realidad es diferente, mientras la población crece, las familias se expanden, la necesidad de una vivienda se hace prioritaria. El estado con su política de solución habitacional fomenta a través del Ministerio De Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI), la calificación de 4000 viviendas. Estas deben contar con los servicios básicos como alcantarillado y agua potable.

El proyecto contempla la edificación de 1200 viviendas, las mismas que serán construidas a la altura del “K1” del cantón Santa Elena, según lo explica Fátima Campos gerente de EMUVIVIENDAS. Luego de los estudios realizados por MIDUVI, ellos comprobaron que hasta 5 personas duermen en una habitación con dos camas. Fuente: Luis Viera.

El plan nacional del Buen vivir. Como se redacta en el texto Constitución de la República 2008, es una forma de vida en busca de dar felicidad y mantener la identidad cultural, ambiental, lleno de armonía, igualdad, equidad y solidaridad.

El pueblo del Ecuador eligió el 17 de febrero del 2013 un programa apegado a la Constitución de La República, el cual se denominó Plan Nacional del Buen Vivir. Los cambios profundos que surgieron a partir del 2007, cambios en el área social y político.

El presidente de la República, Rafael Correa, los asambleístas y los movimientos sociales, se unieron para cambiar ese viejo paradigma y desarrollar el concepto andino denominado Sumak Kawsay; como toda nueva propuesta surgieron opositores. El buen vivir en su definición, significa vida en armonía y equilibrio, sin hacer diferencia entre hombres y mujeres, entre comunidades y sobre todo entre seres humanos y la naturaleza. (Vivir B. , 2013)

La Ley Orgánica de Comunicación en su Art.29, nos dice: Libertad de información.- Todas las personas tienen derecho a recibir, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que accedan a información y contenido de cualquier tipo.(Nacional A. , Ley Organica de Comunicación, 2013).

La Constitución de la República del Ecuador, es la norma que rige y direcciona a los ecuatorianos, estas normas también expresan el derecho a la comunicación e información. La sección tercera, Art 16. Dice: Todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. Acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
(Constitución, 2008).

La Declaración de los Derechos Humanos dice lo siguiente: todas las personas tenemos las mismas necesidades básicas que deben ser atendidas para que podamos desarrollar una vida digna. Para vivir bien se necesita que se garantice nuestra seguridad, que se respete nuestra autonomía, que haya libertad, que se promueva la igualdad y que reine la justicia y solidaridad.(Unidas, 1948).

2. METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METOLÓGICAS

Marino Latorre Ariño y Carlos Javier Seco del Pozo, en su obra Estrategias y Técnicas Metodológicas, en una recopilación realizada en el año 2013, expresa que un método es la ruta o camino que lleva a la meta (meta = fin), es una dirección y un sentido. Se desarrollan habilidades generales y se aprende contenidos. Un método no es otra cosa que una forma de hacer. Cada uno con un estilo en particular; una forma de andar en el camino del aprendizaje.

Es necesario utilizar métodos que permitan tener la certeza de que la investigación es precisa. El inductivo; este método es cuantitativo, lo que permitirá tomar una muestra de un grupo definido. También se aplicará el método deductivo, el que permitirá obtener respuestas que se encuentren implícitas que sin duda darán resultados positivos, el método cualitativos, que permitirá conocer la calidad, estos métodos, junto al de observación permitirán obtener información profunda y detallada de las falencias que tiene la corporación “Hogar de Cristo”.

Cada uno de los métodos consta de:

Destreza sustantiva; es decir para qué, más el contenido del qué; también se suma el conector que explica el por medio de, mediante, a través de, en y además el cómo; se busca el método adecuado.

El método se concreta usando las técnicas metodológicas, en función de las habilidades que se posea y se requieran al desarrollar aplicándolas a un contenido planteado. En concreto se podría decir que técnicas

metodológicas es el camino que surca cada estudiante de acuerdo a funciones y características, en función de los contenidos.

La técnica metodológica la elige el guía, en función de la realidad de los estudiantes y los fines a donde van dirigidos. Existe diferencia entre método de enseñanza y aprendizaje. El primero significa acciones que las realiza el guía orientadas al aprendizaje; en cambio los métodos serán aplicados por los estudiantes y se encaminan al desarrollo de las capacidades, destrezas, valores y actitudes, que serán utilizados para conseguir cualquier contenido.

La metodología es la aplicación concreta de un método, es la prioridad de emplear los tres elementos del triángulo interactivo (estudiante, profesor y contenido).

2.1. ESTRATEGIAS

Las estrategias proceden del ámbito militar, entendido como el arte de proyectar y dirigir movimientos militares; bajo esta premisa, estrategia es proyectar, ordenar y dirigir operaciones militares con el fin de conseguir la victoria, también se las conoce con el nombre de tácticas.

La estrategia no es otra cosa que una forma heurística (técnica de investigación o del descubrimiento), en la cual se toma decisiones en situaciones específicas. Una estrategia es una manera inteligente y organizada de resolver un problema; es un conjunto de acciones que no necesariamente tiene una secuencia; es decir tienen un grado de libertad y que su accionar no garantiza que sus resultados sean correctos. Una estrategia estará compuesta de pequeños pasos mentales.

2.2. METODOLOGÍA

Por su importancia se utilizará el método exploratorio, este trabajo permitirá encontrar información que permita comprender mejor el manejo de la Comunicación Sistémica dentro de la corporación de viviendas “Hogar Cristo”; además, de llegar a encontrar los niveles descriptivos y así comprender sus necesidades, perfiles importantes de los grupos claves o cualquier otro fenómeno relacionado con el análisis de esta investigación.

2.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

2.3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Roberto Hernández Sampieri expresa que una vez que se haya definido el estudio con que se va a trabajar dentro de la investigación, los lineamientos a emplear, el investigador debe pensar de forma concreta como responderá a las preguntas de investigación. Esto ocasiona que se desarrolle un diseño de investigación para ser aplicado al estudio que se está realizando.

El diseño no es otra cosa que el plan o estrategia creada, que servirá para responder a las preguntas de investigación. El diseño señala lo que se debe realizar para alcanzar los objetivos trazados; contesta las interrogantes planteadas y analiza la(s) hipótesis.

Según Sampieri, la modalidad es aquella que mide de forma independiente los conceptos o variables. Entregando el cómo se desenvuelve cada una de ellas, para decir cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés. El objetivo no es saber cómo se relacionan las variables, sino obtener su medida de forma precisa.

Para Carlos Sabino, en su obra el proceso de investigación, allí señala que la información se obtiene directamente de la realidad, lo que permite al investigador conocer directamente como se han conseguido los datos o información.

Para este trabajo se empleará la modalidad de investigación de campo, para ello se necesita la recolección de información a través de las encuestas, entrevistas y fichas de observación.

A continuación se detalla el objetivo de su aplicación:

Descubrir realidades, falencias o necesidades internas y externas de la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”. Utilizar los métodos y técnicas adecuadas a fin de obtener resultados cualitativos y cuantitativos

2.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Dentro del presente trabajo se explica cada uno de los tipos de investigación escogidos, para esclarecer con detalle que se persigue y hacia dónde apunta el trabajo investigativo. Los tipos de investigación escogidos son exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos.

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio Pilar, en la obra metodología de Investigación (1997), explican las definiciones de cada tipo de investigación y el alcance que tienen cada uno de los problema; en caso de emplearse la investigación científica.

2.4.1. Estudios exploratorios

Roberto Hernández Sampieri, define a los estudios exploratorios como la examinación de un tema o problema de investigación que ha sido escasamente analizado o nunca ha sido topado. Un estudio reveló que

existen guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio. Este tipo de estudio sirve para acrecentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos; de ahí se obtiene información sobre si se puede realizar una investigación más completa de un pasaje particular de la vida real; se investiga el comportamiento humano.

Este estudio se enfoca en el problema, hecho o situación poco conocida, de carácter profesional y es poco probable que sus resultados trasciendan en otros; este estudio está destinado a descubrir bases que permitan plantear una hipótesis, ya que se desconoce en sí el problema y para ello se vale de fuentes especiales de información, tales como entrevistas, encuestas o fichas de observación.

2.4.2. Estudios descriptivos

Sampieri señala que este estudio consiste en la descripción de situaciones y eventos. Describe cómo se comporta un determinado fenómeno. Este estudio busca detallar datos de suma importancia de personas, grupos, comunidades y todo fenómeno que necesite ser analizado.

Los investigadores coinciden al decir que, describir es medir y analizar de forma científica, es decir miden y evalúan cada aspecto, dimensiones y componentes que son objetos de investigación. El estudio descriptivo realiza una selección de cuestiones, luego procede a la medición de cada una de ellas, de forma independiente.

Al hablar de los estudios descriptivos, se habla de medir conceptos o variables de lo que se está investigando. Es decir como es y cómo se manifiesta el fenómeno de estudio. Pero el objetivo no es explicar cómo

se enlazan las variables medidas. Sin embargo, existe la posibilidad de que se presente como un sistema a modo de predicciones, aunque sea a modo inicial.

2.4.3. Estudios correlacionales

Los expertos señalan que este tipo de estudio pretende responder a preguntas de investigación. Los correlacionales miden las dos variables, si están ligadas o no en los mismos sujetos, luego se analiza si existe correlación. Sin embargo, no es común que se unan las mediciones de una variable de una persona, con la medición de otra variable realizada a una segunda persona.

El principal objetivo de este estudio, es conocer cómo cambia un concepto o variable, al conocer el comportamiento de otras variables afines. Es tratar de conocer una aproximación que podría tener un grupo de personas en una variable, es decir, se busca el valor que tendrían con la(s) variables relacionadas; ejemplo; un pianista que ensaya día y noche para dar el gran concierto de su vida, luego se evaluará los resultados con la asistencia y atención de su público.

En el caso de que dos variables estén correlacionadas, esto significará que la una cambia mientras la otra también (la correlación puede ser positiva o negativa). De resultar positiva, significa que personas de valores altos en una variable provocará que también las otras variables tengan los mismos valores. Por el contrario, al ser negativa, personas con valores altos en una variable, mostrarán valores bajos en la otra variable. De no existir correlación entre las variables, Sampieri dice que estas varían sin seguir un patrón sistémico entre sí. Existirán personas que tendrán altos valores en una de las dos variables y bajos valores en las otras. Otros con valores medios en las dos variables; otras con valores

altos en una y altos en otra, o puede pasar lo contrario, De existir dos variables correlacionadas y se sabe su correlación, existiría una base para poder predecir con mayor o menor claridad el valor más aproximado de los sujetos en una variable, conociendo que valor se tiene en la otra variable. Lo explica de forma parcial.

2.4.4. Estudios explicativos

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio Pilar, exponen que los estudios explicativos, están por encima de explicación de conceptos o fenómenos o comparación entre conceptos; estos en sí, responden a las causas de los eventos físicos o sociales. El interés de estos estudios, es describir por qué ocurre tal evento y las condiciones que presenta; explica también por qué dos o más variables tienen relación.

Los estudios explicativos son más estructurados que las demás clases de estudios, ya que este enlaza los propósitos de cada una de ellas (descripción y correlación) y le da coherencia al fenómeno que se estudia. En ocasiones una investigación se puede determinar cómo exploratoria, explicativa, correlacional o descriptiva, pero no ubicarse como tal. Si un estudio es esencialmente exploratorio, incluirá elementos descriptivos, o un estudio correlacional incluirá elementos descriptivos, y pasará lo mismo con cada clase de estudio. También una investigación se puede iniciar como exploratoria o descriptiva y concluir como correlacional o explicativa.

¿En qué consiste que una investigación se inicie como exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa?

Tal como lo explican los expertos, son dos factores que influyen en una investigación para que se inicie como exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa. El grado de conocimientos sobre el tema, lo que se haya investigado en los textos y el objetivo que se pretenda dar al estudio. En primer término, la literatura nos demuestra que no existen antecedentes sobre el tema investigado, que no pueden ser aplicables al área en la que se desplegará el estudio, esta debe de iniciarse como exploratoria.

Si los textos nos indican guías no estudiadas o ideas escasamente afines con el problema de estudio, el caso sería similar, se iniciaría como exploratorio.

En segundo término, los textos nos pueden explicar que existen piezas o trozos de teorías con apoyo empírico moderado, es decir, estudios descriptivos que han descubierto y definido ciertas variables. En este caso, esta investigación se iniciará como descriptiva, ya que existen ciertas variables que la pueden fundamentar y otras que permitirían medirlas.

En tercer lugar, los textos pueden explicar la existencia de una o varias relaciones entre conceptos o variables. De resultar así, el estudio se iniciará como correlacional.

En cuarto lugar, los textos pueden explicar la existencia de una o varias teorías que se pueden aplicar al problema de una investigación; en este caso la investigación se deben iniciar como explicativo. Todo dependerá del enfoque que el investigador le dé a su estudio, para determinar cómo

se iniciará éste. Al realizarse un estudio de un tema ya realizado y al darle un enfoque diferente, el estudio se iniciará como exploratorio.

Las cuatro formas de investigación, son de suma importancia; todos han aportado al avance de las distintas ciencias. Cada una cumple un objetivo y cada una tiene razón de ser. El que una investigación contenga elementos de uno o más de estos, dependerá de cómo fue planteado el problema a investigar (preguntas y objetivos). La investigación se debe hacer de acuerdo al problema formulado. Nunca se debe decir a priori que tipo de investigación se empleará, no sin antes plantear el problema, revisar los textos y luego se puede ver si la investigación será de una u otra clase.

Para este estudio sin embargo se escogió aplicar el estudio descriptivo, detallado anteriormente.

2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.5.1. Población

La población hacia donde está dirigida esta investigación, se centra en la cantidad de socias que se benefician de los dos procesos crediticios con los que cuenta la organización; estas son:

Hasta el día 26 de septiembre de 2014, la cantidad de socias beneficiadas es de 1.088, quienes recibieron viviendas, es decir los que mantienen créditos hasta la fecha, mientras que en el proceso de microcréditos el volumen de socias es de 2.154; ellas, con el dinero que reciben en calidad de préstamo invierten en pequeños negocios establecidos o en proceso de creación. Al sumar estos dos procesos, el monto total a emplear como

muestra saldrán de las 3.242 socias con los que cuenta en la actualidad la corporación de vivienda “Hogar de Cristo”.

Participantes

En la sucursal de Santa Elena, existen 15 colaboradores, distribuidos de la siguiente manera: 1 jefe de oficina, 2 supervisores de créditos, 3 administrativos, 7 oficiales de crédito, 2 auxiliares de cartera y 1 oficial de crédito de vivienda, este último no se tomará en cuenta, por ser quien realiza la presente tesis. A los talentos se les realizará un cuestionario de preguntas relacionado al desarrollo comunicacional y estructural de la corporación de vivienda “Hogar de Cristo”.

2.5.2. Muestra

La corporación de viviendas “Hogar de Cristo” tomada como muestra de esta investigación, fue seleccionada por su ubicación geográfica, ya que se encuentra dentro de la provincia de Santa Elena.

Total de socias 3.242

Total de colaboradores 15

2.5.3. LA FÓRMULA

Para hallar el tamaño de la muestra se empleará la fórmula probabilística estratificada, la cual permitirá tener resultados confiables.

n = tamaño de la muestra

N = Universo

P = Posibilidades a favor de la hipótesis

q = Posibilidades en contra de la hipótesis

e = Margen de error

k=2 Constante

Para sacar la muestra se tuvo en cuenta el máximo error admisible que es del 5%

FÓRMULA:

$$N = \frac{N(p * q)}{(N-1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p * q)}$$

$$N = \frac{3.242 (0,5 * 0,5)}{(3.242-1) \left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$N = \frac{810,5}{(3.241) (0,000625) + (0,25)}$$

$$N = \frac{810,5}{(2,275625)} = 356,16$$

$$N = 356,16$$

$$N = 357 \text{ personas}$$

La muestra es de 357 personas

2.6. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

2.6.1. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Recolección de información

Es necesario recabar información, para ello es importante utilizar los siguientes instrumentos.

Ficha de observación

Encuestas

Entrevistas

Las fuentes de información a emplearse serán:

Libros

Revistas

Periódicos

Internet

Otros

2.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

El diseño de encuesta, tal como lo dice Carlos Sabino, es la que consiste en preguntar de forma directa y simple, a determinadas personas representativas de la población bajo estudio, para conocer su forma de comportarse. Cuando se la realiza de forma repetida y se aplica a la misma muestra, es para saber la evolución de la muestra. Si existe reducción progresiva de la muestra por diferentes causas, causará el error muestral y por ende la caída de resultados.

Es necesario que se realice un cuestionario de preguntas por escrito, más no es necesario que el entrevistador este presente. El cuestionario es el recurso mediante el cual se obtienen las respuestas. Al cuestionario también se lo conoce como cédula de entrevista, aunque ciertos autores

destacan la diferencia entre cuestionario y cédula de entrevista. Ellos argumentan que los cuestionarios son llenados por las personas interrogadas sin que intervenga el encuestador, mientras que la cédula es llenada por el propio encuestador.

Se debe tomar en cuenta los datos siguientes: Identificar el nombre de la institución, nombre del entrevistador, número de muestra y otros datos que permitan el control de la investigación Presentar los objetivos del estudio. Las preguntas serán sencillas sobre las personas interrogadas; ejemplo edad, estudios, trabajo, etc., luego se realizarán las que hacen referencia al tema de investigación y finalmente las de opinión y las difíciles. Al final, dejar espacio para las observaciones del entrevistador, notas de cooperación del entrevistado y qué opina acerca de la entrevista.

López Nelly e Irma Sandoval autores de la obra métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa, cuyo documento es tomado del trabajo de Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara; ellos definen al cuestionario como un conjunto de preguntas preparadas de manera cuidadosa, sobre un hecho que se desee investigar. Existe un lazo estrecho entre objetivos e hipótesis y el cuestionario en general.

Un cuestionario se puede emplear por distintos medios, ya sea de forma personal, telefónica o utilizando un medio electrónico; cada método tiene ventajas y desventajas. Realizar entrevistas requiere de recursos económicos, si se trata de las personales, esto implica la contratación, supervisión y entrenamiento del personal que realizará la función. Este tipo de entrevista logra obtener información confidencial. De realizarlo bajo un medio electrónico, resultaría más económico y se cubre áreas más extensas.

Los autores manifiestan que existen dos requisitos básicos de un cuestionario; el primero es la validez; debe existir un acuerdo entre objetivos de una investigación y los del cuestionario.

Hay validez cuando se llega a medir lo que en realidad se desea medir. El segundo es la confiabilidad: esto se refiere al grado de confianza que existe en el instrumento a utilizarse para la obtención de resultados que arrojan igualdad o similitud; si se aplicara las mismas preguntas acerca de una misma situación.

Los autores exponen consejos útiles que pueden ayudar a la hora de realizar un cuestionario de preguntas. De ella se describe los temas a tratar, cuál será el orden posible del cuestionario y el lenguaje a emplear; aquí se debe tomar en cuenta a quienes va a estar dirigido las preguntas, tiempo de duración, la influencia de preguntas sobre otras, esto implica que el entrevistado responda cuidando su prestigio; los encabezados y datos del entrevistado, las instrucciones al entrevistado, el material auxiliar a utilizar y por último la impresión y diseño final.

Otras recomendaciones que realizan los autores para redactar las preguntas son: utilizar un lenguaje sencillo, que sean lo más cortas posible, que sean neutras, que no involucren temas difíciles, no incluir palabras con insinuaciones determinadas, que tengan un tono amable, natural y lenguaje normal, que no haya ninguna pregunta que no pueda hacerse; introducir preguntas control, preguntas sencillas al principio, cuidar el orden de preguntas y por último datos personales al final del cuestionario.

Entre los tipos de preguntas, los autores las clasifican según su forma y contenido. Por su forma, pueden ser preguntas abiertas, de control, filtro o preguntas con tarjetas. Las preguntas cerradas son aquellas en que las

respuestas están predeterminadas de antemano. Las respuestas pueden ser un sí o un no, muy de acuerdo, de acuerdo, indiferente, en desacuerdo o muy en desacuerdo. Estas preguntas le dan la libertad de respuesta al entrevistado; al final se codifica el cuestionario.

Las preguntas de control, dicen los autores que son utilizadas para comprobar o corroborar la información proporcionada por el entrevistado. Las preguntas de filtro tienen el fin de seleccionar a los entrevistados, para ello se toma en cuenta características de interés, y finalmente las preguntas con tarjetas; aquí se utilizan preguntas cerradas, de las cuales las respuestas se las pueden presentar al entrevistado en una tarjeta; lo que se persigue es que se escoja la más sencilla de ellas.

La entrevista

López y Sandoval detallan a la entrevista como una conversación que tiene un propósito. Ello implica el dar y recibir información; un proceso de preguntas – respuestas, hasta obtener lo que se desea.

La entrevista es de dos tipos: Las estructuradas que consiste en la utilización de un formulario como instrumento de precisión al momento de obtener las respuestas. Las no estructuradas; aquí existe libertad tanto del entrevistador y el entrevistado con preguntas abiertas y sin haber sido preparadas.

El entrevistador y el entrevistado

Los comunicadores son los que deben tener más práctica con este instrumento, ellos recomiendan al entrevistado amabilidad, no alzar la voz, no acusar ni ponerse dramático, no amenazar, no provocar ira, no hacer ruido, no arrogancia, tener paciencia, ser atento, cortés y no hablar

más que el entrevistado. Una parte del entrevistador es la obligación de conocer a su entrevistado, él debe saber cómo va a reaccionar, ya que no es lo mismo entrevistar a un funcionario que a un hombre común; esto se da por las varias formas de tipologías.

Fichas de observación

Mariana Herrera profesora de la facultad de Acatlán de México, señala que este instrumento llamada fichas de observación, es fundamental para llevar un registro de datos, información proporcionada de fuente directa, son frecuentemente utilizadas en las ciencias sociales en áreas como entrevistas o llevar registros testimoniales.

La razón para la aplicación de los métodos escogidos dentro de esta investigación, tienen un motivo especial; cada uno de ellos contribuye a la recepción de información en forma directa, con los involucrados internos y externos, para lo cual se utilizarán las herramientas que permite la comunicación. Esta herramienta es fundamental para los seres humanos; más aún si se la aplica a las empresas, tomando en cuenta que la investigación está centrada en la comunicación sistémica, que esta no es estática y que constantemente varía su posición.

Los tres métodos escogidos, son los apropiados para poder aplicarlos a la investigación; cada uno de ellos permitirá conocer con certeza lo positivo y negativo de la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, lo que permitirá corregir y mejorar la estructura organizacional, dependerá mucho de la información que se recepte a través de las encuestas, entrevistas y la ficha de observación.

Las preguntas nacen de la operacionalización de las variables y serán empleadas de forma precisa, para su correcta aplicación en la

comunicación sistémica como elemento de desarrollo de la estructura organizacional de la corporación de viviendas del Hogar de Cristo durante el período 20113 – 2014.

La encuesta constará de 8 preguntas, debidamente graficadas, cuyo objetivo permitirá la recolección de información.

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. PROCESO Y ANÁLISIS

Los métodos utilizados para la obtención de resultados, se basaron en la encuesta, las mismas que se aplicaron a las 3242 socias de la organización y a los 15 colaboradores que se desempeñan dentro de este cuerpo organizacional. Al momento de aplicar fórmula probabilística estratificada, dio como resultado una muestra de 357 encuestas.

El tiempo que se empleó para recoger la información fue de 4 días, tiempo que se tuvo que esperar, debido a que no existía reunión de entrega de créditos y las visitas de los solicitantes de viviendas.

El primer día llegaron de La comuna Manglaralto 22 mujeres a recibir créditos, 8 mujeres a solicitar viviendas y 5 varones a pedir información.

El segundo día ingresaron a la Corporación 60 personas, todas de la parroquia Anconcito, todas ellas listas para recibir microcréditos, 10 varones a pedir información de viviendas y tres mujeres a retirar casa ya programadas.

El tercer día se realizó dos entregas de crédito, la una fue a las 10H00 con la participación de 80 socias de microcréditos y se entregaron 2 viviendas a socias ya programadas, mientras que solo 7 varones se acercaron a pedir información de viviendas, la segunda entrega de créditos se realizó a las 15H00 y conto con la cantidad de 70 socias.

El cuarto día se realizó la capacitación para nuevas socias a la que asistieron 110 futuras socias, 15 mujeres, se acercaron por información de viviendas y solo se entregaron 2 viviendas. De todas estas personas que acudieron a la Corporación, se seleccionó en su mayor parte a mujeres, que son quienes en realidad aprovechan los servicios y beneficios que brinda la Corporación. La información recogida en las encuestas, será procesada, tabulada y graficada, para su respectiva comprensión.

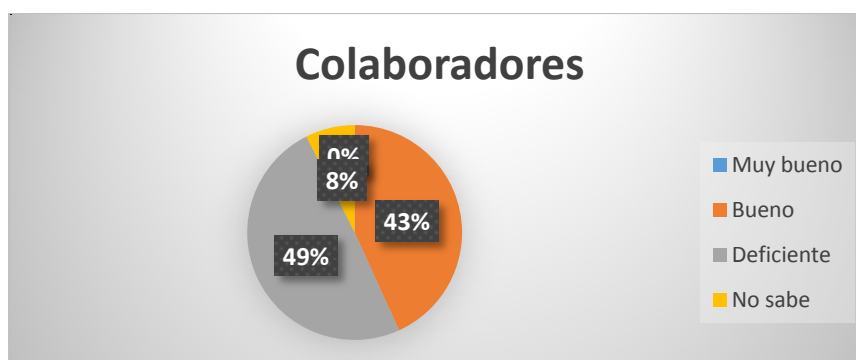
3.1.1. PREGUNTAS PARA EL TALENTO HUMANO QUE LABORA EN LA INSTITUCIÓN

Pregunta 1 ¿Cómo califica a la comunicación que existe internamente en corporación “Hogar de Cristo?”

Cuadro No. 1: Cómo califica a la comunicación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	0	0 %
Bueno	7	43 %
Deficiente	8	49 %
No Sabe	0	8 %
Total	15	100%

Gráfico No. 1: Cómo califica a la comunicación.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”.

Autor: Luis Domínguez De la Cruz

Fecha: Noviembre 15//2014

Análisis e interpretación:

De los 15 colaboradores encuestados calificaron la comunicación interna con el 0 % al preguntar si era muy buena, el 43 %, la calificó de buena, el 49 % manifiestan que es deficiente.

Un grupo de colaboradores califica solo de buena a la comunicación interna, mientras que un alto índice de colaboradores la califica de deficiente.

Pregunta 2 ¿Conoce usted qué es Comunicación Sistémica?

Cuadro No. 2: Conoce Comunicación Sistémica.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	3	18 %
No	12	73 %
Desconoce	0	9 %
Total	15	100%

Gráfico No. 2: Conoce Comunicación Sistémica



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas "Hogar de Cristo".

Autor: Luis Domínguez De la Cruz

Fecha: Noviembre 15//2014

Análisis e interpretación:

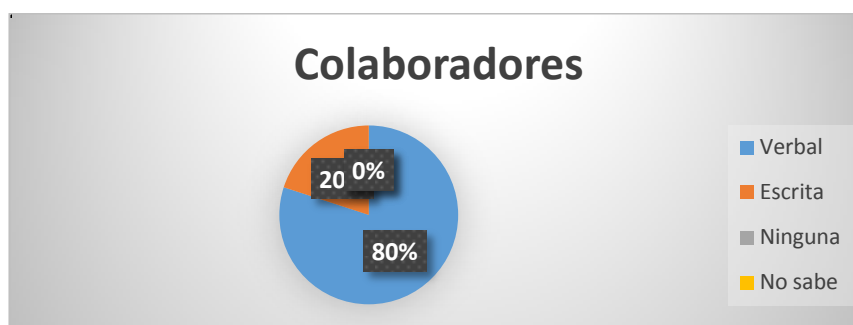
De los 15 encuestados el 18% manifiesta sí conocer que es la Comunicación Sistémica, mientras que el 73 %, declara desconocer de qué se trata este tipo de comunicación y un 9 % dice desconocer totalmente de que se trata. Las respuestas de los colaboradores con respecto a la segunda pregunta aseguran en un porcentaje reducido conocer en algo que es la Comunicación Sistémica, pero un gran índice desconoce de qué trata este tipo de comunicación, mientras otros desconocen totalmente del tema.

Pregunta 3 ¿Qué tipo de comunicación cree usted que utiliza la corporación “Hogar de Cristo” para difundir información?

Cuadro No. 3: Tipo de comunicación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Verbal	12	80%
Escrita	3	20 %
Ninguna	0	0 %
No sabe	0	0 %
Total	15	100%

Gráfico No. 3: Tipo de comunicación.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”.

Autor: Luis Domínguez De la Cruz

Fecha: Noviembre 15//2014

Análisis e interpretación:

La respuesta de los 15 encuestados, el 80 % califica que la forma que utiliza la Corporación para difundir información es verbal, el 20 % dice que la recibe a través de escrito o folletos, el 0 % no recibe información y por último, el 0 % desconoce totalmente si se difunde información.

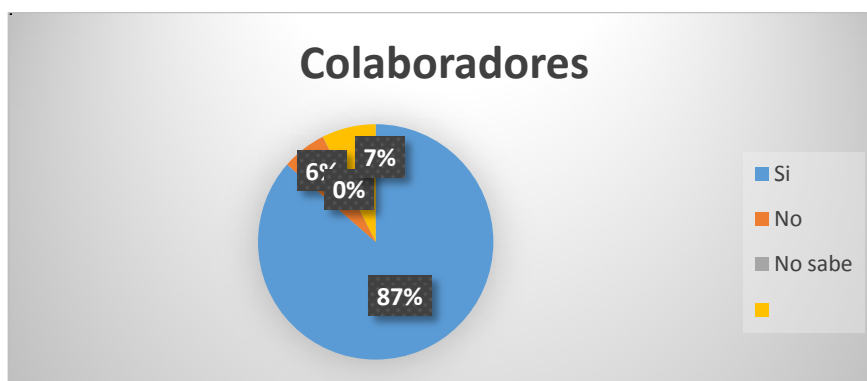
Los colaboradores reconocen mayoritariamente que la comunicación que se difunde se la realiza de forma verbal, mientras que el restante de colaboradores afirma que se transmite información de forma escrita.

Pregunta 4 ¿Es necesario aplicar comunicación sistémica a las empresas?

Cuadro No. 4: Aplica comunicación sistémica a las empresas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	14	87 %
No	1	6 %
No sabe	0	7 %
Total	15	100%

Gráfico No. 4: Aplica comunicación sistémica a las empresas.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”.

Autor: Luis Domínguez De la Cruz

Fecha: Noviembre 15//2014

Análisis e interpretación:

De los 15 encuestados, el 87 % sugiere un cambio en la forma de difundir información en las empresas y que la sistémica es una excelente opción, el 6 % acepta que se puede seguir tal como se ha manejado. Solo el 7 %, dice no saber si el cambio influiría en los resultados.

Se denota la inconformidad que genera el mantener una forma de comunicación que no contribuye al progreso de la institución. Solo unos cuantos dicen sentirse conformes con lo que se tiene, mientras que otros tantos manifiestan no saber si el cambio sería propicio.

Pregunta 5 ¿Considera importante que “Hogar de Cristo” difunda información con más frecuencia?

Cuadro No. 5: Difusión de información.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	15	93 %
No	0	0%
No sabe	0	7 %
Total	15	100%

Gráfico No. 5: Difusión de información.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”.

Autor: Luis Domínguez De la Cruz

Fecha: Noviembre 15//2014

Análisis e interpretación:

Un 93 % del talento humano está consciente que se debe difundir información de forma continua y a través de los distintos medios de comunicación, solo un 7 % manifiesta no saber si la continuidad de información sea la clave para su desarrollo.

La mayoría de los talentos manifiesta que, es necesario que se difunda mayor y mejor cantidad de información, que es la única forma en que la Corporación dé a conocer productos y servicios, solo un escaso porcentaje dice no saber si el cambio traerá progreso.

Pregunta 6 ¿Conoce usted que es una estructura organizacional?

Cuadro No. 6: Conoce usted una estructura organizacional.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	14	87%
No	1	6 %
No sabe	0	7%
Total	15	100%

Gráfico No. 6: Conoce usted una estructura organizacional.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas "Hogar de Cristo".

Autor: Luis Domínguez De la Cruz

Fecha: Noviembre 15//2014

Análisis e interpretación:

De los 15 encuestados un 87% conoce que es una estructura organizacional y cuál es su aplicación, el 5 % no conoce que es, el 7 % no sabe cómo se aplica.

Un alto porcentaje de talentos conoce que es una estructura organizacional y cuál es su aplicación en las empresas, un escaso porcentaje no conoce que es una estructura, y otro escaso grupo no sabe que es y cuál es su aplicación en las empresas.

Pregunta 7 ¿Cree usted que la estructura organizacional que posee Hogar de Cristo contribuye a su desarrollo?

Cuadro No. 7: La estructura organizacional contribuye a su desarrollo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	2	12 %
No	13	79 %
No sabe	0	9%
Total	15	100%

Gráfico No. 7: La estructura organizacional contribuye a su desarrollo.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”.

Autor: Luis Domínguez De la Cruz

Fecha: Noviembre 15//2014

Análisis e interpretación:

El 12 % de encuestados, manifiesta que la estructura que posee si es suficiente para su desarrollo, el 79 % se contrapone a esta afirmación y no comparten la idea que esta estructura ayude a su desarrollo, solo el 9% manifiesta no saber si esta estructura aún sirve.

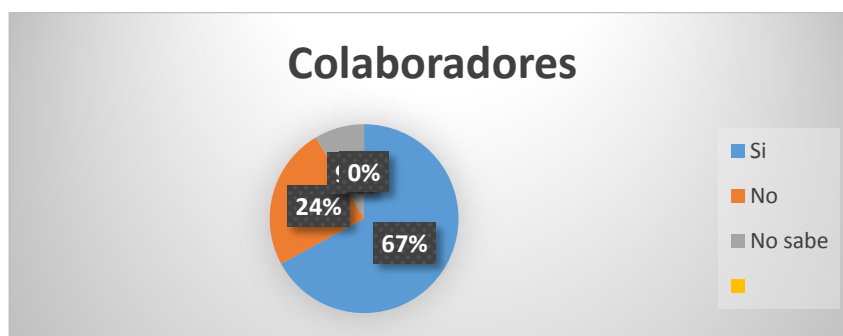
Un bajo porcentaje de talentos está de acuerdo con mantener esta estructura y que se mantenga aún, mientras que un altísimo porcentaje dice que no, que esta estructura ya no funciona, que está obsoleta, solo un 9 % manifiesta no saber si esta estructura contribuye a su desarrollo.

Pregunta 8 ¿Es propicio aplicar una estructura como la divisional a una empresa grande como Hogar de Cristo?

Cuadro No. 8: Aplicar una estructura como la divisional.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	11	67 %
No	4	24 %
No sabe	0	9%
Total	15	100%

Gráfico No. 8: Aplicar una estructura como la divisional.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas "Hogar de Cristo".

Autor: Luis Domínguez De la Cruz

Fecha: Noviembre 15//2014

Análisis e interpretación:

Un 67 % de los 15 colaboradores encuestados manifiesta que sí es aplicable una estructura divisional, un 24 % manifiesta que es una estructura caduca y que no es aplicable a una empresa tan grande como Hogar de Cristo, solo el 9 % manifiesta no saber si es aplicable o no este tipo de estructura.

Un alto porcentaje manifiesta que este tipo de estructura Si es la adecuada para este tipo de empresa, otro considerable grupo manifiesta que no, que no es la adecuada, un escaso grupo dice no saber cuál sería la estructura adecuada.

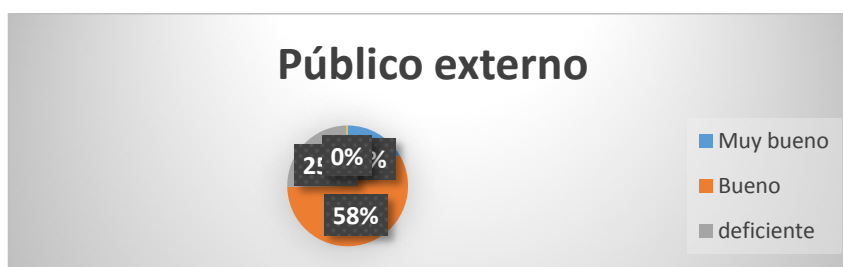
Las siguientes preguntas fueron realizadas al público externo de la Corporación “Hogar de Cristo”.

Pregunta 1. ¿Cómo califica a la comunicación que existe externamente en Hogar de Cristo?

Cuadro No. 9. Calificación externa de la comunicación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	58	17 %
Bueno	206	58 %
Deficiente	88	25 %
No Sabe	5	0 %
Total	357	100 %

Gráfico No. 9: Calificación externa de la comunicación.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”.

Autor: Luis Domínguez De la Cruz.

Fecha: Noviembre 15//2014.

Análisis e interpretación:

De las 357 personas encuestadas, el 17 % dice que es muy buena la comunicación que existe externamente en la Corporación, mientras que un 58 % la califica solo de buena, un restante 25 % manifiesta que realmente es deficiente la comunicación. Al no existir un Departamento de Comunicación en la sucursal de Hogar de Cristo en la Península, se puede apreciar que solo se califica de buena la difusión de información, otro grupo manifiesta que es deficiente, por lo cual se recomienda darle prioridad a la difusión de los servicios y beneficios que ofrece la institución.

Pregunta 2. ¿Conoce usted que es Comunicación Sistémica?

Cuadro No. 10: ¿Qué es Comunicación Sistémica?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	0	0 %
No	289	100 %
Desconoce	68	0 %
Total	357	100 %

Gráfico No. 10: ¿Qué es Comunicación Sistémica?



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas "Hogar de Cristo".

Autor: Luis Domínguez De la Cruz.

Fecha: Noviembre 15//2014.

Análisis e interpretación:

De los 357 de los encuestados, el 100 % manifiesta desconocer que es la Comunicación Sistémica y cuál es su funcionamiento.

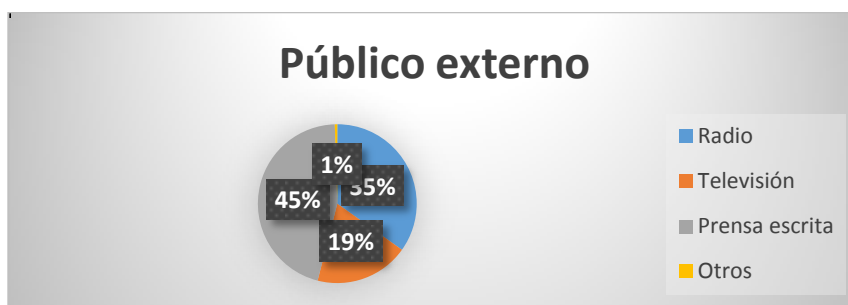
La falta de difusión de información será escasa e ineficiente al no existir un departamento que realice este trabajo, por lo tanto es prioritario aplicar una nueva forma de difusión de información, la sistémica sería una alternativa eficaz.

Pregunta 3. ¿Qué tipo de medios cree usted que utiliza la corporación Hogar de Cristo para difundir información?

Cuadro No. 11: Tipo de comunicación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Radio	82	35 %
Televisión	45	19 %
Prensa Escrita	107	45 %
Otros	123	1 %
Total	357	100 %

Gráfico No. 11: Tipo de comunicación.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”.

Autor: Luis Domínguez De la Cruz.

Fecha: Noviembre 15//2014.

Análisis e interpretación:

De los 357 encuestados, el 35 % manifiesta que recibe información a través de la radio, el 19 % argumenta que recibe información por medio de la televisión, el 45 % responde que lo hace a través de un medio escrito y solo el 1 % aclara que lo recibe a través de otros medios.

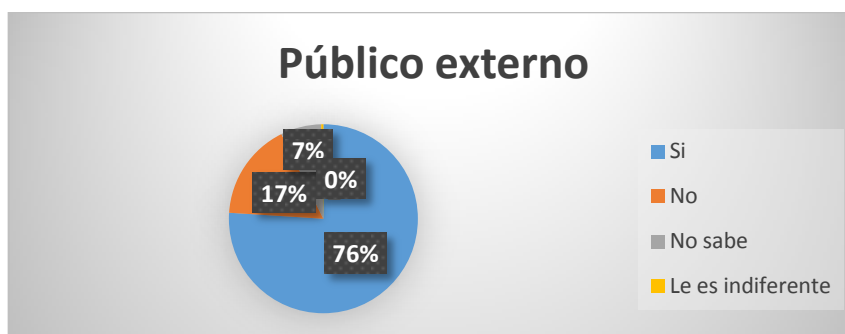
Un porcentaje considerable de los encuestados recibe información a través de algún tipo de folleto o impreso en algún medio escrito, lo que hace suponer que no se utilizan los medios masivos para difusión de información.

Pregunta 4: ¿Considera importante que Hogar de Cristo difunda información con más frecuencia?

Cuadro No. 12: Aplica comunicación sistémica a las empresas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	251	76 %
No	55	17 %
No sabe	23	7 %
Le es indiferente	28	0 %
Total	357	100 %

Gráfico No. 12: Aplica comunicación sistémica a las empresas.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”.

Autor: Luis Domínguez De la Cruz.

Fecha: Noviembre 15//2014.

Análisis e interpretación:

De los 357 encuestados, el 76 % manifiesta la urgencia de que se difunda información continua y a través de todos los medios de comunicación masiva, el 17 % no está de acuerdo con cambiar la forma de difusión solo el 7 % no sabe si un cambio sería positivo o negativo.

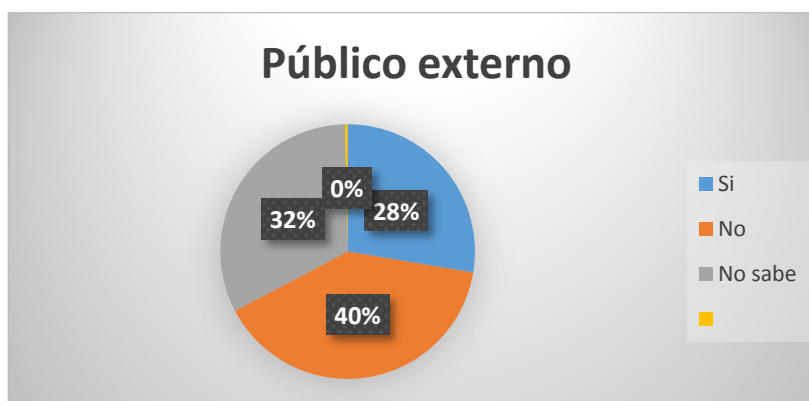
Un Departamento de Comunicación se hace urgente para que se genere información de manera continua y progresiva, así fomentará de manera directa cualquier información que necesite ser difundida.

Pregunta 5: ¿Conoce usted que es una estructura organizacional?

Cuadro # 8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	99	28 %
No	142	40 %
No sabe	116	32 %
Total	357	100 %

Gráfico # 5



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas "Hogar de Cristo".

Autor: Luis Domínguez De la Cruz.

Fecha: Noviembre 15//2014.

Análisis e interpretación:

De los 357 encuestados, el 28 % manifiesta conocer que es una estructura organizacional, el 40 % no conoce o tiene una vaga noción de lo que se trata, el 32 % no sabe que es, ni su aplicación, desconoce de lo que se trata.

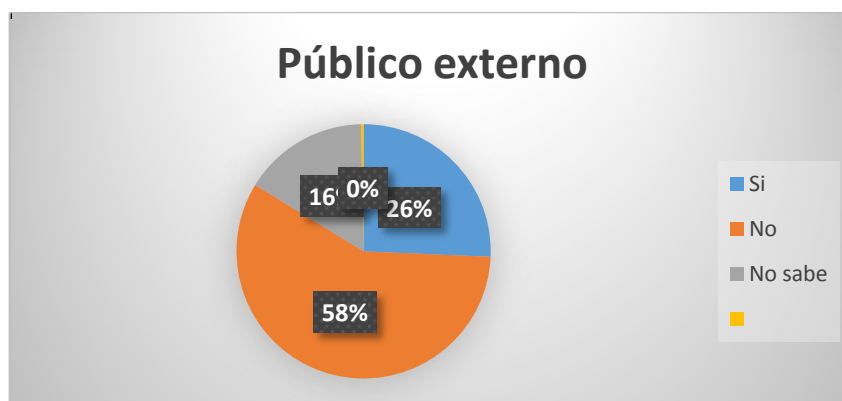
Un gran porcentaje de los encuestados no conoce siquiera que es una estructura, cuál es su funcionamiento, aplicación y funcionamiento.

Pregunta 6: ¿Cree usted que la estructura organizacional que posee Hogar de Cristo contribuye a su desarrollo?

Cuadro No. 13: La estructura organizacional contribuye al desarrollo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	92	26 %
No	208	58 %
No sabe	57	16 %
Total	357	100 %

Gráfico No. 13: La estructura organizacional contribuye al desarrollo.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas "Hogar de Cristo".

Autor: Luis Domínguez De la Cruz.

Fecha: Noviembre 15//2014.

Análisis e interpretación:

De los 357 encuestados, el 26 % manifiesta que la estructura que se emplea en la actualidad, sí aporta a su desarrollo, lo que se contrapone con el 58 % que argumenta que no contribuye a su progreso y el 16 % manifiesta no saber si apoya o no al desarrollo de la Corporación.

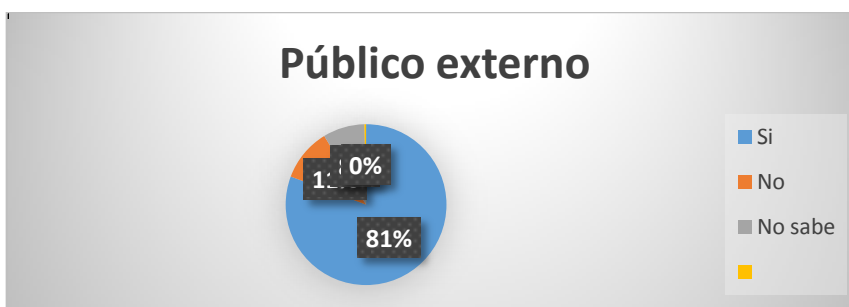
Una estructura es la forma como se maneja una organización, al no estar bien fundamentada las bases, siempre habrá la necesidad de cambiar la estructura o mejorarla.

Pregunta 7: ¿Es propicio aplicar una nueva estructura organizacional diferente a la que actualmente existe?

Cuadro No. 14: Aplicar una nueva estructura organizacional.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	289	81 %
No	38	11 %
No sabe	30	8 %
Total	357	100 %

Gráfico No. 14: Aplicar una nueva estructura organizacional.



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas "Hogar de Cristo".

Autor: Luis Domínguez De la Cruz.

Fecha: Noviembre 15//2014.

Análisis e interpretación:

De los 357 encuestados, el 81 % manifiesta la urgencia de un cambio de estructura, un 11 % argumenta que no es necesario un cambio, que todo funciona muy bien, un 8 % manifiesta no saber si un cambio sería productivo.

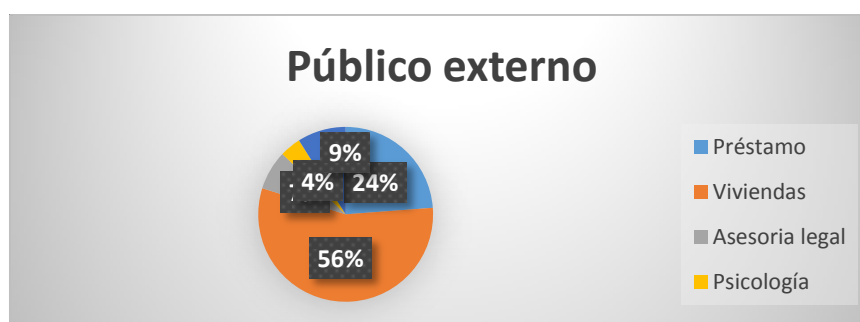
Las estructuras sirven para direccionar cualquier organización, dependiendo del tamaño, pero siempre es necesario aplicar una que esté de acuerdo con las políticas que beneficien a los dirigentes, dirigidos y público en general.

Pregunta 8: De los diferentes aportes que brinda la corporación Hogar de Cristo. ¿En qué se ve beneficiado?

Cuadro No. 15: Beneficios de la Corporación "Hogar de Cristo".

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Préstamos	85	24 %
Viviendas	200	56 %
Asesoría legal	26	7 %
Psicología	14	4 %
Otros	32	9 %
Total	357	100 %

Gráfico No. 15: Beneficios de la Corporación "Hogar de Cristo".



Fuente: Talento humano que labora en la corporación de viviendas "Hogar de Cristo".

Autor: Luis Domínguez De la Cruz.

Fecha: Noviembre 15//2014.

Análisis e interpretación:

De los 357 encuestados, el 24 % se ha beneficiado de los préstamos grupales, el 56 % ha recibido viviendas, el 7 % se ha beneficiado de la asesoría legal a quienes participan de los créditos, un 4 % recibe apoyo en sicología para adultos, o también a la familia, solo un 4 % hace referencia de haber recibido otro tipo de ayuda.

El 100 % de los encuestados manifiesta haber recibido de forma directa e indirecta, alguna forma de ayuda por parte de la corporación "Hogar de Cristo".

3.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Según el análisis de la investigación se concluye que:

- No existen mecanismos adecuados para una buena comunicación interna, lo que afecta directamente al accionar externo.
- En la mayoría de los funcionarios existe poca comunicación lo que muchas veces genera conflictos que afectan al ambiente laboral.
- A pesar de existir una Misión, Visión y Objetivos institucionales, pocos empleados conocen sus significado
- En relación a la percepción del publico externo, en su gran mayoría desconoce que la organización trabaja con responsabilidad social
- Los socios de la Corporación Hogar de Cristo, desconocen que existen otros beneficios al cual pueden acceder y hacer uso.
- Las encuestas realizadas a las socias, arrojan como resultado el mal uso de las herramientas comunicacionales y la escases de las mismas
- Qué el departamento de comunicación trabaje en una buena estrategia, que permita difundir servicios y beneficios de la institución
- La unificación de metas, reglas claras, servicios con calidad y calidez, además de una correcta distribución
- Dentro de este contexto se concluye que “Hogar de Cristo” necesita de manera urgente la implementación de un departamento de comunicación que sea dirigido por profesionales del área.

RECOMENDACIONES

- Se deben diseñar mecanismos adecuados para una buena comunicación interna, lo que afecta directamente al accionar externo
- Se implemente la comunicación sistémica a los funcionarios para evitar conflictos que afecten el ambiente laboral
- Se necesita reforzar el significado de la Misión, Visión y Objetivos los cuales direccionan el accionar de la corporación
- Se difunda con claridad que otros beneficios se adquieren al ser parte de esta organización
- Que el departamento de comunicación diseñe una buena estrategia de Marketing
- Dar a conocer en forma general en qué consiste responsabilidad social de la institución
- Considerar dentro del plan anual la creación de un departamento de comunicación en la Corporación de viviendas “Hogar de Cristo” en la oficina de La Libertad en la Provincia de Santa Elena
- Se cumpla con las normas que dirigen a la organización, y que las entregas del producto, servicio o beneficio, sea en el tiempo acordado
- Desarrollar estrategias comunicacionales, métodos y sistemas que permitan difundir la información a través de medios masivos

4. PROPUESTA

TÍTULO: IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN PARA LA CORPORACIÓN DE VIVIENDAS “HOGAR DE CRISTO”. LA PENÍNSULA.

4.1. JUSTIFICACIÓN

INTRODUCCIÓN

Este proyecto busca plasmar en la práctica, los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias en los últimos años. El objetivo de este proyecto, es la implementación de un Departamento de Comunicación para la corporación de viviendas “Hogar de Cristo” en la Península de Santa Elena. Para la implementación de esta área de comunicación, se ha revisado las conceptualizaciones y visiones en cuanto a la programación institucional; de la misma forma se realizará proyectos, utilizando las herramientas adecuadas a fin de que su ejecución sea posible.

4.2. DIAGNÓSTICO

En el caso concreto de la empresa a la que se pretende aplicar este proyecto, tiene la necesidad de mejorar su área comunicacional interna, externa y que esta realidad es innegable, son 14 años en la Península de Santa Elena, nunca ha tenido un departamento de comunicación. Corporación “Hogar de Cristo”, en Ecuador ha mejorado el buen vivir de miles de familias de escasos recursos económicos, pero su comercialización no es la adecuada, el “conformismo” al parecer en su

forma de producir y comercializar, se creyó que bastaría con la necesidad urgente de cubrir una necesidad.

Corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, es una institución de ayuda social, que se dedica a proporcionar viviendas y pequeños préstamos a personas emprendedoras y que con ello mejoran su estatus económico y recuperan su dignidad al vivir en edificaciones apropiadas.

La Corporación tiene la capacidad de ofrecer productos y servicios de calidad, destacando siempre la innovación en su gama de productos, sin embargo el problema existe al momento de no contar con un adecuado y sustancial Plan de Comunicación Institucional, esto implica en la pobre imagen interna y externa que de hecho no aporta como objetivo corporativo.

La corporación necesita que se establezca un proyecto de trabajo y que su base sea la comunicación, esta permita entendernos como seres humanos, que sirva para nutrir de forma recíproca, que sirva para dar a conocer que somos, por qué nacimos, qué hacemos y hacia dónde vamos.

A partir de estos antecedentes, nace la necesidad imperiosa de crear un Departamento de Comunicación Social, la misma que debe sentirse como un socio estratégico, que permita difundir, agilizar y mejorar la comunicación entre sus diversos públicos, de esta forma se obtendría ventajas competitivas que permitan afianzar su posicionamiento y permanencia.

El trabajo pretende poner en marcha este departamento, asumir responsabilidades y trabajar dentro de un clima institucional solidario, el

propósito es servir a la comunidad, cubrir sus necesidades y facilitar los procesos con absoluta cordialidad.

La propuesta incluye cambios, crear un sistema comunicativo, que permita ser competitivo, a más del crecimiento humano y del bienestar y progreso corporativo.

4.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

JUSTIFICACIÓN

La comunicación es una herramienta fundamental y necesaria en el progreso y productividad de una empresa, el ignorar o el no aplicarla implica desarrollo y quiebra. La finalidad de este Departamento de Comunicación, será la de manejar las relaciones de manera eficaz, de tal forma que sea un soporte adecuado para alcanzar objetivos trazados, se encargará de difundir las políticas y normas que permitan tener una comunicación eficaz para la institución. (BARBERO, 1996).

El objetivo del profesional en comunicación es fundamental, de él depende establecer la identidad institucional, bajo su mando esta brindar a cada miembro la categoría y prestigio basados en sus conocimientos y funciones.

El proyecto de implementar el Departamento de Comunicación, cambiará la estructura organizacional de “Hogar de Cristo” en la Península, sin embargo no hay que olvidar la caducidad en lo que a producción y comunicación se refiere.

▪ **FILOSÓFICA**

San Ignacio de Loyola, es sin duda el líder espiritual de los sacerdotes jesuitas, ellos dicen que: “La brújula que guía este gran proyecto, está basado en la espiritualidad ignaciana, la misma que dice que es necesario vivir con los ojos abiertos, estar atentos y ser críticos de cuanto sucede alrededor, en el sector, en el barrio y en el país”.

▪ **PEDAGÓGICA**

Según Miguel Mancheno Segarra; la pedagogía es una ciencia de estudio que permite la participación, formación y educación socio cultural. Tan fundamental aplicarla, si se quiere realizar proyectos de rehabilitación urbana. El programa cumplirá su objetivo en barrios, sectores urbanos marginales y en comunas, se iniciará y se sostendrá con la participación de las comunidades.

▪ **PSICOLÓGICAS**

La escuela de Psicología de la universidad central de Venezuela, inició una investigación en este campo, el fin que se persigue es saber qué tipo de vivienda es la de interés social. Debido a su importancia se debería realizarla en Ecuador dadas las políticas habitacionales del país. El comportamiento de las personas depende del entorno en que se encuentre, para lo cual, es necesario hacer uso de la Psicología ambiental, el mismo facilitará conocer las cogniciones, efectos y comportamiento de los individuos.

▪ **SOCIOLÓGICA**

Según Julio A. del Pino Artacho; dice que, la vivienda del tipo secundaria, ha sido escasamente analizada en los estudios de viviendas. Este autor manifiesta que este estudio está integrado por dos dimensiones, una, la socio espacial, mientras que la otra es la relativa a unidad de análisis (base o colectividad), este también añade una tercera que enfocada en la distinción sociológica entre acción y estructura. Se enfoca directamente en un planteamiento crítico de la base creativa de la vivienda secundaria, ello también implica un análisis global del fenómeno social, el análisis se sustenta en cinco áreas, la social, espacial, económica, político y cultural.

▪ **EDUCATIVA**

María Isabel Dopazo Quiñonez, Salvador Menor Rosello y Xosé M. Souto González, en su obra “la vivienda como un problema educativo”, manifiestan que la vivienda es uno de los problemas fundamentales a lo que se enfrentan los seres humanos, dicho de paso, es el lugar que les permite cobijarse y organizarse socialmente. La vivienda es una situación etnográfica, llamada también conjunto homogéneo de edificios que constituyen un barrio urbano.

▪ **LEGAL**

La Constitución de la República en la sección sexta hábitat y vivienda, art. 30 dice: Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica”.(Constitución, 2008)

▪ NATURALEZA DEL PROYECTO

Planificación de la comunicación / comunicación sistémica

1.1 Descripción del trabajo

Este trabajo se realiza en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, ésta institución creada para cubrir las necesidades básicas de los seres humanos “viviendas”, este propósito fue su origen, actualmente también presta los servicios de pequeños préstamos a fin de brindar oportunidad a las mujeres de obtener ingresos personales.

La creación de un Departamento de Comunicación en la corporación se deriva de una necesidad urgente, al no existir los sistemas de comunicación e información adecuados, tanto interno y externo.

Los cambios comunicacionales son evidentes, tanto en el mercado nacional e internacional, sin embargo la matriz Guayaquil y el resto de las sucursales, están en constante búsqueda de un modelo que permita optimizar su producción, pero es obvio que la falta de profesionalización interna, expone la inexperiencia del personal directivo.

En Hogar de Cristo, las labores marchan al ritmo cotidiano, sin embargo nadie recoge las mejores experiencias, los problemas, las dificultades que se presentan en cada proceso. Esto solo es un continuo ir y venir, repitiendo errores, sin aprovechar las cosas buenas, esto implica que con el tiempo se presentará malestar dentro del ámbito laboral.

El Departamento de Comunicación “Hogar de Cristo” cumplirá con la responsabilidad de brindar un ambiente agradable entre la Corporación y

la opinión pública, a más de su público interno. Deberá tener una planificación referente a la comunicación interna y externa.

El trabajo debe poseer un análisis comunicacional, claridad en sus objetivos, su propia identidad y hacia donde se proyectan, de esta forma se sabrá qué políticas se plantea y así transmitírselas a sus colaboradores, es decir todos tienen claridad en lo que se persigue.

El Departamento de Comunicación, se lo debe conocer con el nombre de Subgerencia de Comunicación. Esta contará con un asistente en Relaciones públicas, direccionada a los públicos internos y externos, fijará políticas y buscará los canales adecuados para llegar con una excelente comunicación al talento humano de la Corporación.

4.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

▪ OBJETIVOS

4.4.1. OBJETIVO GENERAL

Crear un Departamento de Comunicación para la Corporación “Hogar de Cristo”, brindándole a la institución una herramienta de información interna y externa, cumpliendo con las políticas de la institución, y adecuar un sistema de comunicación eficaz, que permita mejorar las labores y optimizar un clima laboral con tendencia a alcanzar objetivos trazados.

4.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

▪ Comunicación Interna

Organizar y establecer estructuras y métodos internos de comunicación con el fin de:

- Procesar, almacenar para luego difundir la información. Enlazar y mantener las reglas de la organización, además de mejorar las relaciones entre los colaboradores y su público meta.
- Tener una correcta planificación en referencia a la comunicación interna.
- Valorar las huellas dejadas de las acciones tomadas en comunicación referente a su público interno.
- Establecer qué tipo de medios se utilizarán, también se evaluará los elementos necesarios para diseñar las estrategias que se emplearán dentro de la Corporación en combinación con su talento humano.
- Conocer con exactitud las necesidades del público interno.
- Diseñar y conservar estructuras y métodos eficaces de comunicación interna.
- Determinar con claridad que somos y hacia dónde vamos; esta será la pauta para crear políticas institucionales y objetivos claros a fin de que sean proporcionados al personal con más años de servicio y nuevos a la vez.
- Descubrir a las personas influyentes en comunicación dentro de la Organización.
- Preparar los mensajes dirigidos al público interno, obtener respuestas de análisis de lecturas proyectadas para declarar cuál sería su capacidad de recepción, realizar unos cuestionarios de preguntas referentes a temas laborales, entrevistas personales, sesiones grupales y talleres motivacionales.

4.4.3. Comunicación externa

- Promover un clima óptimo que permitan las relaciones propicias entre la organización y la opinión pública.
- Tener una adecuada planificación en referencia a la comunicación externa.
- Realizar evaluaciones periódicas de la evolución de la imagen institucional en cuanto al público y la opinión pública.
- De acuerdo a las estrategias comunicacionales diseñadas, se debe tomar en cuenta los medios y recursos a emplearse a través de la Corporación y sus diferentes públicos.
- Conocer de forma directa las necesidades de información que necesita el público interno y externo.
- Crear canales de comunicación alterno, que permita intercambiar información externa.
- Descifrar los mensajes obtenidos del exterior, dar lectura y su respectivo análisis, todas estas respuestas se deben ampliar, ya que son resultados de las observaciones externas.

4.5. FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

Conseguir que el sistema comunicacional a emplearse por la Subgerencia de Comunicación, sea sólido, que este modelo sea ejemplo a seguir por otras instituciones; es necesario que se emplee la libertad de decisión a las nuevas generaciones.

La elaboración de un mecanismo como herramienta que permita posicionarse como líder a la corporación “Hogar de Cristo” en el mercado tanto habitacional como en el proceso de microcréditos, de esta forma llegar a su público.

Beneficiarios

El beneficiario directo sin lugar a dudas será la corporación “Hogar de Cristo”, así como también el talento humano que labora; todo esto se verá reflejado en el mejoramiento de su imagen corporativa a un mejor servicio en favor de sus socias, esto traducido en beneficios promoverá el reconocimiento de la organización, respaldará a los pequeños o grandes proyectos dentro de una sociedad que se desarrolla a ritmo acelerado, en busca de una mejor oportunidad de vida

4.6. LOCALIZACIÓN FÍSICA Y ESPACIAL

El trabajo se efectuará en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, sucursal Península de Santa Elena, cuya ubicación se encuentra en el Cantón La libertad, ciudadela General Enríquez Gallo y Av. 20 diagonal al centro médico Virgen del Cisne.

La oficina de la Subgerencia de Comunicación se asignará en el departamento que ahora es ocupado por ventas y cartera.

4.7. TAREAS A REALIZAR

- Estudio y análisis preliminar de la institución.
- Crear el equipo de trabajo.
- Diseñar un organigrama.
- Adecuar la estructura física para el funcionamiento del área de Comunicación.
- Aclaración de las funciones por área.
- Creación de políticas comunicacionales.
- Socialización de los objetivos y políticas dirigidas al público interno.

- La creación de un sistema de comunicación interna, que permita difundir la información de manera interna.
- Crear un sistema de comunicación externa, que promueva las relaciones entre sus diferentes públicos y realizar publicidad.
- Poner en marcha las herramientas, medios, recursos y canales de comunicación masivos.

4.8. METODOLOGÍA

El trabajo será secuencial, será planificado y coordinado, para ello se crearán mecanismos que permitan la introducir de información de quienes se beneficiarán de este proyecto. La participación de los involucrados es primordial.

Como el trabajo debe de ser coordinado, se necesitará la implementación de un sistema de tiempo, para ello se debe recurrir al calendario. El proyecto debe contar con una dirección, el líder deberá ser el subgerente de comunicación.

La información se recogerá de los datos almacenados, una vez analizados, se aplicarán en favor de los intereses de ambas partes, las medidas de control deben ser constantes y se evaluarán los resultados, tanto interno como externo, se realizará ajuste de costo, logística, tiempo, todo con el propósito de realizar arreglos que permitan su optimización.

4.9. RECURSOS FINANCIEROS

Los recursos económicos los asumirá la corporación “Hogar de Cristo”, la institución debe pronunciarse, luego realizar un estudio de factibilidad económica, de existir los recursos, se debe tomar en consideración los

sueldos de los colaboradores, movilización, equipos, suministros y una caja chica para posibles imprevistos.

4.10. LEGAL

La Constitución de la República en la sección sexta hábitat y vivienda, Art. 30 dice: Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica”.(Constitución, 2008)

4.11. RECURSOS TÉCNICOS

Registros diarios de cada acción emprendida en cuanto al proyecto, también se debe utilizar recursos como: encuestas y entrevistas periódicas, a fin de comprobar su eficacia, también el uso de video cámara, cámara fotográfica y finalmente revisar los materiales obtenidos a fin de obtener resultados que serán aplicados para corregir los errores.

4.12. RECURSOS HUMANOS

La subgerencia de comunicación contará con un profesional en comunicación social, que realice las veces de Relacionista Público y publicidad y un Auxiliar para comunicación e información.

El Departamento tendrá una secretaria que recoja la información interna, externa y esté al servicio de los procesos emprendidos.

4.13. RECURSOS MATERIALES

Una oficina, dos escritorios, seis sillas, dos computadores con programas actuales de adobe, televisor, proyector, línea telefónica, suministros de oficina, sala de reuniones, cámara de video.

4.14. LAS POLÍTICAS

Las políticas comunicacionales, no son otra cosa que las acciones que realiza una institución o persona, para dar a conocer lo que se realiza dentro y fuera de la organización y que son de interés grupal o general.

Las políticas comunicacionales en la corporación “Hogar de Cristo”, se deberán aplicar con normativas claras en los procesos internos y externos, para ello se determina lo siguiente:

1. Determinar los canales adecuados para difundir la información.
2. Que la información a difundir sea oportuna y direccionada a sus públicos metas, dando a conocer cada una de las actividades y sus resultados correspondientes.
3. Que si la empresa fue creada con una meta exclusiva, debe cumplir con las expectativas de sus clientes internos y externos, y no únicamente a la venta y distribución de producto.
4. Que la comunicación sea utilizada como una herramienta, y sirva de intercambio de información.
5. La comunicación debe ser sistémica (circular), y no solo horizontal.
6. Que las ideas planteadas desde las zonas extremas, sean receptadas de manera eficaz para entender sus necesidades.
7. El objetivo de plantear políticas es determinar y simplificar la difusión de información.

8. Dentro del organismo corporativo, se hace imprescindible que la comunicación sea directa, que no exista intermediario, este mediador no transmitirá en si cuál es el espíritu del problema.

Definida las políticas de comunicación, se debe socializarlas, esta será la única forma de llegar a los grupos y saber que en realidad son bien entendidas, lo que ayudará a los directivos a regular sus empresas dentro del proceso comunicacional. Se necesita seguir ciertos procesos para que se logre el éxito deseado.

La formación y estructura del trabajo a realizarse debe seguir ciertos mecanismos como los siguientes:

- Diseñar un organigrama donde se detalle el objetivo del proyecto.
- El Departamento de Comunicación debe poseer una guía de procedimiento, que permita normar el desempeño laboral.
- Determinar las funciones de cada talento que colabore en el área, tareas y responsabilidades.
- Definir atribuciones y categorías en cuanto a comunicación e información y publicidad.
- Formas y elementos que permitan la coordinación del trabajo con el público interno y externo.
- Evaluación continua del desempeño de los colaboradores.

4.15. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Contar con una herramienta que permita la valoración y comprobación de los objetivos trazados. Estas medidas de valoración darán cuenta de los objetivos trazados y sus ejecuciones. Para ello se debe utilizar sistemas independientes que puedan ser verificados, validados y sobretodo realizables.

4.16. DESCRIBIR CRITERIO Y ESTRATEGIA DE LA PROPUESTA

9. SISTEMAS DE COMPROBACIÓN Y GRADO DE RESULTADOS.

9.1 FACTOR INTERNO Y EXTERNO, FORMA DE ALCANZAR EL ÉXITO.

Marca

- Fortalecer la imagen institucional, tanto interna como externa. Incrementar formas de satisfacción dirigidas al público interno y externo.

Objetivo

- Analizar y determinar los medios o canales apropiados para la difusión de información de la Organización. Diseño de un organigrama, Hogar de Cristo sin duda cuenta con los recursos necesarios para contratar los diferentes medios de comunicación y la contratación del talento humano capacitado en el área.

Beneficio

- Impulsar y poner en marcha la Subgerencia de Comunicación en la sucursal de Hogar de Cristo, proporcionando a la institución la herramienta basada en comunicación, para su aplicación efectiva. Las metas comunicacionales deben ser a corto plazo, en relación a las que rigen a la Corporación. Necesariamente debe existir el compromiso de parte de la gerencia de Hogar de Cristo. El recurso y uso de esta herramienta comunicacional es fundamental al momento de fijar

estrategias y objetivos que serán elaboradas por la subgerencia de comunicación.

RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Es necesario establecer un mecanismo idóneo que permita la recolección de información; la técnica se basará en lo siguiente:

La observación continua

Analiza la conducta que presentan las socias, en las distintas situaciones o ambientes con respecto a los procesos que se desarrollan en la institución. La observación es simple, sin la necesidad de recurrir a persuadir a las socias para que manifiesten su apoyo a la Corporación. Lo que se necesita es saber en realidad los distintos estados conductuales de los beneficiarios. Quien desarrolle esta tarea, debe seleccionar la muestra y tomar en cuenta ciertas precisiones como; cuantas personas participarán de su trabajo.

4.17. PROPUESTA (JUICIO DE EXPERTOS O EXPERIMENTACIÓN)

La utilización de las estrategias, en el área de comunicación de forma interna, en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, se recomienda que sea en el modelo sistémico, ya que la información debe ser circular y no unidireccional, esto permitirá que se encuentren respuestas a las interrogantes planteadas, que se informe adecuadamente las acciones a tomar y así lograr los objetivos planteados.

Es necesario realizar ciertas puntuaciones que permitirán que las estrategias surtan efecto:

En primer lugar, es urgente socializar con los colaboradores el papel que desempeñará la Subgerencia de comunicación, utiliza reuniones para exponer cuáles serán los mecanismos a utilizar y las metas que se persiguen.

El Departamento de Comunicación poseerá información tanto física como virtual que estén a disposición de los colaboradores, cada información será de suma importancia, es decir se podrá también hacer circular información referente a los compromisos adquiridos con la Corporación y viceversa.

Las políticas, normas y herramientas que van a regir o direccionar la organización se deben aplicar mediante las siguientes herramientas comunicacionales:

4.18. DESCRIPCIÓN DE ASPECTOS QUE CONTIENE LA PROPUESTA

▪ Registro de Información

Para recolectar la información y registrarla, se la realizará de la siguiente forma:

- a) Registro descriptivo, es decir detallar las vivencias diarias que se desarrollan en el área de trabajo.
- b) Rastreo de trabajo continuo.
- c) Realizar un examen de las formas conductuales del comportamiento de los distintos grupos, tanto interno como externo.
- d) Es necesario también la utilización de los recursos convencionales (empíricos) basados en el compañerismo, amistad o simpatía.

La observación tiene como objetivo específico investigar, que grado de comunicación existe entre los distintos públicos, dentro y fuera de la corporación, para ello se debe tomar en consideración aspectos como:

- a) Entropía
- b) Corresponsabilidad
- c) Examen de los recursos que se emplean para la difusión de información con que ya cuenta la institución.

Sin duda alguna, la forma más directa de recolección de información, es la que se obtiene mediante el proceso cara a cara, allí se obtiene datos relevantes, mediante el diálogo, esto funciona de forma individual o grupal.

La lluvia de ideas, la recolección de información basada en el sistema grupal y no solamente individual, esto permite la combinación de criterios, esto ayuda a determinar donde se encuentra focalizado el problema.

La combinación, intercambio o interacción comunicativa que se desarrolla, tiene como objetivo rescatar lo más relevante de cada tema, que cada diálogo sea fructífero, los grupos involucrados son exclusivamente aquellos que sean beneficiados directos de la Corporación.

De acuerdo a lo expuesto, para realizar un análisis de completo del plan a desarrollarse, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Reconocer dónde y cuál es el (los) problemas existente en comunicación y clasificarlos.

- Crear una estrategia para análisis, saber cómo aplicarlos y qué se debe hacer.
- Emplear técnicas y tácticas adecuadas para la recolección de información.
- Crear mecanismos adecuados como fuentes de información
- Determinar responsabilidades, referentes a quienes serán los encargados de dirigir el plan de trabajo.
- Que tipos de recursos se emplearán para dar marcha al trabajo.
- Determinar los plazos a emplearse.
- Recolección de datos e información.
- Análisis de información,
- Preparación de informe
- Compartir o socialización de los resultados obtenidos y sus posibles soluciones.

El plan debe ser participativo, es decir compartir la información de los resultados a todos y cada uno de los participantes, el sentido está en que cada uno se sienta comprometido y que los beneficios que se obtengan, sean para la institución y cada grupo y miembros de la organización.

4.19. Preparación necesaria y concreta

Se plantea la necesidad de capacitar al gerente y subgerente del área. Los asistentes, ellos que son el canal de información directa que permiten masificar la información con el resto de colaboradores.

4.20. Preparación necesaria y masiva

Este tipo de capacitación está encaminada hacia el resto de los involucrados, es decir a los grupos externos. Ellos recibirán la información a través del feedback. Cada acción a tomar será responsabilidad del

Departamento de Comunicación, este también deberá crear una guía que direcciona a los colaboradores de la Corporación.

4.21. REFORZAR Y AMPLIAR LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN INTERNA

La ayuda que se dará dentro de corporación “Hogar de Cristo”, en referencia a su público interno, el mismo que estará encaminado a facilitar que ellos alcancen sus metas y objetivos trazados de forma individual. Este estímulo permitirá que el colaborador se desarrolle en favor de la Corporación. La acción se encamina a cubrir las necesidades de los colaboradores y por ende la de sus familiares.

La corporación de viviendas “Hogar de Cristo” tiene un nombre forjado a través de trabajo y respeto hacia la sociedad más vulnerable, lo que se transmite a través de sus colaboradores. Deberá existir imparcialidad, necesariamente acompañada de incentivos, ascensos y recompensas, dentro del área laboral.

Cada colaborador de Hogar de Cristo tiene la necesidad de ser escuchado, para este caso el Departamento de Comunicación, tendrá las puertas abiertas a dar cabida a cada caso, esto creará estabilidad y solidez al entorno laboral.

4.22. REFORZAR LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN .

La Subgerencia en Comunicación deberá coordinar los canales necesarios para que la información a difundirse llegue y cumpla su objetivo, además será el nexo permanente de diálogo entre los diversos procesos en desarrollo.

4.23. Impacto

4.23.1. BENEFICIOS DE DIRECTOS

Afiliación al Seguro Social.- el colaborador de corporación “Hogar de Cristo”, estar amparado con este beneficio, desde el primer día de ingreso a la institución.

4.23.2. Capacitación Permanente

El Subgerente del Departamento de Comunicación será el responsable de definir, motivar, iniciar, promover la capacitación continua de sus colaboradores.

4.23.3. Flexibilidad Laboral en situaciones extremas

Los colaboradores tendrán flexibilidad dentro del ámbito laboral y personal, dentro de lo permitido, sin embargo esta norma no se debe aplicar a los contratos de medio tiempo, pocas horas de atención a clientes. El horario de labor será de 8 horas al día.

4.23.4. Vestimenta adecuada

La necesidad de fortalecer la imagen corporativa, se hace necesaria a través de una adecuada vestimenta, que identifique a los colaboradores a más de proporcionarles seguridad y garantías. La indumentaria será provista cada año a los colaboradores de las distintas áreas, por ejemplo supervisores de créditos, ventas, gerencia, cartera, asesores y administrativos.

4.23.5. Igualdad de oportunidades

El talento humano que labora en Hogar de Cristo, necesita y merece recibir oportunidades de ascenso y mejorar de esta forma sus ingresos económicos.

Marginación.- La corporación “Hogar de Cristo”, garantiza la no discriminación de sus colaboradores, socias, clientes, proveedores, que mantendrá imparcialidad en cuanto a raza, orientación sexual, religión, edad, condición social.

4.23.6. Ambiente laboral

El entorno laboral es esencial, en buen desarrollo entre las personas permite que no se produzcan agresiones entre compañeros, violencia verbal o física, así como tampoco el acoso laboral ni faltar el respeto a colaboradores y superiores.

Informes Escritos

La comunicación escrita, es de suma importancia, se la aplicará en forma de memorándums y consistirá en realizar una redacción, para luego ser distribuida en las diferentes áreas departamentales, también de ser necesario se deberá emitir este tipo de informe a un (a) colaborador(a). El contenido de este tipo de comunicación únicamente llevará implícito aspectos de tipo laboral.

Boletines

El Departamento de Comunicación, tendrá como responsabilidad el informar los cambios, proyectos en marcha y próximos a implementar,

dentro del orden laboral, cada noticia relevante que involucre a la institución, para ello se necesitará de la publicación mensual de los boletines de información.

Carteleras

No existe ningún tipo de cartelera en la parte interna de la Corporación, para remediar este desfase, será potestad del Departamento de Comunicación, crear varias, en la que aparezcan publicaciones permanentes y actualizadas, informaciones relevantes que necesiten ser publicadas en este tipo de herramienta comunicacional.

La Corporación

La institución necesita poseer políticas claras, misión, visión, filosofía, reglamentos internos y de ser posible un código de ética, que norme la conducta y el actuar profesional.

Colaboradores

Ellos deben recibir sus roles de pago, vacaciones obligatorias, seguro social, presentes de cumpleaños, cada uno de los décimos obligatorios y de ser posible obsequios e incentivos.

Información Comercial

Creación de una guía de productos y servicios que estén disponibles para las personas que no tengan servicio a las redes de información; también dentro de este sistema se pueden realizar solicitudes para asistir a capacitaciones, talleres y todo lo que contribuya a la preparación técnica y profesional de los colaboradores. Puertas abiertas al Departamento de

Comunicación, de ser posible, cada colaborador debería tener un correo interno que permita emitir por lo menos mensajes cortos.

Reuniones

El sistema de reuniones permite socializar los proyectos a emprender, allí se planifica, se evalúa cada una de las acciones a emprender, este será el escenario propicio para que todos los colaboradores se involucren activamente.

Buzón de Sugerencias

Esta herramienta deberá colocarse de forma estratégica, debe estar al alcance de todos los involucrados (público interno y externo), el sistema permitirá realizar sugerencias y exponer criterios únicamente laborales.

Puertas Abiertas

Desaparecer los trámites burocráticos, este es el sentido de puertas abiertas, que el colaborador sienta que sus inquietudes tendrán acogida, el diálogo será continuo y únicamente se cerrarán las puertas cuando se trate de casos extremos o de darse reuniones internas.

Épocas Festivas

El Departamento de Comunicación tendrá la responsabilidad de agendar y recordar cada una de las fechas importantes a celebrarse dentro del área local, entre otras será:

Navidad, Año nuevo, Día de la Madre y del Padre, Fieles Difuntos, Independencia de Guayaquil, Semana Santa, provincialización de Santa Elena, etc.

EXSTRUCTURAS EXTERNAS

La comunicación externa en corporación “Hogar de Cristo”, estará a cargo del Departamento de Comunicación; allí se planeará las mejores estrategias en publicidad, se debe resaltar, promover y mantener la imagen corporativa de la institución. Lo primero que se necesita es destacar la calidad, productos y servicios que ofrece la corporación, el compromiso de servicio a la comunidad, no es suficiente, se debe trabajar con responsabilidad social.

Reforzar la credibilidad de las personas en la institución, este tipo de accionar, debe ser difundido de forma efectiva, tanto a sus socias, proveedores, es decir comunicarlo dentro del área donde se desarrolla las labores diarias, nada funcionaría si la gente dejara de confiar, la base fundamental de cualquier organización, es la confianza, pero ganar confianza no se hace de la noche a la mañana, para alcanzarla se necesita estar armado de honestidad y complementado con un código de ética.

El Departamento de Comunicación debe establecer como presentar la imagen corporativa, este organismo será el portavoz que debe liderar cada acción que permita el realce de la imagen institucional.

PUBLICIDAD

La Subgerencia de Comunicación, será la responsable de autorizar, aprobar o decidir la difusión de publicidad en los distintos medios de

comunicación masivos, televisión, radio, prensa escrita, revistas, vallas publicitarias, internet, trípticos, folletos, afiches, banners, folletería, etc.

Este Departamento deberá presentar el presupuesto correspondiente a fin de que cada proceso tenga la oportunidad de difundir información necesaria que permita incrementar su área productiva.

INFORMACIÓN PÚBLICA

La elaboración de mensajes públicos, declaraciones, entrevistas, deberán ser atendidas únicamente por la Subgerencia de Comunicación, las solicitudes y mensajes deben de ser tratados por este departamento.

ALIANZAS INSTITUCIONALES

Las diversas actividades tales como citas, reuniones, deben ser planificadas por el Departamento de Comunicación a fin de mantener excelentes relaciones con otras instituciones públicas o privadas.

Servicio al Cliente

Generar confianza es la responsabilidad de este equipo, pero también es responsabilidad del talento que labora en la Corporación, ser atentos, cordiales, abiertos y honestos. Hogar de Cristo, siempre se ha caracterizado por ofrecer ayuda social, distribuir productos a costos asequibles, siempre pensando en el bienestar de los más necesitados.

Para quienes formen parte ya de la Corporación, es necesario que sus esfuerzos sean retribuidos con obsequios u otra forma de incentivo, aunque sea de forma simbólica.

Hogar de Cristo nació para servir, esta es la razón de cada proceso debe tener como carta de presentación, servicios de calidad, la preparación

sistemática del talento humano logrará altos estándares en servicio, los cuales deberán ser analizados en tiempos determinados; este proceso marcará la pauta para la implementación por parte del staff que presta sus servicios a la Corporación y que por ende fortalecerá cada proceso.

Planes estratégicos

La comunicación externa de corporación de viviendas “Hogar de Cristo” debe emplearse como un sistema abierto, la participación de los involucrados, su entorno y sin dejar a un lado a la propia corporación, serán los encargados de velar por el buen desenvolvimiento dentro del área en la cual residen y actúan.

El fin que se persigue es definir los medios o canales a través de los cuales se deberá difundir la información, tanto quien difunde y hacia quien recibe. La publicidad será pactada con la empresa que brinde las suficientes garantías a la Corporación, todas y cada una de las informaciones que sean difundidas por los distintos medios masivos de comunicación.

Boletines de prensa

Los boletines de prensa, serán elaborados únicamente por el Departamento de Comunicación, esta herramienta servirá para dar a conocer, aclarar o desmentir cualquier situación favorable o adversa que genere inconvenientes o que la Corporación desee dar a conocer a la opinión pública.

Conferencia de prensa

El lanzamiento de nuevos productos y servicios, destacar los logros alcanzados en cuanto a servicio social, todo lo que se necesite fortificar se debe aprovechar en las conferencias de prensa, ya que los medios de comunicación invitados, serán los multiplicadores de la información que resalte a la Corporación.

VENTAS

El Departamento de Comunicación, tendrá bajo su cargo el Departamento de Ventas, desde allí se planificará el marketing, requerimientos y se planificará procesos y estrategias a implementar.

La folletería, será analizada y se determinará que se va a incluir en la misma, lo mismo ocurre con los catálogos, las memorias institucionales, los videos promocionales o cualquier otro sistema de comunicación a implementar. Quien ejerza la facultad de ventas, deberán poseer los suficientes implementos que le permitan dar a conocer cuáles son los servicios y beneficios que ofrece la empresa; los folletos serán debidamente repartidos a los postulantes, el Departamento de Comunicación se encargará de mantener actualizado este tipo de sistema de publicidad.

PÁGINA WEB

Independientemente de la matriz, la sucursal debe tener una página web que facilite a los postulantes saber cuáles son los servicios y beneficios detallados con los que cuenta, ya que por ser una sucursal, no cuenta con todos los servicios que ofrece la matriz. La guía comercial es sumamente importante, en ella se destaca cada proceso, costos y beneficios. La

creación de un link, que permita la comunicación directa entre solicitante y Corporación, esto permitirá realizar consultas y solicitudes de productos y alcanzar objetivos definidos.

VIDEOS PROMOCIONALES

La creación de videos promocionales que permitan difundir cada uno de los procesos que ofrece la corporación “Hogar de Cristo”; utilizar los distintos mecanismos que contiene la comunicación y así detallar cuáles serán los beneficios de pertenecer a esta Organización. Narraciones, historias vivenciales, armado de viviendas, orientaciones a pequeñas inversiones, un equipo de video que reproduzca de manera continua todas y cada una de las bondades, proyectadas a través de una pantalla de televisión y de esta forma mantener informados a quienes nos visiten.

LÍNEAS TELEFÓNICAS

Se necesita dar mayor impulso a las líneas telefónicas, es necesario recordar que no todos pueden acercarse a las oficinas, que muchos podrán hacer uso de este recurso eficaz, pero mal empleado.

ESPACIO DE LABOR

El Departamento de Comunicación se encargará de afianzar el desarrollo y progreso de la Institución, a través de una comunicación circular dinámica y efectiva, para ello se valdrá de todos los recursos disponibles legalmente:

- Usuarios
- Área de labor
- Gobiernos Autónomos

- Organismos Públicos o Privados
- Proveedores
- Medios de Comunicación.

El trabajo presentado permitirá a la alta dirigencia tomar los correctivos necesarios y la adecuada información que permitan direccionar de manera acertada el rumbo de la empresa. La misión que debe cumplir este proyecto, será promover cambios sustanciales que permitan el desarrollo, habilidades y compromisos en el campo comunicacional dentro de este organismo de ayuda social.

Las falencias detectadas permiten realizar esta propuesta, la cual consiste en la presentación de respuesta a estos objetivos identificados y promover soluciones inmediatas.

1. El proyecto que se propone para la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, tiene un objetivo esencial, transmitir la misión, visión y cultura que debe predominar en la Organización, esta es la meta a alcanzar, más nada o casi nada de lo que se debe conocer por lógica. Lo más triste es saber que no se cuenta con las herramientas, personal capacitado en el área de comunicación a nivel organizacional, no existe. Peor aún no se cuenta con una adecuada planificación en esta materia.
2. Con la creación de esta oficina se ampliará el sistema de comunicación de forma positiva, el mismo que fomentará modelos conductuales que serán utilizados a favor del talento humano, y retribuidos directamente en bien de la Corporación.

3. La Comunicación Sistémica pretende el desarrollo corporativo, humano, social y económico que beneficie a la sociedad desposeída.
4. Al hablar de Comunicación Sistémica, dejamos a un lado ese viejo paradigma de creer que solo debe la comunicación debe funcionar de forma vertical, ya no existirían jerarquías, la opinión de toda cuenta, de cada opinión expuesta se obtiene realidades que pueden ser utilizadas o rechazadas.
5. Los objetivos planteados podrán ser alcanzados, si se tiene una guía o base que sirva adecuadamente para planificar las acciones sociales eficientemente.
6. La empresa cuenta con prestigio ganado a través de los años de servicio, es líder en brindar soluciones habitacionales y se encamina aceleradamente en el desarrollo de préstamos productivos, pero falta consolidar su prestigio, y esto únicamente se logrará si se canalizan los proyectos de forma sustentable.
7. Sin duda alguna, lo que toda empresa debe tener y mantener es el talento humano, ellos son los que generan el progreso y este proyecto comunicacional a implementarse optimizará la información interna y externa. La planificación adecuada y bien utilizada generará resultados positivos.

Este proyecto pretende potencializar todas y cada una de las capacidades de los talentos que laboran en la Corporación, sin dejar a un lado, los sueños y metas propuestas de forma individual, ya que cada uno de estos colaboradores tiene, algunos profesionales en determinadas áreas, pretenden alcanzar. Este proyecto propone brindar estabilidad emocional, crear un ambiente corporativo que permita el bienestar colectivo, solo lo conseguiremos si todos participan activamente del cambio institucional.

Las necesidades urgentes observadas y pronunciadas oportunamente por parte de los solicitantes ha permitido la creación de este proyecto que pretende dar respuestas positivas que permita el crecimiento y posicionamiento de la institución y por ende de sus colaboradores y beneficiarios.

La comunicación Sistémica como herramienta aplicada en las empresas es un mecanismo diferente que permitirá recoger opiniones diversas desde las distintas esferas laborales, la retroalimentación constante de sus colaboradores, la propuesta de recolección de información a través del sistema de encuesta permitirá medir constantemente las necesidades y remediarlas de manera oportuna.

El éxito o fracaso dependerá únicamente de la predisposición de todos y cada uno de quienes forman y dirigen la corporación “Hogar de Cristo”, la necesidad de remediar las deficiencias, solo se logrará si existe la apertura al cambio, el apoyo de quienes están llamados a practicarlos y concienciarlos de la urgencia de su aplicación.

Realizado el análisis concienzudamente, se determina que el proyecto del Departamento de Comunicación en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, se debe aplicar y que la misma servirá de modelo a replicarse debido a las propuestas, normativas y direccionamiento que se plantean en él.

La corporación “Hogar de Cristo”, necesita aplicar este proyecto que está lleno de responsabilidad social, respetando el progreso y desarrollo de quienes laboran y reciben servicios y beneficios que en todo caso será la

sociedad, esta sociedad que tiene en “Hogar de Cristo” a una institución digna y confiable con respeto a la sociedad más vulnerable del país.

A. L. (1999). Estrategias y tácticas de comunicación integrados. Argentina: Orange.

ABC. (02 de Septiembre de 2014).
<http://www.definicionesabc.com/comunicación/imagen corporqtiva>.
 Obtenido de <http://www.definicionesabc.com/comunicación/imagen corporqtiva>: <http://www.definicionesabc.com/comunicación/imagen corporqtiva>

admindeempresas.blogspot.com/2007/conceptos-sobre-estructura.html. (05 de 10 de 2007). admindeempresas.blogspot.com/2007/conceptos-sobre-estructura.html. Obtenido de admindeempresas.blogspot.com/2007/conceptos-sobre-estructura.html: <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/conceptos-sobre-estructura.html>

Alvarado, G. S. (1997). Globalización Industria y Sector Agrario. Globalización Industria y Sector Agrario (págs. 223 - 240). México: Q. V. Pérez.

BARBERO, J. M. (1996). PRE-TEXTOS. CALI - COLOMBIA: FACULTAD DE ARTES INTEGRADAS.

Bartoli, A. (1992). Comunicación Y Organización . España: Bartili.

Comunicación, L. O. (2008). Pricipios y Derechos . Quito: editogran.

Constitucìon. (2008). Constitcìon. Montecristi: Asamblea Nacional.
 Obtenido de <http://definicion.de/comunicacion>

Constitución. (2008). Habitat y vivienda. Quito: Asamblea Nacional.

Corella, M. A. (1996). El poder de la Comunicacion en las Organizaciones. Mexico: Asociación Mexicana de comunicadores Organizacionales, A.C.

Cultural. (2000). Diccionario Enciclopedico de la Lengua Española. Madrid: MMVIII.

Dasi, d. M., & Martinez. (1996). Comunicación y Negocio comercial. Málaga: Madrid.

Fayol, H. (1999). Comportamiento y Desarrollo Organizacional. Argentina. Francisco, F. B. (1981). Relaciones Públicas. En F. F. Bao, Relaciones Públicas (págs. 25 -26). Lima: Imprenta Desa.

Hernandez, D. G. (sábado 24 de Agosto de 2013). Linchamiento Mediático. Breves notas sobre el linchamiento mediático.

INEC. (2010). POBLACIÓN PROVINCIA DE SANTA ELENA. QUITO: INEC.

LAROUSSE, D. e. (1985). Diccionario enciclopedia LAROUSSE. España: Planeta SA; Barcelona.

Larousse. (2006). Diccionario Enciclopédico. Usa: Harper Collins Publishers.

Lozano, E. V. (2010). Memoria Institucional. Guayaquil: Grafipren.

Manuel, Z. (28 de abril de 2009). <http://www.monografias.com/trabajos83/comunicación-organizacional-externa/comunicación-organizacional-externa.shtmlixzz32DCQpEYJ>. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos83/comunicación-organizacional-externa/comunicación-organizacional-externa.shtmlixzz32DCQpEYJ>

Martini, N. (1998). Tesis. Relaciones Públicas. Mexico.

Nacional, A. (2008). Comunicación e Información . Quito: Asamblea Nacional.

Nacional, A. (2008). Derechos de protección. Montecristi: Asamblea Nacional.

Nacional, A. (2013). Ley Orgánica de Comunicación. Quito: Editogran.

Nacional, A. (2013). Ley Orgánica de comunicación. Quito: Asamblea Nacional.

Niño, T. d. (1993). La comunicación Organizacional. simlacom.

Padilla, C. R. (1999). "La Comunicación ", Un punto de vista organizacional. México: México, Edit. trilla.

Pearson, R. (2004). Comportamiento Organizacional. educar.

Pearson, R. (2004). Comportamiento Organizacional. Education .

Quispe, M. R. (s.f.). Imagen Institucional. IMAGEN INSTITUCIONAL (pág. 142). Perú - Holanda: Cento Langle .

República, C. d. (2008). Hábitat y Vivienda. Montecristi: Asamblea Nacional.

RODRIGUEZ, P. (1994). PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN, TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS. ESPAÑA: PAIDOS IBERICA EDICIONES SA.

Rowe, V. R. (2008). Comunicación Corporativa: Un derecho y un deber . Santiago de Chile: RIL®editores.

SENPLADES. (2009). PPlan Nacional del Buen Vivir. Quito : SENPLADES.

Sevilla, J. V. (2013). La evolución del diseño y la estructura organizativa: un estudio de caso. Barcelona: Universidad Autónoma Barcelona.

Unidas, N. (1948). Declaración Universal de Derechos Humanos. Ginebra: Unesco.

Uno. (2007). Diccionario Enciclopédico de La lengua Española. España: S;L.

Valda, J. C. (2012). Comunicación Organizacional, tipos y formas. Quito - Ecuador: Coec.

Verdezoto, N. (06 de Agosto de 2013). El Linchamiento mediático es una figura "inadecuada". El Comercio.

Vivir, B. (2013). Plan Nacional. Quito: Semplades.

Vivir, U. y. (2012). El Buen vivir y Convivir. Quito: Plan nacional del Buen Vivir.

www.gestiopolis.com/recursos/documentos/ger/laestructorgauch.htmC. (5 de 10 de 2007).

www.gestiopolis.com/recursos/documentos/ger/laestructorgauch.htmC.

Obtenido de www.gestiopolis.com/recursos/documentos/ger/laestructorgauch.htmC:
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/ger/laestructorgauch.htm>
 C

www.losrecursoshumanos.com/contenidos/5168-estructura-organizacional.html. (05 de 10 de 2007).

www.losrecursoshumanos.com/contenidos/5168-estructura-organizacional.html. Obtenido de www.losrecursoshumanos.com/contenidos/5168-estructura-organizacional.html:

<http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/5168-estructura-organizacional.html>

www.monografias.com/trabajos6/napro/napro.shtml. (5 de 10 de 2007).

www.monografias.com/trabajos6/napro/napro.shtml. Obtenido de www.monografias.com/trabajos6/napro/napro.shtml:

<http://www.monografias.com/trabajos6/napro/napro.shtml>

www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf. (05 de 10 de 2007). www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf. Obtenido de www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf: [whhttp://ww.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf](http://www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf)

ANEXOS

Este trabajo se encuentra apoyado en fotografías, ellas sustentan la labor que se realizó en la corporación de viviendas “Hogar de Cristo”, para la realización de las encuestas, fue necesario reunir a las socias de los dos procesos que se realizan en la Corporación.

Fue necesario hacer uso de los recursos tecnológicos, internet, equipos electrónicos y recursos bibliográficos, tesis, libros, memorias institucionales.



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

ENCUESTAS

PROVINCIA: SANTA ELENA PARROQUIA:

CANTÓN: SANTA ELENA COMUNA

Las preguntas planteadas en el siguiente cuestionario, permitirán reconocer si la comunicación sistémica influye como elemento de desarrollo en la estructura organizacional de la Corporación de Viviendas del Hogar de Cristo. La información que nos proporciones, será manejada con la más estricta confidencialidad.

Pregunta 1 ¿Cómo califica a la comunicación que existe internamente en corporación “Hogar de Cristo?

- Muy Bueno
- Bueno
- Deficiente
- No sabe

Pregunta 2. ¿Conoce usted que es Comunicación Sistémica?

- Si
- No

Desconoce

Pregunta 3 ¿Qué tipo de comunicación cree usted que utiliza la corporación “Hogar de Cristo” para difundir información?

Verbal

Escrita

Ninguna

No sabe

Pregunta 4 ¿Es necesario aplicar comunicación sistémica a las empresas?

Si

No

No sabe

Pregunta 5 ¿Considera importante que “Hogar de Cristo” difunda información con más frecuencia?

Si

No

No sabe

Pregunta 6 ¿Conoce usted que es una estructura organizacional?

Si

No

No sabe

Pregunta 7 ¿Cree usted que la estructura organizacional que posee Hogar de Cristo contribuye a su desarrollo?

Si

No

No sabe

Pregunta 8 ¿Es propicio aplicar una estructura como la divisional a una empresa grande como Hogar de Cristo?

Si

No

No sabe



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

ENCUESTAS

PROVINCIA: SANTA ELENA PARROQUIA:

CANTÓN: SANTA ELENA COMUNA

Las preguntas planteadas en el siguiente cuestionario, permitirán reconocer si la comunicación sistémica influye como elemento de desarrollo en la estructura organizacional de la Corporación de Viviendas del Hogar de Cristo. La información que nos proporciones, será manejada con la más estricta confidencialidad.

Pregunta 1. ¿Cómo califica a la comunicación que existe externamente en Hogar de Cristo?

- Muy Bueno
- Bueno
- Deficiente
- No sabe

Pregunta 2. ¿Conoce usted que es Comunicación Sistémica?

- Si
- No
- Desconoce

Pregunta 3. ¿Qué tipo de medios cree usted que utiliza la corporación Hogar de Cristo para difundir información?

- Radio
- Televisión
- Prensa escrita
- Otros

Pregunta 4: ¿Considera importante que Hogar de Cristo difunda información con más frecuencia?

- Si
- No
- No sabe

Pregunta 5: ¿Conoce usted que es una estructura organizacional?

- Si
- No
- No sabe

Pregunta 6: ¿Cree usted que la estructura organizacional que posee Hogar de Cristo contribuye a su desarrollo?

- Si
- No
- No sabe

Pregunta 7: ¿Es propicio aplicar una nueva estructura organizacional diferente a la que actualmente existe?

- Si
- No
- No sabe

Pregunta 8: De los diferentes aportes que brinda la corporación Hogar de Cristo. ¿En qué se ve beneficiado?

- Préstamos
- Viviendas
- Asesoría
- Legal
- Psicología
- Otros



Colaboradores de Corporación “Hogar de Cristo”. Encuestados.

Asesoría para realizar encuesta





Socias de Viviendas



Socias de Micro Crédito



Socias de Viviendas